



**UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA**
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

REPÚBLICA DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA
Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

**CARRERA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN SOCIAL**

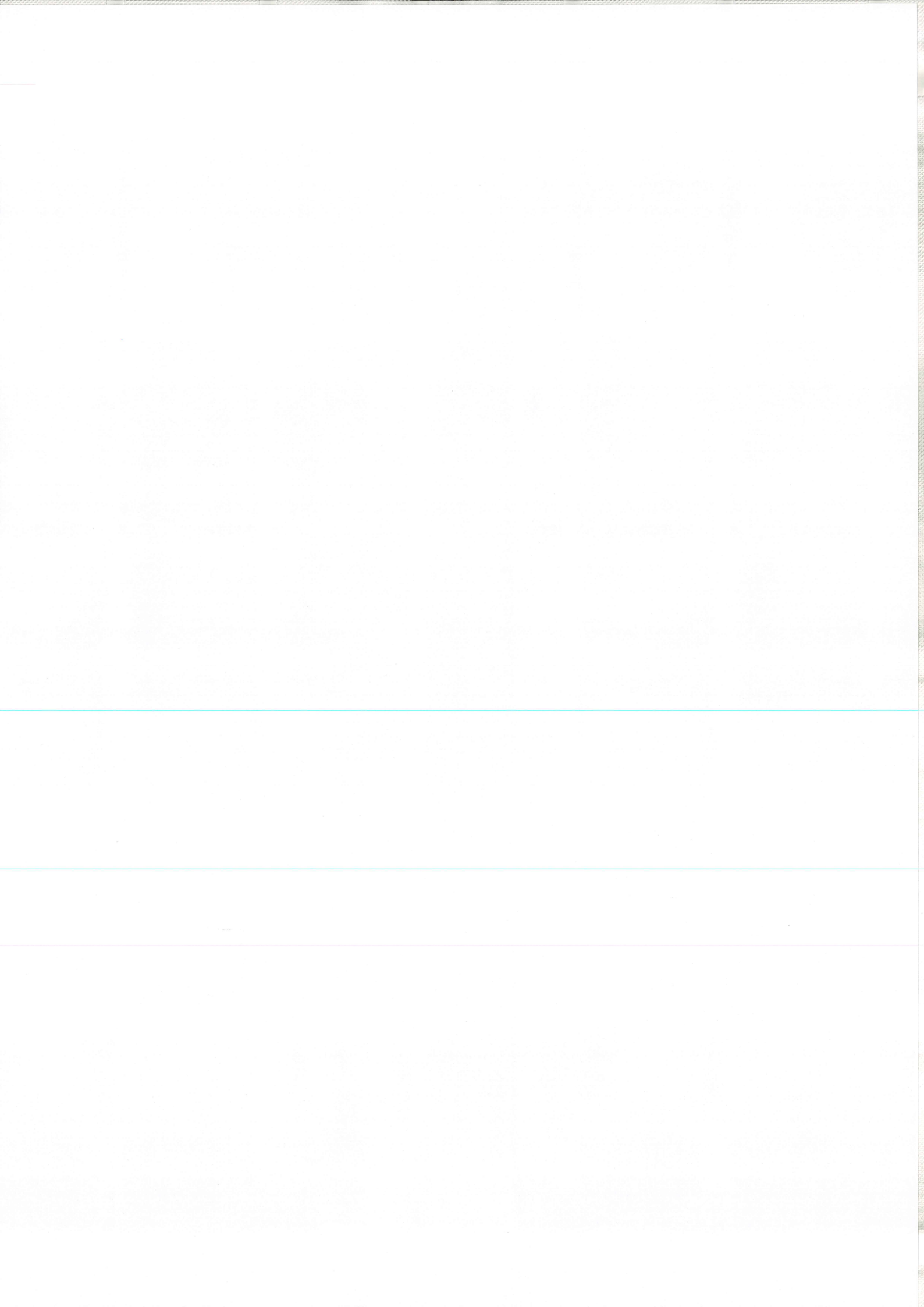
**TÍTULO: REVISTA MULTIMEDIA DE UN MANUAL DE PROTOCOLO Y
ETIQUETA PARA LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

**Trabajo de Investigación,
previo a la obtención del
Título de Licenciada en
Ciencias de la información
y Comunicación Social.**

AUTOR: THALIA ELIZABETH NARVÁEZ ESCANDÓN
Número de cédula: 0105034508

TUTOR: MSc. LUIS RENÉ AVILA SOLANO

AÑO: 2019





**UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA**
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

REPÚBLICA DEL ECUADOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA
Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

**CARRERA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TÍTULO: REVISTA MULTIMEDIA DE UN MANUAL DE PROTOCOLO Y
ETIQUETA PARA LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

**Trabajo de Investigación,
previo a la obtención del
Título de Licenciada en
Ciencias de la información
y Comunicación Social.**

AUTOR: THALIA ELIZABETH NARVÁEZ ESCANDÓN
Número de cédula: 0105034508

TUTOR: MSc. LUIS RENÉ AVILA SOLANO

AÑO: 2019

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con mucho cariño y esfuerzo a mi padre Jorge Hernán Narváez Escandón por ser mi motor principal para lograr dicho objetivo siempre ha sido mi pilar, mi compañero, mi amigo gracias papá por siempre apoyarme por querer ver en mí una mujer hecha y derecha que tenga su título profesional y pueda valerse por ella misma. Eres el mejor papá del mundo sin duda alguna te amo inmensamente.

A mi madre Gloria Beatriz Esparza Escandón, aunque no está presente conmigo físicamente, pero si interiormente te llevo todos los días en mi corazón y en mi alma sé que desde allá en el cielo donde están todos los ángeles estas muy orgullosa y feliz de tu hija.

A mis amigos ocupan un espacio muy grande en mi corazón, tristezas, alegrías, logros hemos vivido día tras día, como no recordar aquellas anécdotas compartidas gracias por formar parte de mi vida queridos colegas.

Mis maestros gracias por las enseñanzas, consejos por impartir sus conocimientos con cada uno de los estudiantes que formamos parte de nuestra casa de estudios, Universidad Católica de Cuenca.

A mi profesor Diego Illescas ha sido un pilar fundamental una guía en mi camino esa persona que siempre me apoyado maestro, amigo gracias muchas gracias.

Mi tutor Luis René Ávila gracias querido maestro por ser parte de este proceso tan importante que es culminar con satisfacción mis estudios.

AGRADECIMIENTOS

La vida es un desafío constante que se vive todos los días, nuevas cosas por aprender, conocer y finalizar cada una de las etapas que nos hemos propuesto con una completa satisfacción de haber cumplido cada uno de los objetivos que con esfuerzo y constancia han culminado.

El proceso de mi tesis ha sido de mucho esfuerzo, trabajo, constancia y dedicación, pero gracias al apoyo de cada una de las personas que estuvieron conmigo dándome su apoyo he logrado uno de los objetivos más importantes de mi vida que es terminar el desarrollo de mi tesis con éxito y obtener mi tan anhelado título profesional.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
INDICE.....	III
RESUMEN.....	VI
ABSTRAC.....	VII
1. Introducción	1
1. CAPÍTULO 1	3
1.1. MARCO TEÓRICO.....	3
1.2. La comunicación	3
1.3. La comunicación organizacional	5
1.4. Gestión de la comunicación en las organizaciones.....	8
1.5. La comunicación institucional.....	10
1.6. Relaciones públicas	11
1.6.1. Comunicación interna y externa	13
1.7. Funciones que puede desempeñar el responsable de comunicación interna	15
1.8. Lobbying.....	16
1.9. Protocolo y etiqueta.....	19
1.10. Qué nos aporta la etiqueta y el protocolo en el ámbito empresarial	22
1.11. Los modales.....	23
1.12. El saludo Protocolar	24

1.13.	Reglas del protocolo en los actos públicos	25
1.14.	Cómo saludar correctamente	25
1.15.	El ósculo	27
1.16.	La sonrisa.....	29
1.17.	Vestuario	30
1.18.	Color de la indumentaria	31
1.19.	La dignidad y jerarquía.....	32
1.20.	La precedencia.....	33
1.21.	De la precedencia generalidades.....	34
1.22.	Orden general de precedencia.....	35
1.23.	Precedencia de banderas	38
1.24.	Comunicación multimedia	39
2.	CAPÍTULO 2.....	41
2.1.	MARCO REFERENCIAL.....	41
2.2.	Diagnóstico de los eventos de la Universidad Católica	41
2.3.	Primer Congreso Internacional de Responsabilidad Jurídica Médica en Derecho Penal Administrativo y Civil.....	41
2.3.1.	Análisis e interpretación de resultados de encuestas	41
2.4.	Simposio “Comunicación Estratégica y Periodismo de Investigación”	49
2.5.	Charla Magistral “No queremos medios, queremos enteros”	51
2.6.	Conclusión de los eventos.....	52
2.7.	Producto de la entrevista a Docente de la institución.....	52
2.8.	Entrevista a experto en el tema de Protocolo y Etiqueta.....	52

2.9. Entrevista a la Directora del departamento de Comunicación.....	53
2.10. Entrevista al Director de Educación Continúa.....	54
3. CAPÍTULO 3.....	55
3.1. REVISTA DIGITAL.....	55
3.2. Conceptualización de medios digitales.	55
3.3. Producto revista digital.....	56
4. Conclusiones.....	60
5. Recomendaciones.....	60
6. Bibliografía.....	61
7. ANEXOS	

Resumen

El propósito de este trabajo de investigación es producir una revista multimedia de un manual de protocolo y etiqueta para la Universidad Católica de Cuenca contribuyendo de esta manera al uso correcto para la organización y planificación de diferentes eventos institucionales ya que varían dependiendo de la temática abordarse. Las normas de Etiqueta y Protocolo son herramientas de las cuales podemos sacar provecho ya que nos indican las pautas correctas para comportarnos.

La incorporación del protocolo y etiqueta en la estrategia institucional de comunicación es una necesidad ya que se convierte en un valor agregado a la imagen tanto personal de las autoridades como corporativa. Este producto mejorará las relaciones interpersonales e interinstitucionales de todos sus miembros, por lo que su conocimiento y aplicación deben formar parte de la preparación a través de una revista multimedia que facilitará los procesos organizacionales.

Palabras Claves: PROTOCOLO Y ETIQUETA, MANUAL DE PROTOCOLO, ACTOS CEREMONIALES, NORMAS PROTOCOLARIAS, REVISTA MULTIMEDIA.

Abstrac

This research study purpose is to produce a multimedia magazine of a protocol and etiquette manual for the Catholic University of Cuenca contributing to the different institutional events organization and planning since etiquette and protocol vary depending on the topic to be addressed. Etiquette and Protocol rules are tools from which we can take advantage since they indicate the correct guidelines to behave.

Etiquette and protocol incorporation in the institutional communication strategy is a necessity since it becomes an added value to the personal image of the authorities as well as the corporate image. This product will improve all interpersonal and interinstitutional members' relationships, so their knowledge and application should be part of the preparation through a multimedia magazine that will facilitate the organizational processes.

Key words

ETIQUETE AND PROTOCOL, PROTOCOL MANUAL, CEREMONIAL ACTS, PROTOCOLARY RULES, MULTIMEDIA JOURNAL.

1. Introducción

La finalidad de la Revista Multimedia de un Manual de Protocolo y Etiqueta es contribuir a la casa de estudios para que se puedan regir a las diferentes normas y reglas que se debe emplear al momento de organizar un evento, es muy importante tener conocimiento que pequeñas cosas pueden facilitar que un acto sea totalmente pulcro es decir de calidad.

Es necesario que la Universidad Católica de Cuenca de acuerdo a su importancia y posicionamiento actual, tenga un manual de protocolo y etiqueta para los actos públicos como un código de organización, de manera que todos quienes participan en una ceremonia institucional se sientan bien atendidos, cómodos y respetados. Todos estos encuentros que realiza la Universidad, deben estar regidos por un reglamento que facilite la interrelación, contribuya al desarrollo integral de las relaciones humanas dentro y fuera de la institución, de esta manera ayudará al fortaleciendo de la imagen institucional.

Según la responsable de la Unidad de Comunicación Interna de la Universidad, que lo maneja la Lcda. Yesenia Seminario menciona: “La Universidad Católica de Cuenca actualmente no cuenta con un manual de protocolo y etiqueta vigente, todos los eventos se manejan con la disposición rectoral todo evento institucional en el que se utilice la imagen tiene que pasar por el departamento de comunicación caso contrario no puede efectuarse el mismo”. (Seminario, 2018)

Actualmente, la sociedad demanda cada vez más el cuidado de la imagen institucional, lo cual se logra mediante acciones transparentes y efectivas que contribuyan a que sus normas y reglamentos sean respetados y puestos en práctica. No obstante, con el paso del tiempo las costumbres y los modales van cambiando y otros se han perdido, esto nos lleva a asumir la responsabilidad de sugerir, mediante el presente trabajo, la aplicación de normas de Protocolo y Etiqueta Institucional, complementados con el

compromiso de autoridades, empleados, estudiantes y docentes de mejorar permanentemente la imagen corporativa de la Universidad Católica de Cuenca.

El manual de Protocolo y Etiqueta pretende contribuir a la formación con nuevos conocimientos respecto a las disciplinas que se deben manejar a fin que la Universidad refuerce la identidad institucional, logrando así un perfeccionismo continuo en los actos universitarios, pues el objetivo de esta investigación es lograr que la casa universitaria se rija a este manual que se será de gran beneficio tanto a docentes como estudiantes.

1. CAPÍTULO 1

1.1. MARCO TEÓRICO

1.2. La comunicación

La comunicación resulta cada vez ser más eficaz, los seres humanos han intuido la necesidad de comunicarse con sus semejantes a lo largo del tiempo, estos medios comunicativos nacieron como consecuencia de una necesidad. El desarrollo de los medios trajo consigo un modo distinto de vivir, enfocarnos en una realidad con una perspectiva totalmente diferente, la comunicación fue evolucionando y es así el resultado tras miles de años el avance mediante palabras, gestos y signos con la ayuda de diversos mecanismos.

Comenzamos conceptualizando la comunicación como un “proceso básico para la construcción de la vida en sociedad, como mecanismo productor de sentidos, activador del diálogo y la convivencia entre sujetos sociales” (García, 2012, p.22).

La comunicación está en el centro de la modernidad, es decir: resulta inseparable de este lento movimiento de emancipación del individuo y del nacimiento de la democracia “la comunicación es fundamental por tres razones: porque presupone la existencia de ciudadanos; constituye el eje de relaciones sociales y políticas; gestiona el seno de la sociedad individualista; y finalmente porque es la condición necesaria para que haya democracia” (Wolton, 2008, p.12).

Este mundo comunicativo a lo largo del tiempo ha ido cambiando y mejorando para que las personas tengan un mejor estilo de vida. La tecnología se ha ido expandiendo de tal manera que cada persona es dependiente en este mundo tecnológico “la comunicación debe ser oportuna, responsable y veraz a fin de estimular el reconocimiento y la lealtad de todos los integrantes frente a sus

organizaciones, a través de una adecuada utilización de medios tradicionales de información internos y externos” (Véliz, 2014, p.12).

Ron Ludlow y Fergus Panton en su texto *La Esencia de la Comunicación* manifiesta la comunicación es algo que hacen las personas. No existe sin que las personas lleven a cabo un cierto tipo de acción. Tiene que ver, en su totalidad, con las relaciones entre individuos. Es muy complicada o muy sencilla; muy formal o informal, todo depende de la naturaleza del mensaje que se va a transmitir y de la relación entre emisor y receptor. (Panton, 1997, p.2)

Por lo tanto las posturas de los tres autores son de gran interés todos se dirigen hacia una misma línea o mensaje, pues la comunicación siempre ha sido un factor importante y principal en la vida del ser humano, es indispensable conocer que en este mundo comunicativo tener buenos modales dejará varios comentarios positivos a nuestro favor.

La comunicación sin duda es algo primordial para la vida del ser humano gracias a la comunicación y a los avances nuestro proceso comunicativo se vuelve más versátil y fácil, logrando así poder estar en contacto con diferentes personas del mundo.

Es importante conocer los usos de lenguajes que se debe expresar y utilizar a la hora de manifestar algo ya sea en una exposición, reunión de amigos, trabajo etc. Por ello tener una comunicación organizada de ideas ayudará a un mejor desempeño a la hora de exponer algo y a su vez sea entendible lo que se desea transmitir a las demás personas.

La comunicación es tan indispensable y a la misma vez necesaria para la vida del ser humano, nos permite comunicarnos de manera rápida donde el emisor envía su mensaje y el receptor recibe la información, este feedback o retroalimentación como se la conoce agilizará los procesos comunicativos.

La comunicación es la acción que permite cambiar e intercambiar información entre dos o más participantes con la finalidad de transmitir un mensaje, obteniendo así una información oportuna, este mundo comunicativo es de gran importancia para las personas permite estar informados constantemente de los hechos que se suscitan todos los días.

1.3. La comunicación organizacional

El campo organizacional estudia el proceso de intercambio de mensajes entre los diferentes integrantes que conforman una organización y sus públicos. La comunicación organizacional debe difundir la información de contenidos, las relaciones que se mantienen con los públicos elaboradas para persuadir, y facilitar las relaciones que se dan entre el diálogo. Toda organización brinda un campo amplio por descubrir intercambiar e interactuar información con diferentes entidades.

La comunicación organizacional aparece en fechas cercanas en distintos países, todos ellos dentro de la lógica democrática liberal, todavía debemos admitir que esta actividad debe mucho a la experiencia de los Estados Unidos. Desde el punto de vista académico, los historiadores norteamericanos han sido los primeros en prestar atención a las profesiones informativas en general. (Losada, 2004, p.37)

La comunicación es un proceso de gran utilidad para el conocimiento del ser humano hay que saber aplicarla correctamente en diferentes ámbitos y aspectos de la vida, este proceso comunicativo es muy amplio debemos mantener en cuenta que la gestión utiliza diferentes métodos de aprendizaje para que se efectúe y a la misma vez sea entendible para los usuarios, en el texto *Manejo de la comunicación organizacional* nos indica el autor sobre la gestión de la comunicación, la finalidad que tiene este campo comunicacional.

Losada conceptualiza a la comunicación organizacional como la ciencia del comportamiento, que direcciona la conducta de las instituciones en si interacción social “es la herramienta que permite a la entidad establecer y mantener sus relaciones con el entorno entre distintos subsistemas. Desde esta concepción, no cabe la posibilidad de una organización cerrada, ya que quedaría condenada a la desaparición” (Losada, 2004, p. 29).

La comunicación organizacional es fundamental para promover la concordancia y conciencia, encargada de mantener buenas relaciones entre los miembros al interior y exterior de una empresa, ayudando así a mejorar la comunicación con un lenguaje sencillo, la calidad y motivación organizacional es primordial en dicho grupo.

La comunicación es el mecanismo por el cual existen y se desarrollan las relaciones humanas por lo que debe ser entendida desde el ámbito corporativo cómo un elemento más de la gestión que se desarrolla, tanto en el ámbito interno como externo.

La comunicación interna se encarga de todo lo que se hace en la organización, transmitiendo mensajes mediante los canales adecuados, en las direcciones al personal que forma parte de la empresa. En cambio, la externa está orientada a interrelacionar a la organización con otros públicos fuera de la misma.

La comunicación es esencial para el desarrollo de cualquier interacción humana, los mensajes emitidos en el interior de una organización deben ser leídos y escuchados sin ninguna distorsión para lograr la eficacia obteniendo de esta manera una óptima respuesta.

La comunicación en la organización es fundamental porque es la encargada de conectar, vincular, unir y enlazar los procesos, las actividades, la trama de relaciones e interacciones, así como los grupos

de interés internos y externos desde los significados y símbolos que se deciden negociar y tranzar para fortalecer la identidad, la comunicación debe ser un diálogo constante que involucre a los colaboradores y a los grupos de interés y les comunique emociones, sentimientos y valores. (Véliz, 2014, p.168)

Sin duda abordar el tema comunicativo en las organizaciones es un factor fundamental, ya que su finalidad es lograr un correcto manejo en cualquier institución: “La comunicación organizacional se entiende también como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización o entre la organización y su medio” (Collado, 2012, p.12).

El manejo adecuado de las acciones de ceremonial y protocolo en el marco de la comunicación organizacional es esencial para cualquier tipo de evento institucional, y por supuesto también académico, ya que mantener el orden y la correcta organización será un factor clave ante los demás, este campo es muy amplio por ello debemos tomar en cuenta todos los detalles para alcanzar el éxito en la gestión.

El autor Carlos Collado (2012), nos da a conocer algunas técnicas que se deben aplicar en el mundo organizacional pues menciona que “la comunicación organizacional, como una función específica realizada por profesionales, debe, antes que nada, contribuir al logro de los objetivos de la empresa la manera de hacerlo tiene que ver cuatro ítems

1. Propiciando que todos los integrantes de la organización reciban la información completa, confiable y oportuna sobre el entorno, sobre la empresa y sobre el trabajo.
2. Propiciando la identificación de la gente con la organización, y por tanto, el orgullo y el sentido de pertinencia esto se logra, principalmente,

difundiendo los elementos de la cultura corporativa (misión, visión, valores).

3. Favoreciendo la integración de la organización con y entre sus colaboradores. Esto implica mejorar la comunicación vertical y horizontal, fomentar el trabajo en equipo, proporcionar el rompimiento de las barreras existentes entre las áreas y niveles, y crear un clima de colaboración y apoyo para el cumplimiento de los objetivos comunes (p.15).

Los ítems que menciona el autor son de gran validez para el aprendizaje y formación de las personas a la hora de una correcta organización en el manejo de una empresa, estos objetivos que menciona el autor ayudarán a un mejor conocimiento y amplio desarrollo para cumplir todas las expectativas que se plantean.

La comunicación organizacional es un conjunto de actividades que permite una efectiva creación y mantenimiento de buenas relaciones con diferentes miembros a través de distintos medios comunicativos en los que permitirán estar informados para contribuir a la mejora de la institución.

Las organizaciones tienen que estar actualizadas manteniéndose informadas constantemente de las innovaciones y nuevas tendencias que se realizan en la actualidad, logrando así mantener su permanencia en el mercado, una organización es una herramienta clave un buen manejo de estrategias fortalecerá los lazos de la empresa logrando así un mayor alcance de personas.

1.4. Gestión de la comunicación en las organizaciones

La gestión de la comunicación actual nace y se desarrolla como consecuencia del peso de la información, generar una buena estrategia ayudará al proceso de recolección de información: "Los servicios de valor añadido, de los intangibles, que en los últimos treinta años se estabilizan como un factor

estratégico en todo tipo de organizaciones. La comunicación es concebida, por tanto, como una serie de instrumentos y herramientas” (Álvarez, 2012, p.3).

El autor Sergio Fernández López en su libro *Como gestionar la comunicación* nos da una breve reseña acerca de lo importante que es saber gestionar en el ámbito comunicativo por ello nos indica que para que el trabajo de gestión de la comunicación sea eficaz, hay que estar en contacto directo con el máximo responsable de la organización. Aún hoy, muchas de las personas que son responsables de organizaciones no reconocen la comunicación como uno de los valores intangibles de mayor importancia y por eso toman decisiones de mayor o menor importancia sin pensar como las van a comunicar. (López, 2013, p.68)

La gestión de la comunicación en organizaciones es de suma importancia para cualquier tipo de procedimiento que se quiera realizar, es necesario conocer los beneficios que se pueden utilizar si logramos que nuestra imagen se vea impecable ante las demás organizaciones y la sociedad. Por ello debemos saber y conocer que una buena gestión puede mejorar y contribuir mucho en una institución o empresa.

Es importante que en cualquier aspecto ya sea institucional, académico se maneje una buena gestión ya que facilitará los procesos comunicativos logrando así de manera efectiva una excelente comunicación que ayudará a fomentar las buenas relaciones que serán de gran aporte y validez para la institución.

La gestión en las organizaciones permite planificar distintas estrategias para coordinar y establecer relaciones con diferentes entidades, si se mantiene una buena relación los resultados serán satisfactorios ya que favorecerán a la entidad y su vez a todos quienes conforman y han sido parte de este proceso.

1.5. La comunicación institucional

Otro concepto que es importante a conocer es la comunicación institucional, nos referiremos desde diferentes posturas teóricas. Es elemental conocer este amplio campo que se maneja principalmente en diferentes tipos de instituciones, con la finalidad de desarrollar diversas relaciones que favorezcan al aprendizaje y conocimiento de los estudiantes.

Esta comunicación institucional se realiza de manera organizada por una entidad, la cual va dirigida a las personas y grupos del entorno social donde se ejecuta la actividad, su objetivo es establecer las relaciones de eficacia entre la institución y los públicos a los que se dirige. La comunicación institucional es la encargada de gestionar todos los posibles contactos comunicativos logrando así una manera de gestión con diversos miembros.

La comunicación institucional tiene un carácter de diálogo porque busca relacionarse con los miembros de la sociedad en la que está presente, tanto personas individuales como instituciones, contribuyendo al bien común a través de sus fines específicos. Ese carácter de diálogo es una característica que determina una comunicación de calidad pues implica saber escuchar a los públicos y adaptarse a sus necesidades. (Losada, 2004, p.53)

Es importante saber lo indispensable que resulta la comunicación institucional ya que esta mejorará al desempeño de las personas que laboren en dicha entidad. Por su parte, María Muriel define a la comunicación institucional como: "El sistema coordinador entre la Institución y sus Públicos que actúa para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y, a través de ello, contribuir al desarrollo nacional" (Muriel, 1980, p.23).

Al estudiar estos dos conceptos se entiende que es necesario mantener una buena relación interinstitucional, eficaz para lograr cualquier proceso favorecido así a las entidades y a la sociedad.

La comunicación institucional es realizada de manera organizada por una entidad, representantes o grupos del entorno social en el que se desarrollan estableciendo cada una de las relaciones entre la institución y los públicos con quienes se van a relacionar obteniendo así un renombre social e imagen pública según sus fines y actividades.

La comunicación institucional es la encargada de crear una imagen para la empresa, su función es mantener adecuadas relaciones que favorezcan a dicha institución, con la finalidad de que los procesos se lleven con mayor agilidad y transparencia.

1.6. Relaciones públicas

Las relaciones públicas son una disciplina de las ciencias de la comunicación, un relacionista es el encargado de elaborar planificaciones con el objetivo de cumplir cada una de las metas propuestas, algunos de los factores para que se dé el éxito en las relaciones de una organización es una buena planeación de estrategias de marketing, publicidad y propaganda son elementales a la hora de ejecutar un plan.

Pues si bien la comunicación va de la mano con las relaciones públicas, lo cual implica el manejo que se da en dicha organización, institución o empresa, cabe destacar que la finalidad de cada una de estas es que la imagen se vea reflejada mediante hechos que favorezcan a la entidad por ello, la autora Lesly nos da a conocer más sobre el mundo de las relaciones públicas.

Las relaciones públicas son un fenómeno y una necesidad de nuestro tiempo. Han sido creadas por las fuerzas que han acrecentado el ritmo del mundo fundiendo a la gente en tantos grupos diversos cada uno en búsqueda de

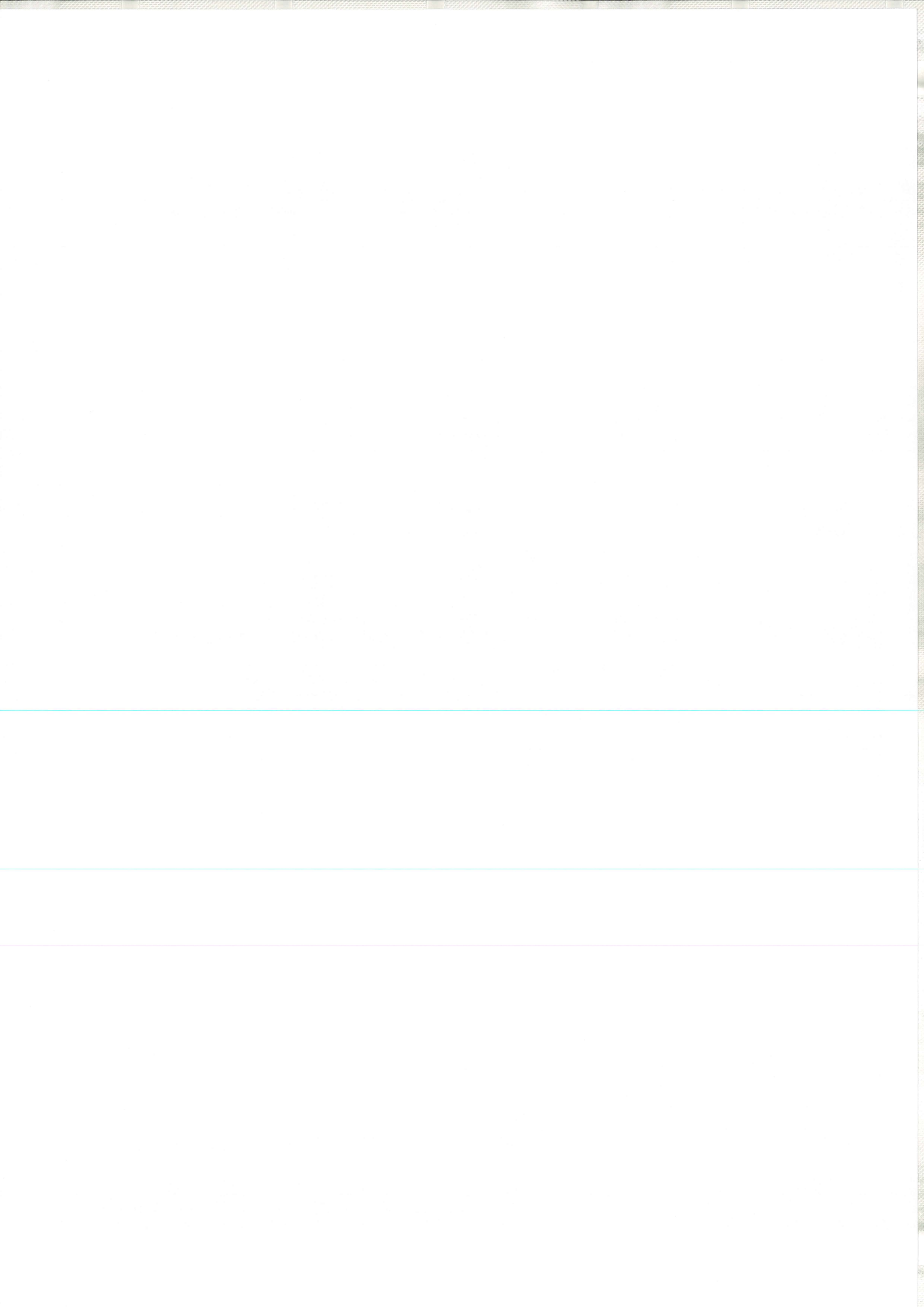
diferentes objetivos, pero debiendo todos trabajar juntos hacia la consecución de comunes adelantos y progresos. La creciente complejidad de la civilización ha creado problemas no previsibles siquiera cuando las clasificaciones sociales, económicas, políticas y religiosas eran simples y claras. (Lesly, 1969, p.2)

Menciona el autor Lesly (1969): Las relaciones públicas empezaron como publicidad ahora esta es solo uno de sus aspectos porque cómo siempre es difícil para gente con diferente formación conocer y comprender a los demás, la primera necesidad de un grupo fue encontrar la manera de hablar a los demás de sí mismo. Al desarrollarse, las relaciones públicas han venido a incluir otras funciones además de propagar algo acerca de alguien o de un grupo. (Lesly, 1969, p. 3)

El mundo de las Relaciones Públicas es muy amplio necesario para saber cómo manejar estrategias dentro de nuestro sitio de trabajo o de negocios, por otra parte, el autor Dennis Wilcox argumenta: “Las relaciones públicas son una función independiente, que permite establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos; implica la resolución de problemas ayuda a los directivos a estar informados” (Wilcox, 2001, p.5).

De acuerdo a las posturas de los autores es necesario recalcar que las relaciones públicas tienen como finalidad publicitar, obtener ganancias y llegar a diferentes targets, pues la comunicación y el conocimiento es indispensable para enganchar al público, la innovación es primordial por ello poner nuestra imaginación a volar logrará magnificas ideas que se puedan desarrollar.

La función principal de las relaciones públicas en una organización es coordinar un plan a largo plazo que sea sostenible, logrando así fortalecer los vínculos con distintos públicos. Persuadiendo para llegar a un acuerdo



mutuo y sobre todo lograr obtener la fidelidad a través de una buena presentación de la imagen de dicha organización, empresa, institución etc.

El campo de las Relaciones Públicas es muy amplio abarca diferentes metodologías que podemos emplear y sacar provecho ya sea en nuestro lugar de negocio, empresa, o institución pues un buen manejo que se efectuó tanto interna como externamente logrará magníficos resultados, la publicidad y propaganda serán el factor clave para enganchar a las personas.

En el mundo de las relaciones públicas es apropiado conocer diversas técnicas y métodos que se emplean en diferentes entidades para lograr un consenso en donde la organización salga victoriosa, la finalidad de las relaciones tanto internas como externas es que una empresa llegue a surgir a través de diversos factores entre ellos los empleados quienes forman parte principal, un buen trato siempre será el factor clave para facilitar las relaciones con los diferentes públicos.

1.6.1. Comunicación interna y externa

En otro ámbito cabe recalcar que los puntos de vista varían según la perspectiva de cada autor, las relaciones públicas es un mundo muy amplio lleno de diferentes facetas que pueden darse dentro y fuera de una empresa, la organización y los nuevos conocimientos son importantes para un buen desempeño laboral, por ello el autor Fernando Escalante hace una breve síntesis sobre las diferentes comunicaciones que se dan a lo largo de una empresa.

Escalante (1999) afirma: “La comunicación interna va dirigida hacia los propios miembros de la organización. Cualquiera de sus jerarquías o funciones todos deben colaborar en la transmisión de una correcta imagen de la empresa o repartición, mediante la oficina de relaciones públicas” (p.73).

Comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (Collado, 2012, p.12)

Los aportes de los autores son trascendentes ya que la comunicación interna en una empresa es de gran utilidad y determina las buenas o malas relaciones, permitirá mejorar el desempeño de las personas que laboren pues su objetivo es motivar para cosechar triunfos.

En el ámbito de las relaciones públicas es apropiado conocer diversas técnicas y métodos que se emplean en diferentes entidades para lograr un consenso en donde la organización salga victoriosa, la finalidad de las relaciones tanto internas como externas es que una empresa llegue a surgir a través de diversos factores entre ellos los empleados que forman una parte principal, un buen trato siempre será el factor clave para facilitar diversas relaciones con los públicos.

La comunicación externa de la organización es, así mismo, de gran importancia para la vida de las instituciones y se la realiza “con diversos sectores de fuera de la organización proveedores, accionistas, concesionarios, representantes, distribuidores, clientes, comunidad local y determinados públicos” (Escalante, 1999, p.74).

Comunicación externa es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.), encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios. (Collado, 2012, p.12)

Al analizar estos dos conceptos podemos observar que la comunicación externa es la base para cualquier tipo de negociación ya que su finalidad es lograr atraer público de afuera para lograr así una estabilidad y sustento en la empresa. Las estrategias se maneja continuamente en estos procesos ya que enganchar a los públicos externos es el objetivo principal.

Por otro lado, la comunicación externa forja las relaciones entre la organización y la sociedad con la competencia, hay que mantener en cuenta siempre que se quiere comunicar y los medios que se van a usar, de esta manera se logrará tener un panorama claro hacia dónde queremos dirigirnos, obteniendo así una comunicación eficaz, clara y concisa.

La importancia de las relaciones públicas y la imagen corporativa de una empresa radica en aplicar diversas herramientas y estrategias de comunicación entre organizaciones, grupos de interés como lo son clientes, proveedores, público interno, externo entre otros, permite mantener alianzas para potenciar la visibilidad entre distintas entidades.

La persona que maneja el departamento de relaciones públicas de una institución es la encargada de trabajar sobre un plan de comunicación que se ejecuta en una empresa, la gestión comunicacional es un proceso de construcción que tiene como objetivo administrar y mantener una imagen positiva.

1.7. Funciones qué puede desempeñar el responsable de comunicación interna

Sergio López (2013), nos indica diferentes pautas que puede manejar el encargado del departamento de comunicación y relaciones públicas, es importante conocer estos diferentes ítems que serán de gran aporte: Algunas de las funciones más frecuentes de un responsable de comunicación interna

1. Contacto frecuente con todos los departamentos de las organizaciones con el fin de conocer el estado de la organización.
2. Creación de noticias para difundir internamente, a través del boletín o de otros medios.
3. Rescatar la información que pueda ser del interés de la organización. Una de las maneras más comunes es elaborar un resumen de prensa.
4. Comprobar que la información fluye correctamente en el interior de la organización, es decir, que todos los mensajes que se emiten llegan y son decodificados correctamente por sus receptores. (p.77)

Según lo que comenta el autor es de gran aporte saber las funciones correctas que se deben emplear en el campo de las relaciones, es importante conocer cómo actuar frente a cualquier tipo de inconvenientes, pues el accionar tiene que ser inmediato, la comunicación interna realiza un gran papel para que la empresa salga adelante pues un buen clima organizacional dará relevancia a una institución.

La comunicación interna es una responsabilidad de los miembros que conforman una organización, la persona encargada de llevar el departamento debe tener un profundo conocimiento para un satisfactorio manejo, liderar y animar el diálogo mejorará las técnicas de comunicación.

1.8. Lobbying

Las relaciones públicas se han convertido en una actividad indispensable cuya finalidad es contribuir en la creación de confianza de su entorno, para lograr dicho objetivo se centra principalmente en la imagen de la entidad, siendo este un factor clave para cualquier comienzo. El lobbying forma parte de las relaciones públicas, ya que está asociado con procesos de comunicación y planificación estratégica, es ahí que nace el lobismo como una asociación y relación que se da entre diferentes grupos.

El campo de las Relaciones Públicas Políticas es muy amplio, por ello el lobbying actúa conjuntamente en una organización a través de un personal integrado, con la finalidad de aspirar a poderes públicos que orienten a la toma de decisiones, en el texto *Gestión de la comunicación en las organizaciones* el autor abordará varias temáticas acerca de la importancia que tiene el lobbying en el campo comunicacional.

La importancia del lobismo se da en las estrategias de comunicación, la capacidad de influencia para lograr lo que se necesita dentro de una negociación esta va de la mano de muchos intereses, los beneficios que están detrás de una organización. “La función del lobbying es intervenir en el proceso de toma de decisiones públicas, ya sea una norma jurídica ley, reglamento, orden ministerial, resolución etc. En fin, una campaña de lobismo es establecer una relación de beneficio mutuo” (Losada, 2004, p.156).

Una de las perspectivas que se debe considerar al estudiar al Lobbying como un proceso de comunicación estratégica y negociación es la que lo analiza desde sus actores; es decir desde aquellos individuos o entidades que hacen uso de él. El lobbying, es utilizado por diferentes sujetos: los individuos, las empresas, las ONG, los gobiernos en diferentes niveles, legisladores, y los llamados grupos de presión. (Sánchez, 2014, p.9)

Según los puntos de vista de ambos autores se asemejan ya que el lobbying es un proceso de comunicación muy importante e estratégico en el campo comunicativo logrando así intervenir en los procesos públicos, una de sus funciones es pactar un acuerdo obteniendo así un beneficio.

Pues es de conocimiento que cualquier acto que se efectuó el presentador siempre debe regirse a una ayuda memoria pues esto ayudará a desempeñarse de una mejor manera logrando así confianza en el mismo. Menciona Sánchez (2014), en toda estrategia de lobbying directo mediante

reuniones personales es indispensable entregar al interlocutor un resumen escrito. Una estructura adecuada de la posición del papel es la siguiente:

1. Un resumen en pocas líneas de la problemática o tema abordado.
2. Una presentación de la postura de la organización respecto de la problemática, acompañada en su caso de una refutación de los argumentos de la parte adversaria.
3. Explicación del impacto de la problemática sobre las actividades de la organización: aumento o pérdida de puestos de trabajo, efectos sobre la comunidad, incidencia en los proveedores.
4. Ilustración y/o apoyo de terceros. La confirmación de los argumentos presentados por terceros ajenos a la organización importa a menudo más que las propias afirmaciones (p.165).

Las estrategias en cualquier tipo de campó siempre será un factor clave por ello, el autor Losada, nos indica algunos factores aplicables que el interlocutor puede emplear al momento de presentar un evento, es importante seguir paso a paso cada uno de estos ítems para tener totalidad éxito en lo que se vaya a presentar.

El lobbying se deriva de varias terminologías como lobismo pues su significado es el mismo, una palabra tan necesaria que abarca un gran campo en el mundo de las relaciones, pues es indispensable a la hora de tomar ciertas disposiciones influyendo así en una organización, su finalidad es contribuir en la toma de decisiones para obtener un óptimo resultado.

El lobbying es un tema de relacionamiento estratégico entre las instancias públicas, privadas entre otros tipos de organismos, un lobista debe ser un comunicador innato generar buenas relaciones y sobre todo tener empatía. Sin embargo, esta es una herramienta que nos ayuda a generar ese vínculo con las relaciones públicas es decir unir al cliente con entidades del gobierno.

1.9. Protocolo y etiqueta

En el campo de relaciones se manejan diferentes formalidades la más comunes son protocolo y etiqueta estas herramientas son fundamentales para emplear en un evento de cualquier tipo, una buena decoración, un buen manejo de las mismas captaran más de una mirada, es así que Cristina Arroyo en su texto *Eventos corporativos y protocolo empresarial* nos brinda un acercamiento más profundo de las reglas que se deben aplicar a la hora de llevar a cabo un evento, lo elemental que es conocerlas y sobre todo aplicarlas en el diario vivir.

El protocolo se encarga de estructurar u organizar aquellos actos protocolarios que implican eventos importantes o dificultosos, uno de los ejemplos es cuando se organiza una cumbre de países, en cuyo caso se intentaría no situar junto o enfrente a dos dirigentes de países que se encuentren enfrentados, tampoco sería recomendable colocar sus banderas juntas. (Arroyo, 2013, p.100)

El protocolo es aquella normativa establecida por usos y costumbres donde se destaca el proceder de la persona a través de los valores, es tan importante conocer que en cualquier evento, reunión, socialización y ámbito. La forma de comportarse, actuar y expresarse frente a las demás personas tiene un gran punto a favor mediante el uso de etiqueta y protocolo la calidad de vida y las relaciones personales mejorarán.

En la sociedad actual que vivimos es de suma importancia saber comportarnos frente a diversas situaciones que se nos presentan todos los días como por ejemplo el modo de hablar y expresarse con los demás para ello hay que utilizar un correcto manejo de modales. El vestuario es una de las partes principales ya que definirá nuestra personalidad, por otro lado, la imagen siempre debe ser presentable de acorde al evento que uno asista.

Cuando hablamos de etiqueta nos referimos a la serie de actitudes personales, que en épocas pasadas se las realizaba en las cortes, pero siguen siendo la presencia de rituales y costumbres para actos públicos “nos referimos específicamente al conjunto de reglas de comportamiento que deben observarse en eventos especiales” (Zuñiga, 1996, p.3).

Mantener una buena postura ante las personas que nos rodean es muy importante ya que la imagen y educación son trascendentes porque servirá de mucho para nuestra vida social “es decir, la etiqueta es el comportamiento adecuado que toda persona debe manejar para salir airoso o de cualquier situación que se le presente de la mejor manera, sin perder su imagen manteniendo una correcta actitud y comunicación adecuadas” (Patiño, 2011, p.7).

Cada punto de vista que expresan dichos autores sobre la etiqueta hay que mantenerlos en cuenta a la hora de efectuar cualquier evento, pues el ceremonial es esa parte de formalidad en dicho acto para que todo se vea más estético, pulcro. Una buena presentación, decoración dejará varios comentarios positivos.

La etiqueta es muy importante ya que ayuda a precautelar pequeños detalles que parecerían no apreciarse en un evento, cómo los arreglos florales, posición correcta de las sillas, mesas, manteles, membretes etc. En si toda la decoración del entorno en dónde se va a realizar un evento es importante, darle un enfoque especial para que los asistentes se sientan cómodos y a la vez vean algo nuevo e innovador.

Los principios básicos de etiqueta y protocolo son elementales a la hora de organizar un evento ya sea institucional, político, académico o social. Utilizar y emplear maneras sobre el comportamiento es primordial, saber la forma correcta de actuar frente a las demás personas.

En el protocolo y etiqueta es importante diferenciar que tipo de acto queremos realizar, la temática que se va abordar por ello, Patiño (2011) indica algunas pautas que se deben tomar en cuenta antes de realizar un acto manifiesta lo siguiente, Pre evento es la etapa donde se definen todos los aspectos relacionados en cuanto a su organización. Es importante definir qué tipo de evento se va a realizar ya que existen varios tipos: evento oficial, evento privado, evento público.

A continuación, se relacionan algunos detalles elementales y otros de consideración para definir en esta etapa:

1. Tipo de evento.
2. Público a quien va dirigido.
3. Objetivos que se persiguen.
4. Lugar y fecha de realización (Estará determinado por costos, eventos que se vayan a realizar en la ciudad, intereses de los asistentes, ubicación del evento que se llevará a cabo).
5. Elaboración de lista de invitados especiales de acuerdo a los intereses que maneje la empresa. La asistencia de algunas personas es clave para tratar asuntos empresariales o establecer relaciones y convenios.
6. Número de participantes que aspira a asistir esto determinará ayudará también a determinar el lugar de realización, tipo de montaje, tipo de música si la hay, tipo de servicio.
7. Definición sobre cómo se harán las tarjetas de invitación (escoger color, tipo de letra, texto, textura del papel, etc).
8. Medios de comunicación necesarios para su divulgación.
9. Logo y diseño de la presentación del evento.

10. Programación (p.40).

Al momento de desarrollar un evento protocolario hay que saber diferentes normativas que se deben mantener en cuenta, Patiño menciona diferentes ítems de interés que deben ser respetados y empleados a la hora de planificar previo a un evento que vaya a desarrollarse en cualquier instalación, estos pasos ayudarán a efectuar eventos de calidad y distinción.

1.10. Qué nos aporta la etiqueta y el protocolo en el ámbito empresarial

De acuerdo a Cristina Arroyo (2013), en su libro *Eventos Corporativos y Protocolo Empresarial* da a conocer importantes aspectos, mediante los cuales puede distinguirse de los demás sin duda, conocer los aspectos básicos de la etiqueta y protocolo empresarial representa un valor añadido ya que le permitirá

1. Distinguirse de la competencia.
2. Le proyectará cortesía, imagen, autoridad y confianza.
3. Le ayudará a potenciar y mantener sus relaciones con clientes, compañeros, etc.
4. Le dará seguridad al ser capaz de adaptarse a distintas situaciones de negocios.
5. Le ayudará a tener efectividad con su entorno.
6. Mejorará su proyección profesional.
7. Le ayudará a formar y gestionar equipos de trabajo.
8. Le ayudará a crear un clima de trabajo productivo y colaborativo (p.103).

El protocolo y la etiqueta sin duda dos palabras que se diferencian por elegancia y relevancia, nos muestra algunas claves y aspectos que nos distinguirán de los demás para lucir radiantes frente a cualquier tipo de ocasión. Si mostramos seguridad no habrá nada que nos detenga.

El protocolo empresarial ayuda a comprender diferentes necesidades, regulando y estableciendo las normas que deben seguirse, esto ayudará a lograr una buena convivencia en el ámbito laboral, logrando así integrarse y conocer el comportamiento de una empresa. Una efectiva comunicación mejorará los procesos para un mejor funcionamiento.

1.11. Los modales

Los buenos modales siempre se han aplicado en cualquier ámbito de las relaciones, es algo muy elemental nuestra carta de presentación, por ello, las personas a lo largo de su vida, deben afrontar varias situaciones que le exigen presentarse, saludar, recibir, ser buen anfitrión y despedirse, en particular estas habilidades se desarrollan desde nuestra infancia. Cabe destacar que una presentación o un saludo son elementales a la hora de ganar amistades, ser cordiales mejorará nuestra imagen en todo ámbito permitiendo alcanzar diversas metas propuestas en el campo laboral.

Los modales implican tener una buena educación, ser cortés, amable con las personas que nos rodean, es un aspecto muy útil en el que nuestros comportamientos son reflejados por las actitudes que demostramos. Los buenos modales son costumbres de cortesía que se mantienen frente a una sociedad determinada. Los valores serán siempre importantes para entablar relaciones de todo tipo.

Existen diversas maneras de ser cordiales y atentos con las personas ya sea afuera o dentro de nuestra casa, el ser educados nos hace aún mejores personas, la cortesía se la práctica siempre y nos servirán en el aspecto laboral, educativo o social: “Los primeros saludos de que se tiene noticia fueron utilizados cómo símbolos de paz entre tribus indígenas. Mucho más tarde, durante la Edad Media, se emplearon en señal de respeto y cortesía” (Zúñiga, 1996, p.5).

La escritora Ana Zuñiga, expresa que ser educados, tener buenos modales es de gran importancia ya que en cualquier evento o reunión una buena manera de expresarse frente a las personas dejará muchos aspectos positivos, por ello hay que tomar en cuenta pequeños detalles que servirán para la vida diaria, ser educados, cortés dejará una buena impresión e imagen.

Los buenos modales estan relacionados con diferentes valores que nos han inculcado nuestros padres desde niños, estas pautas de educación se deben emplear siempre, usar estas normas de cortesía denotarán varios factores positivos a nuestro favor, un saludo no se le debe negar a nadie al contrario siempre ser educados atentos mejorará el estilo de vida de las personas.

Es necesario conocer que los modales se deben emplear todos los días en la vida cotidiada, una persona que se maneje con estos valores obtendrá muchas cosas buenas a su favor, hay que mostrar siempre la educacion que nos han inculcado siendo cortés y brindando un saludo a las personas.

1.12. El saludo Protocolar

En las sociedades contemporáneas las relaciones institucionales son de gran valor porque permiten abrir canales de comunicación mutua, logrando así la efectividad tanto en la misión y objetivos que se ejecutan en dichas organizaciones.

El saludo protocolar se enmarca en diferentes actividades para fortalecer la relación interinstitucional con diferentes públicos, la acción del departamento de comunicación es lograr una buena relación y un acercamiento entre autoridades locales, seccionales y representantes de diferente sectores públicos o privados.

Las autoridades y altos funcionarios institucionales se encuentran permanentemente en diferentes actos, el saludo protocolar evitará el

reencuentro con personas desconocidas de esta manera ayudará a crear una buena relación con diferentes organizaciones.

1.13. Reglas del protocolo en los actos públicos

En el protocolo existen diferentes reglamentos que se deben llevar a cabo en cualquier acto sea público o privado la autora, Arroyo (2013) menciona algunos factores que se deben emplear en un evento.

De carácter general: Son los organizados por el Gobierno, la Admiración, las Comunidades Autónomas, las Corporaciones Locales, etc.

De carácter especial: Son los actos organizados por determinadas instituciones, organismos o autoridades con ocasión de acontecimientos propios de su ámbito.

No oficiales: Son los organizados por corporaciones, fundaciones, empresas, asociaciones, etc.

Actos privados: Los actos de ámbito familiar o doméstico (p.101).

Todo tipo de acto se debe regir a las normas de protocolo, para estructurar un buen evento se debe tener claro que tipo de evento se quiere realizar estableciendo así ciertos parametros para la buena elaboración y planificación.

1.14. Cómo saludar correctamente

El saludo es un gesto de educación que desde niños nuestros padres nos han inculcado valores y principios, todo dependerá si la enseñanza que nos han dado la pondremos en práctica, el ser educado deja mucho que decir de las personas estos factores son tan importantes para describir quien eres, ser cordiales, amables no cuesta nada así que este gesto no se lo debe perder nunca.

El saludo es algo habitual en la actividad social y laboral de cualquier individuo, convirtiéndose en un signo de respeto y cortesía hacia los que nos rodean. Particularmente, en la empresa saludamos a compañeros, superiores, clientes, etc., por ello, como regla general, habrá que saludar siempre a todas las personas de forma correcta y cortésmente. El saludo no solo se compone de una fórmula de cortesía, sino que también va ligada a gestos, miradas o actitudes. (Arroyo, 2013, p.103)

Con respecto a lo que menciona dicha autora me parece una gran contribución pues si bien el saludo es una de las cosas más importantes por decirlo así ya que el saludar nos permite ser cordiales, respetuosos, atentos pues de ello parte una conversación amigable, fomentar el uso de este modal fomentará un mejor estilo de vida.

En el texto *Moderno Manual de Etiqueta y Protocolo* la autora Ana Zuñiga (1996), imparte sus conocimientos acerca de las formas adecuadas que se deben utilizar al momento de saludar, manejar expresiones correctas mejorará nuestro lenguaje: Para saludar es preciso

1. Utilizar gestos y expresiones que demuestren calidez y respeto.
2. Emplear títulos como señor, señora y doctor, o lo que corresponda, según el caso.
3. Considerar las circunstancias: el saludo varía de acuerdo con las personas, los lugares y las situaciones en que tiene lugar.
4. Para saludar formalmente podemos emplear expresiones tales como: ¿Buenos días?, ¿cómo amaneciste?, ¿cómo está usted?, ¿encantado de saludarlo?, ¿buenas noches?, ¿cómo le fue hoy?
5. También podemos hacerlo de manera informal: Hola, ¿cómo estás?, ¿cómo te va?, ¿qué tal?
6. Existen además algunos gestos y expresiones que, a pesar de ser muy usados, no transmiten a cabalidad el mensaje que todo saludo

debe llevar: ¿qué hubo?, ¿qué hay?, ¿qué más?, ¿entonces qué?
(p.28).

El saludo es una costumbre cotidiana, este gran valor es un gesto de respeto, cortesía que se debe implementar siempre ya sea en la calle, trabajo, universidad, reuniones entre otros denotará la educación que nos han inculcado desde pequeños nuestros padres, ser educados formará personas con criterio propio.

1.15. El ósculo

La manera correcta de emplear un saludo son diversas todo dependerá de la locación donde nos encontremos, un saludo es un gesto de respeto, pues cabe mencionar que este dependerá según la afinidad que se tenga con cada persona.

Es de suma importancia conocer los diferentes significados de besos y la representatividad que tiene cada uno, tener una perspectiva clara para saber emplear correctamente la forma de saludo según las diferentes ocasiones: “El beso social, es un método cada vez más utilizado tanto entre hombres y mujeres si existe una relación de amistad cercana o en actos sociales” (Arroyo, 2013, p.14).

Pues como menciona la autora Cristina Arroyo el beso es un gesto de respeto, pues es importante que antes o después de un acto utilicemos y empleemos las maneras correctas para despedirnos. Es de conocimiento que en diferentes países las formas de dar el beso son diferentes por ello aprender sobre las demás culturas, costumbres y tradiciones nos serán de gran ayuda para saber utilizar la manera correcta de saludar.

El ósculo es el beso social. Es muy necesario conocer cómo debemos actuar con distintas personas, la manera adecuada de saludar en distintos ambientes, en este caso Zúñiga (1996), indica gústenos o no, se trata de una costumbre

muy arraigada en nuestra sociedad. Hay situaciones en las cuales debemos darlo

1. Cuando existe un cierto vinculo de amistad con la persona que saludamos.
2. Por cortesía, cuando el beso nos es dado sin tener la oportunidad de rechazarlo.
3. Cuando le acaban de presentar a una persona.
4. A los jefes y compañeros de trabajo (p.29).

Es de suma importancia darle un valor especial a la representatividad que tiene el beso, en efecto como indica la autora es necesario diferenciar y conocer en qué momento se debe dar el ósculo. Pues pequeñas cosas marcaran la diferencia.

El beso es muy importante, un saludo es indispensable ya que se utiliza diariamente por ello hay diversas maneras en las cuales se debe emplear, Patiño (2011), menciona sin embargo en culturas como la nuestra existen ciertas recomendaciones para hacer de este acto algo bueno y no criticable dependiendo de la forma como se realice. Algunas de las recomendaciones son:

1. No bese a los jefes delante de personas ajenas a la empresa aun cuando exista suficiente confianza.
2. No bese en la mejilla a niños menores especialmente a los bebes por prudencia, tenga en cuenta que usted tiene millones de gérmenes en su boca y los niños por lo general son fácilmente contagiados de virus.
3. No rechace un beso que no esperaba para evitar hacerle un desaire a la persona.

4. Cuando llegue a donde este una persona mayor a saludar, sea hombre o mujer, levántese. No espere que esta se incline hacia usted para saludarlo.

5. Levántese cuando llegue al lugar donde se encuentra la persona de mayor jerarquía dentro de su empresa (p.35).

Es importante tomar atención a cada uno de los ítems que mencionan los autores ya que servirán al conocimiento de las distintas maneras que se deben dar un beso para que no existan mal entendidos, hay que ser educados y siempre mantener una postura correcta.

1.16. La sonrisa

La sonrisa es un factor clave, uno de los dones que nos dio la vida, el sonreír denota muchos aspectos en nuestro rostro, nos refleja el estado de salud, ánimo y felicidad que estamos transmitiendo, sonreír es gratis y fácil alimenta nuestra alma.

Las personas mientras más rían reducirán el constante estrés de todos los días por diversas situaciones que se atraviesan en nuestros caminos, liberar las malas energías con tan solo una sonrisa es estupendo. “sonreír es, por tanto, de vital importancia en las presentaciones, los saludos y las despedidas. La sonrisa debe ser sincera y espontánea y ha de estar a tono con las circunstancias” (Zuñiga, 1996, p.37).

Una sonrisa es un gesto indispensable pues si bien le dará un efecto especial al rostro, pues en sitios de trabajo, en la universidad o ya sea en un acto institucional es de suma importancia sonreír ya que las personas que nos ven notarán y se llevarán una mejor impresión.

El poder mágico de la sonrisa es una vitamina que endulza el alma y el corazón nada mejor que llevar una vida tranquila, en paz estos factores mejorarán el estilo de vida en diferentes actividades que realice o se desempeñe un

trabajador, las personas que están alrededor sentirán el positivismo que desborda cuando se encuentra feliz. Es así que las diferentes funciones serán desempeñadas de manera competente.

1.17. Vestuario

El vestuario es una pieza elemental para lucir radiante frente a los demás, hay que saber vestirse de manera correcta, utilizar prendas que resalten la personalidad, pues ello implica ponerse un tipo de ropa de acuerdo a la ocasión y formalidad que se presente, todo acto varía dependiendo de la temática que se vaya abordar.

La elegancia es de gran distinción lucir de manera sencilla, limpia nos dará un gran realce espectacular, hay que saber escoger un buen maquillaje de acuerdo a la tonalidad de cada piel, usar un perfume que denote suavidad no algo exagerado que resulte ser desagradable.

Saber combinar la ropa y llevar lo adecuado en toda ocasión significa tener estilo. Casi todas las mujeres que han desarrollado un estilo personal de vestir eligen ropas acordes con la actividad que desempeñan y usan maquillaje discreto y perfumes que se identifican con su personalidad. (Zuñiga, 1996, p.229)

El vestuario es un conjunto de prendas en la que complementan diferentes accesorios que dan vida a la persona, hay que saber distinguir que tipo de prenda se debe utilizar para cada evento, es importante conocer si el acto se efectuará en la mañana, tarde o noche, todo varía según la ocasión, un factor importante es que nuestra imagen se vea limpia y resalte de manera natural.

La manera de vestir de forma apropiada cuenta con algunos aspectos que se deben llevar a la práctica como la edad, clima y las medidas de la persona tomar en cuenta a donde se dirige y el motivo, si usamos prendas

que nos den comodidad vamos a sentirnos bien en cualquier lado que vayamos, ciertas de estas pautas se deben mantener en cuenta para lucir radiantes y elegantes.

El vestuario influye mucho en el protocolo saber vestir bien en cada acto, es la primera impresión que da una persona hacia los otros invitados, si un acto es académico es recomendable vestir de gala colores neutros se recomienda que no sean tan llamativos, un traje es una vestimenta elegante que indica distinción y respeto al acto que se vaya acudir.

1.18. Color de la indumentaria

El color a la hora de vestir es tan indispensable conocerlo ya que refleja nuestra imagen y el proceder de la persona, hay que saber que tonalidades se debe usar al momento de asistir algún evento en su texto *Eventos corporativos y protocolo empresarial*, Arroyo (2013) indica las tonalidades que se deben usar

Negro: Es el color apropiado para reuniones serias o con cierto protocolo. Para los hombres es adecuado cualquiera a cualquier hora del día, sin embargo, para las mujeres se reserva para eventos nocturnos.

Marrón: todas sus variaciones son adecuadas para cualquier evento, aunque se recomienda no emplearlo en actos oficiales. Resulta adecuado en reuniones de tipo informal y eventos empresariales. El color marrón tiende a ensanchar la figura.

Azul: es el color más apropiado para los eventos diplomáticos o de protocolo riguroso. Se recomienda para cualquier ocasión que requiera lucir elegante.

Blanco: Se recomienda para vestuario de primavera y verano y siempre procuremos combinarlo con otros colores: rojo, verde azul.

Rojo: es un color preferentemente femenino. Debe usarse de forma moderada en eventos muy formales o de tono protocolar. Nunca utilizarlo como color principal.

Verde: los tonos mates y oscuros combinados con negro, resultan elegantes y formales, mientras que los claros y pastel deben emplearse en encuentros informales (p.133).

1.19. La dignidad y jerarquía

Sin duda la jerarquía es un factor primordial en cualquier organización y ocasión, siempre debemos aplicarlo en los eventos que se realicen sobre todo respetar las ubicaciones y diferentes funciones que tiene cada uno de los participantes, estos aspectos son elementales a la hora de definir el orden en la mesa que se sentaran las autoridades presentes, por ello, para obtener un buen resultado en un evento es importante tener en cuenta estos aspectos de jerarquías.

La Dignidad y la Jerarquía son dos factores de gran importancia pues ayudarán a entablar ciertas diferencias entre las posiciones y ubicaciones adecuadas en donde deben ir cada uno de los asistentes que estarán presentes en el evento “dichos títulos son reglamentados mediante leyes o decretos con el fin de evitar situaciones embarazosas que puedan ir en contra de las relaciones de amistad y cooperación entre los países” (Zuñiga, 1996, p.32).

Menciona la autora Zuñiga (1996) Las precedencias se definen cómo privilegios, las ventajas o las preferencias que recibe una persona u objeto con respecto a otros. Todos los estados tienen un régimen de precedencias por medio del cual se establece el lugar que deben ocupar las personas en los actos protocolarios de acuerdo con su rango y

jerarquía. A demás las precedencias rigen a nivel estatal, eclesiástico, militar, empresarial y familiar. (Zuñiga, 1996, p.35)

El orden de jerarquía es esencial en cualquier evento que se realice ya sea una institución pública o privada, mantener las reglas claras es fundamental a la hora de establecer un orden, nos tenemos que basar en diferentes criterios y aspectos, pues no solo los cargos, ni rangos definen un orden específico hay que mantener en cuenta muchos elementos para estructurar la posición correcta que deben ir sentados diferentes miembros y autoridades que conformarán la mesa.

1.20. La precedencia

Cabe destacar que el orden en cualquier tipo de evento es importante manejarlo y emplearlo, las normativas ya están establecidas solo hay que ponerlas en práctica por ello la autora María Ávila (2015), es el orden que asigna el protocolo a las autoridades, organismos o instituciones en actos oficiales, bajo la idea de precedencia, es decir, qué persona u organismo es prioritario sobre otro

1. Precedencia Oficial: La dictada y recogida por ley para todo tipo de actos (en la que se detalla la colocación de invitados desde el rey o el presidente hasta el invitado de menor rango.

2. Precedencia Social o Privada: la establecida por costumbre o por norma social, atendiendo a criterios menos estrictos que los recogidos por ley, y que puede dar lugar a diversas interpretaciones por tradiciones o costumbres locales (p.14).

Gustavo Sassan manifiesta en su texto, *Protocolo y Ceremonial* (2014), las ubicaciones correctas de las autoridades que deben ocupar en diferentes tipos de locaciones, sin duda respetar los órdenes será un acto de respeto y

jerarquía a nivel diplomático, la precedencia de los embajadores, se determina por la antigüedad que tienen en ese país, rigiéndose por

1. Ley de Derecha: Se establece el lugar de honor es el de la derecha de la persona que ocupa la más alta jerarquía, en el lugar donde se realiza el evento, la comida, visita, acto, etc. El anfitrión ubicara al invitado de honor a su derecha, esto rige para todos los ámbitos: gubernamental, empresarial y social.

2. Ley de proximidad: El valor de la izquierda está dado por la proximidad al anfitrión.

3. Lugar de Honor: Es el lugar que ocupa la persona homenajeada durante el evento (acto, comida, etc.). A dicha persona le corresponde el primer lugar a la derecha del anfitrión (p.19).

Los aportes de los diferentes autores son muy valiosos a la hora de efectuar un evento de cualquier tipo ya sea académico, institucional o laboral, siempre se debe mantener en cuenta las posiciones y órdenes si queremos obtener un acto de alta calidad debemos emplear lo que manifiestan los escritores.

En todo acto protocolario las precedencias tienen gran representatividad en los actos públicos o privados, se debe establecer el lugar y orden correcto para proceder con el pertinente orden jerárquico Ana Zúñiga asegura: “Las precedencias se definen como los privilegios, las ventajas o las preferencias que recibe una persona u objeto con respecto a otros. Todos los estados tienen un régimen de precedencias” (Zuñiga, 1996, p.35)

1.21. De la precedencia generalidades

En el capítulo 17 del Reglamento de Ceremonial (2002), aborda algunos artículos en los que son manifestados por el Decreto Ejecutivo, con la finalidad

de ser respetados las diferentes posiciones y lugares en la que deben ir las autoridades a continuación cada uno de estos serán detallado.

Art. 80.- El Presidente de la República preside las ceremonias a las que asiste.

Art. 81.- Los ministros de Estado y máximas autoridades de los organismos públicos presiden las ceremonias promovidas por sus respectivas instituciones.

Art. 82.- Cuando se pronuncien discursos, en primer lugar, hará uso de la palabra la persona de inferior categoría, cerrando el acto quien lo presida, salvo en los homenajes a determinada persona, en cuyo caso le corresponde hablar en último término.

Cuando esté prevista su intervención, al Presidente de la República le corresponde tomar la palabra en último lugar (p.15).

Es importante conocer las diversas precedencias que ocupan las diferentes autoridades, para no cometer errores cuando estén presentes, hay que tener conocimiento de las intervenciones y participaciones que tendrá cada uno en la mesa directiva y su respectivo orden con el que deben ir cada uno.

1.22. Orden general de precedencia

El orden general de precedencia (Ejecutivo, 2002) 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 del Congreso Nacional;

4. Presidente de la Corte Suprema de Justicia;
5. Presidente del Tribunal Supremo Electoral;
6. Presidente del Tribunal Constitucional;
7. Procurador General del Estado;
8. Controlador General del Estado;
9. Ministro Fiscal General de la Nación;
10. Ex-Presidentes de la República;
11. Ex-Vicepresidentes de la República;
12. Secretario General de la Administración Pública;
13. Superintendencia de Bancos y Seguros;
14. Superintendente de Compañías;
15. Superintendente de Telecomunicaciones;
16. Miembros del Gabinete Ministerial;
17. Decano del H. Cuerpo Diplomático;
18. Embajadores Extranjeros en orden de precedencia;
19. Vicepresidentes del Congreso Nacional;
20. Jefe del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas;
21. Comandante General del Ejército;
22. Comandante General de la Marina;
23. Comandante General de la Fuerza Aérea;

24. Comandante General de la Policía Nacional;
25. Presidentes de las Comisiones Legislativas;
26. Diputados;
27. Ministros de la Corte Suprema de Justicia;
28. Prefectos;
29. Alcaldes;
30. Presidente del Directorio del Banco Central del Ecuador;
31. Presidente del Banco del Estado;
32. Presidente de la Corporación Financiera Nacional;
33. Presidente Ejecutivo de PETROECUADOR;
34. Gerente General del Banco Central del Ecuador;

35. Gerente General de la Corporación Financiera Nacional;
36. Gerente General de la Corporación Aduanera Ecuatoriana;
37. Director General del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social;

38. Viceministros y subsecretarios de Estado, en orden de precedencia de los ministros;

39. Vocales del Tribunal Constitucional;
40. Vocales del Tribunal Supremo Electoral;
41. Vocales del Consejo Nacional de la Judicatura;
42. Gobernadores de la provincia;
43. Consejeros;

44. Concejales;

45. Ministros Nacionales del Servicio Exterior en servicio activo;

46. Cónsules Generales;

47. Cónsules; y,

48. Vicecónsules (p.18)

Es de gran importancia saber los órdenes jerárquicos con los que las autoridades deben estar ubicados según su rango, como menciona el Decreto Ejecutivo los respectivos sitios donde deben ir. Si seguimos este orden evitaremos inconvenientes en posibles actos a desarrollarse.

1.23. Precedencia de banderas

Ávila (2015), argumenta sin duda la representatividad y significado que tiene cada bandera es de suma importancia al igual que el orden en el cual deben colocadas por ello dicha autora menciona que las banderas deben compartir un espacio común en los ámbitos de los actos y ceremonias deben guardar un determinado orden y ubicación concreta. Un error de ubicación puede provocar ofensas y disgustos

Identificar el objetivo del acto:

1. Identificar el objetivo del acto para saber cómo y cuáles son las banderas que corresponden, según la circunstancia.

2. El colocado dependerá del evento y del estado donde se coloquen las Banderas (p.14).

Cabe destacar que la posición correcta de las banderas tiene un valor de gran representatividad pues hay que saber diferenciar las jerarquías, los órdenes y

lo que representa cada una de ellas, menciona la escritora dos temáticas que se deben tomar en cuenta a la hora de colocar las banderas.

El uso de las banderas es algo impredecible en temas de protocolo, los estándares constituyen uno de los símbolos más importantes de una nación, comunidad, provincia entre otros. Por lo tanto, se les debe dar el respeto y la ubicación correcta previa a la hora de dar inicio el acto.

1.24. Comunicación multimedia

El mundo digital se encuentra en un constante movimiento de evolución, en diferentes sectores y plazas que no paran de producir consecutivamente cambios importantes, la tecnología evoluciona a pasos agigantados es así que herramientas como Facebook, whatsapp, instagram entre otras han logrado obtener millones de seguidores, estas aplicaciones logran captar la atención por completo de los individuos, todo esto es una interactividad entre el usuario y la aplicación haciéndola así más entretenida.

La multimedia es la combinación de varias formas de contenido, facilitando a la vida del ser humano a que sea más fácil y cómoda, cabe destacar que la tecnología es cambiante siempre se encuentra innovando nuevas cosas para traer al mercado. Pues si bien las herramientas ya están dadas todo dependerá del uso apropiado que cada persona le dé.

Las nuevas tecnologías son de gran utilidad en la vida del ser humano facilitan de forma inmediata conocer los acontecimientos que se suscitan todos los días, Norra Jarrín propietaria de la *Agencia Trilogía* comenta que en sus eventos opta por realizar innovaciones sin irrespetar las normas protocolarias ya establecidas, su objetivo es lograr que los asistentes se sientan cómodos, y bien atendidos. Sus actos se basan en las experiencias, menciona que en la mesa directiva durante una rueda de prensa, el número

de asientos debe ser impar, en el centro se ubica la persona mas importante.

En cuanto al tema tecnológico este cada vez avanza con mayor velocidad, sin embargo, prefiere que la gente se sienta motivada y anclada más a su marca, que gastar tanto dinero en tecnología. (Jarrín, 2018)

2. CAPÍTULO 2

2.1. MARCO REFERENCIAL

2.2. Diagnóstico de los eventos de la Universidad Católica

El diagnóstico efectuado en diferentes instalaciones de la Universidad tiene como objetivo contribuir al mejoramiento de eventos protocolarios que realiza la institución logrando así un buen manejo en la organización previo al evento a desarrollarse en cualquier establecimiento, ejecutando de esta manera una debida preparación para que se respete las normas protocolarias establecidas y a su vez logrando actos de calidad que favorezcan a la imagen y presentación de la casa de estudios.

2.3. Primer Congreso Internacional de Responsabilidad Jurídica Médica en Derecho Penal Administrativo y Civil.

Este acto se desarrolló los días 14, 15 y 16 de noviembre en las instalaciones del Centro de Convenciones Mall del Río, se formuló cien encuestas para la valoración de los eventos en los cuales los participantes dieron su respuesta. Se adjuntan fotografías para evidenciar el congreso que se llevó a cabo.

2.3.1. Análisis e interpretación de resultados de encuestas

La encuesta realizada entre cien asistentes al evento, entre 18 y 45 años de edad, de los cuales el 50% fueron varones y el restante 50% mujeres permitió obtener importante información para el efectivo cumplimiento del trabajo de protocolo institucional.

En el Congreso Jurídico del 100% de encuestados tenemos diferentes targets de 18 a 25 años un 83%, de 26 a 45 años un 17%. Es decir, el público que asistió al Congreso se encuentra en edad juvenil y jóvenes adultos.

El evento inició con retraso lo cual fue señalado por los asistentes. Interrogamos respecto al trato recibido por los participantes de parte del grupo de protocolo y el 56% de los encuestados afirmó haber recibido un trato muy satisfactorio y 13% manifestó que ha sido bueno. La puntualidad es un factor clave para cualquier tipo de acto que realice la universidad, pues estos pequeños detalles hay que ponerlos en práctica y realizar una mejor planificación para que el evento comience puntual

En cuanto si fue eficaz el protocolo institucional al momento de ubicar a los asistentes en el acto del 100% de encuestados obtuvimos los siguientes resultados, SI 64%, NO 36%, en este caso los resultados han sido positivos sin embargo un porcentaje opina lo contrario, hay que ir mejorando ciertos inconvenientes que son tediosos para los asistentes respetar el orden de jerarquía es de suma trascendencia y sin la mejor clave para el éxito.

La imagen de las personas que conforman el grupo de protocolo debe ser uniforme para poderlas identificar ante las demás personas, según los datos arrojados los participantes manifestaron SI 93%, NO 7%, los resultados son óptimos sin embargo no hay que dejar pasar por apercibido pequeños detalles en cuanto a la vestimenta mantener un solo color para que se vea uniforme y estético según la ocasión.

El diseño y decoración del evento es lo primero que las personas notan y pues esto determina muchos factores positivos y negativos los asistentes manifestaron SI 91%, NO 9%, los resultados en su gran mayoría son positivos, la decoración de un evento es primordial ya que una buena imagen dejará a más de uno sin palabras, sin embargo, es importante no dejar por apercibido la decoración floral, luces, etiquetas en las botellas de agua, diseños de vasos etc. Ir perfeccionando contribuirá a nuestra carta de presentación como institución.

Es importante determinar por parte de los asistentes como les parece los eventos que organiza la Universidad Católica de Cuenca es por ello que se obtuvo los siguientes resultados satisfactorio 38%, bueno 52%, malo 10% , es muy importante conocer la opinión de las personas que frecuentan los eventos académicos que ofrece la institución, hay que tratar de cambiar y mejorar ciertos aspectos y parámetros para que no se vuelva algo monótono sino al contrario implementar dinámicas que interactúen con los asistentes.

Al momento de realizar los eventos en la casa de estudios existen varios aspectos que se deben tomar en cuenta, según las encuestas dieron los siguientes resultados, con el apoyo de alguien 24%, contratar a un experto 55%, obtener una guía o un manual institucional 21%, los porcentajes arrojados son de gran validez indicando así que contratar a un experto que sepa del tema de organización de eventos, protocolo y etiqueta fortalecerá al progreso de la institución.

Sin duda en todo evento existen ciertos imprevistos que se pueden dar, se los puede ir mejorando según las encuestas expresan mala coordinación por parte de protocolo 25%, la dificultad en la organización 41%, ninguna de las anteriores 34%, sin duda una mala ejecución o planeación previa al evento puede dejar mucho que decir es muy factible asesorarse del tema para una correcta organización de cualquier evento académico que vaya a llevarse a cabo, para luego evitarse posibles inconvenientes.

Es importante conocer la apreciación de los asistentes luego de dar por culminado un evento SI 65%, NO 35%, es necesario que las personas que asistan al evento se sientan a gusto, un debate entre panelistas y asistentes es muy importantes quizás se volvería más atractivo, logrando así mayor integración entre los asistentes y expositores.

Es indispensable que cada institución tenga su propio manual de protocolo y etiqueta ya establecido del 100% de encuestados se puede apreciar SI 93%, NO 7%, de acuerdo a los resultados es necesario un Manual de Protocolo y Etiqueta en la universidad de esta manera se ira forjando y estableciendo las reglas a seguir para obtener eventos muy satisfactorios que tanto docentes como estudiantes se rijan a esta guía antes de realizar un evento académico o institucional.

La amplificación en todo acto académico debe ser probada antes del evento para evitar posibles inconvenientes se obtuvo excelente 37%, bueno 52%, malo 11%, a la hora de un evento es indispensable tener un buen sonido para que los asistentes puedan escuchar con claridad, sin embargo, hay que ir mejorando ya que las personas encargadas del audio deben estar en lugar de acorde para que no se pierda la parte estética de la mesa en donde van sentados los ancors. Antes del evento realizar varias pruebas de audio para que todo este perfecto en el momento que se vaya a dar comienzo al acto.



La mesa directiva no debe dar la espalda a los estandartes.

Ilustración 1: Primer Congreso Internacional de Responsabilidad Jurídica Médica en Derecho Penal Administrativo y Civil.

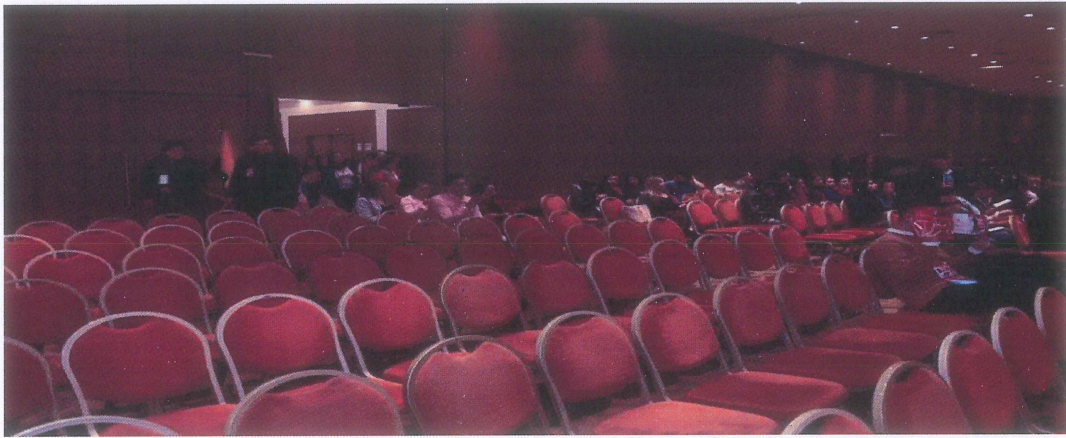
Elaborado por: Thalía Narváez.



Al momento de entregar los gafetes se debe establecer un orden para evitar el caos.

Ilustración 2: Primer Congreso Internacional de Responsabilidad Jurídica Médica en Derecho Penal Administrativo y Civil.

Elaborado por: Thalía Narváez.



El personal de protocolo debe ubicar en los primeros asientos a los asistentes que van ingresando.

Ilustración 3: Primer Congreso Internacional de Responsabilidad Jurídica Médica en Derecho Penal Administrativo y Civil.

Elaborado por: Thalía Narváez.



Se debe evitar en excesivo uso de elementos en la mesa directiva.

Ilustración 4: Primer Congreso Internacional de Responsabilidad Jurídica Médica en Derecho Penal Administrativo y Civil.

Elaborado por: Thalía Narváez.



En cuanto a la decoración se manejó de acuerdo al evento.

Ilustración 5: Primer Congreso Internacional de Responsabilidad Jurídica Médica en Derecho Penal Administrativo y Civil.

Elaborado por: Thalía Narváez.



Las personas que conforman el grupo de Protocolo deben mantener una vestimenta uniforme.

Ilustración 6: Primer Congreso Internacional de Responsabilidad Jurídica Médica en Derecho Penal Administrativo y Civil.

Elaborado por: Thalía Narváez.



Los medios deben tener una ubicación estratégica para mayor visibilidad de los espectadores.

Ilustración 7: Primer Congreso Internacional de Responsabilidad Jurídica Médica en Derecho Penal Administrativo y Civil.

Elaborado por: Thalía Narváez.



Es necesario revisar los elementos de audio previo al evento.

Ilustración 8: Primer Congreso Internacional de Responsabilidad Jurídica Médica en Derecho Penal Administrativo y Civil.

Elaborado por: Thalía Narváez.

2.4. Simposio “Comunicación Estratégica y Periodismo de Investigación”

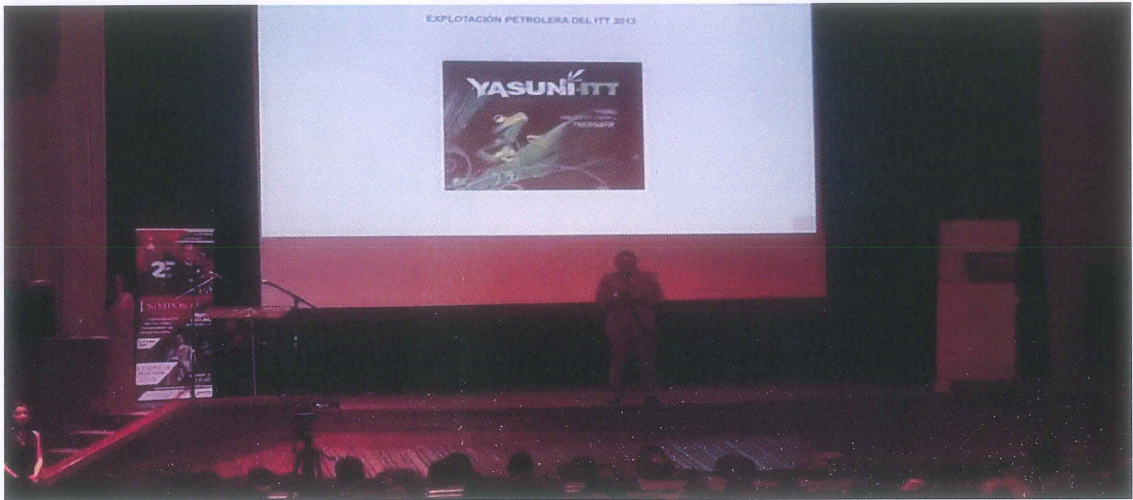
Este evento se efectuó en el Teatro Sucre el 12 de diciembre a partir de las 19h00pm.



Se debe utilizar las primeras bancas para evitar el desorden.

Ilustración 9: Simposio “Comunicación Estratégica y Periodismo de Investigación”.

Elaborado por: Thalía Narváez.



En cuanto a la decoración hacía falta arreglos florales entre otros decorativos que se deben tener presente.

Ilustración 10: Simposio “Comunicación Estratégica y Periodismo de Investigación”.

Elaborado por: Thalía Narváez.



Las personas de los medios de comunicación deben estar ubicados en lugares estratégicos.

Ilustración 11: Simposio “Comunicación Estratégica y Periodismo de Investigación”.

Elaborado por: Thalía Narváez.

2.5. Charla Magistral “No queremos medios, queremos enteros”

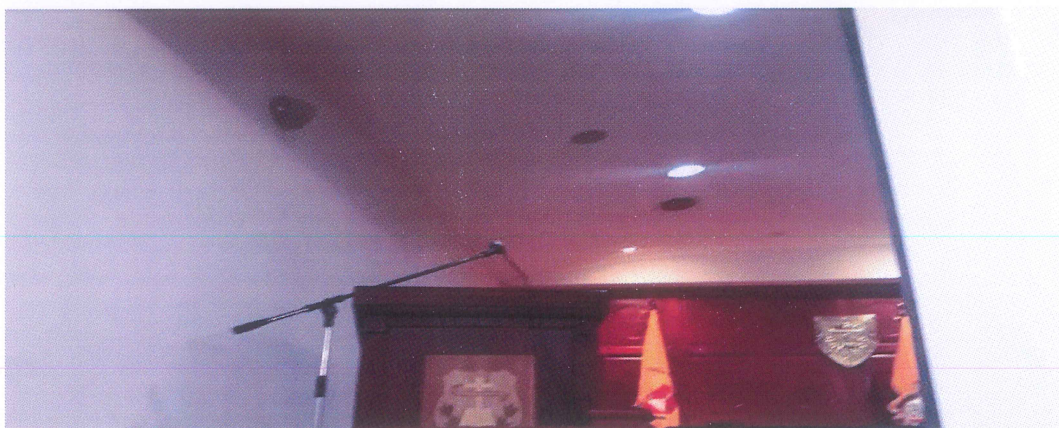
Este evento se llevó a cabo en las instalaciones del aula magna de derecho el día martes 11 de diciembre.



El grupo de protocolo debe estar presente en los eventos que se efectúen en la universidad.

Ilustración 12: Charla Magistral “No queremos medios, queremos enteros”.

Elaborado por: Thalía Narváez.



La amplificación y audio un factor clave se debe tomar siempre en cuenta para que no ocurran imprevistos a la hora de dar inicio el acto.

Ilustración 13: Charla Magistral “No queremos medios, queremos enteros”.

Elaborado por: Thalía Narváez.

2.6. Conclusión de los eventos

Los eventos de la Universidad Católica de Cuenca que se desarrollaron en diferentes instalaciones evidenciaron varios aspectos según las encuestas y fotografías obtenidas, es notorio que se debe contribuir al mejoramiento de la imagen institucional, los actos que se efectúen den inicio a la hora prevista, el personal que conforma protocolo reciba capacitaciones para que puedan brindar una excelente atención a los asistentes, en cuanto a la parte técnica ubicar en lugares estratégicos a los medios de comunicación y personas encargadas del audio.

2.7. Producto de la entrevista a Docente de la institución

Muy brevemente Mgs. Ramiro Ochoa docente de la Universidad Católica de Cuenca y ex Director del Departamento de Comunicación menciona:

De acuerdo a la organización de eventos que realiza la Universidad manifestó que en su condición de director se regía en base a un manual referente al tema de comunicación organizacional de diversos autores que tenían conocimiento del tema, ya que la casa de estudios no cuenta con un manual vigente, por otra parte, protocolo y etiqueta son normas que indican el hacer y conducir de las personas, hay que mantener en cuenta que el vestuario varía según la ocasión y la hora que se dé el mismo. (Ochoa, 2019)

2.8. Entrevista a experto en el tema de Protocolo y Etiqueta

Dialogamos con el Abg. Ernesto Dávila quien laboró 27 años en el Banco Central, actualmente trabaja en la Alcaldía de Cuenca, es el encargado de la organización y planificación de eventos en Ceremonial y Protocolo, con un lenguaje sencillo hace una breve síntesis de lo que abarca este campo organizacional, protocolo significa jerarquía y ceremonial algo solemne.

Un evento académico debe estar estructurado desde la máxima autoridad el rector, decano y profesores que formarán parte de la mesa directiva esta debe

ser conformada de manera impar de 3, 5 y 7 personas como máximo, en cuanto a los discursos van de menor a mayor jerarquía.

A los estándares no se pueden dar la espalda deben estar ubicados en un lugar estratégico en caso de que exista espacio, las banderas principales son las de Ecuador y Cuenca, sino hay un símbolo patrio no se puede tocar el Himno Nacional el mismo que solo debe ir en actos totalmente solemnes.

La mesa directiva debe ser muy sencilla ya que lucirá mejor ante los espectadores un cristal transparente con tres cuartos de agua y una servilleta siempre se debe servir el líquido en una jarra por la parte posterior derecha a cada una de las personas que conforman la mesa.

El grupo de protocolo en cuanto a mujeres deben usar el cabello recogido los accesorios los más simples unas perlas es recomendable, el uniforme negro con blanco, zapatos negros con un taco bajo, en caso de los hombres la misma tonalidad del uniforme acompañado de un reloj.

La decoración en un evento debe ser lo más sutil es recomendable unas rosas blancas que demuestran la pureza y armonía del ambiente, deben estar ubicadas en las esquinas de la mesa directiva en un valor equilibrado. (Dávila, 2019)

2.9. Entrevista a la Directora del departamento de Comunicación

El departamento de comunicación de la Universidad Católica de Cuenca de acuerdo a la Directora Gisselle Pesantez tiene como finalidad cuidar, proteger y velar por la integridad de la imagen institucional cumpliendo con una función estratégica y de asesoría para todos los departamentos que forman parte de la casa de estudios estos pueden gestionar la información y comunicación logrando así que se pueda dar con efectividad una buena relación entre los diversos públicos.

La Universidad actualmente no cuenta con un manual los eventos se organizan conjuntamente con las áreas o departamentos que forman parte de la institución. La pérdida de notoriedad y credibilidad en cuanto a la imagen y marca de la universidad ha sido utilizada de manera independiente por las diferentes áreas, esto ha ocasionado un balance desequilibrado al no establecer una sola tonalidad en cuando al fondo y logo de la universidad ocasionando así confusión al público externo, por ello, se está trabajando arduamente para que la imagen de la universidad se unifique y se una sola. (Pesantez, 2019)

2.10. Entrevista al Director de Educación Continúa

Es importante conocer el criterio de quien está a cargo de uno de los departamentos que se encuentran generando eventos institucionales, por ello el Director de Educación Continua Dr. Stalin Bernal comenta que la Universidad Católica De Cuenca actualmente no cuenta con un manual oficial aprobado, los eventos que realizan se rigen en base al conocimiento no existe un grupo específico que se encargue del ámbito protocolario. Pues manifiesta que implementar un manual de Protocolo y Etiqueta sería de gran importancia, aportando así al aprendizaje y formación tanto de docentes como alumnos que pertenecen a la unidad académica. (Bernal, 2019)

3. CAPÍTULO 3

3.1. REVISTA DIGITAL

3.2. Conceptualización de medios digitales.

Es importante que una revista digital contenga una gama de fotografías ya que le da un enfoque dinámico y a su vez interactivo “la galería de fotos aporta, en este caso, imágenes detalladas que el usuario puede observar con detenimiento, además de constituir un complemento artístico que apuntamos a que sea de gran calidad visual” (Irigaray, 2010, p.25).

La finalidad es contribuir con un manual que aporte conocimientos y enseñanzas fomentando así el aprendizaje correcto que se debe llevar a cabo al momento de planificar un evento, las normas protocolarias están establecidas solo hay que poner en práctica para obtener eventos de renombre que favorezcan a la institución.

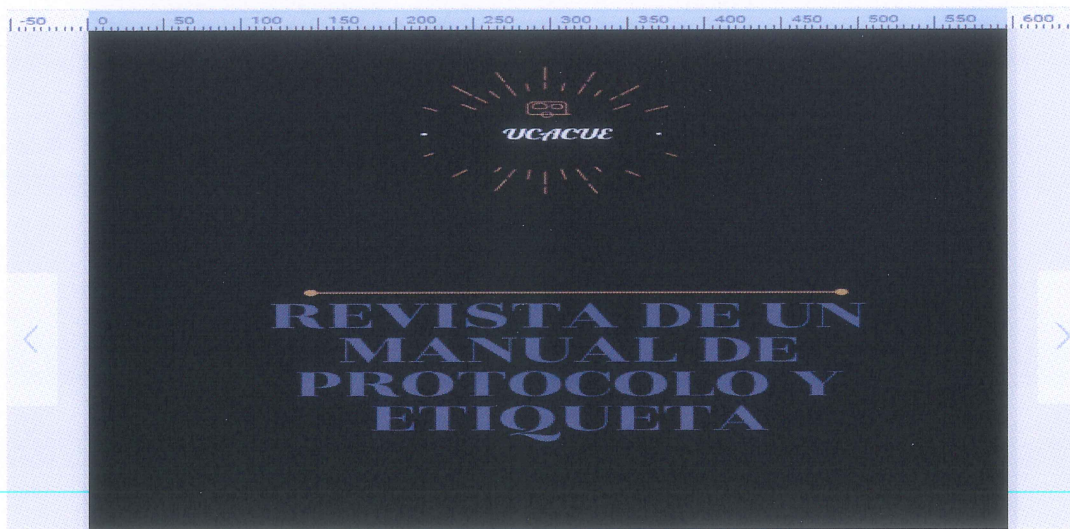
La revista digital se compondrá de textos, imágenes, videos interactivos etc. Para que el usuario pueda acceder de manera fácil y a su vez conozca y emplee las normas que se manejan en el protocolo y etiqueta.

La revista es una publicación que tiene la finalidad de promover la atracción al lector mediante diferentes interacciones en las cuales fomenta el interés a los diferentes usuarios, la imagen y tonalidad son elementos indispensables para darle un toque especial logrando así algo entretenido además de su gran contenido.

En una revista los hipervínculos son de gran utilidad para el lector ya que le enlaza a una página donde contiene mayor información detallada, es importante destacar cosas elementales que servirán de gran ayuda para el conocimiento y aprendizaje del ser humano.

El hipertexto permite enlazar fragmentos de textos permitiendo así al usuario acceder a la información a diferentes ítems relacionados, en una revista digital es de gran ayuda estos enlaces ya que la información es más proporcionada permitiendo así a que el lector este bien informado y sepa a certitud de que tratara el tema.

3.3. Producto revista digital



Diseño tentativo para la elaboración de la portada.


1.2.	La comunicación
1.3.	La comunicación organizacional
1.4.	Gestión de la comunicación en las organizaciones
1.5.	La comunicación institucional
1.6.	Relaciones públicas
1.6.1.	Comunicación interna y externa
1.7.	Funciones que puede desempeñar el responsable de comunicación interna
1.8.	Lobbying
1.9.	Protocolo y etiqueta
1.10.	Qué nos aporta la etiqueta y el protocolo en el ámbito empresarial
2.	Los modales
1.11.	El saludo Protocolar
1.13.	Reglas del protocolo en los actos públicos
1.14.	Cómo saludar correctamente
1.15.	El osculo
1.16.	La sonrisa
1.17.	Vestuario
1.18.	Color de la indumentaria
1.19.	La dignidad y jerarquía
1.20.	La precedencia
1.21.	De la precedencia generalidades
1.22.	Orden general de precedencia
1.23.	Precedencia de banderas
1.24.	Comunicación multimedia
2.	CAPITULO 2.º
2.1.	MARCO REFERENCIAL de la Universidad Católica
2.3.	Primer Congreso Internacional de Responsabilidad Jurídica Médica en Derecho Penal Administrativo y Civil.
2.3.1.	Análisis e Interpretación de resultados de encuestas

Elaboración del índice para la estructura de la revista.

0 50 100 150 200 250 300 350 400 450 500

RESUMEN

El propósito de este trabajo de investigación es producir una revista multimedia de un manual de protocolo y etiqueta para la Universidad Católica de Cuenca contribuyendo de esta manera al uso correcto para la organización y planificación de diferentes eventos institucionales ya que varían dependiendo de la temática abordarse. Las normas de Etiqueta y Protocolo son herramientas de las cuales podemos sacar provecho ya que nos indican las pautas correctas para comportarnos.

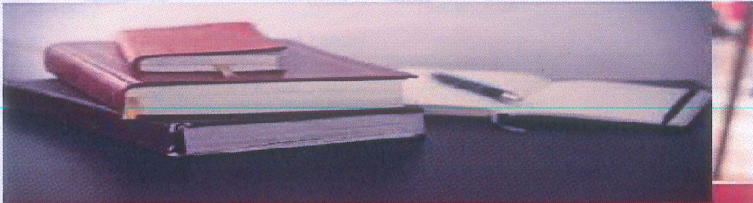


Resumen del contexto de lo que se abordará en la revista digital.

Breves conceptos teóricos del campo comunicacional.

100 0 100 200 300 400 500 600

Page 2/3



LA COMUNICACIÓN

La comunicación resulta cada vez ser más eficaz, los seres humanos han sentido la necesidad de comunicarse. Con sus semejantes a lo largo del tiempo, estos medios comunicativos nacieron como consecuencia de una necesidad. El desarrollo de los medios trajo consigo un modo distinto de vivir, enfrentarse en una realidad con una perspectiva totalmente diferente, la comunicación fue evolucionando y se así el resultado tras miles de años el avance mediante palabras, gestos y signos con la ayuda de diversos mecanismos.

Gestión de la comunicación en las organizaciones breves conceptos.



Conceptos protocolarios que se manejan en eventos académicos.

QUÉ NOS APORTA LA ETIQUETA Y EL PROTOCOLO EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL

1. Distinguirse de la competencia.
2. Le proyectará cortesía, imagen, autoridad y confianza.
3. Le ayudará a potenciar y mantener sus relaciones con clientes, compañeros, etc.
4. Le dará seguridad al ser capaz de adaptarse a distintas situaciones de negocios.
5. Le ayudará a tener efectividad con su entorno.
6. Mejorará su proyección profesional.
7. Le ayudará a formar y gestionar equipos de trabajo.
8. Le ayudará a crear un clima de trabajo productivo y colaborativo (p.103).

Numerales que aportan al conocimiento protocolario

La tonalidad de la vestimenta un factor de gran relevancia.

COLOR DE LA INDUMENTARIA

Negro: Es el color apropiado para reuniones serias o con cierto protocolo. Para los hombres es adecuado cualquiera a cualquier hora del día, sin embargo, para las mujeres se reserva para eventos nocturnos.

Marrón: todas sus variaciones son adecuadas para cualquier evento, aunque se recomienda no emplearlo en actos oficiales. Resulta adecuado en reuniones de tipo informal y eventos empresariales. El color marrón tiende a ensanchar la figura.

Azul: es el color más apropiado para los eventos diplomáticos o de protocolo riguroso. Se recomienda para cualquier ocasión que requiera lucir elegante.

Blanco: Se recomienda para vestuario de primavera y verano y siempre procuremos combinarlo con otros colores: rojo, verde azul.

Rojo: es un color preferentemente femenino. Debe usarse de forma moderada en eventos muy formales o de tono protocolar. Nunca utilizarlo como color principal.

Verde: los tonos mates y oscuros combinados con negro, resultan elegantes y formales, mientras que los claros y pastel deben emplearse en encuentros informales (p.133).



4. Conclusiones

Para concluir podemos denotar varios factores que son de gran importancia como el proceder de una persona, respetar los órdenes jerárquicos una buena decoración entre otros, emplear las normas y reglamentos protocolarios ayudará a fortalecer y promover el correcto orden de cómo se debe manejar un evento de cualquier tipo.

5. Recomendaciones

Como recomendaciones generales se debe aplicar los conocimientos que a través de la revista digital facilitará los procesos para la organización y elaboración de cualquier tipo de evento, las normas protocolarias se encuentran establecidas solo hay que aplicarlas para lograr que los eventos que fomenta la Universidad Católica de Cuenca sean de mayor relevancia y a su vez sus asistentes se sientan satisfechos.

6. Bibliografía

- Álvarez, J. (2012). *Manejo de la comunicación organizacional*. España: Díaz de Santos .
- Arroyo, C. (2013). *Eventos corporativos y protocolo empresarial*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Ávila, M. (2015). *Protocolo y ceremonial* . Madrid: Síntesis.
- Bernal, S. (29 de Octubre de 2019). Educación Continua. (T. Narváez, Entrevistador)
- Collado, C. F. (2012). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Trillas.
- Dávila, E. (3 de Enero de 2019). Protocolo y Ceremonial. (T. Narváez, Entrevistador)
- Ejecutivo, D. (2002). *Cancillería*. Obtenido de Reglamento de ceremonial público:
https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/reglamento_ceremonial.pdf
- Escalante, F. (1999). *Ciencia de la información y relaciones públicas o instituciones*. Buenos Aires: MACCHI.
- García, M. R. (2012). *Imaginarios sobre la comunicación*. Barcelona: Institut de la comunicació . Universidad Autònoma de Barcelona.
- Illescas, D. (2015). *Como plantear las relaciones públicas*. Buenos Aires: Macchi.
- Irigaray, F. (2010). *Periodismo digital en un paradigma de transición*. Argentina, Pichincha, Ecuador: UNR.
- Jarrín, N. (29 de Octubre de 2018). Protocolo y Etiqueta . (T. Narváez, Entrevistador)
- Lesly, P. (1969). *Manual de relaciones públicas* . Barcelona : Ediciones Martínez Roca.
- López, S. (2013). *Cómo Gestionar la Comunicación*. Bogotá: Ediciones de la u.
- Losada, J. (2004). *Gestión de la comunicación en las organizaciones* . Barcelona: Ariel.
- Muriel, M. (1980). *Enfoque social de relaciones humanas* . Quito: Andina.
- Ochoa, R. (5 de Diciembre de 2019). Protocolo y Etiqueta. (T. Narváez, Entrevistador)
- Panton, R. L. (1997). *La esencia de la comunicación*. México: Prentice-Hall.
- Patiño, L. (2011). *Etiqueta y protocolo base de la imagen empresarial* . Barcelona : Gedisa.
- Pesantez, G. (6 de Diciembre de 2019). Departamento de Comunicación. (T. Narváez, Entrevistador)

Sánchez, J. (2014). *LOBBYING*. México: CISO.

Sassan, G. (2014). *Protocolo y ceremonial*. Chile: S.A.

Seminario, Y. (18 de Abril de 2018). Comunicación Interna. (T. Narváez, Entrevistador)

Véliz, F. (2014). *Comunicación Organizacional nuevas preguntas para los desafíos*. Quito: CIESPAL.

Wilcox, D. (2001). *Relaciones Públicas*. Madrid: Pearson educación.

Wolton, D. (2008). *Internet y Después*. Barcelona: Gedisa.

Zuñiga, A. (1996). *Moderno manual de etiqueta y protocolo*. Bogotá: Imprelibros.

ANEXOS

Msc Diego Illeras R
Tesis Aprobada



REVISTA MULTIMEDIA DE UN MANUAL DE PROTOCOLO Y ETIQUETA PARA LA UCACUE

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.buenastareas.com Fuente de Internet	<1%
2	dspace.utpl.edu.ec Fuente de Internet	<1%
3	Submitted to Atlantic International University Trabajo del estudiante	<1%
4	eticaprotocoloporligiam.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
5	Submitted to Instituto Madrilenos de Formacion Trabajo del estudiante	<1%
6	incom.uab.cat Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Politecnica Salesiana del Ecuador Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to Universidad Manuela Beltrán Virtual	<1%

Trabajo del estudiante

9	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
10	www.dspace.espol.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
11	www.austral.edu.ar Fuente de Internet	<1 %
12	saf.ambiente.gob.ec Fuente de Internet	<1 %
13	idus.us.es Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1 %
15	Submitted to Fundacion Universitaria Juan de Castellanos Trabajo del estudiante	<1 %
16	Submitted to Universidad de Medellin Trabajo del estudiante	<1 %
17	homero.icesi.edu.co Fuente de Internet	<1 %
18	www.mcgraw-hill.es Fuente de Internet	<1 %
19	www.dianacodina.com	

Fuente de Internet

<1 %

20

www.hoy.com.ec

Fuente de Internet

<1 %

21

www.portalbassethound.com

Fuente de Internet

<1 %

22

iee.uniandes.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

23

organizacionmicasa.com

Fuente de Internet

<1 %

24

www.psycologia.com

Fuente de Internet

<1 %

25

"Communication: Innovation & Quality",
Springer Nature, 2019

Publicación

<1 %

26

www.quepasapanama.com

Fuente de Internet

<1 %

27

www.camarapr.org

Fuente de Internet

<1 %

28

www.neticoop.org.uy

Fuente de Internet

<1 %

29

www.centreorl.net

Fuente de Internet

<1 %

die.udistrital.edu.co

30

Fuente de Internet

<1%

31

www.periodicotribuna.com.ar

Fuente de Internet

<1%

32

www.gama-peru.org

Fuente de Internet

<1%

33

saharamur.blogspot.com

Fuente de Internet

<1%

34

www.wolton.cnrs.fr

Fuente de Internet

<1%

35

profitminute.com

Fuente de Internet

<1%

36

www.mujoynegocios.com

Fuente de Internet

<1%

37

www.presston.com

Fuente de Internet

<1%

38

www.cemla.org

Fuente de Internet

<1%

39

www.xtec.net

Fuente de Internet

<1%

40

www.pediatria.org.ec

Fuente de Internet

<1%

41

www.hispacoop.es

Fuente de Internet

<1%

42

www.cptln-arg.org
Fuente de Internet

<1%

43

(Carlinda Leite and Miguel Zabalza). "Ensino superior: inovação e qualidade na docência", Repositório Aberto da Universidade do Porto, 2012.
Publicación

<1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado



CENTRO DE IDIOMAS

RESUMEN

El propósito de este trabajo de investigación es producir una revista multimedia de un manual de protocolo y etiqueta para la Universidad Católica de Cuenca contribuyendo de esta manera al uso correcto para la organización y planificación de diferentes eventos institucionales ya que varían dependiendo de la temática abordarse. Las normas de Etiqueta y Protocolo son herramientas de las cuales podemos sacar provecho ya que nos indican las pautas correctas para comportarnos.

La incorporación del protocolo y etiqueta en la estrategia institucional de comunicación es una necesidad ya que se convierte en un valor agregado a la imagen tanto personal de las autoridades como corporativa. Este producto mejorará las relaciones interpersonales e interinstitucionales de todos sus miembros, por lo que su conocimiento y aplicación deben formar parte de la preparación a través de una revista multimedia que facilitará los procesos organizacionales.

PALABRAS CLAVES: PROTOCOLO Y ETIQUETA, MANUAL DE PROTOCOLO, ACTOS CEREMONIALES, NORMAS PROTOCOLARIAS, REVISTA MULTIMEDIA.





CENTRO DE IDIOMAS

ABSTRACT

This research study purpose is to produce a multimedia magazine of a protocol and etiquette manual for the Catholic University of Cuenca contributing to the different institutional events organization and planning since etiquette and protocol vary depending on the topic to be addressed. Etiquette and Protocol rules are tools from which we can take advantage since they indicate the correct guidelines to behave.


Etiquette and protocol incorporation in the institutional communication strategy is a necessity since it becomes an added value to the personal image of the authorities as well as the corporate image. This product will improve all interpersonal and interinstitutional members' relationships, so their knowledge and application should be part of the preparation through a multimedia magazine that will facilitate the organizational processes.

KEY WORDS: ETIQUETE AND PROTOCOL, PROTOCOL MANUAL, CEREMONIAL ACTS, PROTOCOLARY RULES, MULTIMEDIA JOURNAL.

Cuenca ,11 de febrero del 2019

EL CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, CERTIFICA QUE EL DOCUMENTO QUE ANTECEDE FUE TRADUCIDO POR PERSONAL DEL CENTRO PARA LO CUAL DOY

FE Y SUSCRIBO


DR. JOHN CARVAJAL GONZALEZ
SECRETARIO





UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

Cuenca, 07 de febrero del 2019

Doctor

Ernesto Robalino Peña

DECANO DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

Su despacho,

Luis René Ávila Solano, docente de la Carrera de Ciencias de la Información y Comunicación Social de la Universidad Católica de Cuenca, en mi calidad de tutor de la estudiante THALÍA ELIZABETH NARVÁEZ ESCANDÓN con número de cédula 0105034508; correspondiente al Trabajo de Investigación titulado: "REVISTA MULTIMEDIA DE UN MANUAL DE PROTOCOLO Y ETIQUETA PARA LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA", informa a usted que, dicho trabajo de investigación ha sido realizado de acuerdo a los parámetros, disposiciones legales y reglamentarias de esta Casa de Estudios Superior.

De conformidad con el artículo 10 literal d, del Reglamento de la Unidad de Titulación de Grado y programas vigentes, emito mi criterio favorable para que se proceda a la sustentación y defensa del presente trabajo de investigación.

La nota obtenida corresponde a este trabajo de investigación es de 50/50 puntos, Adjunto el certificado del Sistema Anti plagio Turnitin, suscrito por MsC. Diego Illescas Reinoso, responsable de la Unidad de Titulación de la Carrera. Es todo cuanto puedo informar respecto a mis labores como tutor de la mentada estudiante.

Atentamente,

MSc. Luis René Ávila Solano

TUTOR





PERMISO DEL AUTOR DE TESIS PARA SUBIR AL REPOSITORIO
INSTITUCIONAL

Yo, Thalia Elizabeth Narváez Eszandón portador(a) de la
cédula de ciudadanía N° 0105034508 En calidad de autor/a y titular de los derechos
patrimoniales del trabajo de titulación
" Revista multimedia de un manual de protocolo y etiqueta
para la Universidad Católica de Cuenca"

....." de
conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los
Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de
Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra,
con fines estrictamente académicos, Así mismo; autorizo a la Universidad para que realice la
publicación de éste trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo
dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 19 de febrero de 2011

F: 

Revisado



SOLICITUD PARA:

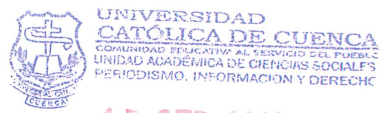
Beca o ayuda económica, Justificación de faltas, Justificación de pruebas, Justificación de trabajos, Justificación de lecciones, Justificación de prácticas, Licencia eventual, Examen postergado, Examen supletorio, Segunda matrícula, Tercera matrícula, Matrícula especial, Matrícula extraordinaria, Record académico, Hojas certificadas, Examen suficiencia, Tutorías, Rectificación de nombres, Malla curricular, Reposición de título, Otros

Fecha: Cuenca 17 de Septiembre de 2018
Dirigido a: Dr. Ernesto Robalino Peña, Mgs
Decano de la Unidad de Ciencias Sociales, Periodismo, Información y Derecho
Solicitante: 0105034508 Thalía Elizabeth Narváez Escandón
Carrera: Ciencias de la Información y Comunicación Social
Año/Ciclo: Noveno Ciclo Paralelo: "A" Nocturno
Asunto: Solicito a usted y por su intermedio al Consejo Directivo la aprobación de mi diseño de Trabajo de Investigación, previo a la obtención del Título de "Licenciado en Ciencias de la Información y Comunicación Social" con el título: Manual de Protocolo y Etiqueta para la Universidad Católica de Cuenca.

[Handwritten Signature]

Solicitante

Constancia de Presentación.- Fecha: _____
Hora: _____
Resolución: _____



17 SEP 2018

RECIBIDO

HORA: _____ FIRMA: *[Signature]*

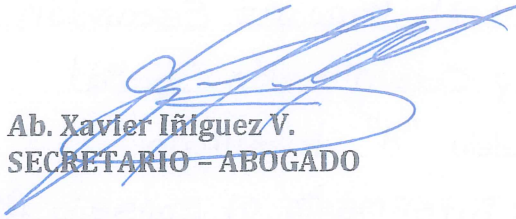
Valor \$ 5,00

N° 0128752



VISTA LA PRESENTE SOLICITUD, EL H. CONSEJO DIRECTIVO DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACION Y DERECHO EN SESION REALIZADA EL 04 DE OCTUBRE DE 2018. RESUELVE APROBAR EL PERFIL DE TESIS PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL DEL SR. (A): **THALIA ELIZABETH NARVÁEZ ESCANDÓN**, TÍTULO: REVISTA MULTIMEDIA DE UN MANUAL DE PROTOCOLO Y ETIQUETA PARA LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, TUTOR: MSC. LUIS RENÉ AVILA SOLANO.

Cuenca, 05 de octubre de 2018


Ab. Xavier Iñiguez V.
SECRETARIO - ABOGADO





UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES,
PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO

CARRERA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN SOCIAL

DISEÑO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN SOCIAL.

TÍTULO:

REVISTA MULTIMEDIA DE UN MANUAL DE PROTOCOLO Y ETIQUETA PARA LA
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

AUTOR: THALIA ELIZABETH NARVÁEZ ESCANDÓN

TUTOR: MSc. LUIS RENÉ AVILA SOLANO

FECHA: 11/07/2018

1.2 EL TEMA

Comunicación organizacional, protocolo y etiqueta.

1.3 EI TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

Revista multimedia de un manual de protocolo y etiqueta para la Universidad Católica de Cuenca

1.4 MARCO CONTEXTUAL

La incorporación del protocolo y etiqueta en la estrategia institucional es una necesidad, ya que se convierte en un valor agregado a la imagen tanto personal como corporativa. Mejora la calidad de vida y las relaciones interpersonales de todos sus miembros, por lo que su conocimiento y aplicación deben formar parte de la preparación a través de una revista multimedia que facilitará a la organización y realización de diferentes actos universitarios tanto internos como externos.

La investigación se desarrollará en la Universidad Católica de Cuenca, que se encuentra en la Casa Administrativa ubicada en el cantón Cuenca perteneciente a la provincia Azuay. Esta institución fue creada en base a principios cristianos, fundada el 7 de septiembre de 1970, se diferencia por ser una institución moderna, acreditada a nivel nacional y reconocida internacionalmente por su calidad, responsabilidad social, ética y respeto a la igualdad en todos sus ámbitos; comprometida con la formación integral de profesionales líderes y emprendedores, sustentada en un modelo educativo con estándares de excelencia, personal académico calificado e infraestructura idónea, que contribuya al desarrollo del Ecuador y el mundo.

La Universidad Católica de Cuenca se creó por gestiones personales del sacerdote Dr. César Cordero Moscoso para la educación de las clases populares a cuyo servicio había entregado en 1955 la Escuela Arzobispo Serrano y en 1962 el Colegio Normal Católico Miguel Cordero Crespo y después otros Centros y planteles, todos con la debida autorización del Estado.

Durante la quinta presidencia de José María Velasco Ibarra, se emitió el decreto de creación el 7 de septiembre de 1970, conmemorar los 150 años de Independencia de Cuenca. Con el apoyo de los Obispos José Félix Pintado y Raúl Vela Chiriboga y de la ciudadanía se abrieron las Extensiones Universitarias de Morona Santiago en 1973 y de Azogues en 1980.

La Comunidad Universitaria Católica de Cuenca la integran: autoridades, profesores, estudiantes, trabajadores, graduados y padres de familia quienes comparten responsable y solidariamente la tarea de convertirla en Universidad Internacional. La misión de la Universidad es promover la democratización de la enseñanza, paz y la dignidad para todos, preservación de la identidad nacional y el impulso a las fuentes y medios de producción.

La Universidad está inspirada en principios cristianos, formando profesionales con sólidos conocimientos científicos y técnicos, sustentados en procesos de investigación, alineados a las políticas de igualdad con responsabilidad social y competencias para contribuir a la solución de los problemas del país. Se caracteriza por la calidad humana que se comparte en la Comunidad Católica hacia el pueblo. Los cambios que hemos dado y lo que los estudiantes han aportado, responden a la colectividad por la confianza depositada.

El departamento de Comunicación de la Universidad Católica de Cuenca está encargado de coordinar y apoyar actividades de difusión que permitan mostrar y posicionar a la Universidad como una institución proactiva, que pone al servicio de la comunidad una amplia oferta académica y de servicios, que impactan en el desarrollo local, regional y nacional.

La Universidad se encarga de planear, organizar, ejecutar y controlar las actividades de comunicaciones internas y externas, además de orientar el direccionamiento de los servicios de producción audiovisual ofrecidos con el fin de crear una imagen de la institución que sea coherente, estas son otras de las actividades que se encarga el Departamento de Comunicación.

Actualmente, la sociedad demanda cada vez más el cuidado de la imagen institucional, lo cual se logra mediante acciones transparentes, efectiva comunicación interna y externa y el respeto a las normas de comportamiento. No obstante, con el paso del tiempo las costumbres y los modales van cambiando y otras se van perdiendo, esto nos lleva a asumir la responsabilidad de sugerir, mediante el presente trabajo, la aplicación de normas de Protocolo y Etiqueta Institucional, complementados con el compromiso de autoridades, empleados, estudiantes y docentes de mejorar permanentemente la imagen corporativa de la Universidad Católica de Cuenca.

Las normas de Etiqueta y Protocolo son herramientas de las cuales podemos sacar provecho ya que nos indican las pautas correctas para comportarnos, y además proporcionan indicaciones de cómo

utilizar normas para la correcta organización de eventos ya que este varía dependiendo de la temática.

Según la responsable de la Unidad de Comunicación Interna de la Universidad, que lo maneja la Lcda. Yesenia Seminario: “La Universidad Católica de Cuenca actualmente no cuenta con un manual de protocolo y etiqueta vigente, todos los eventos se manejan con la disposición rectoral todo evento institucional en el que se utilice la imagen tiene que pasar por el departamento de comunicación caso contrario no puede efectuarse el mismo”. (Seminario, 2018)

Es necesario que la Universidad Católica de Cuenca de acuerdo a su importancia y posicionamiento actual, tenga un manual de protocolo y etiqueta para los actos públicos como un código de organización, de manera que todos quienes participan en una ceremonia institucional se sientan bien atendidos, cómodos y respetados. Todos estos encuentros que realiza la Universidad, deben estar regidos por un reglamento que facilite la interrelación, contribuya al desarrollo integral de las relaciones humanas dentro y fuera de la institución, de esta manera ayudará al fortaleciendo de la imagen institucional.

Es importante tener presente el manual de protocolo y etiqueta, porque la imagen, tanto interna como externa, es una clave para el éxito de cualquier institución. Para ninguna persona es un secreto que la cortesía es imprescindible para comenzar cualquier relación o diálogo exitoso y aún más en el ámbito laboral y educativo.

Los eventos que realiza la Universidad, deben estar regidos por un reglamento que facilite la interrelación, contribuya al desarrollo integral de las relaciones humanas dentro y fuera de la institución y sirva para mejorar su imagen, es importante tener presente el manual de protocolo y etiqueta porque facilitará al correcto uso de las formalidades de los diferentes eventos institucionales. La planificación es la clave para el éxito de cualquier evento.

1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera la revista multimedia del manual de protocolo y etiqueta mejorará los procesos de organización de eventos en la Universidad Católica de Cuenca?

1.6 OBJETO DE ESTUDIO

Procesos de comunicación organizacional interna.

1.7 CAMPO DE ACCIÓN

La comunicación organizacional en la Universidad Católica de Cuenca.

1.8 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA

El presente proyecto de investigación se desarrolla en el marco de la línea de investigación de “Comunicación Organizacional” en cumplimiento de las disposiciones que rigen en el documento “Lineamientos para el diseño de trabajos de titulación de las carreras de Economía, Derecho, Trabajo Social y Periodismo”.

Así lo señala el reglamento de Graduación y Titulación de Tercer Nivel de la Universidad Católica de Cuenca en el artículo 9 y manifiesta que “El estudiante desarrollará el trabajo de investigación siguiendo la metodología de la investigación científica de acuerdo a los lineamientos que le entregará por escrito la Unidad Académica”. (Castillo, 2017)

1.9 EL OBJETIVO GENERAL

Producir una revista multimedia de un manual de protocolo y etiqueta para la Universidad Católica de Cuenca.

1.10 LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Plantear los fundamentos teóricos para aplicar correctamente las diferentes normas de etiqueta y protocolo que son elementales en la organización de un evento.
- Diagnosticar el trabajo actual del Departamento de Comunicación de la Universidad Católica de Cuenca en la organización de eventos.
- Contribuir a mejorar la identidad institucional de la Universidad a través de la revista multimedia.
- Proponer un manual de protocolo y etiqueta por medio de una revista multimedia para la Universidad Católica de Cuenca.

1.11 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación tiene un enfoque metodológico cualitativo descriptivo, se utilizará instrumentos para recoger información como encuestas a los actores de los eventos de carácter institucional y entrevistas en profundidad a expertos en el manejo del Ceremonial y Protocolo Institucional que validen nuestra propuesta. La investigación bibliográfica formará parte fundamental de este proceso mediante la recopilación de artículos indexados, libros, tesis y documentos que ayudarán a profundizar la investigación sobre protocolo y etiqueta institucional, aportando de esta manera una guía tanto para autoridades, empleados, docentes y alumnos que conforman la Universidad Católica de Cuenca.

1.12 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL QUE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN

La comunicación resulta cada vez ser más eficaz, los seres humanos han intuido la necesidad de comunicarse con sus semejantes, a lo largo del tiempo, estos medios nacieron como consecuencia de esta carencia. El desarrollo de los medios trajo consigo un modo distinto de vivir, enfocamos en una realidad con una perspectiva totalmente diferente, la comunicación fue evolucionando y es así el resultado tras miles de años el avance mediante palabras, gestos y signos con la ayuda de diversos mecanismos.

La comunicación está en el centro de la modernidad, es decir: resulta inseparable de este lento movimiento de emancipación del individuo y del nacimiento de la democracia. “La comunicación es fundamental por tres razones: porque presupone la existencia de ciudadanos; constituye el eje de relaciones sociales y políticas; gestiona el seno de la sociedad individualista; y finalmente porque es la condición necesaria para que haya democracia” (Wolton, 2008, p.12)

Este mundo comunicativo a lo largo del tiempo ha ido cambiando y mejorando para que las personas tengan un mejor estilo de vida. La tecnología se ha ido expandiendo de tal manera que cada persona es dependiente en este mundo tecnológico, las herramientas están dadas todo dependerá del uso que cada persona le dé. “La comunicación debe ser oportuna, responsable y veraz a fin de estimular el reconocimiento y la lealtad de todos los integrantes frente a sus organizaciones, a través de una adecuada utilización de medios tradicionales de información internos y externos” (Véliz, 2014, p.12)

La comunicación organizacional es fundamental para promover la concordancia y conciencia, encargada de mantener buenas relaciones entre los miembros al interior y exterior de una empresa, ayudando así a mejorar la comunicación con un lenguaje sencillo, la calidad y motivación organizacional es primordial en dicho grupo.

Losada conceptualiza a la comunicación organizacional como la ciencia del comportamiento, que direcciona la conducta de las instituciones en su interacción social. “Es la herramienta que permite a la entidad establecer y mantener sus relaciones con el entorno entre distintos subsistemas. Desde esta concepción, no cabe la posibilidad de una organización cerrada, ya que quedaría condenada a la desaparición” (Losada, 2004, p. 29)

La comunicación es esencial para el desarrollo de cualquier interacción humana, pero los mensajes emitidos en el interior de una organización deben ser leídos y escuchados sin ninguna distorsión para lograr la eficacia. El campo organizacional estudia el proceso de intercambio de mensajes entre los diferentes integrantes que conforman una organización y sus públicos. Además de relacionar las necesidades e intereses de una empresa con su personal y la sociedad permitiendo así el movimiento de la información a través de las organizaciones.

Las organizaciones deben asumir comportamientos éticos que superen los compromisos legales establecidos con su personal, los clientes o consumidores, los proveedores y los distribuidores, y contemplar otros aspectos significativos para su estabilidad como: el reconocimiento del potencial del talento humano que las constituye y hace posible su operación; el bienestar de la operación. (Véliz, 2014, p.156)

Véliz (2014) sostiene que “La comunicación en la organización es fundamental porque es la encargada de conectar, vincular, unir y enlazar los procesos, las actividades, la trama de relaciones e interacciones, así como los grupos de interés internos y externos desde los significados y símbolos que se deciden negociar y tranzar para fortalecer la identidad, la comunicación debe ser un diálogo constante que involucre a los colaboradores y a los grupos de interés y les comunique emociones, sentimientos y valores”. (Véliz, 2014, p.168)

La ética es un conjunto de normas que regulan diferentes acciones dentro de una institución u organización, es importante porque brindan un mejor ambiente laboral, aplicar estos principios y

valores es aconsejable, porque de esta manera obtendremos un trabajo limpio donde el esfuerzo, la constancia y la veracidad de la información se vean reflejada.

La comunicación organizacional debe difundir la información de contenidos, las relaciones que se mantienen con los públicos elaboradas para persuadir, y facilitar las relaciones que se dan entre el diálogo. Toda organización brinda un campo amplio por descubrir intercambiar e interactuar información con diferentes entidades.

La comunicación es un proceso de gran utilidad para el conocimiento del ser humano hay que saber aplicarla correctamente en diferentes ámbitos y aspectos de la vida, este medio comunicativo es muy amplio debemos mantener en cuenta que la gestión utiliza diferentes métodos de aprendizaje para que esta comunicación se efectúe y a la misma vez sea entendible para los usuarios, en el texto *Manejo de la comunicación organizacional* nos indica el autor sobre la gestión de la comunicación, la finalidad que tiene este campo comunicativo.

La gestión de la comunicación actual nace y se desarrolla como consecuencia del peso de la información, entablar una buena comunicación con las personas siempre será un punto a favor para lograr cualquier objetivo “Los servicios de valor añadido, de los intangibles, que en los últimos treinta años se estabilizan como un factor estratégico en todo tipo de organizaciones. La comunicación es concebida, por tanto, como una serie de instrumentos y herramientas” (Álvarez, 2012, p.3)

La comunicación es el mecanismo por el cual existen y se desarrollan las relaciones humanas por lo que debe ser entendida desde el ámbito corporativo cómo un elemento más de la gestión que se desarrolla, tanto en el ámbito interno como externo, la comunicación interna se encarga de todo lo que se hace en la organización, transmitiendo mensajes mediante los canales adecuados, en las direcciones al personal que forma parte de la empresa. En cambio, la externa está orientada a interrelacionar a la organización con otros públicos fuera de la misma.

Otro concepto a abordar en esta investigación es la comunicación institucional, la cual nos referiremos desde diferentes posturas teóricas. Es muy importante conocer este amplio campo que se maneja mucho principalmente en establecimientos educativos, con la finalidad de entablar diversas relaciones que favorezcan al aprendizaje y conocimiento de los estudiantes.

La comunicación institucional es realizada de manera organizada por una entidad o a su vez sus representantes, grupos del entorno social en el que se desarrollan, establecen cada una de las relaciones entre la institución y los públicos con quienes se va a relacionar obteniendo así un renombre social e imagen pública según sus fines y actividades.

Una de las características de la comunicación institucional es que se relaciona con el marketing, publicidad y las relaciones públicas, pero va más allá de ellas busca transmitir la personalidad de la institución y los valores que la fundamentan. Las instituciones son responsables ante la sociedad y su comunicación debe tener en cuenta esa responsabilidad.

Esta comunicación institucional se realiza de manera organizada por una entidad, la cual va dirigida a las personas y grupos del entorno social donde se ejecuta la actividad, su objetivo es establecer las relaciones de eficacia entre la institución y los públicos a los que se dirige adecuada a sus fines y actividades. La comunicación institucional es la encargada de gestionar todos los posibles contactos comunicativos logrando así una manera de gestión con diversos miembros.

La comunicación institucional tiene un carácter de diálogo porque busca relacionarse con los miembros de la sociedad en la que está presente, tanto personas individuales como instituciones, contribuyendo al bien común a través de sus fines específicos. Ese carácter de diálogo es una característica que determina una comunicación de calidad pues implica saber escuchar a los públicos y adaptarse a sus necesidades. (Losada, 2004, p.53)

Pues si bien la comunicación va de la mano con las relaciones públicas, lo cual implica el manejo que se da en dicha organización, institución o empresa, cabe destacar que la finalidad de cada una de estas es que la imagen se vea reflejada mediante hechos que favorezcan a la entidad por ello la autora Lesly nos da a conocer más sobre el mundo de las relaciones públicas.

Las relaciones públicas son un fenómeno y una necesidad de nuestro tiempo. Han sido creadas por las fuerzas que han acrecentado el ritmo del mundo fundiendo a la gente en tantos grupos diversos cada uno en búsqueda de diferentes objetivos, pero debiendo todos trabajar juntos hacia la consecución de comunes adelantos y progresos. La creciente complejidad de la civilización ha creado problemas no previsibles siquiera cuando las clasificaciones sociales, económicas, políticas y religiosas eran simples y claras. (Lesly, 1969, p. 2)

Menciona el autor Lesly (1969) "Las relaciones públicas empezaron como publicidad ahora esta es solo uno de sus aspectos porque cómo siempre es difícil para gente con diferente formación conocer y comprender a los demás, la primera necesidad de un grupo fue encontrar la manera de hablar a los demás de sí mismo. Al desarrollarse, las relaciones públicas han venido a incluir otras funciones además de propagar algo acerca de alguien o de un grupo". (Lesly, 1969, p. 3)

Las relaciones públicas son una disciplina de las ciencias de la comunicación, un relacionista es el encargado de elaborar planificaciones con el objetivo de cumplir cada una de las metas propuestas, algunos de los factores para que se dé el éxito en las relaciones de una organización es una buena planeación de estrategias de marketing, publicidad y propaganda son elementales a la hora de ejecutar un plan.

La función principal de las relaciones públicas en una organización es coordinar un plan a largo plazo que sea sostenible, logrando así fortalecer los vínculos con distintos públicos. Persuadiendo para llegar a un acuerdo mutuo y sobre todo lograr obtener la fidelidad a través de una buena presentación de la imagen de dicha organización, empresa, institución etc.

En otro ámbito cabe recalcar que los puntos de vista varían según la perspectiva de cada autor, las relaciones públicas es un mundo muy amplio lleno de diferentes facetas que pueden darse dentro y fuera de una empresa, la organización y los nuevos conocimientos son importante para un buen desempeño laboral, por ello el autor Fernando Escalante hace una breve síntesis sobre las diferentes comunicaciones que se dan a lo largo de una empresa. Escalante (1999) afirma: "La comunicación interna va dirigida hacia los propios miembros de la organización. Cualquiera de sus jerarquías o funciones todos deben colaborar en la transmisión de una correcta imagen de la empresa o repartición, mediante la oficina de relaciones públicas" (p.73).

En el ámbito de las relaciones públicas es apropiado conocer diversas técnicas y métodos que se emplean en diferentes entidades para lograr un consenso en donde la organización salga victoriosa, la finalidad de las relaciones tanto internas como externas es que una empresa llegue a surgir a través de diversos factores entre ellos los empleados que forman una parte principal, un buen trato siempre será el factor clave para facilitar diversas relaciones con los públicos.

“Las comunicaciones externas son efectuadas hacia los diversos sectores de fuera de la organización proveedores, accionistas, concesionarios, representantes, distribuidores, clientes, comunidad local y determinados públicos. Tienen la responsabilidad de difundir información a sus alrededores” (Escalante, 1999, p.74)

Por otro lado, la comunicación externa es la que forja las relaciones entre la organización y la sociedad con la competencia, hay que mantener en cuenta siempre que se quiere comunicar y los medios que se van a usar, de esta manera se lograra tener un panorama claro hacia dónde queremos dirigirnos, logrando así una comunicación eficaz, clara y concisa.

Las relaciones públicas se han convertido en una actividad indispensable cuya finalidad es contribuir en la creación de confianza de su entorno, para lograr dicho objetivo se centra principalmente en la imagen de la entidad, siendo este un factor clave para cualquier comienzo. Pues si bien el lobbying también forma parte elemental en las relaciones ya que está asociado con procesos de comunicación y planificación estratégica, es ahí que nace el lobismo como el conocimiento analítico y amplio manteniendo un pensamiento crítico, un espíritu de liderazgo. El lobby es una gestión de intereses aquella actividad que busca promover o representar un interés.

El campo de las Relaciones Públicas Políticas es muy amplio, por ello el lobbying actúa conjuntamente en una organización a través de un personal integrado, con la finalidad de aspirar a poderes públicos que orienten a la toma de decisiones, en el texto *Gestión de la comunicación en las organizaciones* el autor abordará varias temáticas acerca de la importancia que tiene el lobbying en el campo comunicacional.

La importancia del lobismo se da en las estrategias de comunicación, la capacidad de influencia para lograr lo que se necesita dentro de una negociación esta va de la mano de muchos intereses, los beneficios que están detrás de una organización. “La función del lobbying es intervenir en el proceso de toma de decisiones públicas, ya sea una norma jurídica ley, reglamento, orden ministerial, resolución etc. En fin, una campaña de lobismo es establecer una relación de beneficio mutuo”. (Losada, 2004, p.156)

El lobbying es un tema de relacionamiento estratégico entre las instancias públicas, privadas entre otros tipos de organismos, un lobista debe ser un comunicador innato generar buenas

relaciones y sobre todo tener empatía. Sin embargo, esta es una herramienta que nos ayuda a generar ese vínculo con las relaciones públicas es decir unir al cliente con entidades del gobierno.

Dando otro enfoque los buenos modales siempre se han aplicado en cualquier ámbito de relaciones es algo muy elemental nuestra carta de presentación por ello las personas a lo largo de su trayecto de vida, deben afrontar varias situaciones que le exigen presentarse, saludar y despedirse, en particular esta habilidad se desarrollada desde nuestra infancia. Cabe destacar que una presentación o un saludo son elementales a la hora de ganar amistades, ser cordiales mejorará nuestra imagen en todo ámbito permitiendo alcanzar diversas metas propuestas en el campo laboral.

Los modales implican tener una buena educación, ser cortés, amable con las personas que nos rodean es un aspecto muy útil en el que nuestros comportamientos son reflejados por las actitudes que demostramos. Los buenos modales son costumbres de cortesía que se mantienen frente a una sociedad determinada. Los valores serán siempre importantes para entablar relaciones de todo tipo.

En el campo de relaciones se manejan diferentes formalidades la más comunes son protocolo y etiqueta estas herramientas son fundamentales para emplear en un evento de cualquier tipo, una buena decoración, un buen manejo de las mismas captaran más de una mirada, es así que Cristina Arroyo en su texto *Eventos corporativos y protocolo empresarial* nos brinda un acercamiento más profundo de las reglas que se deben aplicar a la hora de llevar a cabo un evento, lo elemental que es conocerlas y sobre todo aplicarlas en el diario vivir.

El protocolo se encarga de estructurar u organizar aquellos actos protocolarios que implican eventos importantes o dificultosos, uno de los ejemplos es cuando se organiza una cumbre de países, en cuyo caso se intentaría no situar junto o enfrente a dos dirigentes de países que se encuentren enfrentados, tampoco sería recomendable colocar sus banderas juntas. (Arroyo, 2013, p.100)

El protocolo es aquella normativa establecida por usos y costumbres donde se destaca el proceder de la persona a través de los valores, es tan importante conocer que en cualquier evento, reunión, socialización y ámbito. La forma de comportarse, actuar y expresarse frente a las demás personas tiene un gran punto a favor mediante el uso de etiqueta y protocolo la calidad de vida y las relaciones personales mejorarán.

En el país que vivimos es de suma importancia saber comportarnos frente a diversas situaciones que se nos presentan todos los días como por ejemplo el modo de hablar y expresarse con los demás para ello hay que utilizar un correcto manejo de modales. El vestuario es una de las partes principales ya que definirá nuestra personalidad, por otro lado, la imagen siempre debe ser presentable de acorde al evento que uno asista.

La palabra etiqueta hace alusión a grandes ceremonias, venias y una serie de rituales y actitudes que alguna vez fueron habituales en las grandes cortes, se denomina como el sistema de regulaciones del comportamiento social tanto en actos cotidianos como solemnes, de acuerdo con costumbre preestablecidas, cuando nos referimos específicamente al conjunto de reglas de comportamiento que deben observarse en eventos especiales. (Zuñiga, 1996, p.3)

La etiqueta es muy importante ya que ayuda a precautelar pequeños detalles que parecerían no apreciarse en un evento, como los arreglos florales, posición correcta de las sillas, mesas, manteles, membretes etc. En si toda la decoración del entorno en dónde se va a realizar un evento es importante, darle un enfoque especial para que los asistentes se sientan cómodos y a la vez vean algo nuevo e innovador.

Los principios básicos de etiqueta y protocolo son elementales a la hora de organizar un evento ya sea institucional, político, académico etc. Utilizar y emplear maneras sobre el comportamiento es primordial, saber la forma correcta de actuar frente a las demás personas. A continuación, mencionaremos algunas presentaciones que son de gran aporte.

Existen diversas maneras de ser cordiales y atentos con las personas ya sea afuera o dentro de nuestra casa, el ser educados nos hace aún mejores personas es por ello que no podemos dejar pasar algunas técnicas que nos servirán en el aspecto laboral, educativo y social. “Los primeros saludos de que se tiene noticia fueron utilizados cómo símbolos de paz entre tribus indígenas. Mucho más tarde, durante la Edad Media, se emplearon en señal de respeto y cortesía” (Zúñiga, 1996, p.5)

El saludo es un gesto de educación que desde niños nuestros padres nos han inculcado valores y principios, todo dependerá si la enseñanza que nos han dado la pondremos en práctica, el ser educado deja mucho que decir de las personas estos factores son tan importantes para describir quien eres, ser cordiales, amables no cuesta nada así que este gesto no se lo debe perder nunca.

Es de suma importancia conocer los diferentes significados de besos y la representatividad que tiene cada uno, tener una perspectiva clara para saber emplear correctamente la forma de saludo según las diferentes ocasiones “El beso social, es un método cada vez más utilizado tanto entre hombres y mujeres si existe una relación de amistad cercana o en actos sociales” (Arroyo, 2013, p.14)

La sonrisa es un factor clave, uno de los dones que nos dio la vida, el sonreír denota muchos aspectos en nuestro rostro nos dirige al reflejo del estado de salud, ánimo y felicidad que estamos transmitiendo, sonreír es gratis y fácil alimenta nuestra alma. Las personas mientras más rían reducirán el constante estrés de todos los días por diversas situaciones que se atraviesan en nuestros caminos, liberar las malas energías con tan solo una sonrisa es estupendo.

Pues sin duda el orden siempre ha sido un factor primordial en cualquier ocasión siempre debemos aplicarlos en los eventos que se realice sobre todo respetar las posiciones y los diferentes cargos que tienen cada uno, estos son elementales a la hora de definir el orden en la mesa que se sentaran las autoridades presentes por ello para obtener un buen resultado de un evento es importante tener en cuenta estos aspectos de jerarquías.

La Dignidad y la Jerarquía son muy importantes todos los estados son respetuosos de los tratamientos y títulos protocolarios que por superioridad ostentan algunas personas. Dichos títulos son reglamentados mediante leyes o decretos con el fin de evitar situaciones embarazosas que puedan ir en contra de las relaciones de amistad y cooperación entre los países. (Zuñiga, 1996, p.32)

Menciona la autora Zuñiga (1996) “Las precedencias se definen como privilegios, las ventajas o las preferencias que recibe una persona u objeto con respecto a otros. Todos los estados tienen un régimen de precedencias por medio del cual se establece el lugar que deben ocupar las personas en los actos protocolarios de acuerdo con su rango y jerarquía. A demás las precedencias rigen a nivel estatal, eclesiástico, militar, empresarial y familiar”. (Zuñiga, 1996, p.35)

El orden de jerarquía es esencial en cualquier evento que se realice ya sea una institución pública o privada, mantener las reglas claras es fundamental a la hora de establecer un orden, nos tenemos que basar en diferentes criterios y aspectos, pues no solo los cargos, ni rangos

definen un orden específico hay que mantener en cuenta muchos elementos para estructurar la posición correcta que deben ir sentados diferentes miembros y autoridades que conformarán la mesa.

Pues sin duda los modales, respetar órdenes jerárquicos son muy importantes por esta razón siempre debemos aplicarlos en diferentes situaciones, cabe destacar que gracias a la tecnología podemos cada vez estar más informados y sobre todo actualizados de los nuevos avances, la tecnología tenemos que aprovecharla al máximo consumir mucha información que nos ayude a prepararnos y sobre todo a empaparnos de conocimientos nuevos “Edgar Jaramillo” hace una breve síntesis de lo que es este mundo digital de las facilidades que nos brinda a los seres humanos.

Con el multimedia podemos decir que el periodismo ha dado un gran salto. En cuanto a la base informática permite realizar animaciones, mezclar imágenes fijas con otras en movimiento, incorporar sonidos, textos y gráfico. Todo esto tiene un objetivo fundamental hacer que al usuario le sea más ligera y agradable la forma de acceder a la información, a la diversión y a la expresión. (Jaramillo, 2006, p.45)

El mundo digital se encuentra en un constante movimiento de evolución, en diferentes sectores y plazas que no paran de producir consecutivamente cambios importantes, la tecnología evoluciona a pasos agigantados es así que herramientas como Facebook, whatsapp, instagram entre otras han logrado obtener millones de seguidores, estas aplicaciones logran captar la atención por completo de los individuos, todo esto es una interactividad entre el usuario y la aplicación haciéndola así más entretenida.

La multimedia es la combinación de varias formas de contenido, facilitando a la vida del ser humano a que sea más fácil y cómoda, cabe destacar que la tecnología es cambiante siempre se encuentra innovando nuevas cosas para traer al mercado. Pues si bien las herramientas ya están dadas todo dependerá del uso apropiado que cada persona le de.

1.13 HIPÓTESIS

La revista multimedia de protocolo y etiqueta mejorará los procesos de comunicación y organización de eventos de la Universidad Católica de Cuenca.

1.14 MÉTODOS A UTILIZARSE EN LA INVESTIGACIÓN

Para cumplir con la investigación se utilizará la metodología de investigación cualitativa, que conformaran las siguientes actividades:

1. Lectura y análisis de fuentes bibliográficas relacionadas con un manual de protocolo y etiqueta de universidades, además de la ayuda de bibliotecas, revistas, artículos académicos etc. Las fuentes que se tomarán en cuenta para la investigación serán confiables, verificadas y contrastadas.
2. Se aplicará encuestas a docentes de la Carrera de Ciencias de la Información y Comunicación Social, con respecto a la organización de eventos que son parte de la cátedra que imparten según la malla curricular. De la misma manera a estudiantes encargados de la organización de eventos. Se realizarán estas encuestas con el motivo de evaluar los conocimientos que poseen tanto los estudiantes como los docentes en cuanto a las temáticas de protocolo y etiqueta, logrando realizar un diagnóstico previo. Las entrevistas a profundidad agilizarán el proceso de esta investigación, las fuentes primarias ayudarán ampliar este campo que abarca la Comunicación Organizacional respecto a Protocolo y Etiqueta.
3. Como parte final de la investigación se producirá una revista multimedia de un manual de protocolo y etiqueta para la Universidad Católica de Cuenca

1.15 POBLACIÓN Y MUESTRA

En primera instancia los sujetos a ser investigados son autoridades, docentes y estudiantes, se efectuará entrevistas en eventos académicos que sean realizados por el Departamento de Comunicación Interna de la Universidad, con la finalidad de mejorar y contribuir a un manejo correcto de eventos.

En cuanto a los docentes, todos poseen un cuarto nivel y varios de ellos cursan un PHD, la encuesta realizada a los catedráticos pretende organizar los conocimientos que tienen en cuanto a procesos de protocolo y etiqueta, además de unificar criterios para generar este manual que se adapte a las distintas materias dictadas.

Se realizará un análisis e interpretación de datos a través de la formulación de cinco preguntas que serán elementales para descubrir las falencias que se dan al momento de la organización de un evento institucional.

Una de las fuentes elementales será abordar el departamento de Comunicación de la Universidad Católica de Cuenca desde ahí parte el proceso de la investigación obteniendo así entrevistas para profundizar más el tema.

Cabe destacar que las entrevistas a profesionales forman una parte importante ya que amplían nuevos conocimientos y métodos que se aplica al momento de la elaboración de un evento. Con la ayuda de la revisión bibliográfica obtendremos a las personas de acorde al tema que abordaremos respecto a nuestra línea de investigación que es la Comunicación Organizacional.

1.16 CRONOGRAMA DE TAREAS

Calendario	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Actividades	Septiembre 2018	Octubre 2018	Noviembre 2018	Diciembre 2018	Enero 2019	Febrero 2019
Revisión y selección de la información bibliográfica de las teorías y conceptos.						
Elaboración de la fundamentación teórica.						
Elaboración de los instrumentos para la redacción de información: encuestas						
Realización de encuestas en un evento académico de la Universidad Católica.						
Elaboración de cuestionario de preguntas para entrevistas a profundidad.						
Entrevistas a profundidad a especialistas que aborden						

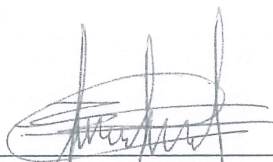
la temática de protocolo y etiqueta.						
Tabulación de encuestas y procesamiento de la información recolectada en entrevistas a profundidad						
Fotografías que serán empleadas en la Revista multimedia de un manual de protocolo.						
Elaboración de la Revista multimedia de un manual de protocolo y etiqueta para la Universidad Católica de Cuenca.						
Revisión.						
Entrega final de la Revista multimedia de un manual de protocolo y etiqueta para la Universidad Católica de Cuenca.						
Elaboración del informe final de investigación.						

Presentación del informe final en la secretaría de la Unidad Académica.						
Sustentación individual ante un tribunal de grado.						

1.17 BIBLIOGRAFÍA

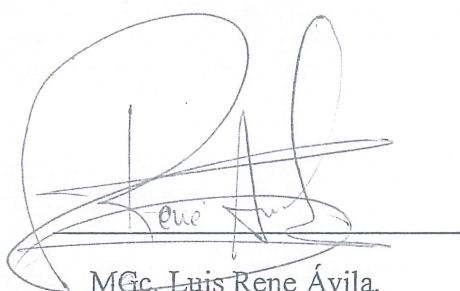
- Álvarez, J. (2012). Manejo de la comunicación organizacional. España: Díaz de Santos.
- Arroyo, C. (2013). Eventos corporativos y protocolo empresarial. Bogotá: Ediciones de la U.
- Castillo, Y. (2017). Lineamientos para el diseño de trabajos de titulación, así como elaboración y presentación del informe de investigación. Cuenca : Universidad Católica de Cuenca .
- Escalante, F. (1999). Ciencia de la información y relaciones públicas o instituciones . Buenos Aires : MACCHI.
- Jaramillo, E. (2006). Periodismo digital . Quito: Ciespal.
- Lesly, P. (1969). Manual de relaciones públicas. Barcelona: Ediciones Martínez Roca .
- Losada, J. (2004). Gestión de la comunicación en las organizaciones. Barcelona: Ariel.
- Seminario, Y. (18 de Abril de 2018). Comunicación Interna. (T. Narváez, Entrevistador)
- Véliz, F. (2014). Comunicación Organizacional nuevas preguntas para los desafíos. Quito: CIESPAL.
- Wolton, D. (2008). Internet y Después . Barcelona: Gedisa.
- Zuñiga, A. (1996). Moderno manual de etiqueta y protocolo. Bogotá: Imprelibros.
-
-

Cuenca, 11 de julio de 2018



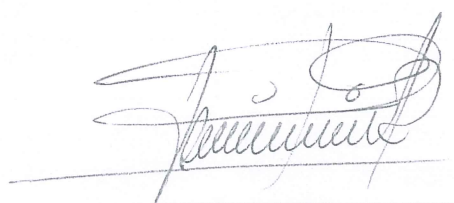
Thalía Elizabeth Narváez Escandón

Investigadora



MGC. Luis Rene Ávila.

Tutor



MsC. Diego Illescas Reinoso

Responsable de Investigación

de la Carrera de Ciencias de

la Información y Comunicación

Social

Fecha: 11 de Julio de 2018

Aprobado en sesión del H. Consejo Directivo de fecha: _____

Asesor Jurídico

Unidad Académica de Ciencias Sociales, Periodismo Información y Derecho.