

Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Modalidad Abierta y a Distancia



UTPL

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

Relaciones Públicas y Protocolo

Guía didáctica
4 créditos

Ciclo **Carrera**

0

- Todas las titulaciones

La Universidad Católica de Loja

Área Administrativa

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Glosario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

[Anexos](#)



[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Glosario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

[Anexos](#)

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Departamento de Ciencias Empresariales

Relaciones Públicas y Protocolo
Guía didáctica
4 créditos

Carrera	Ciclo
▪ Todas las titulaciones	0

Autora:

Verónica Lucia Mora Jácome



HOTE_1040

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Glosario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

[Anexos](#)

RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO

Guía didáctica

Verónica Mora Jácome

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA



4.0, CC BY-NY-SA

Diagramación y diseño digital:

EDILOJA Cía. Ltda.

Telefax: 593-7-2611418

San Cayetano Alto s/n

www.ediloja.com.ec

edilojainfo@ediloja.com.ec

Loja-Ecuador

Primera edición

ISBN digital - 978-9942-04-690-1



La versión digital ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite: copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>



2. Índice

2. Índice	4
3. Introducción	7
4. Bibliografía	8
4.1. Básica	8
4.2. Complementaria	8
5. Orientaciones generales para el estudio	10
6. Proceso de enseñanza aprendizaje para el logro de competencias	12
PRIMER BIMESTRE	
UNIDAD 1. EL PROTOCOLO	12
1.1. Introducción	13
1.2. Concepto de protocolo	13
1.3. Historia del protocolo	15
1.4. Tipos de protocolo	16
Autoevaluación 1	20
UNIDAD 2. PRECEDENCIA, SIMBOLOGÍA Y TRATAMIENTO	23
2.1. Introducción	23
2.2. Definición de precedencia	23
2.3. Orígenes de las precedencias	24
2.4. El orden de precedencia: Ordenación de las personas	25
2.5. Legislación	26
2.6. Heráldica	27
2.7. Vexilología	27
2.8. Tratamiento	29
Autoevaluación 2	31

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Glosario

Referencias bibliográficas

Anexos

UNIDAD 3. PROTOCOLO SOCIAL: NORMAS DE URBANIDAD.	34	Índice
3.1. Introducción	34	
3.2. La etiqueta	34	
Autoevaluación 3	41	
UNIDAD 4. TÉCNICAS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS: MONTAJE Y SERVICIO	44	
4.1. Introducción	44	
4.2. Montaje y sus tipos	45	
4.3. Tipos de servicio	49	
4.4. Sistemas de servicio	51	
4.5. Fases de la organización de un acto	52	
4.6. Proveedores	54	
4.7. Programa de un evento	54	
4.8. Las empresas hoteleras como organizadoras de eventos.	54	
Autoevaluación 4	56	
SEGUNDO BIMESTRE		
UNIDAD 5. RELACIONES PÚBLICAS	59	
5.1. Introducción	60	
5.2. Concepto de relaciones públicas	60	
5.3. Las relaciones públicas y otras disciplinas	62	
5.4. Recursos de las relaciones públicas	63	
5.5. Clasificación de las relaciones públicas	64	
5.6. Marcas corporativas	67	
5.7. Concepto de marca	67	
5.8. Identidad corporativa frente a imagen corporativa	68	
Autoevaluación 5	70	

UNIDAD 6. LA COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES	73	Índice
6.1. Introducción	73	
6.2. Variables para prestar una atención de calidad al cliente.	74	Preliminares
6.3. Comunicación verbal y no verbal	75	Primer bimestre
Autoevaluación 6	76	Segundo bimestre
UNIDAD 7. MODALIDADES Y PUNTOS CLAVE DE ATENCIÓN AL CLIENTE.	79	Solucionario
7.1. Introducción	79	Glosario
7.2. Modalidad contacto de primera línea	80	Referencias bibliográficas
7.3. Los contactos que dejan huella en el cliente	81	Anexos
7.4. Puntos clave para la aproximación con el cliente	81	
Autoevaluación 7	83	
UNIDAD 8. EXPOSICIÓN DE SUGERENCIAS, QUEJAS Y RECLAMACIONES: LA ACTITUD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE	86	
8.1. Introducción	86	
8.2. Sistemas de recogida de información de clientes	87	
8.3. La actitud de servicio o la profesionalidad de los equipos	88	
8.4. El valor en el ámbito laboral	89	
Autoevaluación 8	90	
7. Solucionario	93	
8. Glosario	102	
9. Referencias bibliográficas	104	
10. Anexos	105	



3. Introducción

Relaciones Públicas y Protocolo es una asignatura troncal de carrera, se imparte en el tercer ciclo de la titulación de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras y tiene un valor de cuatro créditos.

Al hablar de relaciones públicas se viene la idea de una relación o unión entre personas o instituciones, se trata de una actividad profesional que ayuda a mantener y prestigiar una imagen. El protocolo, es un conjunto de normas o pasos que debemos cumplir, que se aplican en una sociedad y que se ejercen por derecho o costumbre.

Se ha considerado estudiar esta asignatura, a fin de que nos permita tener la formación necesaria para poder gestionar la atención de los públicos, la comunicación eficaz y la aplicación de las normas protocolarias, de forma correcta, garantizando la formación integral de nuestros alumnos.

Esta asignatura está organizada en ocho unidades, en el primer bimestre se revisa las cuatro primeras correspondientes a los apartados de Protocolo y sus tipos, uso de precedencias, símbolos y tratamientos especiales, así como técnicas de organización de eventos, montaje y servicio. Para el segundo bimestre se analizan las unidades correspondientes a las Relaciones públicas, la comunicación, las modalidades de atención, y los puntos clave en la atención al cliente y también la exposición de sugerencias, quejas y reclamaciones.

Todos estos contenidos formarán parte de sus conocimientos y permitirán que complementen su perfil con habilidades de comunicación, planificación y producción de eventos, atención al cliente, entre otros; lo cual les permitirá una preparación más competitiva de cara al mundo laboral.

Lo felicito por su decisión de participar en este proceso de formación y le auguro el mayor de los éxitos... ¡Adelante!

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



4. Bibliografía

4.1. Básica

Dorado, J. y García, M. (2010). *Protocolo, Relaciones Públicas y Comunicación*. Madrid: Síntesis.

El texto será utilizado como la base para el estudio de esta asignatura en donde encontraremos contenidos relativos a conceptos, normas, leyes y tipos de Protocolo; así como las diversas formas de organización de eventos. Las definiciones de la Relaciones Públicas, el valor de la imagen corporativa así también las formas y modalidades de comunicación con el cliente.

Mora, V. (2019). *Guía Didáctica de Relaciones Públicas y Protocolo*. Loja, Ecuador: Editorial Universidad Técnica Particular de Loja.

La presente guía didáctica conduce al estudiante a revisar los capítulos del texto básico, profundiza en los temas más relevantes y adiciona información práctica para su formación.

4.2. Complementaria

Adams Centro de estudios. (2009). *Manual de Relaciones Públicas y Protocolo*. Madrid, España: Valbuena S.A.

El libro es un manual completo que recoge los temas más importantes relacionados con las Relaciones Públicas, su función dentro de una organización, la relación con otras ramas como el marketing y los recursos humanos, además ayuda a conocer las funciones del protocolo social, las presentaciones, etiqueta en el teléfono, entre otros temas de interés.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Iruretagoyena, A. (2013). *Manual de ceremonial y protocolo Una estrategia de comunicación de las relaciones públicas*. Buenos Aires, Argentina: Dunken.

Este libro trae información sobre normas protocolares, precedencia, diplomacia, como actuar en las recepciones, el ceremonial en la vida social, la imagen personal, la organización de ceremonias y eventos empresariales, entre otros temas de interés.

Muñoz, M. S. (2016). *Protocolo y Relaciones Pùblicas* (Vol. Segunda Edición). Madrid, España: Ediciones Paraninfo,SA.

En el texto se pueden revisar contenidos relativos a conceptos, aplicación y tipos de Protocolo; así como elaboración del programa y cronograma de un acto. Así mismo las definiciones de la Relaciones Pùblicas, y los recursos de las relaciones pùblicas y su relación con la comunicación.

Sánchez, D. (2011). *Fundamentos del ceremonial y del protocolo*. Madrid: Sintesis.

En el texto se pueden encontrar contenidos relativos a reglas generales y protocolo oficial del estado, así como ámbitos específicos de actuación del protocolo.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



5. Orientaciones generales para el estudio

Las estrategias que se presentan a continuación, ayudarán a lograr un aprendizaje significativo y le guiarán para que pueda utilizar de mejor manera los recursos de aprendizaje.

Recuerde que usted está formándose con un sistema educativo basado en el desarrollo de competencias, este modelo le convierte en protagonista de su propia formación y a los docentes en mediadores de las experiencias de aprendizaje. Por ello les presento algunas consideraciones para una mejor comprensión de los contenidos:

- Para el estudio de la asignatura, usted dispone de un texto básico y una guía didáctica, materiales que ya se han detallado previamente en la bibliografía.
- Designe un lugar para estudiar, en donde no tenga distracciones ni ruido, además el mobiliario, iluminación y tranquilidad es esencial para concentrarse en la lectura.
- Organice el tiempo en función de todas las asignaturas que esté cursando en el presente ciclo, de manera que pueda avanzar secuencialmente en cada una de las unidades y temas para no acumular todo el contenido para el final del bimestre.
- Lea comprensivamente y de manera paralela la guía didáctica y el texto básico, se recomienda destinar por lo menos dos horas diarias.
- Aplique estrategias de aprendizaje como: subrayado, cuadro sinóptico, palabras clave, resúmenes, entre otros; para asimilar de mejor manera la temática abordada.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



- Revise continuamente el plan docente de la asignatura, esto le permitirá desarrollar de mejor forma sus evaluaciones y participar activamente en lo que se proponga por parte del profesor tutor.
- Desarrolle los ejercicios de autoevaluación, estos le permitirán evaluar sus avances o retroalimentar el proceso. Además, a través del solucionario respectivo usted podrá confirmar sus aciertos o corregir aquellas respuestas que haya sido erróneas.
- Para la evaluación permanente de sus conocimientos, les recomiendo que tomen como insumos para el estudio, además del material básico, los recursos educativos abiertos, los temas de las actividades síncronas y asíncronas y las autoevaluaciones.
- Usted tiene al alcance recursos tecnológicos como el EVA (Entorno Virtual de Aprendizaje) a través de cual estaremos en contacto permanente, y en donde usted podrá leer todos los anuncios explicativos e informativos del docente, realizar consultas, recibir material de apoyo a través de los REAS, etc.
- A través del Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA, CANVAS) se plantearán actividades síncronas y asíncronas en las cuales su participación es fundamental, son actividades obligatorias cada una de ellas con una valoración final de un punto, los mismos que serán sumados al final de cada bimestre.
- Para resolver cualquier inquietud que se pueda presentar en el desarrollo de la asignatura puede comunicarse con su profesor tutor a través de los distintos medios de contacto, EVA, vía telefónica o por e-mail de acuerdo al horario de tutoría establecido.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



6. Proceso de enseñanza aprendizaje para el logro de competencias

PRIMER BIMESTRE

UNIDAD 1. EL PROTOCOLO



- Índice
- Preliminares
- Primer bimestre
- Segundo bimestre
- Solucionario
- Glosario
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Figura 1. El Protocolo

Tomado de: Gabinete de Protocolo (2017).

Estimados alumnos, es momento de iniciar el estudio de la presente unidad considerando lo que plantea el texto básico en el capítulo 1 referente a El Protocolo, en el cual se revisarán las definiciones, conceptos, así como también el origen y evolución del protocolo, además conocerán sobre las reglas básicas y los distintos tipos de protocolo existentes; son temas muy interesantes que nos ayudarán a interpretar de mejor manera todo lo que se verá en el presente bimestre.



1.1. Introducción

Cuando se habla sobre protocolo se debe tomar en cuenta que es un verdadero concepto polisémico, que debe interpretarse en el ámbito y circunstancia correcta para lograr los resultados más adecuados.

El conocimiento de las reglas básicas, así como la diferenciación de los tipos de actos protocolarios, nos ayudará a saber la correcta manera de actuar y a dar la importancia real que cada tipo de evento conlleva.

Considere que los temas de ceremonial y protocolo ya no son mencionados únicamente en el ámbito diplomático o de estado, sino que más bien han tomado un tinte empresarial, cuyo conocimiento resulta fundamental para el área de los negocios.

A continuación, revise algunas ideas que lo llevarán a conceptualizar el protocolo.

1.2. Concepto de protocolo

El Protocolo camina de la mano de la urbanidad, cuya definición se entiende como cortesía o buenos modales, es decir comportamientos que siempre se ponen en práctica en la relación con otras personas, a fin de tener una adecuada convivencia.

Algunos estudiosos del Protocolo, han definido los términos más relacionados, los cuales son:

- *Ceremonial*: entendido como el conjunto de formalidades de cualquier acto público o privado.
- *Cortesía*: relacionada con la buena educación de las personas.
- *Etiqueta*: la significación original tiene relación con el uso de los estilos, usos y costumbres que se utilizaban en las casas reales, pero en la

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



actualidad va referida a la especial manera de tratar en actos privados a los particulares, frente al tratamiento de confianza o familiaridad (Sánchez, 2011, p.21).

También en el capítulo 1 del texto básico, pueden encontrar variedad de definiciones de protocolo, entre ellas:

El Diccionario de la lengua española (DRAE), define al protocolo como “*Regla ceremonial diplomática o palatina establecida por decreto o costumbre*”. También se aplica el término a las diversas actuaciones que deben ejecutarse para obtener unos resultados concretos, ya sea ante una eventualidad o con unos objetivos permanentes.

Existen también definiciones más modernas y ajustadas a la realidad de acuerdo a la práctica del mismo protocolo, el Presidente de la Escuela Internacional de Protocolo, Carlos Fuente Lafuente hace una adecuada síntesis de lo que en realidad es la razón de ser del protocolo, indicando que es:

Conjunto de normas o reglas establecidas por ley, decreto, disposiciones o costumbres, así como técnicas específicas tradicionales y modernas que son de aplicación para la organización de los actos públicos y privados de carácter formal, ya sean de naturaleza oficial o no oficial, y que se ejecutan con solemnidad o sin ella (Fuente, 2017,pág.26).

Es importante indicar que el texto básico hace una amplia referencia a este tema, les invito a que analicen y escojan la definición que más se ajuste a la realidad o al campo en el que ustedes se desempeñen actualmente. Así mismo, es indispensable conocer la historia del protocolo, cuándo nace y cuándo empieza su función, les invito a profundizar en este tema, comencemos:

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

1.3. Historia del protocolo

En cuanto al origen del protocolo se puede decir que nace con el ser humano y está al servicio del hombre. No se puede considerar como algo rígido, estático e inamovible, ya que el protocolo se adapta en función de la evolución de la sociedad (Muñoz, 2016).

Tal como se puede revisar en el texto básico, existen datos históricos del uso del protocolo, sabemos que este nace con la sociedad en el momento de convivir y relacionarse, tenemos constancia de normas protocolarias desde 1760 a.C., se evidencia en el Código de Hammurabi, en el cual se mencionan aspectos clave del protocolo como por ejemplo el ceremonial de coronación del rey de Babilonia, las precedencias en todos los niveles, y las recomendaciones para los funcionarios de protocolo en lo referente a tratamientos, normas de cortesía y respeto a todos los ciudadanos del reino en la organización de actos y ceremonias.

Al respecto, en el texto básico se puede analizar una interesante cronología que recopilan los autores, les invito a revisar:

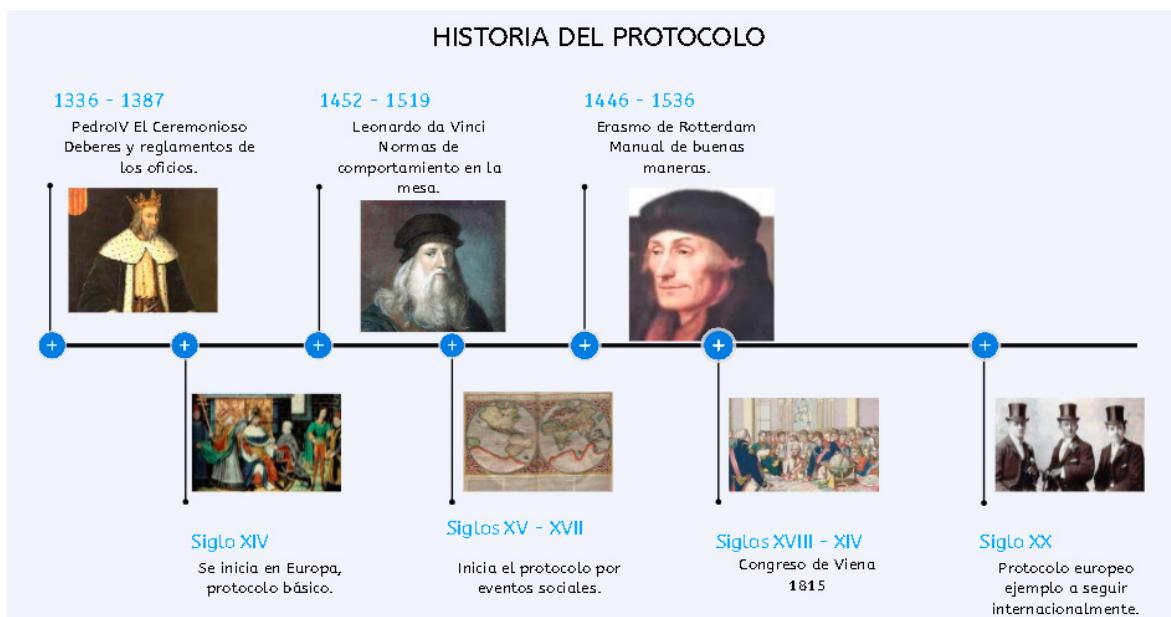


Figura 2. Historia del protocolo

Fuente: Dorado y García, 2010

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Glosario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

[Anexos](#)



Para tener una mejor comprensión sobre este tema, le invito a revisar los contenidos del texto básico en los apartados referentes a la historia del Protocolo, principios y fundamentos.

[Índice](#)

¿Verdad que es muy interesante entender la historia y los inicios del protocolo?, este conocimiento nos permitirá hacer una mejor interpretación del protocolo en la actualidad.

[Preliminares](#)

También es importante analizar los principios y fundamentos del protocolo, ya que la aplicación correcta de los mismos, garantizará un óptimo resultado en el desarrollo de los eventos.

[Primer bimestre](#)

1.4. Tipos de protocolo

[Segundo bimestre](#)

El protocolo en su campo de aplicación es muy amplio, por ello se considera hacer una clasificación del mismo; al respecto Dolores del Mar Sánchez en su libro Fundamentos del Ceremonial y Protocolo nos dice que:

[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)

Hace referencia a las peculiaridades específicas de la organización de ciertos actos, bien por la naturaleza de los mismos, por las personas que las realizan o por su propia finalidad que hace que tengan un conjunto de normas específicas destinadas a ellos. (Sánchez D. , 2011, pág. 24)

[Anexos](#)

Existen varias formas de protocolo aplicables a los diferentes actos que se organizan, hay que tomar en cuenta que cada evento tiene su particularidad, para el cual rige la organización y desarrollo del mismo. Diríjase al apartado 1.5. del texto básico relativo a los tipos de protocolo, en donde encontrarán una variada clasificación del protocolo. Así mismo y con el afán de comprender mejor esta tipología, se debe hacer una diferenciación entre acto público, acto oficial y acto privado; al respecto puede ampliar su información revisando el texto básico en el apartado 3.2. sobre tipos de actos, en el cual encontramos que el tipo de acto en sí, no genera grandes diferencias protocolares, sino más bien es el campo en el que se desarrolle los actos. Así mismo podremos encontrar otro criterio de clasificación de los actos, que es por su naturaleza.



Para una mejor comprensión y considerando la clasificación que dan otros autores, les expongo una sencilla tabla de clasificación:

Tabla 1. Clasificación del protocolo

Clasificación	Definición
Actos oficiales	Aquellos organizados por la Administración Central del Estado, las instituciones autonómicas o las entidades locales. Para la organización de este tipo de actos hay que acudir a la legislación vigente en materia protocolaria.
Actos no oficiales	Se trata de los que están organizados por entidades privadas o por personas individualmente. Es decir, aquellos que son convocados por empresas, fundaciones, asociaciones, entidades religiosas, etc. Para ello se tendrá en cuenta la normativa interna de protocolo, si la hubiese.

Tomado de: Centro de Estudios Adams (2009)

Con esta división general de los actos, ustedes podrán aplicar de mejor forma las normas protocolares, además, considerando lo que dicen los estudiosos del protocolo en cuanto a su tipología, se ha realizado una clasificación propia, tomando en cuenta la normativa y las costumbres que rigen en Ecuador, a continuación, detallo las más relevantes:

- Protocolo Oficial: de Estado, está manejado por la Cancillería ecuatoriana.
- Protocolo Diplomático: relaciones entre estados.
- Protocolo Religioso: referentes a actos religiosos y celebraciones litúrgicas.
- Protocolo Militar: aplicable en todos los actos de significación militar.
- Protocolo Universitario: ámbito de ceremonias en las Universidades.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



- Protocolo Social: relativo a las actividades sociales.
- Protocolo Deportivo: aplicado en los actos y ceremonias deportivas.
- Protocolo Empresarial: tiene relación con los actos promovidos por una empresa privada o institución.

Lo invito a que revise el apartado 3.4 del texto básico referente a otros protocolos, es importante señalar que el protocolo militar, religioso, universitario e inclusive deportivo, tiene particularidades específicas que los distinguen.

Para ampliar su conocimiento le sugiero que revise la bibliografía complementaria sugerida, los textos de María del Mar Muñoz y Dolores Sánchez traen valiosa información acerca de las clasificaciones y definiciones propias de la naturaleza de cada tipo de protocolo.

¿Verdad que es de mucha utilidad lo revisado en este apartado? Espero que ahora usted tenga una idea más clara acerca de las formalidades que enmarcan el protocolo; estos contenidos serán soporte para el desarrollo de las demás unidades.

Actividad recomendada:



Para retroalimentar lo que se ha visto le pido que revise la lectura que se da al final del capítulo 1 del texto básico denominado “Protocolo en el Parlamento de la Unión Europea”, señale a través de un cuadro sinóptico los detalles más relevantes que enmarcan la actividad protocolaria en ese ejemplo.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

**Recuerde:**

El protocolo del presente se concibe como el conjunto de técnicas basadas en leyes y costumbres necesarias para la correcta organización y desarrollo de los actos que se celebran en distintas esferas sociales. Manual de Relaciones Públicas y Protocolo (2009)

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Autoevaluación 1



Señor estudiante revise y conteste las interrogantes planteadas en las autoevaluaciones, sus resultados constituyen un reflejo del auto aprendizaje de la asignatura.

Señale la respuesta correcta:

1. La aplicación de leyes, tradiciones, usos y costumbres en la celebración de los actos, se conoce como:
 - a. Diplomacia.
 - b. Protocolo.
 - c. Etiqueta

2. El comportamiento social ha establecido:
 - a. Normas de urbanidad.
 - b. Pautas para acceder a la comida.
 - c. Costumbres de convivencia.

3. Pedro El Ceremonioso, destaca entre sus ordenanzas, que:
 - a. No se ha de poner la cabeza sobre el plato de comer.
 - b. Debe haber un principio de igualdad jurídica.
 - c. Leyes y ordenanzas de la caballería y de su casa real.

4. El Código de Hammurabi destaca:
 - a. La creación de los Juegos Olímpicos.
 - b. La coronación del rey de Babilonia.
 - c. La ordenanza para la conversación y arreglo de su real archivo.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



5. Entre los principios de protocolo encontramos:

- a. Establecer la jerarquización del cuándo, dónde y el quién.
- b. Aplicar las normas, usos, costumbres y tradiciones.
- c. Llegar a consensos a fin de evitar problemas.

[Índice](#)

6. Según el Comité Nacional de Ceremonial Público, el protocolo se clasifica en:

- a. Oficial, social y empresarial.
- b. Militar, eclesiástico y deportivo.
- c. Gubernamental y no gubernamental.

[Preliminares](#)

7. El protocolo relativo a las relaciones existentes entre diplomáticos, de los estados entre sí y con organizaciones internacionales se trata del protocolo:

- a. Oficial
- b. Diplomático
- c. Militar

[Primer bimestre](#)

8. Según el autor Ever Uzcategui, de acuerdo al espacio en que se desarrolle un acto, puede ser:

- a. Cerrado o abierto.
- b. Público o privado.
- c. General o específico.

[Segundo bimestre](#)

9. Relativo a la vida empresarial, acuerdos comerciales, presentaciones de producto, etc.; hablamos del protocolo:

- a. Social
- b. De negocios.
- c. Académico

[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



10. El protocolo camina muy de la mano con:

- a. La vida social.
- b. El comportamiento.
- c. La urbanidad.

Para que pueda revisar si sus respuestas fueron o no acertadas, lo animo a revisar las claves de respuesta que están en el solucionario al final de la guía didáctica.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



UNIDAD 2. PRECEDENCIA, SIMBOLOGÍA Y TRATAMIENTO



Figura 3. Precedencia

Tomado de: Reyes (2012).

En esta unidad les presento un tema muy interesante que será el soporte de lo que se debe actuar en protocolo, son los contenidos relacionados con la aplicación de la precedencia y la simbología, también le invito a conocer las diferentes formas de tratamiento que se pueden aplicar dependiendo del cargo y posición de las personas.

2.1. Introducción

Uno de los temas fundamentales en el campo del protocolo es la aplicación de la precedencia, ya que de una correcta aplicación de la misma dependerá el éxito de un evento, hay que tomar en cuenta que el significado de precedencia tiene que ver con prioridad, antelación o primacía dentro de un orden dado.

Además, considere que el uso y aplicación de la Heráldica y la Vexilología, complementan una buena gestión protocolar.

2.2. Definición de precedencia

La precedencia constituye una de las partes más esenciales del protocolo y sin la misma el protocolo no es posible (Dorado y García, 2010).

Para comprender mejor el significado de la precedencia, señalaremos lo que nos dice Muñoz (2016) sobre la misma: "La precedencia es el lugar que le

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Glosario

Referencias bibliográficas

Anexos



corresponde ocupar a una persona en razón de sus características cuando asiste a un acto público al que acuden más personas. La precedencia máxima la ocupa quien preside el acto" (p.30).

Tome en cuenta también que la precedencia es:

El modo lógico de colocación de las personalidades en una determinada ceremonia. La precedencia se suele establecer en orden a una determinada circunstancia o circunstancias que concurren en los asistentes a un acto, y en función de la cual puede establecerse una gradación en orden mayor/mejor importancia/grado en relación con la circunstancia en sí. (Sánchez, 2011,pág.22)

Recuerde que la precedencia debe contestarnos las siguientes cuestiones:

¿Quién va delante de quién?, ¿Quién tiene prioridad sobre quién?, ¿Quién está antes de quién?; lo que nos permitirá establecer un orden, a fin de actuar de acuerdo a como corresponda.

2.3. Orígenes de las precedencias

Se debe considerar que, desde la antigüedad, la precedencia se aplicó por los monarcas, los altos dignatarios religiosos y los militares. (Iruretagoyena, 2013).

En el texto básico se hace un análisis cronológico que comienza en 1504 con la *Embajada de Obediencia* y se define en 1815 en el *Congreso de Viena* en donde se determinó el principio de igualdad de los Estados lo que nos recuerda el nacimiento del protocolo diplomático. Puede verificar todo este proceso revisando el apartado 2.3. correspondiente a los orígenes de las precedencias.

En la actualidad, donde las reuniones y cumbres por parte de las organizaciones son de especial importancia y forman parte de su diario accionar, el acuerdo de precedencias se basa en el orden alfabético del nombre de su país en su propio idioma.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



2.4. El orden de precedencia: Ordenación de las personas

[Índice](#)

Este tema es bastante interesante, a lo mejor le puede parecer un poco complejo, pero no se preocupe que, con la lectura, pero sobre todo con la práctica se hará más fácil de aplicar.

[Preliminares](#)

Vamos a comenzar analizando dos de las palabras fundamentales que aparecen al aplicar la precedencia, a continuación, revise:

[Primer bimestre](#)

Anfitrión, lo que nos sugiere el texto básico es que, es la persona que nos recibe, la que abre su casa, la que nos convida a asistir al acto.

[Segundo bimestre](#)

Presidencia, el lugar de honor de cualquier acto.

[Solucionario](#)

Tenga en cuenta que todas las personas podemos desempeñar las funciones de anfitrión en un determinado momento, considere entonces que el anfitrión es la persona imprescindible en un acto y será la que presida, la que ocupe el lugar de honor y en general la que se encargue de coordinar todos los detalles de recibimiento y despedida de sus invitados. La mayor de las cortesías es que el anfitrión ceda la presidencia a favor de un invitado de mayor rango.

[Glosario](#)

El conocimiento de las normas y reglas de precedencia, garantizarán el éxito en los eventos y nos ayudará a mantener siempre el equilibrio y evitar malestares a los invitados.

[Referencias bibliográficas](#)

Le sugiero que revise el texto básico en el apartado 2.4., referente a la ordenación de las personas, en donde podrá encontrar las normas de uso generalizado que se deben tener en cuenta a la hora de la aplicación de la precedencia.

[Anexos](#)

Para su mejor comprensión se ha recopilado las reglas más importantes así:



Tabla 2. Normas de precedencia

De presidencia	De la derecha
Orden alfabético	Por antigüedad
Del alternado	De representatividad
De interpolación	Lineal
En reuniones o comidas	En vehículos

Adaptado de: Dorado, J. y García, M. (2010)

El conocimiento y aplicación de estas reglas son de obligatorio conocimiento por los profesionales de protocolo, usted debe elegir la norma que considere de mejor uso de acuerdo al evento que esté atendiendo.

¿Le parece fácil aplicar las normas y reglas de precedencia? quizá no tanto, pero con el tiempo y la práctica lo podrá resolver.

Revise además los textos que se sugieren en la bibliografía complementaria tanto el libro de Fundamentos del ceremonial y del protocolo, como el Manual de Relaciones Públicas, así mismo visite las referencias bibliográficas en el portal de protocolo.org, aquí encontrará gran cantidad de material relativo a las normas de precedencia.

2.5. Legislación

Estimado estudiante le invito a conocer la legislación sobre las normas protocolares vigentes, las cuales cambian dependiendo del país en el que se apliquen; en Ecuador nos regimos por lo que dicta el **REGLAMENTO DE CEREMONIAL PÚBLICO**, el cual es emitido por la Cancillería Ecuatoriana para normar los actos que se desarrolle en el país. Le invito a revisar este reglamento en el anexo 1

¿Qué le pareció la lectura de este documento? Ahora ya puede identificar claramente la precedencia de las autoridades en Ecuador.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Glosario

Referencias bibliográficas

Anexos



Otro tema fundamental que debemos conocer es lo relativo al uso de los símbolos patrios, empezamos con la heráldica y la vexilología, conozcamos más sobre ellos:

2.6. Heráldica

De acuerdo a lo que se encuentra en el apartado 2.6. del texto básico que habla sobre la Heráldica, la RAE la define como el arte del Blasón, que se refiere a la forma de explicar y describir los escudos de armas de cada linaje, ciudad o persona. El elemento principal es el escudo, que es la pieza que adapta diferentes formas dependiendo del país.

El texto básico nos remite al caso de España, para objeto de estudio solo lo tomaremos como referente; pero usted debe conocer lo que se dicta en nuestro país, en el caso de Ecuador, según lo que se observa en la página de la [Asamblea Nacional](#), el Escudo de Armas del [Ecuador](#) fue adoptado oficialmente por el Congreso el 31 de octubre de [1900](#), logrando su implementación en la presidencia del [General Eloy Alfaro Delgado](#), el [7 de noviembre](#) del mismo año. Días después, el [5 de diciembre](#), el decreto se publicó en el Registro Oficial.

2.7. Vexilología

La definición de vexilología de acuerdo al portal de Ecu Red nos dice que es: “el estudio de las banderas en su más amplio sentido. Es una disciplina auxiliar de la historia, aunque hoy día se entiende también su relevancia como parte de la semiótica” (EcuRed, 2017).

Según lo que describe el Diccionario de la lengua española (DRAE, 2014) es la “Disciplina que estudia las banderas, pendones y estandartes”. Esta rama del Protocolo no solamente trata sobre el estudio de las banderas, sino también se refiere al conocimiento de su correcta ubicación. Se considera que es una ciencia nueva e independiente con una metodología propia, indispensable en el mundo del Protocolo (Sánchez, 2011).

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Figura 4. Precedencia en banderas.

Tomado de: Protocolo y Etiqueta Buenas Maneras Saber estar (2016).

Respecto de la ordenación de las banderas revise lo que señala el apartado 2.11. del texto básico referente a la colocación de banderas, aquí podrá encontrar lo relativo al uso de banderas de países, banderas locales, municipales, universitarias entre otras; tome en cuenta que cada país tiene establecido su propio protocolo que lo regula.

Así mismo se puede mencionar que la Constitución Política de la República del Ecuador, en su artículo primero expresa que: "La Bandera, el Escudo y el Himno Nacional, son símbolos de la Patria". El Decreto Legislativo No. 1, del 7 de noviembre de 1900 publicado en el registro oficial, designa el Escudo de Armas de la República y el Pabellón Nacional. En el registro oficial No. 68 del 23 de noviembre de 1948, se declara que el Himno compuesto por Don Juan León Mera y cuya música es puesta por Antonio Neumane en el año de 1865, es el Himno Nacional del Ecuador.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



En Ecuador la Secretaría Nacional de Comunicación en noviembre de 2009 expide las normas que describen los usos y las [proporciones](#) de la bandera nacional, el escudo, y otros símbolos nacionales. En los siguientes enlaces, ustedes pueden revisar [información](#) que nos indica el uso de los [símbolos patrios](#) en el Ecuador:

¿Le pareció de utilidad estos recursos? Tome en cuenta la aplicación de todo lo que aquí se señala.

2.8. Tratamiento

Tal como lo describe Alicia Iruretagoyena, en su manual de ceremonial y protocolo:

Es la forma correcta de dirigirse a las personas de acuerdo con la jerarquía que representan, con el cargo que invisten o con el título que ostentan. En cada uno de los ámbitos donde se desarrollan las relaciones humanas están establecidos los tratamientos que deben utilizarse. (Iruretagoyena, 2013, pág.37)

En la práctica del protocolo es imprescindible conocer el tratamiento que, por categoría, cargo, condecoración u otro tipo de reconocimiento corresponden a determinadas autoridades o personalidades. Por lo general se antepone al nombre y se utiliza tanto en actos protocolarios como en actos sociales, la utilización correcta de estos títulos de cortesía facilitará entablar relaciones interpersonales.

Revise lo que dice el texto básico sobre este tema en el apartado 2.12.

Tratamiento, aquí se hace un análisis de las diversas formas de tratar que puedan darse por distintas razones.

Existen también otros tipos de vocativos que utilizamos en la vida cotidiana y que son de obligado conocimiento, tome en cuenta que es muy importante el título de cortesía que se utiliza con otra persona, de manera informal utilizamos el “tú” y formalmente “usted” en singular, y el “ustedes” en plural, por lo general cada

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



vez que somos presentados o nos presentan a alguien debemos utilizar el usted (Centro de Estudios Adams, 2009).

Actualmente el tratamiento de cortesía más utilizado es el de “Señor o Señora”, el mismo que tiene unas ciertas connotaciones de honestidad y honorabilidad, de educación y de saber estar, aunque hoy en día se utiliza de forma generalizada en el ámbito laboral, social, familiar, etc., reconociendo un cierto respeto y autoridad a la persona a la que se aplica.



Trata a los demás, como te gustaría que te traten a ti.

Actividad recomendada:



- ◆ Revise los recursos educativos abiertos que están en el EVA sobre tratamiento y formas de cortesía, además visita el siguiente [link](#) y realiza un ejercicio de ubicación para tu ciudad y provincia, los mismos que complementarán sus conocimientos en los temas propuestos.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Autoevaluación 2



Señor estudiante revise y conteste las interrogantes planteadas en las autoevaluaciones, sus resultados constituyen un reflejo del auto aprendizaje de la asignatura.

Encierre en un círculo la alternativa correcta.

1. La precedencia significa:

- a. La ubicación de las banderas.
- b. Antelación en el orden y el lugar.
- c. La persona que ubica a los comensales.

2. La precedencia debe ser:

- a. Previa a cualquier otra cuestión del protocolo.
- b. Paralela a las cuestiones protocolares.
- c. Al finalizar los actos oficiales.

3. Los antecedentes de reconocimiento de las precedencias comenzaron en:

- a. El siglo XIX en la escuela internacional de Protocolo.
- b. En la Embajada de Obediencia.
- c. En la Embajada de Ecuador.

4. Los problemas que se presentan para establecer el orden de precedencia, son las personas:

- a. De diferentes nacionalidades.
- b. Que tengan diferentes religiones.
- c. Con precedencias establecidas oficialmente.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



5. La persona imprescindible en un acto es el:

- a. Anfitrión.
- b. Invitado.
- c. Jefe de Estado.

[Índice](#)

6. El lugar de honor, deberá ser ocupado por:

- a. La autoridad presente.
- b. La persona de menor edad.
- c. El anfitrión.

[Preliminares](#)

7. Las presidencias pueden ser:

- a. Unipersonales o compartidas.
- b. Pares o impares.
- c. En línea recta.

[Primer bimestre](#)

8. La heráldica tiene relación con:

- a. La disciplina que estudia los pendones.
- b. El arte de explicar y describir los escudos de armas.
- c. La ciencia que estudia las banderas.

[Segundo bimestre](#)

9. El término “vexillum”, tiene que ver con:

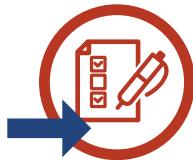
- a. Protocolo
- b. Heráldica
- c. Vexilología

[Solucionario](#)

10. El tratamiento corresponde a la:

- a. Forma de comunicación con las personas.
- b. Forma de dirigirse a las autoridades.
- c. Acción o efecto de tratarse.

Para que pueda revisar si sus respuestas fueron o no acertadas, lo animo a revisar el solucionario que está al final de la guía didáctica.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



UNIDAD 3. PROTOCOLO SOCIAL: NORMAS DE URBANIDAD.

Protocolo

Todo lo que necesita saber sobre las normas de etiqueta y protocolo



Figura 5. El protocolo

Tomado de: Euroresidentes (2017).

¿Cómo se siente hasta ahora? seguimos avanzando en nuestro aprendizaje, se ha visto ya en las dos primeras unidades lo relativo a conceptos de protocolo, precedencia, simbología y tratamiento; estos conceptos le ayudarán en la comprensión de lo que veremos en la tercera unidad sobre el protocolo social, las normas de urbanidad y la etiqueta, comencemos con lo propuesto.

3.1. Introducción

En esta unidad se hará énfasis en el tipo de protocolo social, el cual engloba componentes relativos a la etiqueta, urbanidad y cortesía; consideraremos que básicamente el protocolo social nos ayuda a regular el comportamiento y las relaciones humanas para mejorar la calidad y la eficacia de nuestras acciones personales y en comunidad (Centro de Estudios Adams, 2009).

3.2. La etiqueta

Una parte fundamental del protocolo social es sin duda la etiqueta, algunos autores coinciden en que esta se refiere a la forma de tratarse de las personas particulares en actos de la vida privada a diferencia de los usos de confianza o familiaridad, sus reglas nos indican lo que podemos hacer o decir y lo que no, y

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Glosario

Referencias bibliográficas

Anexos



cómo debemos comportarnos en cualquier circunstancia, tiene mucha relación con las normas de urbanidad o buenos modales.

Se puede destacar en la etiqueta dos tipos: la civil y la militar; la última tiene un tratamiento especial que no se verá en esta unidad, nos enfocaremos principalmente en la etiqueta civil que entre otras cosas nos recomienda la vestimenta, los modales en la mesa y en general las normas para el recto comportamiento social.

Además, esta etiqueta se basa también en la costumbre, lo que para unas personas o partes del mundo es considerado como normal en otras no lo es, como por ejemplo comer con la mano, entre otros ejemplos más que podemos ir descubriendo con la lectura del texto básico y la bibliografía complementaria.

Otro de los temas importantes que nos trae este apartado y que nos atrae a todos es el de la etiqueta en el vestir, les animo a que revisen en el texto básico el apartado 3.3. sobre la etiqueta, en donde encontrará la forma de vestir tanto masculina como femenina.

Tomen en cuenta que los trajes de etiqueta son el vestuario adecuado para actos sociales y ceremonias formales de alto nivel, cuya utilización queda establecida por las normas de protocolo detallado en la tarjeta de invitación, a continuación, revisemos lo más destacado de este tema:

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

3.2.1. Etiqueta masculina

[Índice](#)

De acuerdo a lo que puede revisar en el texto básico las normas de etiqueta en el vestir de los hombres están más definidas que para las damas.

[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

Figura 6. Etiqueta masculina.

Tomado de: Carmen Merino Creaciones (2015)

La recomendación personal que les ayudará a utilizar una mejor indumentaria es que siempre se debe tomar en cuenta la estatura, los colores apropiados, los tipos de camisa y corbata, y no olvidar la combinación de los calcetines con todo el atuendo. En el texto básico en el apartado referente a la etiqueta masculina en el cuadro 3.1. encontrará una explicación sobre las prendas que componen la etiqueta civil masculina.

3.2.2. Etiqueta femenina

Así mismo en el texto básico puede ver como la vestimenta femenina tiene su propia etiqueta, la cual no es tan rígida como en el caso de los caballeros y que más bien otorga cierta libertad para su uso, eso sí tomando en cuenta el buen gusto; siempre es importante los materiales, las texturas, los colores y las formas elegidas, se debe tomar en cuenta también los accesorios, complementos, maquillaje, peinado, etc., todo esto dependerá de cada ocasión.



Figura 7. Etiqueta femenina.

Tomado de: El Intransigente (2014)

Para actos sociales y ceremonias formales se aconsejan vestidos clásicos de telas y texturas exclusivas, con brocados, pedrerías y corte largo hasta los pies, el color más recomendado es el negro. Para otros tipos de ceremonias en cambio, se podrá utilizar tejidos menos lujosos y jugar con la combinación de colores, eso sí prevaleciendo la sobriedad y el buen gusto.

Lo invito a que revise el apartado 3.3.2. sobre la “etiqueta femenina” en el texto básico, en donde encontrará lo referente a los tipos de traje que en esta categoría se destacan.

Para que tengan una mejor relación en el uso de los trajes de etiqueta masculino y femenino, les sugiero que revisen la siguiente tabla:

Tabla 3. Etiqueta en el vestir.

Etiqueta requerida	Hombre	Mujer
Traje oscuro o sin etiqueta exigida.	Traje de chaqueta / Terno.	Vestido de cóctel o corto.
Chaqué.	Chaqué.	Vestido corto.
Estricta etiqueta o Frac.	Frac.	Vestido largo.
Uniforme militar o profesional.	Uniforme de gala.	Uniforme de gala acorde a la profesión.

Adaptado de: Dorado y García (2010)

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



La etiqueta femenina acompaña a la etiqueta masculina y por lo general se enuncia en las invitaciones, respetar estas formalidades ayudará a garantizar el éxito de su imagen en los próximos eventos en los que vaya a participar.

3.2.3. Etiqueta en la mesa

Como usted ha visto hasta ahora se ha revisado únicamente lo que tiene que ver con la etiqueta en el vestir, pero existen otros tipos de normas fundamentales que se deben conocer, sobre todo en lo referente a las normas de etiqueta o buenos modales en la mesa, este es un tema muy importante que complementa nuestro comportamiento.

El conocimiento de las normas de etiqueta en la mesa va desde los utensilios que debemos utilizar, el tipo y color de mantelería, la cantidad de invitados que vamos a tener, qué tipo de vajilla y cristalería debo emplear, el tipo de alimentos y bebidas que voy a servir, entre otros. Sumado a ello, existen normas de obligado cumplimiento a la hora de la comida, entre las cuales les voy a mencionar las más importantes:

- El lugar de honor será para la persona de mayor rango o edad, asimismo, es permitido para la persona que se quiere halagar o distinguir, ejemplo: un hijo en su graduación, un aniversario de bodas, etc.
- Siempre que sea posible, alterne hombres y mujeres teniendo en cuenta que existe la regla protocolaria que los matrimonios se separan, pero no así la pareja de novios.
- Se procura no tener juntos a compañeros de trabajo para evitar que la conversación recaiga en temas que solo ellos entienden.
- Cuando se anuncia que la comida está servida, el anfitrión ofrecerá el brazo a la señora de mayor edad y la situará a su derecha en la mesa.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Si dentro de la lista de invitados hay un extranjero, es recomendable colocarlo con personas que hablen su mismo idioma.

Otro tema importante en la etiqueta en la mesa es el lenguaje de los cubiertos, para algunos de ustedes se hará más fácil el uso de los mismos.

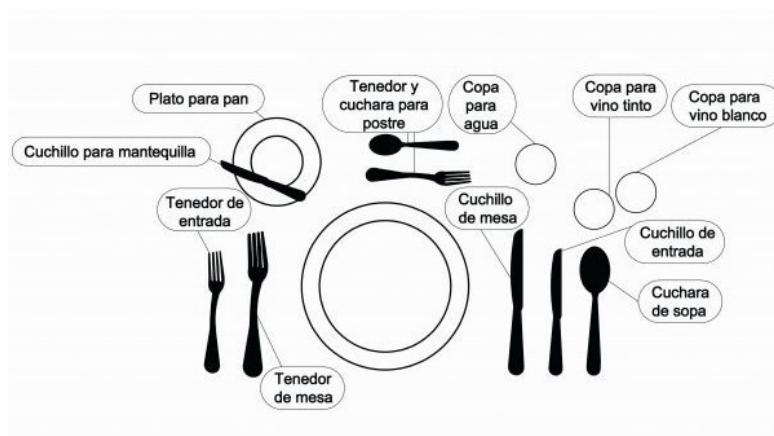


Figura 8. Posición de los cubiertos en la mesa.

Tomado de: Cultura Inquieta (2015)

Como regla general, recordemos que si en la mesa se sirviera un alimento que nos es desconocido, o si descubrimos entre los cubiertos alguno cuyo uso no nos es familiar, no debemos dejarnos ganar por el pánico. Sólo observemos con disimulo a la dueña de casa o a alguno de los demás invitados y aguardemos a que comiencen a comer para imitarlos. Además, tenga en cuenta que los cubiertos se empiezan a usar, tomando el primero de afuera para adentro.

Cabe recordar que los temas a tratar en una conversación en una buena mesa, deberán ser generales, evitando causar polémica con situaciones referentes a religión, política, deportes o género.

Estoy segura que a más de uno de ustedes les encantará poner en práctica lo aprendido en esta unidad en su próximo compromiso social. ¡Suerte!

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Glosario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

[Anexos](#)

**Recuerde:**

La mesa es uno de los lugares donde más clara y prontamente se revela el grado de educación y cultura de una persona (Carreño, 1920).

Actividad recomendada:

Repase la información relacionada con la [etiqueta en la mesa](#) y el [lenguaje de los cubiertos](#), y póngala en práctica en su próximo compromiso social, será de mucha utilidad para usted.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Autoevaluación 3



Señor estudiante revise y conteste las interrogantes planteadas en las autoevaluaciones, sus resultados constituyen un reflejo del auto aprendizaje de la asignatura.

Señale la respuesta correcta:

1. El acto público es aquel que:
 - a. Está organizado por las instituciones del Estado.
 - b. Está destinado al público en general.
 - c. Es organizado por asociaciones especializadas.

2. Los actos organizados en el marco de una confesión religiosa, son los:
 - a. Civiles.
 - b. Deportivos.
 - c. Religiosos.

3. Para establecer el tipo de etiqueta que se debe utilizar en un acto social, se debe considerar el:
 - a. Tipo de asistentes al acto.
 - b. Tipo de acto, duración, época del año, entre otros.
 - c. Horario establecido.

4. El smoking es una prenda:
 - a. De media etiqueta para utilizar a partir de la caída del sol.
 - b. Reservada únicamente para la noche.
 - c. Para utilizar con luz diurna.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



5. El corte del pantalón del chaqué, debe ser:
- De corte clásico con tira lateral de raso.
 - De corte clásico y color gris.
 - Con tira de raso y color negro.
6. La etiqueta femenina responde a:
- Modelos estandarizados tal como ocurre en la etiqueta civil masculina.
 - Ninguna etiqueta.
 - Su propia vestimenta formal y ceremonial.
7. El vestido de mayor etiqueta de señora, con o sin mangas, es el:
- Vestido de cóctel.
 - Traje largo.
 - Vestido corto.
8. El traje compuesto por dos piezas del mismo tejido, con falda o pantalón es el:
- Traje chaqueta.
 - Uniforme.
 - Traje informal.
9. Uno de los protocolos más vistosos y de mayor solemnidad es el:
- Diplomático.
 - Religioso.
 - Universitario.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



10. En actos a nivel interno quién marca las reglas y códigos apropiados para cada evento es:

- a. El reglamento nacional.
- b. La empresa.
- c. La presidencia.

¿Cómo le fue con la autoevaluación? Espero que bien, sino es así, puede revisar el solucionario y corroborar sus respuestas.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



UNIDAD 4. TÉCNICAS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS: MONTAJE Y SERVICIO

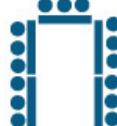
AUDITORIO



ESCUELA



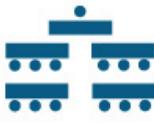
MESA TIPO "U"



MESA REDONDA



MESA RUSA



MESA IMPREAL

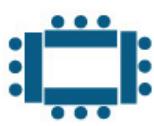


Figura 9. Tipos de montaje

Tomado de: Precklereventos (2015)

Ha avanzado en sus conocimientos ¿Cómo se siente? ¿Le parece interesante lo que está aprendiendo? Espero que ya tenga una idea más clara de lo que dicta el protocolo y la etiqueta para la organización de eventos.

A fin de complementar lo que hemos tratado hasta ahora, en esta unidad se verá lo correspondiente a los capítulos 4 Montaje y servicio y 6 Organización de un acto que se encuentran en el texto básico, para que usted conozca las técnicas que puede aplicar en la organización de eventos, se ha dividido en dos fases: la primera tiene que ver con las técnicas sobre montaje y servicio, y la segunda trata de las técnicas para la organización de un acto.

En la presente unidad aprenderá todo lo referente a la organización de eventos, comencemos con nuestro estudio.

4.1. Introducción

La organización de eventos es un proceso que se desarrolla en distintas fases, perfectamente previsibles y controlables (Muñoz, 2016). Algunos autores la consideran como una especial estrategia de marketing que en la actualidad la están utilizando muchas empresas.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Hay que considerar que la organización de un acto no tiene un orden “estricto” previamente establecido, dependerá de muchas variables tales como: tipo de evento, lugar, cantidad de personas, estación del año, entre otras, que se deben considerar a la hora de la planificación de eventos.

Lo que si podemos destacar son las actividades secuenciales importantes que deben tomarse en cuenta en todo evento, y que tiene cuatro fases principales: ideación o planeación, preparación, desarrollo y finalmente la evaluación.

A fin de comprender mejor este tema, señalaré que, de acuerdo al tipo o contenido, los eventos se pueden clasificar entre otros en: actos de estado u oficiales, académicos, institucionales, comerciales, culturales, religiosos, deportivos y sociales, entre otros.

Ahora si podemos entrar al mundo de los eventos, revisemos los temas a continuación:

4.2. Montaje y sus tipos

Respecto del montaje se lo puede conceptualizar como la base estructural para el desarrollo de los eventos, en esta etapa se realiza la disposición del equipo y los recursos técnicos y humanos que se utilizarán en el lugar donde se realizará el evento. Consiste en el armado de todo lo que empleará en el desarrollo de un acto, tal como señala el autor en el texto básico, aprenderá a armar la “*Mise en place*” previa al evento, lo cual permitirá que se vayan ejecutando debidamente todos los detalles que exige la planificación que previamente se ha convenido.

Hay muchas formas en las que se puede realizar un montaje, todo dependerá de la formalidad o tipo de evento, para ello se debe hacer un análisis de algunos factores clave como por ejemplo la forma del local, dimensiones, aforo, etc., así como del número de comensales y del tipo de servicio que se vaya a realizar. Le sugiero que revise el texto básico en el tema 4.2. sobre los tipos de montaje, en donde usted podrá identificar las diversas formas existentes para hacer un

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



montaje para eventos, tome en cuenta que siempre se debe aplicar las normas de protocolo y considerar las propuestas y necesidades del organizador del evento.

Entre los tipos de montaje más destacados que menciona el texto básico encontramos algunos que a continuación se detallan:

Tabla 4. Montaje para eventos

Tipos de montajes para eventos	
Teatro	Escuela
Cabaret	Mesa en U
Mesa en Herradura	Rectangular
Imperial	Peine
Mesas múltiples	Banquete
Cóctel	Coffee break

Adaptado de: Dorado y García (2010).

Se recomienda utilizar estos tipos de montaje dependiendo de las necesidades del evento que se vaya a realizar.

4.2.1. Colocación de comensales

Referente a la colocación de comensales se debe conocer que este es un tema de suma importancia a la hora de la atención de un evento, en más de una ocasión usted en calidad de asistente a un evento no ha sabido cuál es el lugar en la mesa que le corresponde utilizar, lo que ha generado cierto malestar e incomodidad, por ello es importante que conozca las normas para la ubicación de los comensales.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Figura 10. Ubicación de comensales

Fuente: Protocolo y Etiqueta Buenas Maneras Saber estar (2018).

En la figura se puede observar el montaje de una mesa con precedencia de tipo francés, en decir con las cabeceras en el centro de la mesa tal como lo señalan los números 0 y 1, y de ahí se ubica alternadamente en orden de derecha a izquierda a las personas de acuerdo a su rango de importancia.

Todo esto se puede ampliar revisando el texto básico en el apartado 4.2.1. referente a la colocación de comensales en donde encontrará varias soluciones para la asignación de puestos, así se destacan:

- El mesero y la tarjeta son sistemas apropiado para pocas mesas y pocos asistentes.
- Tarjeta de identificación y paneles son sistemas apropiados para eventos con gran cantidad de participantes.

Hay que tomar en cuenta que lo apropiado para las personas de mayor rango y que van a la mesa presidencial es acompañarles personalmente, o hacerles llegar su ubicación directamente en la tarjeta de invitación.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



4.2.2. Menú

Un evento puede ser un rotundo éxito o un profundo fracaso de acuerdo a la comida que en él se sirva; se puede definir entonces que el menú es una parte muy importante en la organización de eventos. Tome en cuenta lo que dice el DRAE, sobre el menú, que es el conjunto de platos que constituyen una comida, en tanto que el texto básico lo define como la relación de platos y bebidas que se servirán en una comida.

En eventos es fundamental que se conozca el menú y que se haga una correcta planeación del mismo, tomando en cuenta las combinaciones nutritivas adecuadas, los grupos vulnerables y las nuevas tendencias que se imponen en la alimentación.

En relación a lo dicho diríjase a su texto básico y revise el tema sobre el menú en el apartado 4.2.2., para poder aprender cómo se debe hacer la presentación correcta.

4.2.3. Montaje de mesas de banquetes

El montaje de las mesas corresponde a la disposición correcta de todos los utensilios que vayan a ser utilizados por parte del comensal, revise lo que dice el texto básico sobre este tema.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



A continuación, revise la imagen que muestra un montaje formal básico:

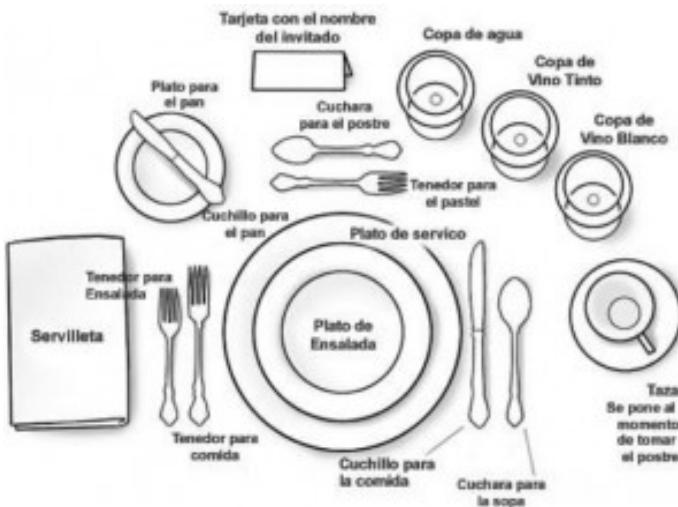


Figura 11. Montaje básico para mesa.

Tomado de: Moar, L., (2013)

4.3. Tipos de servicio

Para revisar este interesante tema, pueden dirigirse al capítulo 4 del texto básico sobre montaje y servicio, en donde se verán los tipos de servicio de comida y bebida que se pueden ofertar en un evento, y que van directamente relacionados con el lugar, la hora y la duración del mismo.

Los tipos y los sistemas de servicio son conocidos mundialmente y usted dentro de su formación personal y profesional está obligado a dominar los mismos, obviamente también se debe notar que en la actualidad existen tipos de servicio personalizados que se crean de acuerdo al tipo de lugar y tipo de cliente que se pretende atender.

Le invito a revisar los apartados 4.4. sobre tipos de servicio y 4.5. sobre sistemas del servicio que están en el texto básico, contraste la información y realice su propia clasificación de acuerdo a lo que más se utiliza en el entorno en el cual usted se desenvuelve.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Entre los tipos de servicio destacamos los siguiente:

4.3.1. Brunch

Es una combinación entre desayuno (breakfast) y almuerzo (lunch), que se sirve por regla general en un periodo de tiempo que va desde las 11 a las 16 horas.

Consiste en un buffet expuesto como auto-servicio. Por lo general las bebidas que se ofrecen no contienen alcohol.

4.3.2. Coffee break

Comida ligera de media mañana o de media tarde a modo de tentempié, debe llevar comestibles básicos, café y pan, a partir de estos se derivan coffee break con jugos, leche, frutas, pastelerías, refrescos, variedad de sándwich, galletas, bizcochos, etc.



Figura 12. Coffee break.

Tomado de: Ciento Uno (2017)

4.3.3. Almuerzo

Es la comida principal del día, la más consistente, los menús que se ofrecen deben ser sanos, ligeros y se sirven entre las 13h00 y las 15h00 horas.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

4.3.4. Lunch

Es poco utilizado en la actualidad, su característica principal es que los comensales permanecen de pie y los alimentos ofertados son pequeños bocados fáciles de comer, en la actualidad y en nuestro medio se lo conoce como servicio de cóctel o servicio de bocaditos.

4.3.5. Buffet

Es una variedad de comida en donde se le da a escoger al comensal en forma de auto servicio varios manjares, presentados vistosamente, para su selección y gusto, cada uno escogerá su porción ideal.



Figura 13. Buffete

Tomado de: Buena salud (2017)

Estos servicios son los más utilizados en la actualidad, para que conozca las diferencias entre tipos de servicio y sistemas de servicio, le invito a que revise el siguiente apartado.

4.4. Sistemas de servicio

Existen varias formas de servicio que se pueden utilizar en restauración, entre los más utilizados podemos mencionar: servicio a la francesa, servicio a la inglesa, servicio con gueridón o a la rusa y servicio de emplatado directo o americano; en

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

la actualidad el sistema más utilizado es el americano por la facilidad y rapidez para realizarlo, para que amplíe esta información le sugiero que revise el tema relacionado en el texto básico.



Figura 14. Formas básicas de servicio.

Tomado de: Tipos de servicio de comedor y normas generales del servicio (2015)

Se debe aplicar el tipo de servicio dependiendo de la forma de preparar, presentar y servir los alimentos, tome en cuenta que el servicio es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza. El servicio es “un valor agregado para el cliente”, y en ese campo el cliente es cada vez más exigente.



Brindar un buen servicio no alcanza, si el cliente no lo percibe.

4.5. Fases de la organización de un acto

La organización de un acto o evento, nos indica que hay muchas piezas que forman parte esencial de los eventos, el éxito de esta organización es poder encajar todas esas piezas y alcanzar el objetivo propuesto.

Para la efectiva organización de un acto se debe contar con un *OPC (Organizador Profesional de Congresos)* u *OPE/OPR (Organizador Profesional de Eventos o Reuniones)* que es el organizador profesional de congresos/eventos; o a su vez de una empresa especializada que cumpla todos los requerimientos que desde el punto de vista del organizador se necesite. Hay que tener en cuenta el proceso de diseño, planificación y ejecución o producción de un certamen o acto.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Para que conozca a profundidad lo que he resumido en este apartado, puede revisar el apartado 6.2 del texto básico, denominado fases de la organización de un acto, lo invito a leer:

4.5.1. Ideación

Es en donde se concibe el evento y se analiza el objetivo que se pretende alcanzar a través del mismo. Además, se fija la fecha, horario y cronograma del acto. Así mismo se debe hacer la descripción del acto, es decir detallar todos y cada uno de los componentes que han de llevarse a cabo. También se debe definir el número de participantes y los detalles de protocolo y seguridad.

4.5.2. Preparación

Es la parte fundamental en la organización de eventos, en donde se hace el diseño del programa detallado. Se determinan cuáles serán las actividades atendidas por la empresa, y cuáles se atenderán a través de terceros, es decir proveedores; se determinan los desplazamientos que habrá dentro del evento, los espacios que se utilizarán en el desarrollo del mismo, los medios materiales, quién o qué empresa atenderá el servicio de alimentos y bebidas, así mismo se determinará los recursos humanos que se emplearán en la atención del evento, entre otros.

4.5.3. Desarrollo

Es el momento mismo de la ejecución o como lo denominamos en organización de eventos es el “Momento de la verdad”, puesto que es la etapa en donde se desarrolla el evento aplicando todo lo que previamente se ha definido.

4.5.4. Evaluación

La evaluación es un tema fundamental, que, si bien no se lo toma en cuenta en el texto básico, yo les he incluido para su conocimiento, se trata de hacer una valoración del evento que nos ayudará como retroalimentación para saber si se

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



alcanzaron o no los objetivos planteados, y valorar si hubo éxito o fracaso, con miras a mejorar la calidad de atención en los eventos.

4.6. Proveedores

Son aquellas empresas que colaboran con el desarrollo de eventos, ya sea proveyendo de insumos materiales u operativos. Resulta muy importante tener contactos establecidos con varios proveedores los cuales nos ayudarán en la fase de operación del evento.

4.7. Programa de un evento

La elaboración del programa es otro punto destacable en los eventos, ya que es a través de este documento, que se transmitirá todas las actividades previstas para el mismo.

De acuerdo a lo que nos cita el texto básico se debe identificar claramente dos partes: encabezamiento y cuerpo; este tema con algunos ejemplos los puede revisar en el apartado 6.4. Programa de un evento, que se encuentra en el texto básico.

4.8. Las empresas hoteleras como organizadoras de eventos.

Seguramente le pareció interesante el tema de organización de eventos, tome en cuenta que es una actividad muy dinámica además de efectiva tanto para las empresas como para las personas que se dedican a este campo.

Por ello podemos darnos cuenta que se han interesado en participar de la organización de eventos las empresas de servicios hoteleros, las cuales presentan propuestas cada vez más completas para involucrarse en la atención de los mismos, el texto básico nos amplia este tema en el apartado 6.6. Las empresas hoteleras como organizadoras de eventos.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Para finalizar esta unidad se puede concluir que la gestión de un evento conlleva una compleja y fascinante sinergia en la que entran en juego cada vez más disciplinas. Exige una formación multidisciplinar, que implica un amplio abanico de herramientas, conocimientos y capacidades.

Actividad recomendada:



Con todo lo que ha revisado en esta unidad, lo invito a diseñar un evento considerando los siguientes elementos:

- Realice un cuadro sinóptico sobre las fases de la organización de eventos, y destaque lo más importante.
- Señale las diferencias entre los tipos y sistemas de servicio.
- Realice un programa básico para un evento social familiar.

Señor estudiante revise y conteste las interrogantes planteadas en las autoevaluaciones, sus resultados constituyen un reflejo del auto aprendizaje de la asignatura.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Autoevaluación 4



Encierre en un círculo la alternativa correcta.

1. El montaje de un salón corresponde a la:
 - a. La reserva del espacio.
 - b. La distribución de mesas, tableros y sillas.
 - c. La elaboración de la planimetría.

2. Los tipos de montaje que se establezcan van de acuerdo con:
 - a. Tipo de acto y forma del salón.
 - b. Gusto del anfitrión.
 - c. Época del año.

3. En el tipo de montaje tipo teatro se destacan dos zonas:
 - a. Pasillos y el tipo de asistentes.
 - b. Tribuna y la presidencia.
 - c. La de presidencia y la de los asistentes.

4. En el montaje tipo cabaret se emplean:
 - a. Tableros rectangulares.
 - b. Mesas redondas.
 - c. Mesas cuadradas.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



5. En el sistema a la francesa, la presidencia estará en el:

- a. Cabecero del lado que mira a la entrada.
- b. Lado izquierdo del cabecero opuesto.
- c. Centro del lado largo principal.

[Índice](#)

6. En el tipo de servicio de cóctel se requiere un montaje:

- a. En forma de herradura.
- b. No requiere ningún montaje.
- c. Tipo espiga.

[Preliminares](#)

7. En la colocación de comensales, el mesero es:

- a. Un plano de mesa con las tarjetas con nombres de los asistentes.
- b. El plano del lugar del evento.
- c. Un conjunto de paneles con la información de los asistentes.

[Primer bimestre](#)

8. Los tipos de servicio que se pueden ofrecer van directamente relacionados con:

- a. Los gustos del cliente.
- b. La época del año.
- c. El lugar, la hora y la duración.

[Segundo bimestre](#)

9. ¿Cuáles son las formas de servicio básico?:

- a. A la americana y a la francesa.
- b. A la francesa, a la inglesa, a la rusa y a la americana.
- c. Servicio de emplatado directo y servicio con gueridón.

[Solucionario](#)



10. En el tipo de servicio a la inglesa:

- a. El camarero sirve de la fuente al plato, entrando por el lado izquierdo.
- b. El camarero sirve de la fuente al plato, entrando por el lado derecho.
- c. El mismo cliente se sirve.

Espero que le haya ido muy bien en su autoevaluación, sino es así, no se desanime revise el solucionario, y repase los temas que considere que aún faltan por aprender. ¡Adelante!



Hemos llegado a la parte final del primer bimestre, espero que todo lo que se ha visto hasta aquí le parezca atractivo y útil, lo invito a hacer un repaso general de todos los contenidos a fin de que esté preparado para la evaluación presencial.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



SEGUNDO BIMESTRE

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

Estimados estudiantes hemos avanzado un bimestre de nuestro estudio, ¿Cómo se sienten?... Ahora vamos a iniciar el estudio de los contenidos correspondientes al segundo bimestre, aquí se desarrollarán principalmente los temas que hacen referencia a las relaciones públicas y su relación con los clientes, así mismo se verán las modalidades de atención y los puntos clave para atender a los clientes, además del manejo correcto que se debe hacer de las quejas, sugerencias y reclamaciones. Espero que estos temas sean de su total interés. A continuación, empezamos:

UNIDAD 5. RELACIONES PÚBLICAS



Figura 15. Relaciones Públicas.

Tomado de: Portal de la Televisión cubana (2018)

Para comenzar el estudio de las relaciones públicas se puede decir que su objetivo concreto es crear una imagen favorable ante los públicos de una organización, a fin de establecer relaciones que se mantengan con el paso del tiempo.

De acuerdo al [blog de la profe Magda](#) menciona que las relaciones públicas pueden resumirse con ciertas palabras clave, que son: reputación, percepción, credibilidad, confianza, armonía y la búsqueda de la compresión mutua, basada en la verdad y una información total.



Los animo a revisar todos los contenidos de esta interesante unidad.

[Índice](#)

5.1. Introducción

Las relaciones públicas nacen por la necesidad de crear, mantener y mejorar la imagen de las empresas, instituciones o personas (Muñoz, 2016).

Son acciones que permiten relacionarse con los diferentes tipos de públicos y con la sociedad en general, utiliza principalmente los medios de comunicación para influir en la opinión pública.

De acuerdo a lo que menciona Muñoz (2016) las relaciones públicas son un instrumento al servicio de la alta dirección de la empresa, mediador entre la empresa y el público, y que valorará la necesidad de informar en momentos puntuales sobre situaciones concretas, en función de la imagen que se quiere transmitir al público. (pág. 145)

5.2. Concepto de relaciones públicas

Existen muchas y variadas definiciones de relaciones públicas, el texto básico nos indica en el apartado de concepto de relaciones públicas (5.2.), las varias conceptualizaciones que hacen diferentes autores. Les recomiendo que lean y analicen todas las definiciones y saquen su propia conclusión referente al tema.

Desde mi punto de vista las relaciones públicas son una estrategia que nos permite posicionar nuestra imagen (corporativa o personal) en el público, definiendo los canales de comunicación adecuados y que nos permite diferenciarnos de la competencia.

En las relaciones públicas intervienen tres elementos fundamentales y necesarios para su desarrollo: el profesional de las relaciones públicas, el mensaje y el público.

[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Con base en ello se analizarán cada uno de estos elementos, para comprender mejor el tema:

5.2.1. El profesional de relaciones públicas

Debe cumplir una serie de requisitos que tienen que ver con las aptitudes y las actitudes para realizar esta actividad, entre las cualidades personales debe ser creativo y original, dinámico y empático, debe tener una sólida formación básica e integral, y conocer de forma general múltiples disciplinas y humanidades, entre los principales conocimientos está el dominio de los instrumentos de las relaciones públicas, de las técnicas de comunicación y habilidades sociales. Debe cumplir funciones correspondientes a las tareas que realizará para el desempeño de su profesión, ser un profesional responsable capaz de proyectar la imagen de la empresa de cara al exterior (Muñoz, 2016).

5.2.2. El mensaje

Tal como lo señala Muñoz (2016) el mensaje debe adoptar muy diversos formatos, entre los cuales se puede destacar: asesoría, investigación, publicidad, comunicación de marketing, lobbismo, gestión de conflictos previsibles y eventos programados.

5.2.3. El público

Al revisar las diferentes definiciones que da el texto básico sobre origen, cronología y definiciones de las relaciones públicas, encontrará que se menciona en varias ocasiones al público el cual se define como toda persona física o jurídica que de manera directa, indirecta y transversal se relaciona con una organización Dorado y García (2010). Al respecto se puede diferenciar tres tipos de público:

- Interno
- Externo
- Mixto

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



La segmentación de nuestro público permitirá establecer estrategias adaptadas a sus necesidades y tomar acciones más efectivas para conseguir mejores resultados.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

5.3. Las relaciones públicas y otras disciplinas

Cabe destacar que las relaciones públicas son una disciplina que depende o actúa de la mano con otras ramas del conocimiento, a continuación, revise lo que nos dice el texto básico en el apartado 5.3 sobre su relación con el marketing y la publicidad, tome en cuenta que estas disciplinas que se mencionan aquí son las que más se relacionan con las actividades de las relaciones públicas.

- Marketing: De acuerdo a lo que señala Kotler citado por (Centro de Estudios Adams, 2009), es el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.

Esta disciplina emplea varias técnicas que permiten hacer un análisis del mercado y crear productos con base a las necesidades de los clientes. Principalmente busca conseguir un beneficio económico para la empresa.

- Publicidad: Intenta promover la veracidad de los mensajes que la empresa emite sobre ella o sobre sus productos o servicios para conseguir así un resultado comercial a corto plazo, con la publicidad se busca llegar al mayor número de personas con el menor coste posible (Centro de Estudios Adams, 2009).

Estas son, entre otras, las disciplinas que apoyan la labor de las relaciones públicas y que se deben trabajar de forma complementaria. Las diferencias que se pueden establecer entre estas tres disciplinas las pueden revisar en los cuadros correspondientes al apartado 5.3. (Relaciones públicas y otras disciplinas) del texto básico.

5.4. Recursos de las relaciones públicas

Recuerda ¿Cuál es el objetivo de las relaciones públicas?... Se trata de llegar a los públicos para modificar o persuadir sobre la imagen de una empresa obteniendo confianza y credibilidad del público; para ello se valdrá de varios recursos o herramientas para hacer llegar los mensajes pertinentes, a fin de profundizar en este tema, le sugiero que se dirija al apartado 5.4. que habla de este tema en el texto básico.

Los medios de comunicación juegan un papel muy importante como herramienta que ayudará en la difusión del mensaje que se desee transmitir, la elección de un medio tradicional o no tradicional dependerá del público al que se dirige el mensaje, entre los medios tradicionales más utilizados tenemos:

- Diarios y periódicos.
- Revistas
- Radio y televisión.
- Exhibiciones y muestras.
- Disertaciones
- Elencos informativos
- Sesiones de preguntas y respuestas
- Demostraciones

Entre otros medios usuales de las relaciones públicas tenemos a los medios orales y escritos entre ellos:

Orales:

- La entrevista personal
- La conversación telefónica
- Los géneros orales en público

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Escritos:

- Correspondencia personalizada
- Circular
- Folleto

También hay que tener en cuenta la incorporación de las nuevas tecnologías que ha hecho que los medios tradicionales se transformen o se adapten a ellas, ya que las emisiones se hacen a través de Internet y permiten una nueva forma de comunicación que se basa principalmente en el diálogo, entre las más destacadas tenemos a las redes sociales, revistas digitales, páginas web, blogs, entre otras.

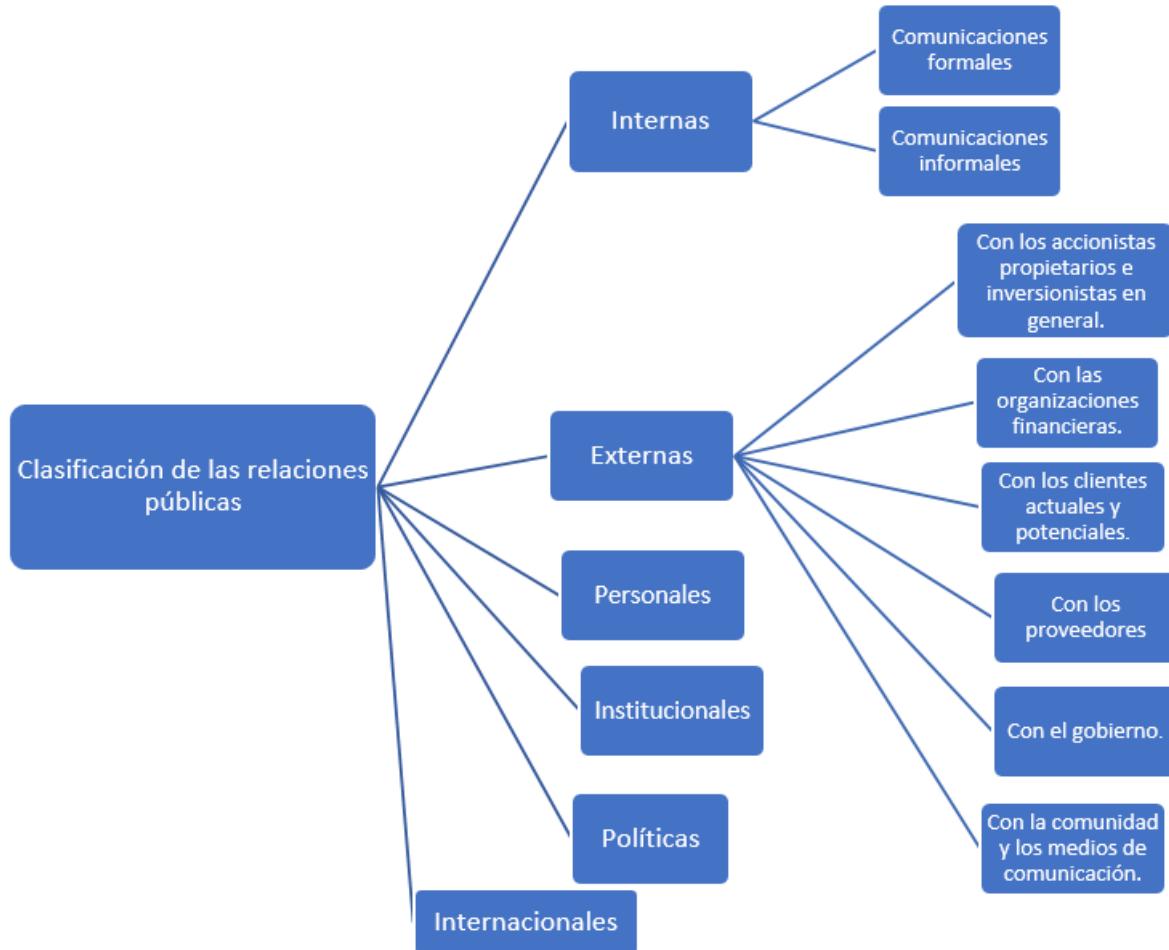
Todos estos medios señalados serán los canales de comunicación con el público objetivo.

5.5. Clasificación de las relaciones públicas

Las relaciones públicas se pueden clasificar de acuerdo a su campo de aplicación; según el público al que se dirigen pueden ser internas y externas, y según sus emisores pueden ser personales, institucionales, políticas e internacionales.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

Revise el esquema que se presenta a continuación:



- [Índice](#)
- [Preliminares](#)
- [Primer bimestre](#)
- [Segundo bimestre](#)
- [Solucionario](#)
- [Glosario](#)
- [Referencias bibliográficas](#)
- [Anexos](#)

Figura 16. Clasificación de las relaciones públicas.

Adaptado de: Dorado y García (2010).

5.5.1. Relaciones públicas internas

Son las que se establecen entre los directivos y los empleados de una organización, buscan una comunicación recíproca entre ambos, que tienda a lograr que el personal de la organización colabore satisfecho con ella.

5.5.2. Relaciones públicas externas

Se originan entre uno o varios miembros de la organización con personas que no pertenecen a ella. Esta comunicación puede efectuarse dentro o fuera de las instalaciones de la organización, y se las realiza con diferentes tipos de públicos.



5.5.3. Relaciones públicas personales

También los individuos son sujetos emisores de relaciones públicas, y por lo general los personajes no siempre son conscientes de lo que vale su imagen tanto física como moral, la una condiciona la otra. Se deben basar en las cualidades reales del personaje.

5.5.4. Relaciones públicas institucionales

Tienen por objeto establecer, mantener y fortalecer los vínculos con la comunidad en primera instancia y con las demás empresas públicas y privadas del sector.

5.5.5. Relaciones públicas políticas

Las relaciones públicas ofrecen también mucho trabajo en el campo de la política, ya que se trata de crear una imagen aceptable de los candidatos a los diversos puestos de responsabilidad, los cuales tienen que darse a conocer a los presuntos electores y convencerles de que su actuación será más beneficiosa para ellos que la de sus contrincantes.

5.5.6. Relaciones públicas internacionales

Tienen un origen muy remoto, pues estas empezaron a existir desde el momento en que reyes y emperadores comenzaron a enviar emisarios y representantes a tierras extranjeras. En la actualidad quienes hacen uso de las relaciones públicas internacionales son: el estado, ministerios, entidades internacionales, empresas multinacionales, iglesias, entre otras.

Una vez que se ha analizado con profundidad el tema de las relaciones públicas, puede pasar a estudiar lo referente a marcas corporativas.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

5.6. Marcas corporativas

Para comenzar el análisis de lo que significan las marcas corporativas, le pido que se sitúe en el texto básico apartado 5. 6. Concepto de marca, en donde se profundiza este tema; pero puedo comentarle que, mediante la marca, una empresa o cualquier tipo de organización puede ser diferenciada, identificada y reconocida por los públicos. Mediante la marca los consumidores y públicos en general obtienen varias ventajas entre ellas diferenciar productos, servicios o empresas; fidelizar los clientes, tener garantía, facilitar la decisión de compra y asegurar la calidad.

5.7. Concepto de marca

Entre las definiciones que encontramos de la marca, podemos decir que comunica más rápida y constantemente las características determinadas de un producto, y mientras el producto evoluciona, la marca no lo hace.

De acuerdo a Muñoz (2016):

La marca es una identificación exclusiva, protegida legalmente para utilizarla, y como tal ser reconocida. Supone la combinación de palabras, imágenes, símbolos, cifras, atributos tangibles e intangibles, utilidad, calidad, precio, etc., que conforman la imagen de la empresa, el producto o servicio. (pág. 168)

Al proceso mediante el cual se construye una marca se lo denomina branding.

5.7.1. Elementos de la marca

Tal como lo describe el texto básico, los elementos de la marca son: nombre, leyenda, símbolo, logotipo, color, tipografía entre otros; todo esto está explicado en el apartado del mismo nombre 5.7.del texto básico.

Los elementos de la marca ayudarán a la construcción de la identidad corporativa, ellos nos ayudarán a definir nuestra imagen.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Glosario

Referencias bibliográficas

Anexos



Para que amplíe su conocimiento sobre las diferencias entre lo que es la **marca corporativa** y la marca de un producto le recomiendo revisar la información destacada.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

5.8. Identidad corporativa frente a imagen corporativa

¿Le parece que estos términos son sinónimos?, en una lectura rápida parecería que sí, pero los conceptos le ayudarán a determinar que no lo es, revise lo que cita este apartado del texto básico a fin de clarificar el tema. Para su mejor compresión, le invito a revisar este resumen:

La identidad corporativa no es una dimensión o cualidad que la empresa posee, sino más bien el resultado de un esfuerzo que consiste en descubrir sus potencialidades mediante operaciones de auto evaluación y definición de la singularidad empresarial; está constituida por la filosofía de la empresa más el sistema de normas y valores por las acciones de todos.

La imagen en cambio es una manera para que una empresa sea identificada por un público empleando un impacto visual. La identidad visual creará un cuadro mental al público, lo que nos permitirá un mejor reconocimiento y posicionamiento.

Hay mucha información respecto a este tema que pueden revisar para una mayor comprensión, les recomiendo este blog de [imagen corporativa](#) y además revisen la bibliografía complementaria en donde encontrarán más información.

¿Quedó más clara la diferencia entre estos dos conceptos? Ambos nos ayudarán en la labor empresarial de las relaciones públicas. Espero que le haya servido los contenidos que se han revisado en esta unidad.



Una imagen corporativa bien construida y trabajada, aporta beneficios a la marca de cara al posible cliente.

**Actividad recomendada:**

- ◆ Lea el artículo sobre “La marca país, su origen y evolución caso: Ecuador” en el siguiente [link](#) y analice la importancia de la creación e identificación de una marca para nuestro país.

Luego de la lectura de este documento, identifique cuáles son los elementos que construirían la marca de su cantón y valore la importancia de ellos.

Así mismo realice un cuadro comparativo entre imagen e identidad corporativa a fin de que pueda diferenciar claramente los aspectos de cada una de ellas.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Autoevaluación 5



Señor estudiante revise y conteste las interrogantes planteadas en la autoevaluación, sus resultados constituyen un reflejo del auto aprendizaje de la asignatura.

Encierre en un círculo la alternativa correcta.

1. La razón de ser de las relaciones públicas es:

- a. Ser agradable, simpática y atractiva.
- b. Transmitir una imagen a los públicos.
- c. Aumentar la venta de productos.

2. Las relaciones públicas se pueden definir como:

- a. El arte y la ciencia de gestionar la comunicación con el público.
- b. La persona física o jurídica que se relaciona con una empresa.
- c. La disciplina que da a conocer productos y servicios.

3. El tipo de público externo es aquel que:

- a. Lo forman los clientes reales y cautivos.
- b. Forma parte de los familiares de los empleados.
- c. Es exógeno a la organización.

4. El marketing se encarga de:

- a. Persuadir a los clientes reales y potenciales.
- b. Identificar y satisfacer necesidades.
- c. Fomentar la venta de bienes y servicios.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



5. Mediante la marca se puede lograr:

- a. Liderazgo.
- b. Posicionamiento.
- c. Reconocimiento.

6. El nombre comercial es la:

- a. Denominación de origen.
- b. Denominación para que una persona física o jurídica sea identificada.
- c. Diferenciación de los servicios o productos de una persona o empresa.

7. El símbolo es el:

- a. Nombre de la empresa expresado en abreviaturas.
- b. Componente cromático que acompaña a todos los documentos.
- c. Medio de identificar a la empresa mediante un signo o trazo.

8. Las relaciones públicas institucionales son aquellas que:

- a. Se suceden entre estados o países.
- b. Son las encargadas de crear una imagen favorable de un candidato.
- c. Se relacionan con la comunidad y las empresas del sector.

9. La misión de las relaciones públicas es:

- a. Investigar.
- b. Conocer a los públicos.
- c. Comunicar.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

10. La identidad corporativa nos dice:

- a. Quiénes somos, de dónde venimos y a dónde vamos.
- b. Somos la imagen visual que identifica la empresa.
- c. Que somos el nombre comercial de la empresa.

¿Cómo le fue en su autoevaluación? Espero que bien, sino es así puede verificar sus respuestas en el solucionario, si tiene dudas o inquietudes no dude en consultar a su profesor tutor.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

UNIDAD 6. LA COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES



Figura 17. Comunicación con los clientes.

Tomado de: Timitackarg.com (2014)

La comunicación es la capacidad que tienen los seres vivos para relacionarse unos con otros, de ahí la importancia que tiene este apartado para consolidar su formación en relaciones públicas, lo invito a revisar.

6.1. Introducción

La comunicación se convierte en un aliado esencial en la función empresarial, puesto que permite dar y recibir información tanto en el ámbito interno como externo de las empresas, revise el apartado 7.1. del texto básico referente a la comunicación como proceso, en donde se hace un análisis de la comunicación hacia el interior y hacia el exterior de la empresa, tome en cuenta además que la comunicación debe fluir en todas direcciones a fin de que nos permita establecer contacto con el cliente para convencerlo y que nos escucha como empresa.

6.2. Variables para prestar una atención de calidad al cliente.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

6.2.1. El producto

Es el recurso básico o la materia prima dentro del proceso de atención al cliente, sin él no podríamos hablar de actividad empresarial. En el producto conviven componentes tanto tangibles como intangibles.

6.2.2. El personal

Es un elemento decisivo porque ayuda a transformar el producto en servicio. La decisión estratégica de apostar por los equipos humanos obliga a la empresa a desarrollar planteamientos de futuro y a aplicar políticas de compensación y equidad en relación a la cualificación y responsabilidad del factor humano; y a los trabajadores al compromiso y lealtad con los objetivos de la empresa (Dorado y García, 2010).

Existen aspectos que determinan la evaluación por parte de los clientes y la excelencia en la atención al público, estos son:

- Disponer de equipos humanos autónomos.
- Disponer de equipos humanos entrenados.
- Disponer de equipos humanos cumplidores de criterios, indicadores y estándares de calidad.



6.2.3. El cliente

[Índice](#)

De acuerdo a lo que menciona el autor del texto básico es el tercer eslabón en el proceso de atención al público; es aquel que percibe en toda su magnitud la buena o mala calidad en la atención contratada y por tanto es él quien valora y evalúa esa presentación.

[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

6.3. Comunicación verbal y no verbal

Tome en cuenta que en la comunicación con el cliente empleamos varias formas y maneras, una principal, que sería la comunicación verbal, y una fundamental, que generalmente no observamos a conciencia y que es la comunicación no verbal.

Toda comunicación es
2 conversaciones



www.elartedepresentar.com

Figura 18. Comunicación verbal y no verbal.

Tomado de: El Arte de presentar (2018)

En la atención al público juegan un papel fundamental los tipos de comunicación, la primera ayudará a transmitir la información que queremos al cliente y la segunda afianzará la imagen de lo que queremos dar a conocer.

Actividad recomendada:



Realice la práctica del tema que se presenta al finalizar el capítulo 7. La comunicación con los clientes del texto básico, y conteste el cuestionario práctico 1 que se adjunta en la actividad, consulte el siguiente [link](#).

A través de este cuestionario usted podrá observar: La capacidad para dar y solicitar información, la incidencia de la comunicación verbal y no verbal a la hora de la transmisión de información.



Autoevaluación 6



Señor estudiante revise y conteste las interrogantes planteadas en las autoevaluaciones, sus resultados constituyen un reflejo del auto aprendizaje de la asignatura.

Señale la respuesta correcta:

1. La comunicación es el sistema que debe fluir por todo el esqueleto organizativo de la empresa, es la comunicación:
 - a. Bidireccional.
 - b. Hacia el exterior.
 - c. Hacia el interior.

2. El instrumento que permite dar información sobre los productos y servicios de la empresa es:
 - a. Las relaciones públicas.
 - b. La comunicación hacia el exterior.
 - c. La publicidad.

3. El desarrollo personal, desarrollo social y desarrollo económico son las variables que:
 - a. Han de tenerse en consideración a la hora de prestar una atención de calidad.
 - b. Forman parte del producto.
 - c. Permiten interactuar con el cliente.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



4. Lo que se ofrece en el mercado para ser adquirido, usado o consumido, es:
 - a. El componente tangible.
 - b. El producto.
 - c. El factor de valor añadido.

5. El factor que tiene que ver directamente con el aspecto tangible del producto prestado y con el precio pagado por su utilidad, es:
 - a. De valor añadido.
 - b. Básico.
 - c. Previsibles.

6. El elemento transformador del producto es:
 - a. El cliente.
 - b. La empresa.
 - c. El personal.

7. Les obliga a depurar los procesos operativos y contrastar los sistemas y procedimientos de trabajo, hablamos de:
 - a. Calidad producida.
 - b. Calidad programada.
 - c. Calidad percibida.

8. Cambia con frecuencia, estimulada por distintas opciones y/o experiencias, hablamos de:
 - a. Fidelidad puntual.
 - b. Fidelidad frágil.
 - c. Fidelidad fluctuante.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



9. Surge antes de la evolución del lenguaje propiamente dicho y forma una parte esencial del sistema de comunicación, hablamos de:

- a. Comunicación verbal.
- b. Comunicación no verbal.
- c. Comunicación efectiva.

10. La modalidad de comunicación más rápida y efectiva, es la:

- a. Modalidad oral.
- b. Modalidad escrita.
- c. Vía Internet.

¿Cómo le fue con la autoevaluación? Espero que bien, sino es así, revise el solucionario que está al final de la guía didáctica.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



UNIDAD 7. MODALIDADES Y PUNTOS CLAVE DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

Figura 19. Modalidades de atención al cliente.

Tomado: Mujeres de empresa (2018)

En las unidades anteriores se ha visto la importancia de la comunicación con el cliente, vamos a tratar en esta unidad las diferentes modalidades y los puntos clave que debemos considerar para poder atenderlos de la mejor manera, a fin de que se fidelicen con nuestras empresas. Revisen estos interesantes contenidos:

7.1. Introducción

Existen diferentes formas que podemos emplear en la atención al cliente, todo depende del tipo de consumidor y de la circunstancia que se presente; lo que se pretende alcanzar a través de la atención al cliente es facilitar y personalizar el servicio para la satisfacción de sus expectativas.

El texto básico hace un análisis de la atención al cliente en las empresas turísticas, pero es en general lo que podemos aplicar para todo tipo de empresa. Revise lo que nos sugieren los capítulos 8 Modalidades de atención al cliente y 9 Puntos clave en la atención al cliente, que le ayudarán a conocer de mejor manera esta habilidad.



7.2. Modalidad contacto de primera línea

En la categoría de atención al cliente se pueden encontrar varias formas, lea lo que destaca los apartados 8.2. Contacto de primera línea y 8.3. Comunicación indirecta correspondientes al texto básico, en donde se hace referencia a aspectos muy relevantes en el proceso de atención al cliente, a continuación, se resumen:

- Contacto directo: Es la comunicación más básica, personal y rica en matices, además de ser la base de la atención de cara al público (Dorado y García, 2010).
- Contacto no directo: Este tipo de comunicación utiliza medios de transmisión que permiten comunicarse con los interlocutores tanto en el tiempo, como en el espacio. Es un tipo de comunicación especial ya que no es necesaria la presencia física del interlocutor.

7.2.1. Comunicación directa

Entre los aspectos más relevantes de la comunicación directa encontramos los: lingüísticos y los paralingüísticos. Los primeros son relativos al lenguaje verbal y los segundos hacen énfasis en el lenguaje corporal.

7.2.2. Comunicación indirecta

De acuerdo al texto básico, este tipo de comunicación se caracteriza por la ausencia presencial del emisor. El mensaje lo recibe el cliente a través de la cortesía, delicadeza y saber hacer de sus equipos humanos.

Tanto la comunicación directa como indirecta son esenciales para establecer contacto con el cliente, de su uso adecuado se logrará una mejor calidad en el servicio.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

7.3. Los contactos que dejan huella en el cliente

Ha escuchado la frase “El cliente siempre tiene la razón”. ¿Está de acuerdo con ella? Quizá de acuerdo a lo que usted ha enfrentado en su trabajo puede tener varios criterios, pero en lo que si podemos coincidir es que el cliente es el que paga por un producto o servicio, y partiendo de esa premisa debemos darle una buena atención.

Analice entonces por qué es importante dejar huella en el cliente, el texto básico trae en el apartado 9.1. los contactos emblemáticos y determinantes entre el cliente y la empresa dentro del proceso de servicio.

Este proceso se puede dar en tres pasos: La acogida, la prestación del servicio propiamente dicho y la despedida, los cuales son denominados puntos clave en la aproximación con el cliente.

7.4. Puntos clave para la aproximación con el cliente

Para iniciar una relación con el cliente debe tener claro que las características del servicio son intangibles, es decir que no se pueden tocar o sentir antes de la compra, se fabrica y se consume al mismo tiempo, tiene relación con quién, cuándo, cómo y dónde se ofrece y dependerá de las percepciones del cliente.

Considerando estas características del servicio, debe tomar en cuenta los puntos clave que se mencionan en el apartado 9.2 del texto básico, en donde se hace especial referencia a los contactos que dejan huella en el cliente y que son la acogida, el seguimiento personalizado y la guinda.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

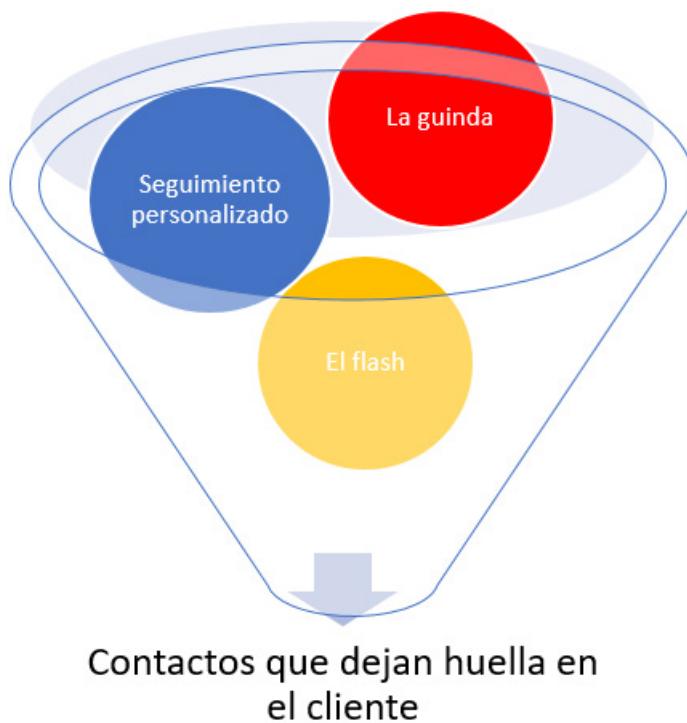


Figura 20. Contactos que dejan huella en el cliente (2018).

- [Índice](#)
- [Preliminares](#)
- [Primer bimestre](#)
- [Segundo bimestre](#)
- [Solucionario](#)
- [Glosario](#)
- [Referencias bibliográficas](#)
- [Anexos](#)

Estadísticamente se ha comprobado que los clientes compran buen servicio y buena atención, por sobre calidad y precio.

Actividad recomendada:



Realice la práctica del tema que se encuentra en el texto básico al finalizar el capítulo 8. Modalidades de atención al cliente, aquí usted podrá determinar la relevancia del aspecto lingüístico en la comunicación presencial y en la comunicación telefónica, lo invito a desarrollarla.



Autoevaluación 7



Señor estudiante revise y conteste las interrogantes planteadas en las autoevaluaciones, sus resultados constituyen un reflejo del auto aprendizaje de la asignatura.

Encierre en un círculo la alternativa correcta.

1. Las modalidades de atención con el cliente, tienen como objetivo:
 - a. Agilizar el servicio.
 - b. Facilitar y personalizar el servicio.
 - c. Interrelacionarse con el cliente.

2. El personal que presta la atención al cliente se clasifica en personal de:
 - a. Apoyo y proveedores internos, de primera línea o atención al cliente.
 - b. Recepción, de proveedores externos y de salida.
 - c. Primera línea y de subalternos.

3. Los aspectos paralingüísticos son:
 - a. Los que reflejamos personal y corporativamente.
 - b. La base de la comunicación directa.
 - c. Los que apoyan al mensaje oral.

4. La proxémica es la:
 - a. Ubicación de las personas que participan en el proceso comunicativo.
 - b. Relación entre el emisario y el receptor.
 - c. Posición que se adopta para la comunicación.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



5. El atuendo de trabajo permite:

- a. Mejorar el contacto con el cliente.
- b. Transmitir una determinada imagen de la empresa.
- c. Una mejor imagen personal.

[Índice](#)

6. El contacto telefónico es una modalidad de contacto:

- a. Directo.
- b. Paralingüístico
- c. No directo.

[Preliminares](#)

7. El texto escrito garantiza:

- a. Una mayor precisión en la emisión y recepción del mensaje.
- b. La total comprensión del mensaje.
- c. Un mejor contacto con el cliente.

[Primer bimestre](#)

8. A través de la comunicación indirecta el cliente percibe:

- a. Formalidad en la comunicación.
- b. El calor de la comunicación.
- c. Consideración y el respeto del personal.

[Segundo bimestre](#)

9. Para hacer la valoración del servicio, en el caso de un almuerzo, se:

- a. Pide que el chef salga a la sala del restaurante.
- b. Pide que salga todo el personal de cocina.
- c. Valora la atención del camarero.

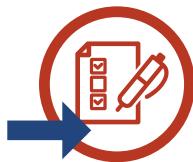
[Solucionario](#)



10. Los aspectos relevantes en la atención telefónica permiten:

- a. Una comunicación más clara que por escrito.
- b. Se comunique con varios departamentos del hotel.
- c. Que se preste un buen servicio de atención a los clientes.

Ha culminado el estudio de esta unidad, si no ha contestado acertadamente su autoevaluación no se preocupe, revise el solucionario y contraste con sus respuestas, luego repase nuevamente los contenidos que le servirán como retroalimentación para usted.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



UNIDAD 8. EXPOSICIÓN DE SUGERENCIAS, QUEJAS Y RECLAMACIONES: LA ACTITUD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE



Figura 21. Atención de quejas..

Tomado de: Cinde (2017)

Toda persona que trabaja dentro de una empresa y toma contacto con un cliente, aparece identificada como la organización misma, por ello es muy importante cuidar nuestra actitud e imagen, que son fundamentales a la hora de atender a un cliente; en la presente unidad analizaremos los tipos de clientes que se pueden presentar y algunas estrategias para poder resolver las quejas y reclamaciones que existan.

8.1. Introducción

Una de las situaciones de crisis en la atención al cliente es la presentación de una queja o reclamación, una empresa ante todo debe salvaguardar su imagen y buen nombre frente a sus clientes (Muñoz, 2016)

Las sugerencias y quejas son manifestaciones de los clientes respecto al producto, servicio o atención recibida. A fin de evitar que se presenten este tipo de acciones en nuestro lugar de trabajo, se debe tomar en cuenta los puntos fundamentales que nos permitirán la excelencia en la atención y servicio al cliente, se pueden resumir en: cortesía, atención rápida, atención personal, confiabilidad, personal bien informado y simpatía.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Es importante también conocer que la actitud personal y la de los equipos de trabajo se manifiestan en tres dimensiones o niveles que interactúan entre sí: nivel cognoscitivo, nivel afectivo y nivel de conducta (Dorado y García, 2010).

Esta información está desarrollada a fondo en el capítulo 10 del texto básico correspondiente a Exposición de sugerencias, quejas y reclamaciones; les invito a que lo revisen.

8.2. Sistemas de recogida de información de clientes

Resulta oportuno que usted conozca cómo manejar la información por parte de los clientes, para ello lea revise el texto básico en el numeral 10.2., en donde se habla de un sistema de recogida de información de clientes, el cual nos permite diferenciar lo relativo a: sugerencia, queja y reclamación.

Las manifestaciones de los clientes nos permitirán mejorar la calidad y conocer las debilidades internas, así como tomar los correctivos necesarios para enmendar los errores que se han cometido con los clientes. Siempre es importante expresar nuestro agradecimiento por la información recibida lo que nos permitirá mejorar la calidad del servicio.

Tal como lo menciona el texto básico en su apartado 10.3. Los principales motivos de queja en las empresas dedicadas al turismo, son por aspectos relacionados con las reservas, con la factura o con el propio servicio.

El principal objetivo al atender las reclamaciones en el sector turístico es encontrar una solución a su problema, que se olviden su enfado recibiendo algún tipo de compensación y que vuelvan a preferir el servicio ofrecido por la empresa (Muñoz, 2016).

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



8.3. La actitud de servicio o la profesionalidad de los equipos

Un punto fundamental para el manejo de quejas y reclamos es la actitud de servicio, que es la disposición que mostramos para realizar ciertos trabajos. También es importante mencionar que se requiere de aptitudes para llevar a cabo un trabajo, y conocer los fundamentos más importantes para desarrollarlo. Además, se debe considerar que juegan un papel fundamental la apariencia personal y la conducta cotidiana, de esta manera podremos apreciar si nuestro trabajo está dejando clientes satisfechos o insatisfechos.

En este mismo sentido se debe considerar que los clientes son distintos entre sí, por tanto, no responden o reaccionan de la misma forma a la atención recibida, de ahí que cada cliente sea único y requiera un trato personalizado.

En el texto básico apartado 11.2.1. La actitud del personal de contacto con los clientes, se pueden observar los tipos o modalidades de clientes más habituales, a continuación, se encuentra un resumen para su mejor comprensión:

Por su forma de actuar	Por su motivación a la hora de viajar	Por su personalidad	Por el colectivo al que pertenecen
Cliente desconfiado	Cliente vacacional	Tímidos, callados e introvertidos.	Turistas solidarios.
Cliente tranquilo		Mundanos y snobs.	
Cliente locuaz	Cliente itinerante	Curiosos	Congresistas y similares.
Cliente grosero, impertinente.			
Cliente reflexivo	Cliente de aventura	Individualistas	Grupos
Cliente enfadado	o alternativo.		

Tabla 5. Tipos de clientes

Adaptado de: (Dorado y García, 2010)

En las empresas de servicios, el personal es un elemento esencial para mejorar la calidad del servicio y alcanzar la excelencia. La buena calidad en la atención crea nuevos clientes y mantiene la lealtad con los propios. Ello se logra poniendo

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



en práctica estos y otros conceptos cuya aplicación debe superar las expectativas pautadas, logrando sorprender al cliente por darle más de lo que esperaba, en síntesis, estaremos logrando la excelencia.

8.4. El valor en el ámbito laboral

Otros valores que se deben aplicar a la hora de la atención al cliente son: la discreción y el valor de la imagen corporativa, tal como lo señalan las secciones 11.3. y 11.4. del texto básico, para afianzar estos valores se debe lograr una imagen positiva para el cliente tomando en cuenta las cinco **A: Apariencia, Atención, Amabilidad, Actitud y Adaptabilidad**; lo que nos ayudará a no olvidarnos de que el cliente es el centro de atención de la empresa y tiene prioridad absoluta.

Actividad recomendada:



- Realice el ejercicio que está al final del capítulo 11 del texto básico sobre La actitud en la atención al cliente, es una práctica que le permitirá asimilar que medidas de actuación son las más adecuadas y cuáles son las menos resolutivas.
- Lea y analice el artículo denominado: “[El servicio al cliente, más que un querer un deber](#)”, en el cual podrá ver el valor del cliente para la empresa, y qué debemos hacer para mejorar el servicio.

De esta manera hemos llegado al final del segundo bimestre, espero que los contenidos que hemos repasado a lo largo de este ciclo les sirva en su proceso de aprendizaje y puedan aplicarlos en su campo laboral y personal, han escalado un peldaño más para la culminación de su vida universitaria. Buen viento y buena mar...

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Autoevaluación 8



Señor estudiante revise y conteste las interrogantes planteadas en las autoevaluaciones, sus resultados constituyen un reflejo del auto aprendizaje de la asignatura.

Encierre en un círculo la alternativa correcta.

1. El adecuado manejo de las quejas y sugerencias nos permitirá detectar:
 - a. Los puntos débiles de la empresa.
 - b. El personal que está fallando en la empresa.
 - c. Los clientes impertinentes.

2. La protesta formal ante una acción que el cliente supone injusta es:
 - a. Sugerencia.
 - b. Queja.
 - c. Reclamación.

3. Las técnicas antecedentes tienen que ver con:
 - a. Los cuestionarios de valoración sobre los servicios prestados.
 - b. La coparticipación del cliente sobre posibles acciones de mejora.
 - c. Las cartas remitidas al director.

4. A través de los cuestionarios y entrevistas, se crea un:
 - a. Canal de quejas y reclamaciones del consumidor de servicios.
 - b. Sistema de obtención de datos cuantitativos, entre otros.
 - c. Tipo de sanciones para los empleados de la empresa.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



5. La modalidad más frecuente para hacer conocer una queja es a través de:

- a. Correo electrónico.
- b. Un trabajador de la empresa.
- c. Un técnico autorizado.

[Índice](#)

6. El procedimiento de quejas y reclamaciones es una:

- a. Actuación generalmente normalizada.
- b. Situación que se soluciona en el momento que se presenta.
- c. Forma de expresar su malestar.

[Preliminares](#)

7. La actitud personal y la de los equipos de trabajo tiene que ver con:

- a. Nivel cognoscitivo, afectivo y de conducta.
- b. Nivel gerencial, nivel de oportunidad y nivel económico.
- c. Las aptitudes que tengan para desempeñarse.

[Primer bimestre](#)

8. El cliente tranquilo y el cliente locuaz, se clasifican tomando en cuenta su:

- a. Personalidad.
- b. Motivación para viajar.
- c. Forma de actuar.

[Segundo bimestre](#)

9. La identificación de los empleados con la imagen de la empresa favorece:

- a. El sentido de pertenencia a la organización.
- b. La cohesión interna en la forma de trabajar.
- c. El crecimiento empresarial.

[Solucionario](#)

10. Las certificaciones, suponen para la empresa.

- a. Una nueva forma de trabajo.
- b. Valor añadido en relación a sus competidores.
- c. Un tipo de recursos mal invertidos.

¿Cómo les fue en su autoevaluación? Estoy segura que han podido contestar correctamente todas las preguntas, no olvide que al final de la guía didáctica están las soluciones correspondientes, le invito a revisarlo.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



7. Solucionario

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

Autoevaluación 1

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	B	El protocolo se refiere a la aplicación de normas y reglas en las ceremonias.
2	C	El hombre en su comportamiento social siempre ha tenido actos ceremoniales, por ello se dice que ha establecido costumbres de convivencia.
3	C	Pedro IV El Ceremonioso, dictó varias ordenanzas entre ellas las leyes y ordenanzas de caballería y de su casa real.
4	C	El uso del protocolo en las civilizaciones antiguas, nos da constancia de las normas en el Código de Hammurabi en el que se destaca la coronación del rey de Babilonia.
5	A	Los principios del protocolo nos permite planificar meticulosamente el desarrollo de un acto, de ahí que se debe jerarquizar el cuándo, dónde y quién, para saber cómo actuar.
6	C	Los estudiosos del protocolo señalan varios tipos de protocolo, de acuerdo a la clasificación que hace el comité nacional del ceremonial público lo divide en gubernamental y no gubernamental.
7	B	El protocolo diplomático, es el protocolo por excelencia con gran número de normas y aceptación internacional.
8	A	El autor hace dos clasificaciones del tipo de protocolo, atendiendo a su carácter y según el espacio en el que se desarrolle el acto.



Autoevaluación 1		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
9	B	El protocolo de negocios se base en gran medida en el protocolo oficial y social, adaptándose a la empresa y al acto propiamente dicho.
10	C	Se entiende como cortesía, buenos modales, atención, etc.; lo que se denomina urbanidad.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Autoevaluación 2		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	B	La precedencia debe contestarnos las interrogantes de quién va delante de quién, quién tiene prioridad, etc., es decir establecer un orden.
2	A	La precedencia debe ser anticipada a cualquier otra cuestión del protocolo.
3	B	La Embajada de Obediencia en 1504 establece la precedencia por fecha de antigüedad.
4	C	Las autoridades con rango oficial establecido, tendrán un sitio especial es decir con mayor precedencia.
5	A	La persona que tiene invitados, la que recibe y convida, el anfitrión, nunca podrá faltar.
6	A	Si hay una autoridad presente en un evento le corresponde el lugar de honor.
7	A	Las presidencias unipersonales o compartidas se establecen de acuerdo al número de personas o tomando en cuenta los acompañantes.
8	B	La heráldica es todo lo relativo a las normas y reglas que nos permitan describir los escudos de armas.
9	C	En latín la vexilología se denomina “vexillum”, es la disciplina que estudia las banderas, pendones y estandartes.
10	C	El tratamiento proviene del trato, de ahí que sea la acción o efecto de tratarse.



Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Glosario

Referencias bibliográficas

Anexos



Autoevaluación 3		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	B	El acto público está originado con un carácter abierto, sin mayor restricción.
2	C	Los actos religiosos son organizados de acuerdo a sus propios protocolos.
3	B	A la hora de establecer el tipo de etiqueta, se deben tener en cuenta varios detalles, entre ellos el tipo de acto, duración, época del año, etc.
4	A	El esmoquin es una prenda de mediana etiqueta, en la actualidad es una vestimenta muy apropiada para las fiestas.
5	B	El pantalón del chaqué debe ser de corte clásico, con finas rayas verticales y color gris.
6	C	La etiqueta femenina no responde a modelos estandarizados, sino que tiene su propia etiqueta.
7	B	El traje largo es el vestido de mayor etiqueta de señora.
8	A	El traje chaqueta está compuesto por dos piezas que pueden ir con falda o pantalón.
9	C	El protocolo universitario es uno de los de mayor solemnidad, en gran parte porque se basa en el protocolo religioso.
10	B	Los actos internos se rigen por lo que determine la empresa protocolariamente.

- [Índice](#)
- [Preliminares](#)
- [Primer bimestre](#)
- [Segundo bimestre](#)
- [Solucionario](#)
- [Glosario](#)
- [Referencias bibliográficas](#)
- [Anexos](#)





Autoevaluación 4		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	B	El montaje es la organización en si del lugar en dónde se realizará el evento, con la distribución del mobiliario correspondiente.
2	A	El tipo acto y forma de salón, determinan el tipo de montaje que se puede utilizar.
3	C	El montaje tipo teatro permite diferenciar dos zonas, la de presidencia y la de los asistentes.
4	B	Este tipo de montaje se hace con mesas redondas o tableros arqueados.
5	C	Este sistema nos permite diferenciar la presidencia en el centro del lado largo principal.
6	B	En este tipo de montaje se requiere que la gente esté de pie y pueda circular libremente, por lo que no requiere montaje.
7	A	El mesero consiste en un plano de la mesa con las tarjetas con el nombre de los asistentes.
8	C	El tipo de servicio va de acuerdo al lugar, la hora y la duración del evento.
9	B	Son cuatro formas de servicio básico conocido, a la francesa, inglesa, americana y rusa.
10	A	Este tipo de servicio se realiza sirviendo directo de la fuente al plato, entrando por el lado izquierdo.

- [Índice](#)
- [Preliminares](#)
- [Primer bimestre](#)
- [Segundo bimestre](#)
- [Solucionario](#)
- [Glosario](#)
- [Referencias bibliográficas](#)
- [Anexos](#)





Autoevaluación 5		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	B	Las relaciones públicas nos permiten crear una imagen del producto/ servicio para transmitirla al público.
2	A	Las relaciones públicas tienen varias definiciones una de ellas la ubica con el arte y la ciencia de gestionar la comunicación con el público.
3	C	El tipo de público externo es aquel que no pertenece a la organización, es exógeno.
4	B	El marketing entre otras funciones, se encarga de identificar y satisfacer necesidades.
5	C	La marca nos permite reconocer de mejor manera el producto o servicio que preferimos.
6	B	Hay que distinguir la diferencia entre marca y nombre comercial que se refiere a la denominación que se hace para que una persona física o jurídica sea identificada.
7	C	El símbolo nos permite distinguir y asociar el producto.
8	C	Las relaciones institucionales hablan del vínculo entre la comunidad y las empresas del sector.
9	B	Las relaciones públicas basan su acción en el conocimiento del público.
10	A	La identidad corporativa es lo que la empresa es, su talante.

- [Índice](#)
- [Preliminares](#)
- [Primer bimestre](#)
- [Segundo bimestre](#)
- [Solucionario](#)
- [Glosario](#)
- [Referencias bibliográficas](#)
- [Anexos](#)





Autoevaluación 6		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	C	La comunicación hacia el interior es el sistema circulatorio de la empresa.
2	B	La comunicación hacia el exterior no solo permite dar información sobre los productos y servicios, sino también averiguar el grado de satisfacción.
3	A	La atención al cliente es la piedra angular para la prestación del servicio.
4	B	El producto es la materia prima del proceso de atención al cliente.
5	C	Los factores previsibles son claves para la satisfacción del cliente.
6	A	El elemento transformador del producto siempre será el cliente.
7	B	La calidad programada permite alcanzar un producto útil, fiable y con alto nivel de valor,
8	C	La fidelidad fluctuante cambia de acuerdo a los estímulos.
9	B	La comunicación no verbal surge con los inicios de la especie humana.
10	A	La modalidad oral es la más rápida y económica.

- [Índice](#)
- [Preliminares](#)
- [Primer bimestre](#)
- [Segundo bimestre](#)
- [Solucionario](#)
- [Glosario](#)
- [Referencias bibliográficas](#)
- [Anexos](#)





Autoevaluación 7		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	B	Las modalidades de atención al cliente tienen por objetivo facilitar y personalizar el servicio para satisfacer las expectativas del cliente.
2	A	En las empresas turísticas, el personal que presta la atención al cliente se agrupa en dos categorías: personal de apoyo y proveedores internos y personal de primera línea o atención al cliente externo.
3	C	Entre los aspectos relevantes de la comunicación directa están los aspectos paralingüísticos que son espontáneos y apoyan al mensaje oral.
4	A	La proxémica corresponde a la distancia entre interlocutores.
5	B	El atuendo de trabajo permite transmitir una determinada imagen de empresa, un sistema de identificación de posicionamiento funcional en la misma.
6	C	Entre las modalidades de contacto no directo, encontramos el contacto telefónico.
7	A	El texto escrito garantiza una mayor precisión en la emisión y recepción del mensaje y permite controlar lo que se ha recibido.
8	C	La comunicación indirecta se caracteriza por la ausencia presencial del emisor, el mensaje lo recibe a través de la cortesía, delicadeza y saber hacer.
9	A	En la actualidad para visualizar y personalizar el servicio, se hace la aparición del chef y otros miembros del equipo de cocina en la sala del restaurante.
10	C	En la atención telefónica el beneficio es el ahorro de desplazamientos innecesarios y la prontitud del mensaje.

- [Índice](#)
- [Preliminares](#)
- [Primer bimestre](#)
- [Segundo bimestre](#)
- [Solucionario](#)
- [Glosario](#)
- [Referencias bibliográficas](#)
- [Anexos](#)





Autoevaluación 8		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	A	Si se hace un adecuado manejo de quejas y sugerencias, nos permitirá detectar qué puntos están fallando en la empresa, y nos podremos encaminar en la mejora de los mismos.
2	C	La reclamación es una acción reivindicativa, ante una situación que el cliente no está dispuesto a consentir.
3	B	En las técnicas antecedentes se hace copartícipe al cliente, preguntado sobre posibles acciones de mejora, en un proceso hacia la calidad total.
4	B	Los cuestionarios y entrevistas crean un sistema de obtención de datos tanto cuantitativo como cualitativo relacionados con el cliente.
5	B	El tipo de queja ante un trabajador de la empresa es la modalidad más frecuente, aquí el cliente expone en forma personal cualquier anomalía en el servicio prestado.
6	A	El procedimiento de quejas y reclamaciones es una actuación normalizada, el procedimiento estandarizado es el protocolo que se debe seguir cuando se produce el momento de la verdad.
7	A	La actitud personal o la de los equipos se manifiesta en tres dimensiones o niveles que interactúan entre sí.
8	C	Los clientes se clasifican de acuerdo a las circunstancias, el cliente tranquilo y locuaz están clasificados tomando en cuenta su forma de actuar.
9	A	La imagen a nivel interno favorece el orgullo de pertenencia a la organización, la autoestima personal y hasta un posible estatus social.
10	B	Las certificaciones suponen para la empresa innovación y por tanto un valor añadido en relación a sus competidores.

- [Índice](#)
- [Preliminares](#)
- [Primer bimestre](#)
- [Segundo bimestre](#)
- [Solucionario](#)
- [Glosario](#)
- [Referencias bibliográficas](#)
- [Anexos](#)





8. Glosario

Aforo: capacidad de personas que permite un espacio.

Anfitrión: persona que nos convida a asistir a un acto.

Branding: proceso de hacer y construir una marca.

Chaqué: traje masculino de etiqueta para utilizar con luz diurna.

Comensales: personas que comen en una misma mesa.

Corporativa: que pertenece a un organismo cuyos miembros tienen fines comunes.

Cortesía: demostración con que se manifiesta la amabilidad y buena educación.

Esmoquin: prenda masculina de mediana etiqueta, para utilizar a partir de la caída del sol.

Frac: traje masculino de máxima etiqueta para utilizarlo en la noche.

Gueridón: mesa de servicio móvil o carrito.

Heráldica: disciplina que describe, estudia y explica el significado de imágenes y figuras de los escudos de armas.

Imperial: resalta la precedencia o a quienes son más importantes.

Jerarquización: acción de clasificar en distintos niveles o jerarquías.

Menú: relación de platos y bebidas que se servirán en una comida.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Glosario

Referencias bibliográficas

Anexos



Mise en place: conjunto de tareas de organizar y ordenar los ingredientes; puesta a punto.

[Índice](#)

Muletón: pieza de tela gruesa, que puede ser acolchada con plásticos o espuma.

[Preliminares](#)

Paneles: elementos prefabricados que se utilizan para hacer divisiones.

[Primer bimestre](#)

Público: conjunto de espectadores o personas que forman una colectividad.

[Segundo bimestre](#)

Presidencia: acción de presidir; persona o conjunto de personas que presiden algo.

[Solucionario](#)

Precedencia: preeminencia o preferencia en el lugar y asiento y en algunos actos honoríficos.

[Glosario](#)

Proximidad: cercano, que dista poco en el espacio y tiempo.

[Referencias bibliográficas](#)

Vexilología: disciplina que estudia las banderas, pendones y estandartes.

[Anexos](#)



9. Referencias bibliográficas

La profe Magda [Comunicación y relaciones entre públicos y organizaciones: una apuesta por lo Estratégico]. (2015). Recuperado de <http://www.laprofemagda.blog>

El Diario, G. (2014). Normas para el buen uso del tricolor patrio El Diario Ecuador. <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/330934-normas-para-el-buen-uso-del-tricolor-patrio/>

Protocolo y Etiqueta Buenas Maneras Saber estar. <http://www.protocolo.org>

Protocolo Social. (2014).<https://www.euroresidentes.com/protocolo/protocolo-social.htm>

Revistaprotocolo.es - Protocolo y saber estar. (2012).<https://www.revistaprotocolo.es/>

Revista Internacional de Protocolo: Ceremonial, Etiqueta, Heráldica, Nobiliaria y Vexilología. (1995). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=5228>

Usos y Respetos a La Bandera y Escudo Nacional. (2014). <https://es.scribd.com/doc/55655068/Usos-y-Respetos-a-La-Bandera-y-Escudo-Nacional>

Vexilología - EcuRed. (2012). <https://www.ecured.cu/Vexilog%C3%A9nica>

Villena, A. (2016). Mi CMS. <http://marketingeventosyprotocolo.com/>

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Glosario

Referencias bibliográficas

Anexos



10. Anexos

Anexo 1

Rafael Correa Delgado PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA

Considerando:

Que mediante Decreto Ejecutivo 3432 publicado en el Registro Oficial 727 del 18 de diciembre de 2002, se expidió el Reglamento de Ceremonial Público en virtud del cual se establecieron las normas de cortesía y reglas de procedimiento para con las autoridades y personalidades nacionales, así como para con los diplomáticos y personalidades extranjeras que se encuentren en el Ecuador;

Que en el precitado Reglamento se estableció el orden de precedencia entre los servidores y funcionarios públicos que debe seguirse en los actos oficiales;

Que la nueva Constitución de la República crea una nueva institucionalidad con nuevas funciones y entidades públicas que no se encuentran en el Reglamento de Ceremonial Público y por lo tanto resulta necesario su actualización; y,

En uso de la atribución conferida por el Artículo 147.5 de la Constitución de la República

DECRETA:

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Glosario

Referencias bibliográficas

Anexos



Expedir la siguiente reforma al REGLAMENTO DE CEREMONIAL PÚBLICO. Art.

1.- Sustitúyase el Artículo 83 por el siguiente:

“Art. 83.- La precedencia entre los Ministerios de Estado, aun siendo encargados, es la siguiente:

1. Secretario Nacional de la Administración Pública;
2. Ministro de Coordinación de la Política;
3. Ministro de Coordinación de la Seguridad;
4. Ministro de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad;
5. Ministro de Coordinación de la Política Económica;
6. Ministro de Coordinación de Desarrollo Social;
7. Ministro de Coordinación de Patrimonio;
8. Ministro de Coordinación de los Sectores Estratégicos;
9. Ministro de Gobierno, Cultos, Policía y Municipalidades;
10. Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración.
11. Ministro de Defensa Nacional;
12. Ministro de Finanzas;
13. Ministro de Educación;
14. Ministro de Transporte y Obras Públicas;
15. Ministro de Trabajo y Empleo;
16. Ministro de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca;
17. Ministro de Industrias y Competitividad;
18. Ministro de Salud Pública;
19. Ministro de Inclusión Económica y Social;
20. Ministro de Desarrollo Urbano y Vivienda;
21. Ministro de Minas y Petróleos;
22. Ministro de Turismo;
23. Ministro del Ambiente
24. Ministro del Deporte;
25. Ministro de Cultura;
26. Ministro de Electricidad y Energía Renovable;
27. Ministro de Justicia y Derechos Humanos;
28. Secretario Nacional de Planificación y Desarrollo;

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)

29. Secretario Nacional Jurídico;
30. Secretario de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana;
31. Secretario Nacional del Migrante;
32. Secretario Nacional del Agua;
33. Secretaría Nacional de Inteligencia; y,
34. Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología.

En las ceremonias diplomáticas, el Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración ocupará el primer lugar, en cuya circunstancia el Decano del Cuerpo Diplomático ocupará el sitio inmediato.”.

Art. 2.- Sustitúyase el Artículo 98 por el siguiente:

“Art. 98.- El orden general de precedencia de las autoridades nacionales y de los diplomáticos extranjeros en las ceremonias oficiales que se celebren tanto en la capital de la República como en las capitales de provincia es el siguiente:

1. Presidente de la República;
2. Vicepresidente de la República;
3. Presidente de la Asamblea Nacional;
4. Presidente de la Corte Nacional de Justicia;
5. Presidente del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social;
6. Presidente del Consejo Nacional Electoral;
7. Ex-Presidentes de la República;
8. Presidente de la Corte Constitucional;
9. Procurador General del Estado;
10. Contralor General del Estado;
11. Presidente del Consejo de la Judicatura;
12. Fiscal General del Estado;
13. Ex-Vicepresidentes de la República;
14. Secretario Nacional de la Administración Pública;
15. Superintendente de Bancos y Seguros;
16. Superintendente de Compañías;
17. Superintendente de Telecomunicaciones;

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



18. Ministros y Secretarios de Estado, según prelación del Artículo 83;
19. Decano del H. Cuerpo Diplomático;
20. Embajadores Extranjeros en orden de precedencia;
21. Vicepresidentes de la Asamblea Nacional;
22. Presidente del Tribunal Contencioso Electoral;
23. Presidentes de las Comisiones Legislativas;
24. Jefe del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas;
25. Comandante General del Ejército;
26. Comandante General de la Marina;
27. Comandante General de la Fuerza Aérea;
28. Comandante General de la Policía Nacional;
29. Asambleístas;
30. Jueces de la Corte Nacional de Justicia;
31. Vocales del Consejo de Participación Ciudadana;
32. Consejeros y Consejeras del Consejo Nacional Electoral;
33. Jueces de la Corte Constitucional;
34. Vocales del Consejo de la Judicatura;
35. Vocales del Tribunal Contencioso Electoral;
36. Prefectos;
37. Alcaldes;
38. Presidente del Directorio del Banco Central del Ecuador;
39. Presidente del Banco del Estado;
40. Presidente de la Corporación Financiera Nacional;
41. Presidente del Banco Nacional de Fomento;
42. Gerente General del Banco Central del Ecuador;
43. Gerente General de la Corporación Financiera Nacional;
44. Director General del Servicio de Rentas Internas;
45. Gerente General de la Corporación Aduanera Ecuatoriana;
46. Director General del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social;
47. Viceministros y Subsecretarios de Estado, en orden de precedencia de los ministros;
48. Gobernadores de la provincia;
49. Consejeros Provinciales;

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



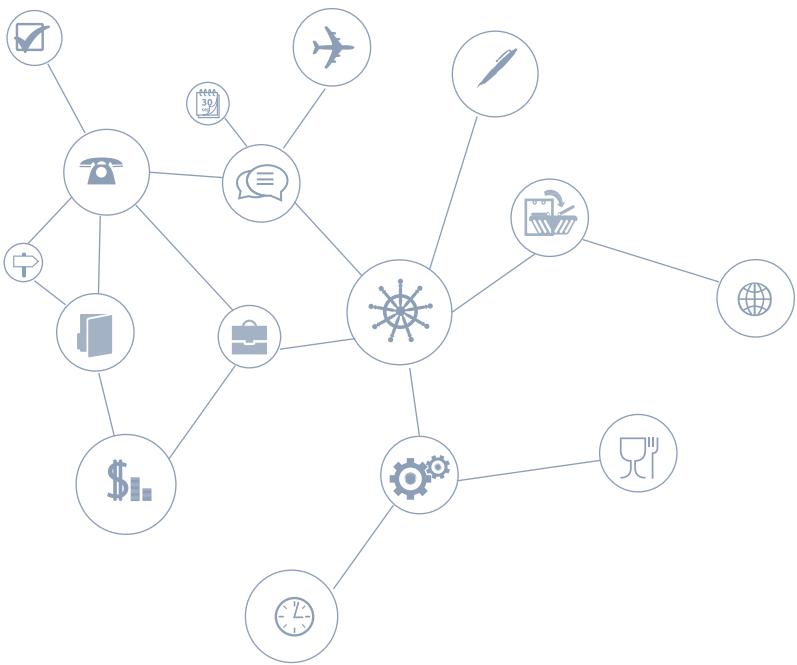
50. Concejales Municipales;
51. Ministros Nacionales del Servicio Exterior en servicio activo;
52. Cónsules Generales;
53. Cónsules;
54. Vicecónsules; y,
55. Presidentes de las Juntas Parroquiales.”.

Art. 3.- En presente Decreto Ejecutivo entrará en vigencia en la presente fecha, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en el Palacio Nacional, en Quito, a 8 de junio de 2010.

f.) Rafael Correa Delgado, Presidente Constitucional de la República.

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Glosario](#)[Referencias bibliográficas](#)[Anexos](#)



Índice

Preliminares

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Glosario

Referencias
bibliográficas

Anexos

ISBN-13: 978-9942-04-690-1



HOTE_1040

