



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“APLICACIÓN DE NORMAS DE PROTOCOLO Y ETIQUETA EN EVENTOS INSTITUCIONALES Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN DE LA EMPRESA PÚBLICA DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO-IBARRA. EMAPA-I., en el año: 2013. PROPUESTA: “GUÍA PROTOCOLAR”

Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Licenciada en la especialidad de Secretariado Ejecutivo en Español.

AUTORA:

Montesdeoca Villarruel Gladys Ximena Marisol

DIRECTORA:

Msc. Claudia Ruiz

Ibarra, 2014

ACEPTACIÓN DE LA DIRECTORA

Al ser designada por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología, de la Universidad Técnica del Norte, de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como Directora del Trabajo de Grado del siguiente tema: **“APLICACIÓN DE NORMAS DE PROTOCOLO Y ETIQUETA EN EVENTOS INSTITUCIONALES Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN DE LA EMPRESA PÚBLICA DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO- IBARRA. (EMAPA-I)”**, en el año: **2013**. Trabajo realizado por la señorita egresada: **Montesdeoca Villarruel Gladys Ximena Marisol**, previo a la obtención del Título de Licenciada, en la especialidad de Secretariado Ejecutivo en Español.

Al ser testigo presencial y corresponsable directa del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puedo certificar, por ser justo y legal.

Mgs. Claudia Alicia Ruiz Chagna,
DIRECTORA DEL TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

A mi madre y a mi hermano aunque no están presentes, derramaron sus bendiciones y protección, para darme fuerza y apoyarme espiritualmente.

A mi padre, porque él es uno de los mejores artistas de la escultura religiosa, Sr. Héctor Alcides Montesdeoca Montesdeoca, quien me motivó a seguir adelante y lograr mi meta.

A mis hijos Jefferson y Bryan, por su comprensión y amor; a mis hermanas y familiares, gracias por fomentar en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, sus consejos en los momentos difíciles.

A todos y en especial a esa persona que siempre estuvo a mi lado, Leonardo; prometo no defraudarlos y contar siempre con su valiosa ayuda, sincera e incondicional.

Ximena Montesdeoca V.

AGRADECIMIENTO

Con el presente trabajo de Grado, agradezco a Dios, por la salud y la vida.

A la gloriosa UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.

A mis catedráticos que con sus enseñanzas, aportaron en mi formación, especialmente a la Msc. Claudia Ruiz, Directora del Trabajo de Grado, por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, experiencia y motivación contribuyó a la culminación de este trabajo.

A todas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las cuales agradezco su amistad, apoyo, ánimo y consejos, en los momentos más difíciles de mi vida.

Gracias.

ÍNDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE GENERAL	v
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	x
CAPÍTULO I	10
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	10
1.1 Antecedentes	10
1.2 Planteamiento del Problema	12
1.3 Formulación del Problema	14
1.4.4 Objetivo General	15
1.7 Factibilidad	17
CAPÍTULO II	19
2. MARCO TEÓRICO	19
2.1 Fundamentación Epistemológica	19
2.1.3 Fundamentación Legal	21
2.2 Desarrollo de las categorías	22
2.2.1.2 Definiciones de Protocolo según varios autores.	23
2.2.1.3 Protocolo Ceremonial	25
2.2.1.4 Tipos de Protocolo	28
2.2.1.5 Normas que rigen el Protocolo	29
2.2.1.6 Protocolo en el lugar de trabajo	30
2.2.2 Definiciones de Etiqueta, según varios autores:	30
2.2.2.2 Comportamiento en el lugar de trabajo	33
2.2.2.3 La importancia de la comunicación	34
2.2.2.6 Valores y modales	38

2.2.2.7 Responsabilidad	41
2.2.3 Modales	41
2.2.3.2 Normas de cortesía	43
2.2.4 Imagen institucional	43
2.2.4.1 Públicos	44
2.2.4.2 Necesidades del público interno	45
2.2.4.5 Públicos líderes:	47
2.2.4.6 Público mixto	52
2.3 Posicionamiento Teórico personal	58
2.4 Glosario de términos	59
CAPÍTULO III	65
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	65
3.1 Tipo de Investigación	65
3.2 Métodos	66
3.4 Población	67
3.5 Muestra	67
CUADRO DE LA FRACCIÓN MUESTRAL	69
CAPÍTULO IV	70
4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	70
4.2. Análisis y discusión de resultados	81
CAPÍTULO V	82
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
5.1 Conclusiones	82
5.2 Recomendaciones	83
CAPÍTULO VI	84
6. PROPUESTA ALTERNATIVA	84
6.1 Título	84
6.3 Base Teórica	85
6.4 Objetivos	87
6.4.1 Objetivo General	87

6.4.2 Objetivos Específicos.....	87
6.5 Ubicación sectorial y física	87
6.6. Desarrollo de la propuesta	89
6.6.1 Normas de Protocolo y Etiqueta	89
6.6.1.1 Protocolo empresarial.....	90
6.6.1.2 El protocolo social	93
6.6.1.3 Etiqueta.....	105
6.6.1.4 Protocolo de eventos	114
6.7 Impactos.....	132
6.9 Difusión	132
BIBLIOGRAFÍA.....	133
LINKOGRAFÍA	135
ANEXOS.....	137

RESUMEN

El trabajo de investigación que se realizó en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, (EMAPA-I), de la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, fue con la finalidad de que el personal de la Unidad de Imagen Corporativa, Proyección a la Comunidad e Innovación de la Empresa, cuente con una guía de normas de protocolo y etiqueta, en la que constan reglas de cortesía, buenos modales, presentaciones, protocolo social, empresarial, el saludo, etiqueta, vestimenta, entre otros, para que la entidad proyecte una imagen positiva, tanto al público interno como externo. La investigación de campo se realizó mediante encuesta, con preguntas cerradas a 4 directores, 86 funcionarios y 22 secretarías que laboran en la EMAPA-I, se elaboró en tablas y en gráficos circulares. La información que se recolectó fue confiable, para realizar la propuesta de la guía protocolar, la misma que consta de diferentes pautas para asistir a los eventos, cómo vestirse adecuadamente, cómo actuar ante el público, recomendaciones para organizar un evento. Además, con las investigaciones de campo y documental se efectuaron las conclusiones y recomendaciones, para que sean aplicadas por el personal de la Unidad en mención, por lo que se determina que es un aporte valioso y positivo para la empresa, porque el protocolo rige los procesos, trámites o celebraciones de actos oficiales ya sean públicos o privados dentro de la entidad; son reglas y costumbres que sirven a las personas para que puedan desenvolverse en cualquier evento y la etiqueta se refiere al comportamiento que conforma la vida social y profesional de cada individuo y hacer de nuestro quehacer diario una manera ordenada y cómoda en el trato a los demás. Con esta investigación se aspira que la EMAPA-I, se beneficie con esta guía de normas que regulan las relaciones interpersonales y el comportamiento, fundamentadas en el valor que tenemos que reflejar la imagen empresarial.

ABSTRACT

The following investigation was carried out at Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, (EMAPA-I), in Ibarra, Imbabura; the investigation was meant for the Unidad de Imagen Corporativa, Proyección a la Comunidad e Innovación de la Empresa staff to count on with a guide regarding formal and protocol norms, in which they can find courtesy rules, good manners, proper introductions and presentations, greetings, appropriate dressing, among others that the staff can use to project themselves positively to the public and inside their workplace. The investigation was done through a survey with closed-ended questions to 4 directors, 86 employees and 22 secretaries working at EMAPA-I, the mentioned survey was elaborated using charts and graphics. The information gathered was reliable to design the guide proposal, which has different guidelines about how to attend events, act in public, how to dress properly and recommendations regarding events organization. Furthermore, using the field investigation it was possible to execute some conclusions and recommendations to be applied by the mentioned staff, considering this as a positive and valuable contribution to the public enterprise, because the protocol regulates the processes, steps and the execution of official public or private acts amid the enterprise. With the results brought by this investigation is aspired to benefit the EMAPA-I staff, considering that this guide of norms can help to regulate the interpersonal relations and the behavior based on the values that are important to reflect as an enterprise.

INTRODUCCIÓN

Muchas empresas públicas entregan servicios a la comunidad, especialmente a sectores en los cuales pueden ofrecer entidades privadas pero, los costos son muy elevados. Los servicios de agua potable y alcantarillado, asumen por Ley los municipios, o las empresas municipales, como por ejemplo tenemos el caso de la Provincia del Guayas con la EPAG y en Imbabura, en la ciudad de Ibarra, la EMAPA-I.

La Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, (EMAPA-I), es una empresa que mantiene una posición y categoría privilegiada, dentro del segmento de la competencia, por ser única y autónoma. Sin embargo, dado el gran tamaño de las diferentes áreas y departamentos se tiene un crecimiento constante y debido al cambio de Gerentes, por elecciones de nuevos Gobiernos, no ha permitido seguir debidamente las reglas de Etiqueta y Protocolo, que deben prevalecer en una empresa.

La Etiqueta y Protocolo es un proceso encaminado a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de las entidades y de los clientes, ya que ellos son un factor fundamental dentro de la empresa.

Es por ello que la imagen y las normas de Etiqueta y Protocolo juegan un papel fundamental en cuanto a la calidad, desarrollo y presentación de eventos, debido a que, en un sentido amplio, la etiqueta y el protocolo irradian la imagen de cualquier institución que busca el mejoramiento continuo.

En tal sentido la presente investigación está estructurada en seis capítulos que se presentan a continuación:

En la primera parte hace referencia al protocolo del trabajo donde encontramos la portada, la aceptación de la directora de tesis, la dedicatoria, el agradecimiento, el índice de contenidos, el resumen y la introducción a la temática de investigación.

CAPÍTULO I: Se especifica sobre los antecedentes, la problemática existente, en la EMAPA-I; es decir, el problema en estudio, se definen los objetivos a alcanzar, se justifica y se da importancia al desarrollo de la investigación y se expresa el alcance y limitaciones del mismo, además comprende leyes y normas que lo rigen.

CAPÍTULO II: Se encuentra el marco teórico en el cual se sustenta científicamente el estudio, en el cual se encuentran los referentes, conceptos claves y la sustentación teórica humanística, el enfoque socio-crítico, en la que reivindica al individuo como centro del proceso de aprendizaje relacionado con el problema y las bases teóricas del desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO III: Se aplica la metodología de la investigación, en la que se manifiesta el tipo de investigación utilizada, en este caso fue documental porque se hizo el análisis sistemático del problema a investigar en el medio que se desenvuelve; de campo, porque se realizó en el propio sitio donde se encuentra el objeto de investigación que es en la EMAPA-I y descriptiva, porque se llegó a conocer la situación, costumbres y actitudes predominantes a través

de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

CAPÍTULO IV: Se demuestra en cuadros y gráficos y se hace un análisis de los resultados.

CAPÍTULO V: Se realiza las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO VI: Se desarrolla la propuesta “Guía de normas de Protocolo y Etiqueta para la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, de la ciudad de Ibarra”, justificación, base teórica, aspectos sociales, objetivos: general y específicos, ubicación sectorial y física, impactos, difusión.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

Imbabura es una provincia del Ecuador que se encuentra dentro del grupo de las 11 provincias que conforman la región sierra, limita al norte con las provincias de Carchi y de Esmeraldas, al sur con la provincia de Pichincha, al este con las provincias de Sucumbíos y Napo y al oeste con la provincia de Esmeraldas.

La capital es la ciudad de Ibarra y los principales cantones que forman parte de la provincia son: Antonio Ante, Otavalo, Cotacachi, Pimampiro, San Miguel de Urcuquí.

El Ilustre Concejo Municipal presidido por el distinguido Alcalde de Ibarra, Mayor Galo Larrea Torres, expidió la Ordenanza de creación de la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado del Cantón Ibarra, amparado en los Arts. 199 al 208 de la Ley de Régimen Municipal, con fecha 12 de agosto de 1969 y consciente de la responsabilidad asumida dio todo el empuje necesario para que la capital de la Provincia de Imbabura se ponga a la altura de otras capitales de provincias ecuatorianas en este aspecto y cuente con una entidad especializada que velara por el mantenimiento de los sistemas existentes con lo que ejecutó nuevas obras en las 18 parroquias del cantón, solucionando este aspecto de infraestructura como fin y objetivo fundamental de la misma.

La E.M.A.P.A.I- se fundó mediante Ordenanza el 19 de agosto de 1969, gracias a la iniciativa del Ilustre Concejo Municipal y con personería jurídica propia, autonomía administrativa y patrimonial, con todas las atribuciones y deberes que corresponde a una institución de esta naturaleza, desde su creación, EMAPA-I se caracterizó por disponer de: Autonomía administrativa y patrimonial, al ser totalmente independiente de cualquier cambio político en la Administración Municipal y tener de personal técnico y administrativo especializado. Según la Ordenanza Sustitutiva a la Ordenanza de Creación de la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra EMAPA-I del 20 de Septiembre del 2007, tiene como funciones:

- La construcción de sistemas de agua potable y saneamiento, incluyendo aspectos relativos a su financiamiento y
- La operación, mantenimiento y administración de estos sistemas, tanto en la ciudad de Ibarra como en las parroquias rurales del cantón.

Así nació esta empresa encargada de la distribución y mantenimiento de los servicios públicos de mayor importancia, como son la dotación de agua potable y alcantarillado, obras de positiva infraestructura que ven por el crecimiento y desarrollo físico de la urbe.

La razón social de la empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra, conocida por sus siglas EMAPA-I- en todas las actividades y actos jurídicos dotando los servicios de agua

potable, alcantarillado y saneamiento, basados en los principios de universalidad de los servicios, calidad, eficiencia y eficacia en su gestión.

El objetivo de la EMAPA-I es la prestación de servicios básicos como: agua potable, alcantarillado y saneamiento, a todo el cantón Ibarra y sus parroquias urbanas y rurales, consiguiendo ubicarse en un elevado nivel dentro de los organismos de su género en el país y a pesar de ser una dependencia relativamente nueva mediante el esfuerzo y constancia de los 48 empleados y trabajadores y en forma muy particular gracias a la dinámica e inteligente labor desplegada del Ingeniero Ivo Rosero Cueva, quien fue nombrado por el Concejo Municipal como Primer Gerente General, al frente de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra.

Debido al crecimiento poblacional del Cantón Ibarra, la empresa en la actualidad cuenta con 450 empleados y trabajadores y por motivo del aumento de obreros, nace la necesidad de elaborar una Guía Protocolar que será aplicada especialmente en el departamento de la Unidad de Imagen Corporativa, Proyección a la Comunidad e Innovación, en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, de la ciudad de Ibarra. Fuente: Secretaría de la EMAPA-I.

1.2 Planteamiento del Problema

La falta de una Guía Protocolar en la Unidad de Imagen Corporativa, Proyección a la Comunidad e Innovación de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra, EMAPA-I,

hace que los eventos se manejen de forma imprevista; que al no contar con esta guía, la programación establecida podrá fracasar y ocasionará llamados de atención y sanciones al personal que se encuentra a cargo de realizar estos actos.

La falta de personal con el perfil requerido hace que se corra el riesgo de un manejo inadecuado de las normas y el mal desenvolvimiento de las actividades sociales que realice la empresa, incurriendo en graves faltas que afectarán la imagen de quienes se encuentran al frente de la institución.

La deficiencia de programas de capacitación del personal, hace que tenga un desconocimiento del tema para desenvolverse profesionalmente y al tener que contratar gente de afuera, esto generará para la empresa gastos no considerados dentro del presupuesto institucional, acarreando contratiempos en el desenvolvimiento de las actividades como perder el control en algunos eventos de trascendental importancia, que realizará la empresa, por lo que es necesario adquirir conocimientos que permitirán desenvolverse mejor y eficientemente dentro de la Institución.

La falta de unificación de criterios del personal que se encuentra en la Unidad de Imagen Corporativa, Proyección a la Comunidad e Innovación de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, EMAPA-I-, podrá ocasionar descoordinación en el desarrollo de la serie de eventos que la entidad cuenta dentro del cronograma, que realiza cada año.

El desconocimiento de las normas de Protocolo y Etiqueta especialmente dentro de la empresa, no contribuirá a proyectar una imagen corporativa seria y a su vez dinámica, por lo que creará inseguridad, dentro y fuera de la organización, podrá jugarnos una mala pasada en un evento formal, por lo que todo empleado deberá tener conocimiento de estas normas, para mantener cultura organizacional.

1.3 Formulación del Problema

¿Cuál es la aplicación de normas de protocolo y etiqueta en los eventos institucionales de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, EMAPA-I? Año: 2 013.

1.4 Delimitación

1.4.1 Delimitación de las unidades de observación

En la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

1.4.2 Delimitación Espacial

Este trabajo se realizó en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, EMAPA-I-, ubicada en la calle: Sucre 777 y Pedro Moncayo, esquina. Plazoleta Francisco Calderón de Ibarra, a los funcionarios, secretarias y directores.

1.4.3 Delimitación Temporal

Esta investigación se realizó en el año 2 013.

1.5 Objetivos

1.4.4 Objetivo General

Determinar las normas de Protocolo y Etiqueta, de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de la ciudad de Ibarra, para que proyecte una imagen corporativa positiva.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar cual es la aplicación en la EMAPA-I-, respecto a normas de etiqueta y protocolo en la organización de eventos institucionales.
- Analizar cómo debe ser la organización de eventos protocolarios, para mejorar la Imagen Institucional.
- Elaborar una Guía Protocolar, para la organización de eventos, en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, EMAPA-I-
- Socializar la guía de protocolo y etiqueta en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, EMAPA-I- para que los empleados la conozcan y se proyecte una imagen positiva al interior y exterior de la empresa.

1.6 Justificación

El presente trabajo de investigación tiene especial interés para la Unidad de Imagen Corporativa, Proyección a la Comunidad e Innovación que trabaja en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra, EMAPA-I-en vista de que la unidad que está a cargo realiza las actividades cotidianas y prepara los diferentes eventos; por este motivo, se hace indispensable contar con una guía de normas de protocolo y etiqueta, para un mejor y ágil desenvolvimiento. Esta guía es la solución a un problema dentro de la empresa y de esta manera el beneficio es tanto interno como externo. Este trabajo está encaminado a ayudar a que el personal de la Unidad de Imagen Corporativa, Proyección a la Comunidad e Innovación, proyecte una imagen positiva de la institución, ya que en el desarrollo de los actos a veces se encuentran en aprietos al aplicar ciertas normas en los diferentes eventos, que se van presentando como imprevistos que uno no cuenta en ese instante y que con la práctica se adquiere más experiencia.

Esta investigación, es de gran importancia tanto para la Unidad de Imagen Corporativa, Proyección a la Comunidad e Innovación, como para toda la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra, toda vez que las costumbres de antes y las de este tiempo no son las mismas y esto genera que nos adaptemos a un mundo tan versátil y cambiante y tenemos que estar paralelos con las nuevas exigencias.

La sociedad exige una transformación acorde a las nuevas tecnologías de la información, comunicación y hábitos, por la fuerte

tendencia a los cambios tan vertiginosos, especialmente en las costumbres, esto hace que nos conlleve hacia una nueva cultura que supone nuevas formas de ver y entender el mundo que nos rodea, que tomemos conciencia y vayamos adaptándonos quizá a la implantación de nuevos valores y normas de comportamiento.

Esta investigación fue factible porque se tuvo la autorización del Gerente General de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra, EMAPA-I- además, se contó con elemento humano como es el de la Unidad de Imagen Corporativa, Proyección a la Comunidad e Innovación, de trabajo en la EMAPA-I-.

Es por esta razón, que se necesita contar con una guía de normas de protocolo y etiqueta, con el afán de unificar criterios en la organización de eventos, por lo que en estos tiempos nos encontramos con una sociedad cambiante y tan acelerada, exige un cambio vertiginoso porque las normas de cortesía, las conductas han variado rápidamente en los últimos tiempos y así poder contribuir al bienestar de la empresa, para que la Unidad de Imagen Corporativa, Proyección a la Comunidad e Innovación, proyecte una imagen positiva dentro y fuera de la entidad y por esta razón la socialización de esta guía protocolar será muy significativa.

1.7 Factibilidad

Este proyecto fue factible de aplicar porque se contó con la colaboración de los funcionarios, secretarias y directivos de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, EMAPA-I.

Se contó con material bibliográfico, internet, textos, material suficiente para la culminación del trabajo.

La logística estuvo a cargo de la investigadora la misma que dedicó tiempo y recursos económicos necesarios demandadas en esta investigación.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación Epistemológica

2.1.1 Teoría Humanista

Desde el punto de vista Epistemológico, la presente investigación se fundamentó en la Teoría Humanista que se centra en el desarrollo de la personalidad y las condiciones de crecimiento existencial, basándose en los datos provenientes de la experiencia de los individuos, entendiéndolo como un ser que existe, deviene, surge y experimenta. Es un enfoque fenomenológico o existencial, el aprendizaje auténtico es el que provoca cambios en la conducta, en las actitudes y en la personalidad del sujeto a partir de un contacto real con los problemas que conciernen a la existencia del sujeto, de manera que sea él quien decide resolver y aprender, destaca el rol activo del organismo.

El desarrollo de la personalidad también está centrado en el dominio teórico-práctico de los asuntos a su cargo, respetando los valores de honestidad, lealtad y eficiencia, es decir, provoca verdaderos cambios permanentes en el sujeto que mantiene el liderazgo y promueve el equilibrio de él y su entorno.

Rogers C., (1995), manifiesta que: “La educación humanista considera que los seres humanos son únicos y tienen patrones de percepción individuales y estilos de vida particulares, el ser humano

crea su mundo al pensar y reflexionar, basa su accionar en una educación democrática, centrada en el estudiante preocupada tanto por el desarrollo intelectual, como por toda su personalidad, enfatiza fundamentalmente la experiencia subjetiva, la libertad de elección y la relevancia del significado individual”(Pág.90).

Puedo manifestar que al recibir la educación humanista el ser humano aprende a organizar las prioridades, a resolver problemas antes que se conviertan en emergencias.

2.1.2 Fundamentación Sociológica

2.1.2.1 Enfoque Socio Crítico

La educación es un proyecto de humanización y por ello reclama la apertura a horizontes amplios y nada dogmatizados, donde la política que engloba todas las actividades del hombre debe procurar las mejores condiciones, equilibrio, armonía, consenso, tranquilidad, para posibilitar que éste pueda decidir su propio camino y su destino para ello la escuela como lugar de trabajo, de participación, de desarrollo personal y social, precisa más de prácticas de colaboración, de ayuda mutua, de unión entre el hombre y la sociedad.

Sociológicamente la investigación se sustenta en el Enfoque Socio Crítico que concibe como principio esencial las múltiples dimensiones del desarrollo integral del ser humano, revaloriza la cultura y la ciencia acumulada por la humanidad, reivindica al individuo como centro del proceso de aprendizaje.

Mitjans, A. (2004), manifiesta: “El Enfoque Socio Crítico integra los valores de la sociedad y la a vez lucha por la transformación del contexto social”. (Pág.25).

Pérez Gómez, (2007) señala que vivimos en una sociedad que plantea al sistema educativo demandas distintas de las tradicionales; en todos los ciudadanos estas demandas se encuentran relacionadas con el desarrollo de la capacidad de aprender a aprender a lo largo de toda la vida. Así, destaca que el problema no es la cantidad de información que los niños y jóvenes reciben, sino su calidad para transformarla en conocimiento y poder aplicarla a diferentes situaciones y contextos.

Una buena educación forma buenos hombres y ahora modernos donde no es necesario para mantener un liderazgo que seamos centro de atención simplemente debemos ser verdaderos agentes de cambio, de allí surge la idea de que la sociedad requiere personas con responsabilidad y menos privilegios.

2.1.3 Fundamentación Legal

El Ilustre Concejo Municipal presidido por el Alcalde de Ibarra, Mayor Galo Larrea Torres, expidió la Ordenanza de creación de la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado del Cantón Ibarra, amparado en los Arts. 199 al 208 de la Ley de Régimen Municipal, con fecha 12 de agosto de 1969, hoy cuenta con la Ordenanza Sustitutiva a la Ordenanza de creación de la Empresa, reformado ya en el 2001. (Secretaría EMAPA-I).

2.2 Desarrollo de las categorías

2.2.1 Historia del Protocolo

Dorado Juárez J. A., García Isa M. I., (2012), expresan: “Tratar de ubicar en el tiempo el inicio del protocolo es algo más que imposible, ya que el hombre en su comportamiento social siempre ha tenido actos ceremoniales, ya sea un rito religioso, un nombramiento de jefatura, una celebración social, una fiesta de la cosecha, un enterramiento. Por todo ello, podemos afirmar que el comportamiento social ha establecido costumbres de convivencia y en ocasiones de un sometimiento ante lo desconocido que crea una situación en muchos casos mágica para jerarquizar y dominar a las personas (súbditos), sin olvidar el boato (lujo) ofrecido a un visitante. Desde siempre las personas nos hemos regido con normas y con pautas sociales.

El hombre es un ser social, lo que provoca que el protocolo ocupe un espacio importante en su vida, haciendo que sea objeto de regulación formal y cuanto más civilizado es un pueblo mayor espacio ocupará y más regulado será.

Existen datos históricos del uso del protocolo en las civilizaciones antiguas y no deja de ser entendible como protocolo los restos hallados de civilizaciones prehistóricas en los enterramientos.

Tenemos constancia de normas protocolarias en el Código de Hammurabi (1760 a. C.) como es el ceremonial de coronación del rey de Babilonia. Igualmente los egipcios lo tenían muy implantado

en su vida (el faraón Ptahhotep 2500 a.C. instruía a su hijo sobre las formas de comportamiento adecuadas) y evidentemente en todos los grandes imperios y reinos de la antigüedad se tenían muy claramente establecidos el respeto hacia los soberanos, a los dignatarios religiosos y jefes del ejército.

También tenemos muestras protocolarias de la antigua Persia e incluso en la Biblia (colocación de los comensales en un banquete), los ceremoniales preestablecidos en Grecia, que son los creadores de los Juegos Olímpicos y si ha habido y hay un pueblo protocolario por excelencia este es el japonés, cuya manifestación de la cortesía y modales es prácticamente un ritual religioso.

La aparición del protocolo debemos otorgárselo a la corte, que estableció las buenas maneras de comportamiento ante la nobleza y de este con el pueblo”. Pág. 12.

2.2.1.2 Definiciones de Protocolo según varios autores.

Fernández F., (2004), señala que: “Podría definirse como una normativa legislada, o establecida a partir del uso y la costumbre que sirve para determinar la precedencia y los honores que deben tener las personas y los símbolos dentro del desarrollo de un acto importante” (p. 18).

El término protocolo tiene un origen latino procedente del vocablo protocollum a su vez inspirado a la primera hoja pegada o encolada al principio de un manuscrito importante lugar donde realizan anotaciones referentes a su contenido y que lo autentifican”.

Protocolo para todos nos familiariza con la compleja y no bien conocida práctica que preside las relaciones formales en la sociedad contemporánea y nos desvela todas las claves para conocer el mundo del protocolo: nuestra monarquía, la nobleza, la etiqueta, el regalo, el saber vestir, el buen anfitrión, las diferentes religiones y su ceremonial, la comunicación mediante las nuevas tecnologías, la organización de una boda, las visitas de Estado, entre otros.

Labariega V. P. G., (2007), manifiesta que el Protocolo: “Es la codificación de las normas que son destinadas a asignar a cada cual las prerrogativas e inmunidad correspondientes, según su derecho” (p. 85).

Para estos actos se maneja la precedencia de las autoridades académicas internas, respetando “La jurisdiccionalidad” y si tienen invitados especiales como autoridades gubernamentales se procederá a preparar el sitio especial.

La precedencia tomado en sentido estricto significa “preeminencia o antelación” en un orden dado, se le puede relacionar con el honor que se le da a una persona de colocarla en un lugar muy destacado, de predominar, de ocupar un primer lugar.

La importancia que se debe dar a las personas es esencial en todos los actos, es necesario conocer especialmente quienes están invitados para tener todo preparado y en el orden correcto y no cometer errores y si es posible preparar con antelación el orden que va ir cada persona, aplicando la derecha para el individuo más importante.

Cuadrado Esclapez C., (2009), escribe: "Protocolo es un código deontológico que regula las conductas que nacen de las relaciones humanas, cuando se interactúa en ámbitos tanto públicos como privados" (p. 39).

Cuanto mejor conozcamos las técnicas de organización de actos dentro de la empresa, unos determinados códigos de conducta empresarial, tanto a nivel ético como profesional y las formas adecuadas a la hora de entablar relaciones con otros organismos, más eficaz será la gestión de la empresa, simplificará el acceso a los servicios de nuestras instituciones y en general disfrutaremos de un entorno laboral más agradable y productivo.

2.2.1.3 Protocolo Ceremonial

Muñoz Vargas, G., (2011) manifiesta al ceremonial como el conjunto de reglas que se establecen para determinar el modo de operar de actos solemnes que hayan sido previamente normados por la respectiva autoridad civil, eclesiástica, militar o diplomática. La finalidad de estas ceremonias lleva siempre una honda significación en el campo histórico, político o institucional, ejemplo de ellas son las ceremonias de conmemoración de la muerte de un héroe nacional o la celebración de efemérides, así mismo, actos de juramentación, toma de posesión, condecoraciones o reconocimientos, recibimiento de una personalidad relevante, firma de un convenio (u otro documento de importancia), entrega de informe elaborado por las comisiones Ad Hoc, inauguración, develación, etc., ameritan la aplicación de reglas fijas en ceremonias, lo que evita confusión y disgustos, al tiempo que favorece el ahorro de tiempo y de eficiencia.

El protocolo, por su parte, determina la precedencia, así como el tratamiento y la equivalencia entre autoridades gubernamentales, diplomáticas, religiosas y del sector privado.

El termino también se usa y se aplica al quehacer común de las relaciones humanas, como el conjunto de conductas y normas a conocer, respetar y cumplir no sólo en el medio oficial ya establecida, sino también en el medio social, laboral, académico, político, cultural y militar.

Actualmente, toda organización que se aprecie como tal, tiene su protocolo interno basado en la jerarquía de las autoridades que forman la misma; esto le permite llevar a cabo sus eventos privados o públicos, hacer y recibir invitaciones y retribuirlas, pues de acuerdo a sus principios y obligaciones dictan las pautas necesarias para proyectar la unidad e imagen de la organización.

El protocolo cuida los aspectos más variados y sensibles relacionados con el trato y precedencia de los personajes con jerarquía, pertenezcan estas, al medio oficial, diplomático, eclesiástico, militar o social en general.

La opinión de varios autores definen al Protocolo “como un conjunto de reglas a seguir, ya sean de forma oficial (vinculación por ley) o por tradición o costumbre (vinculación personal voluntaria); más técnicamente como: Regla de ceremonial diplomática o palatina. El Ceremonial es el conjunto de formalidades a tener en cuenta en un acto señalado y que vienen determinadas por el protocolo, para cualquier tipo de acto público o solemne.”

La mayor parte del Protocolo y Ceremonial actual de actos oficiales y privados, tiene un gran componente fiel reflejo de las tradiciones y costumbres populares del pasado, tamizados por el avance de las sociedades y por los nuevos medios y tecnología disponibles, que han hecho que éste evolucione y se adapte a estos cambios.

La mayoría de los pueblos, desde la antigüedad, contaban con determinadas reglas que regían el Protocolo y el Ceremonial. Se regulaban los actos en los que asistía el rey y los puestos que ocupaban los militares, funcionarios y otras personas. Las reglas para solicitar una audiencia real o pedir una cita con un determinado cargo eran de cumplimiento obligatorio. También los pueblos griegos y romanos, sentaron las bases de las actuales disposiciones, con las normales adaptaciones que el tiempo y la tecnología nos han ido imponiendo día a día.

La palabra Protocolo procede del latín "protocollum" y que dicen a su vez procede del griego. Pero una cosa es la palabra y otro el hecho. El Protocolo nace con el ser humano y la necesidad de regular o aconsejar unas formas de actuación para sus relaciones con los demás.

El protocolo es la serie ordenada de reglas, normas o costumbres a seguir en todo acto solemne. El Ceremonial y Protocolo son las reglas básicas que inician el punto de partida de cualquier relación, tanto personal, como a nivel de estados, es parte de la cortesía internacional y enmarca a los actos de buena amistad, vecindad, hospitalidad, respeto, flexibilidad de ciertas formalidades, concesión de facilidades, inmunidades y servicios a otros estados y sus ciudadanos no contemplados en ninguna normatividad jurídica

internacional, sino por actos de buena voluntad del acto que emplea la cortesía, que por lo general se transforma en obligatoria en situaciones análogas. Ayuda a resolver los variados detalles de ceremonias oficiales extraordinarias que rigen como principios para el ejercicio de las misiones diplomáticas.

2.2.1.4 Tipos de Protocolo

Las fórmulas protocolarias varían en función del ámbito de aplicación y de las personas hacia las que el protocolo va dirigido.

- Privado: hacia la persona. No existe una normativa legal al respecto, por lo que en la organización de actos privados se asimilan las fórmulas del Protocolo Público y del Estado.
- Público: al Estado o personal oficial que ostenta una representación ceremonial.
- De Estado: jefes de Estado, Santo Padre, monarcas, presidentes de Repúblicas o altas personalidades de un país extranjero.
- De cancillería: de correspondencia diplomática.

El protocolo se aplica en muchos campos, por eso es necesario conocer esta clasificación que se ha mencionado anteriormente, sin creer como la gran mayoría que solo se aplica a las casas reales o a los protocolos de Estado, todo estas fórmulas protocolarias se aplican tanto a nivel de Estado, como en nuestra vida diaria, es decir, del protocolo social que se aplican en los eventos de carácter social y son aceptados y seguidos por todos.

2.2.1.5 Normas que rigen el Protocolo

Herrero Blanco P., (2009), manifiesta: “El protocolo es una ciencia amplia y flexible determinada por normas de diversa aplicación y obligación. El respeto, la educación, la costumbre y la ley son conceptos universales que se rigen por distintos parámetros” (Pág.112).

- a) Normas de carácter moral: representadas por aquellas que vienen exigidas por el cumplimiento de deber moral o inspiradas por caridad o solidaridad para con los semejantes.
- b) Normas de carácter social (de protocolo en sentido muy estricto): de etiqueta o simples reglas convencionales, variables en el tiempo y en cada país.
- c) Normas verdadero carácter jurídico: son dictadas por el Estado o la Comunidad internacional y constituyen un verdadero Derecho Positivo.

En la actualidad conocemos que es necesario manejar las normas de protocolo, por ejemplo: saber cómo actuar, saludar, entre otros y de esta manera proyectar una imagen positiva.

El no cumplir con estas normas y mantener conductas inapropiadas va a generar rechazo, antipatía que conlleva a una conducta agresiva que nos aísla de la sociedad, de nuestro entorno en la familia, en el trabajo.

2.2.1.6 Protocolo en el lugar de trabajo

Uno de los puntos más importantes de etiqueta y protocolo es el capítulo de la normativa que se debe cumplir en la empresa en donde se labora, ya sea en cargos de responsabilidad ejecutiva o en la escala de técnicos u operativos. Un trabajador o empleado de la empresa, sin importar su estatus dentro de la misma, deberá observar una reglamentación apropiada en su comportamiento personal, lo mismo que en su actitud frente a las tareas asignadas y al cargo encomendado.

Normas educativas que al ser acatadas, mejorarán ostensiblemente las relaciones personales y aumentarán sin lugar a dudas, la estabilidad laboral.

El lugar de trabajo es importante porque revela la personalidad y la cultura de cada uno; por eso, debemos mantener ordenado, limpio porque se consideran factores de calidad total.

2.2.2 Definiciones de Etiqueta, según varios autores:

Contreras Altuve E., (1998), exterioriza: "La etiqueta no debe tener ese sello estilístico que por lo general se le atribuye. La etiqueta sencillamente, abarca un conjunto de normas para hacer las cosas en forma de los buenos modales que son imprescindibles para que todos podamos vivir en sociedad" (Pág. 1).

Organizar un evento social, con apego a las más exquisitas normas

de etiqueta y protocolo, es un arte que requiere de una cuidadosa planificación.

Las normas, lejos de estorbar como si fueran una camisa de fuerza, se convierten en un aliado valioso que van indicando oportunamente tanto al anfitrión como al invitado, lo que se debe hacer o lo que se debe evitar para que el evento se desarrolle en todo su esplendor.

Y, el arte, constituye la inspiración e iniciativa que el anfitrión le imprime a su propio evento.

Cuadrado Esclapez C., (2009), comenta: “Etiqueta uso y costumbres que se sigue en los actos públicos solemnes. Es la manera en la que han de tratarse las personas en actos de la vida privada a diferencia de los usos de confianza o familiaridad” (Pág. 43).

Conocer las técnicas de organización de actos dentro de la empresa, unos determinados códigos de conducta empresarial, tanto a nivel ético como profesional, las formas adecuadas a la hora de entablar relaciones con otros organismos, más eficaz será la gestión de la empresa, simplificará el acceso a los servicios de nuestras instituciones y en general disfrutaremos de un entorno laboral más agradable y productivo.

Céspedes Pardo C., (2009), expresa: “La etiqueta comprende un conjunto de usos y costumbres que se aplican en el comportamiento social, considerando las diferencias que las personas comunes merecen en su trato recíproco de acuerdo al contexto en el que se desempeña: buen anfitrión, cortesía, puntualidad, presentaciones,

saludos, despedidas, arte de la mesa, vestuario, tarjetas, entre otros.” (Pág. 11).

El éxito de una empresa o proyecto depende, en gran parte, del manejo que se haga de su imagen, es decir, de la manera como se venda el producto. De ahí la importancia de lograr una buena imagen corporativa.

La presentación personal, el aspecto exterior, la forma de vestir justamente con el aspecto interior, el carácter y la personalidad, vienen a formar lo que comúnmente llamamos “etiqueta”.

Strauss Cortissoz H., (2010), manifiesta que la etiqueta: “Es entender, considerar y respetar a los demás. Es un concepto basado en la lógica y en el sentido común, para facilitar las relaciones sociales. Es la responsabilidad de contribuir con la comodidad y la felicidad de todos. Es una de las manifestaciones más civilizadas del amor y de la solidaridad” (Pág. 15).

Hoy las nuevas generaciones suelen rechazar los términos protocolo, etiqueta, buenos modales y urbanidad, debido a que en el pasado condujeron a prácticas exageradas e incluso caricaturescas. Pero con el pasar de los años la etiqueta ha evolucionado, haciéndose más natural y espontánea, simplificándose y adaptándose al ritmo de nuestros tiempos.

Por eso decimos, que una de las cualidades personales para resaltar es la introspección, es decir, lo que los clásicos llaman “conocerte a ti mismo” una persona con buenos niveles de sensibilidad o de

conocerse a sí mismo, generalmente lo tiene frente a los demás y genera un ambiente positivo en la empresa.

2.2.2.1 Importancia del diálogo en el trabajo

Strauss H., (2010), declara: “El diálogo inteligente es una de las características más sobresalientes de las sociedades civilizadas. Cuando hablamos a tiempo es posible adelantarnos a los problemas, hallar soluciones, unir la fuerza de trabajo, encontrar recursos que no veíamos y aclarar malentendidos: dialogar es la herramienta más valiosa en el lugar de trabajo” (Pág.158).

El dialogo es en sí, útil, necesario y eficaz, siendo actualmente de tanta importancia y trascendencia, que se ha vuelto “universal y de múltiples empleos y usos”; debido a que es elemental desarrollarlo y ponerlo en práctica; pudiendo afirmarse que de no haber diálogo, no se pudiera desarrollar ninguna agenda, sería un fracaso y no pudiera alcanzarse verdadera armonía entre los seres humanos.

Un verdadero diálogo se apoya en las palabras que comunican ideas y mensajes, es decisivo que todos nosotros como parte de la sociedad debemos tener y fomentar un alto grado de inteligencia lingüística que unido a una inteligencia personal hacen eficaz a una persona como un buen comunicador.

2.2.2.2 Comportamiento en el lugar de trabajo

La oficina o el puesto de trabajo es el espacio en el que permanecemos la mayor parte del día, por esta razón es importante guardar algunas normas de comportamiento que, más allá de

pertenecer al protocolo de la educación, pueden hacer la diferencia entre el trabajo confortable y el verdaderamente incómodo.

La ética y comportamiento son una parte crucial en el lugar del trabajo, ya que ambos son aspectos que pueden ayudar a una empresa en sus esfuerzos para ser rentable.

La convivencia diaria con los compañeros de trabajo puede ser una de las cosas más difíciles de manejar en cualquier empleo, ya que pasamos la mayor parte del tiempo con ellos y además con la constante presión, tenemos que cumplir con los objetivos de la empresa.

Para hacer de la convivencia más llevadera, podemos practicar los siguientes comportamientos que nos ayudarán a estar mejor adaptados y ser más eficientes en nuestra labor:

- Mostrar disponibilidad
- Ser cordial y empático
- Ser asertivo en las opiniones
- Entender la naturaleza humana de los compañeros
- Mantener reuniones con los empleados periódicamente

2.2.2.3 La importancia de la comunicación

Adler R. B., et al, (2006) comentan: “Los suscriptores de Harvard Business Review Mantener reuniones con los empleados periódicamente calificaron la capacidad para comunicarse como el factor más trascendental para hacer más promovible a un ejecutivo,

es un elemento modular para los administradores, esta habilidad incluso la consideraron más importante para trabajar arduamente” (Pág.5).

A pesar de los grandes avances de la tecnología la palabra sigue siendo uno de los medios de comunicación más eficaces que existen. Quien sabe hablar bien, con corrección y perfección demuestra su buena educación personal. Contar en una reunión con un buen conversador es un lujo tanto para el anfitrión como para los invitados. La conversación es un arte. Y como tal hay que saberlo apreciar y si se puede potenciar.

Las personas que sean comunicadores asertivos serán los que tengan mayores posibilidades de ejercer una influencia sobre los demás, al contrario de un lenguaje súper simplificado tan utilizado en las redes sociales, debe fomentarse la lectura y escritura por todos los medios.

2.2.2.4 Las relaciones laborales problemáticas

En el lugar de trabajo nuestras relaciones sociales se caracterizan, generalmente, por pequeñas y grandes dificultades en la comunicación. Con pocas personas nos entendemos perfectamente.

Es más frecuente que nos encontremos más con personalidades complicadas que con amables y colaboradoras, la etiqueta recomienda relajamiento, flexibilidad, paciencia y participación. En cuanto al trato con este tipo de personas hay que comprender la importancia de crear espacios para que se

expresen. Además, se debe ser respetuoso con sus trabajos y criterios, también recomienda para cada tipo de personalidad, determinadas respuestas y comportamientos, con el ánimo de mejorar el clima de trabajo y favorecer el resultado de las gestiones laborales.

Con ellos siempre se mantendrá un diálogo tranquilo y moderado, aun en momentos de crisis, esto posibilita que su trabajo sea efectivo y que su gestión fluya con facilidad.

2.2.2.5 Cómo crear relaciones positivas

Cuánto más difícil sea el trabajo y cuánto más alto el puesto en la jerarquía de la organización, el jefe sabrá conducir a la empresa para lograr los objetivos y generará bienestar en todos los empleados.

Aspecto esencial de las relaciones positivas es la "comunicación asertiva", un estilo vincular a través del cual las personas expresan sinceramente lo que sienten, revelan lo que quieren y no quieren, y defienden si fuera necesario sus legítimos derechos. La asertividad funciona, pues impide la manipulación, elemento clave de las relaciones negativas.

Collell M. R., (2000), comenta: "La comunicación es una herramienta de gran valor y de mayor utilidad; no tenerla en cuenta puede ser peligroso, todo depende de la importancia que se quiera dar. De cada uno dependerá la calidad con la que se quiera comunicar, solo es necesario saber exactamente lo que se quiere decir y cómo debe decirse" (Pág.130).

Estas relaciones, deberán partir de una escala común o similar de valores, pues los valores positivos determinan actitudes y acciones positivas, mientras que valores negativos impulsan actitudes y acciones dañinas para la paz social.

Crear una relación intrapersonal (con nosotros mismos), implica revisar nuestros pensamientos y evitar el auto sabotaje mental que nos daña y destruye. Se requiere estar vigilantes y dispuestos a enfrentar los hábitos de pensamiento negativos o limitadores, generalmente aprendidos culturalmente a través de la familia, la escuela, los medios masivos y otros agentes ideologizantes. Una mentalidad optimista, la valoración y el cuidado del cuerpo, la auto aceptación, la congruencia interna, la búsqueda decidida de la paz y la felicidad y la internalización de ideas y actitudes del tipo: "valgo", "puedo" y "merezco", son algunos de los indicadores de autoestima.

Tener una buena actitud en el trabajo y aprender sobre las habilidades y capacidades de cada uno de los compañeros es importante para que la experiencia sea agradable. Estos son algunos consejos para construir relaciones positivas en su empresa:

- Sea amable y aliente a su equipo de trabajo.
- Sea responsable. Si se comprometió a hacer algo, hágalo.
- Si comparte una oficina, sea considerado y sea respetuoso.
- Entienda que las personas son únicas y enfóquese en las cualidades positivas de ellas, no en las negativas.
- No sea chismoso.
- Comunique, comuniqué y comuniqué.

2.2.2.6 Valores y modales

Judge Timothy A., Robbins S. R., (2009), expresan: “Los valores representan convicciones fundamentales acerca de que a nivel personal y social, es en cierto modo de conducta o estado final del elemento de criterio que incluye ideas personales sobre lo que es correcto, bueno o deseable. Todos tenemos una jerarquía para ellos, que constituye nuestro sistema de valores y que se identifica de acuerdo con la importancia relativa que se asigna a valores tales como la libertad, placer, respeto, honestidad, obediencia e igualdad” (Pág. 16).

Los valores son importantes para el estudio del comportamiento organizacional debido a que dan el fundamento para la comprensión de las actitudes y motivación de las personas, porque influyen en nuestras percepciones.

Galindo Much L., (2010), manifiesta: “Los valores son principios que orientan la conducta. Los valores influyen en las actitudes de las personas y éstas a su vez en la conducta y forma de vida, determinan la forma de ser y de actuar de los individuos frente a diversas situaciones. Son los principios que guían nuestros actos; los valores nos permiten pensar y actuar como seres humanos” (Pág. 57).

La necesidad de una guía protocolar en las instituciones es indispensable, esto será la clave para el éxito y el buen desenvolvimiento, no solamente en los actos o eventos sino también será necesario conocer cómo debemos actuar y comportarnos en el lugar del trabajo.

Los buenos modales son la expresión de lo mejor que cada uno tiene en su corazón para dar a los otros. ¿Bondad o egoísmo? Los buenos modales verdaderamente expresan el nivel de conciencia que tenemos hacia la dignidad de los demás, según una publicación de Fiat (2012).

Es por esto que es importante:

- Aprender a sonreír, independientemente de su temperamento.
- Tener el hábito de saludar, independientemente de su posición en la empresa.
- Vigilar el tono de sus palabras para no ofender al otro.
- Ser consciente del daño que las palabras pueden causar cuando no se expresan correctamente.
- Cuando hay necesidad de llamar la atención o discutir es necesario recordar que queremos integrar no desintegrar.
- Se puede reír con muchas ganas sin necesidad de hacer escándalo.
- Ser consciente que las carcajadas en una mujer la hacen parecer vulgar. Se puede reír con muchas ganas sin necesidad de hacer escándalo.

Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales nos sentimos más inclinados por su grado de utilidad personal y social.

Los valores de la empresa

Son los pilares más importantes de las organizaciones. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de su equipo y especialmente los de sus dirigentes.

Los empresarios deben desarrollar virtudes como la templanza, la prudencia, la justicia y la fortaleza para ser transmisores de un verdadero liderazgo.

Características de los valores

- Se desarrollan en condiciones muy complejas.
- Son necesarios para producir cambios a favor del progreso.
- Son posibles porque muchos seguimos creyendo en ellos.
- No son ni pueden ser un simple enunciado.

Importancia de los valores en una empresa

- Los valores son muy importantes para una empresa porque son grandes fuerzas impulsoras del cómo hacemos nuestro trabajo.
- Permiten posicionar una cultura empresarial.
- Marcan patrones para la toma de decisiones.
- Sugieren toques máximos de cumplimiento de metas.
- Promueven el cambio de pensamiento.
- Evitan conflictos personales

2.2.2.7 Responsabilidad

La palabra responsabilidad proviene del verbo latino *respondere*, que significa la acción de responder y de obligarse. Ser responsable consiste en responder ante las consecuencias de nuestros actos y sus resultados. La responsabilidad implica compromiso y participación activa en la conducta ética.

Una situación común en la actualidad es el miedo al compromiso, que proviene de la falta de sentido de responsabilidad que contiene la actitud de total entrega con los valores.

2.2.3 Modales

Pacheco H., (1999), comenta: “La etiqueta no se aplica solo en ocasiones especiales; en tu vida cotidiana debes ser siempre cortés y amable con tus semejantes. Recuerda que los buenos modales nunca pasan de moda y marcan la diferencia entre una persona agradable y otra desagradable. Las personas educadas y consideradas tienen mayores posibilidades de sobresalir y tener éxito. Todas las reglas de la etiqueta se basan en el respeto y la gentileza”. (Pág. 226).

Se deberá conocer y aprender las reglas de etiqueta del círculo en el que se está trabajando y se deberá incorporar al diario vivir para que se conviertan en algo natural y no en una pose fingida. La etiqueta no se aplicará solo en ocasiones especiales; en la vida cotidiana se deberá ser siempre cortés y amable con los semejantes.

2.2.3.1 Cortesía

Las personas que son afables son bien recibidas en todas partes y dejan una excelente impresión respecto de ellos mismos y de la empresa a la cual representan.

Por esta razón quiero definir el concepto de cortesía, para poder entender un valor que se está perdiendo en nuestra sociedad. La cortesía es un término que procede de cortés, un adjetivo que permite nombrar a las personas atentas, afables y comedidas. Se trata de la demostración de un sujeto que manifiesta afecto, respeto o atención hacia otro individuo. Con esta definición me permito poner un ejemplo para visualizar bien las características de la cortesía. Por ejemplo: “Por favor, acepte esta copa de champagne sin cargo: es una cortesía de la casa”, “¿Podrías mostrar un poco de cortesía con mis amigas? Ni siquiera saludaste al ingresar”, “El actor mostró una vez más su cortesía al saludar a cada una de sus seguidoras que aguardaban en la puerta del teatro”.

Con estos ejemplos quiero demostrar que la cortesía, por lo tanto, es una expresión de las buenas maneras o del reconocimiento de las normas sociales que se consideran como correctas o adecuadas. Es importante destacar que la cortesía es un fenómeno cultural, lo que se considerada como cortés en una sociedad puede ser grosero o absurdo en otra. La cortesía es un comportamiento humano de buena costumbre y uso práctico de las normas de etiqueta.

2.2.3.2 Normas de cortesía

Debemos tratar con respeto a las personas, así podemos hablar con mayor claridad y también nos respetarán. Las normas de cortesía son frases que utilizamos en la conversación para expresar nuestro agradecimiento.

- Buenos días
- Buenas noches
- Buenas tardes
- Gracias
- Con permiso
- Disculpa
- Muy amable
- Pase usted
- Le ofrezco mi puesto
- Por favor
- No volverá a suceder

Se deberá poner en práctica y se ejercitará estas normas de cortesía especialmente en la empresa donde se pasa el mayor tiempo.

2.2.4 Imagen institucional

Cirigliano G., (2009), manifiesta que: “La imagen institucional se forma con resultado de nuestro contacto directo o indirecto con la institución, es el esquema de posibles respuestas y actitudes, perfil

de conductas anticipadas. Es un esquema de actitudes y respuestas posibles”.

La determinación de la imagen institucional es el diagnóstico del público en cuestión con la relación a la empresa. El análisis motivacional permitirá determinar las causas que posibiliten un estado para llegar a aconsejar medidas que puedan cambiarlo.

2.2.4.1 Públicos

Responden a segmentaciones artificialmente definidas por parte de la organización. Cada uno de los segmentos reúne a personas con características similares desde el punto de vista de la organización. Va a haber tantos públicos como sectores ofrezcan este tipo de interés para la empresa.

Álvarez Domínguez T. y Caballero Hueso M.,. (2007), proponen una clasificación de públicos, así:

Públicos efectivos, reales o actuales: son aquellos que actualmente están interactuando con la organización.

Públicos potenciales: son aquellos con los que la organización no interactúa, pero tienen características que los hacen posibles de interactuar con la organización. Las Relaciones Públicas tienen como uno de sus objetivos efectivizar a los públicos potenciales.

Directos: son los públicos elegidos voluntariamente por la organización.

Indirectos: son los públicos con los que la empresa debe interactuar aunque no lo desee. Ejemplo: gobierno por los tributos, con la comunidad, con la prensa.

Internos: todo el personal de la organización independientemente de su jerarquía.

2.2.4.2 Necesidades del público interno

El personal de las organizaciones manifiesta distintas necesidades de ser satisfechas para lograr su efectivo desempeño:

- De pertenencia: las personas necesitan agruparse y no estar solos, trabajar en equipo, empoderarse de la empresa, compartir con el fin de conseguir los objetivos planteados por la empresa.
- De aceptación: la persona necesita ser aceptada por su grupo.
- De perfeccionamiento: el individuo necesita progresar. Debe estar encaminado a la obtención de metas alcanzables.
- De propia dignidad: la persona necesita ser reconocida, ante todo, como ser humano.
- De seguridad: en cuanto al ámbito laboral.
- De poder creador: el público interno debe tener la posibilidad de crear.

La creación es un atributo del hombre, que lo diferencia de la máquina.

Se debe considerar que el trabajador de la empresa, es el primer defensor de lo que pasa dentro de la organización.

2.2.4.3 Públicos externos:

Público cliente: totalmente fuera de la organización. Es uno de los más difíciles de estudiar, porque son heterogéneos y esto lleva implícita la complejidad.

A este público van dirigidas las campañas. Es heterogéneo. Hay que hacerle un seguimiento permanente ya que recibe constantes mensajes del medio y va cambiando de opinión.

2.2.4.4 Los públicos clientes se pueden clasificar en:

Primarios: Relación Directa

Secundarios: Se relacionan con la organización a través de los primarios.

Terciarios: Tienen relación con la organización a través de los secundarios. Es el que va a consumir el producto.

Público Proveedores: pueden proveer materias primas, servicios, y variedad de productos, así como también asesoramiento. Son importantes porque ofrecen a la empresa una información sobre su mercado y sobre el sector donde se desarrolla la empresa. Conoce sus modas, tendencias, avances tecnológicos, entre otros.

Público Prensa: se lo visualiza como público conquistable y como poderoso instrumento de comunicación.

Público comunidad: conjunto de personas e instituciones que tienen independencia con respecto a otro conjunto de personas e instituciones que se reconocen como integrantes de la comunidad y están unidos por lazos de tradición y una cultura común.

Dentro de la comunidad, los líderes desarrollan un papel importante, por eso se debe tratar de conquistarlos. La empresa debe estudiar la historia de la comunidad, conocer las fechas históricas más importantes, conocer la geografía del lugar, conocer las fluctuaciones de opinión pública, las tendencias económicas, políticas, entre otros.

2.2.4.5 Públicos líderes:

Características básicas del líder:

Tayals D., (2009), explica: "Muchas son las cualidades que definen al líder. Vamos a señalar aquellas que se pueden considerar básicas (son necesarias para que exista un auténtico líder), mientras que en el siguiente punto se analizarán otras complementarias (contribuyen a realzar la figura del líder). El líder debe poseer todas estas cualidades básicas, lógicamente unas más que otras, pero todas ellas deben estar presentes. La ausencia de alguna de ellas dificultará ejercer un auténtico liderazgo. Como cualidades básicas señalamos:

Visionario: el líder se caracteriza por su visión a largo plazo, por adelantarse a los acontecimientos, por anticipar los problemas y detectar oportunidades mucho antes que los demás.

El líder no se contenta con lo que hay, es una persona inconformista, es creativa, que le gusta ir por delante.

Persona de acción: el líder no sólo fija unos objetivos exigentes sino que lucha por alcanzarlos, sin rendirse, con enorme persistencia, lo que en última instancia constituye la clave de su éxito.

El líder no se contenta con soñar, el líder quiere resultados.

Brillante: el líder sobresale sobre el resto del equipo, bien por su inteligencia, bien por su espíritu combativo, bien por la claridad de sus planteamientos, entre otros, o probablemente por una combinación de todo lo anterior.

Coraje: el líder no se amilana ante las dificultades; las metas que propone son difíciles (aunque no imposibles), hay que salvar muchos obstáculos, hay que convencer a mucha gente, pero el líder no se desalienta, está tan convencido de la importancia de las mismas que luchará por ellas, superando aquellos obstáculos que vayan surgiendo.

El líder defiende con determinación sus convicciones.

Contagia entusiasmo: el líder consigue entusiasmar a su equipo; ellos perciben que las metas que persigue el líder son positivas tanto

para la empresa como para los empleados.

El futuro que ofrece el líder es tan sugerente que merece la pena luchar por ello.

Esta es una de las características fundamentales del líder, el saber contagiar su entusiasmo, el conseguir que el equipo le siga, que comparta sus objetivos.

Gran comunicador: otra cualidad que caracteriza al líder son sus dotes de buen comunicador, habilidad que le va a permitir "vender" su visión, dar a conocer sus planes de manera sugerente.

Convincente: el líder es persuasivo; sabe presentar sus argumentos de forma que consigue ganar el apoyo de la organización.

Gran negociador: el líder es muy hábil negociando. La lucha por sus objetivos le exige negociar continuamente, tanto dentro de la empresa, como con clientes, proveedores, entidades financieras, accionistas, entre otros.

Capacidad de mando: el líder debe apoyar su liderazgo en el arte de la convicción, pero también tiene que ser capaz de utilizar su autoridad cuando sea necesario.

Líderes de masa, Líder de opinión: será respetado por el grupo en el tema en el que se especializa.

Líder de masa: aquel que es requerido por el grupo, especialmente cuando quiere hacer valer sus opiniones o canalizar demandas,

porque siente que el líder de masa representa al grupo.

Solo puede haber uno. Si aparece un segundo líder de masa se producen conflictos y el grupo se puede fracturar en dos, y cada mitad requerir un líder. De esta forma se vuelve a la situación inicial, o se pueden enfrentar los líderes, ganando uno sobre el otro, desaparece uno como líder y puede volver al grupo como un miembro más". Págs.13-15.

Cualquiera de los dos influencia poderosamente al grupo, por eso debemos tomar en cuenta a ambos.

Público de medios educativos: cada vez se achica más la distancia entre las empresas y las entidades educativas. Dentro de instituciones educativas, las empresas saben que pueden encontrar futuros profesionales. Se relacionan a través de pasantías.

Público gobierno: tomamos dentro de este a nivel nacional, provincial y local.

La relación que tenemos con éste se da a través del fisco, del cumplimiento de la normativa legal, aduana, regulaciones que hacen a las empresas, bancos oficiales. Son relaciones que no podemos dejar de reconocer como obligadas. A medida que avanza el mundo, la distancia entre el estado y los ciudadanos aumenta. Esa distancia está cubierta por una telaraña burocrática. Las empresas deben tener buena relación con el gobierno, porque éste a través de la legislación puede ayudarlas o perjudicarlas.

Públicos externos: Público general o gran público.

Público complejo, por ser heterogéneo. No es tan definido por la cantidad de personas que lo conforman, sino por la calidad.

Se caracteriza por atributos:

- Simplificación: los mensajes que llegan a este tipo de públicos son reducidos a su mínima expresión.
- Inestabilidad: porque lo que entusiasma hoy, mañana es diferente.
- Multiplicación: es el caldo de cultivo propicio para que prosperen estereotipos y prejuicios porque multiplica características singulares (una sola cosa). Una sola característica que ven, dará las mismas características a todo lo que se le parezca.
- Identificación: este público pretende identificarse por aquellas ideas que son aceptadas por la mayoría, porque eso hace que se aumente la propia seguridad.
- Conformidad: público conformista como consecuencia de la identificación.

En este público actúan las censuras naturales, como la subestimación (censuras que impone la misma sociedad, donde hay temas tabúes), o el incesto. La censura natural nace sin que un líder la cree. La censura artificial es impuesta por cierta persona, como una dictadura.

Este público es cuna de la opinión pública. Los medios de comunicación que llegan a este público son los medios de comunicación masiva.

Relaciones Públicas, no trabaja demasiado con estos públicos, salvo cuando realiza una campaña institucional dedicada a la sociedad, lo que hacen es segmentar a los públicos y pretenden realizar comunicaciones dirigidas a cada público en particular.

2.2.4.6 Público mixto

Es aquel que no pertenece a la organización pero tampoco encuentra totalmente fuera de ella, sino que ocupa una posición intermedia.

Familia de los empleados: importante para la organización, por lo que vive el trabajador dentro de la empresa, de alguna forma afecta a su familia. También sucede al revés, la persona que vive una situación tensa en su hogar, no rinde bien en su trabajo. Hay una relación muy estrecha entre la empresa y el trabajador.

Accionistas: persona que va a aportar el capital a la empresa a través de la compra de acciones. Hay una existencia de persona física y una existencia jurídica.

Distribuidores, concesionarios y representantes: son públicos primarios, porque se relacionan directamente con la organización. Si es concesionario trata mal al consumidor, se ve afectada la imagen de la empresa, dado que los concesionarios son los representantes de la empresa. La empresa reúne a sus distribuidores y los capacita

para que expliquen y justifiquen mejor las características del producto que comercializan.

2.2.5 Parámetros de imagen personal, profesional y corporativa

Una guía de normas de protocolo y etiqueta en la EMAPA-I-, tiene relación en comprender que significa una buena imagen corporativa, cuya definición es la siguiente: Conjunto de creencias y asociaciones que poseen los públicos que reciben comunicaciones directas, indirectas de personas, productos, servicios, marcas, empresas o instituciones.

Imagen institucional

Es la imagen que la empresa como entidad articula en las personas. Suele llamarse también imagen corporativa o de empresa. La imagen institucional engloba y supera a las anteriores, puesto que una acción u omisión de cualquier organización contribuye a la conformación de una buena o mala imagen institucional.

Cómo articular una imagen positiva

Todas las personas, productos, marcas, servicios, empresas e instituciones articulan una imagen. El hecho de existir, hace que ella genere comunicaciones directas o indirectas y esas comunicaciones articulan una imagen.

Cómo definir una Imagen Institucional positiva

La propuesta esquemática del manual debe incluir:

Misión, Visión Principios, Filosofía Corporativa, Normas de conducta, apariencia y Manual de Gestión de la Identidad.

La definición de parámetros que debe manejar una asistente en cuanto a su imagen personal, profesional y corporativa, desde el punto de vista de Argudín Y., y Luna M., (2001), se agrupan así:

Internos: Conjunto de cualidades y valores que identifican y definen la personalidad humana y que irradian en su actuación, comportamiento y relaciones interpersonales:

- Conducta Ética y Moral
- Responsabilidad
- Compañerismo
- Lealtad
- Discreción
- Control de las emociones
- Reflexión
- Respeto

Externos: Determinados por el conjunto de artículos, aditamentos y vestuario que complementan a la asistente ejecutiva y proyectan la imagen visible de elegancia, discreción, sobriedad y buen gusto:

- Vestuario de corte formal, elegante sin ser llamativo, femenino y de acuerdo con la ocasión.
- Calzado clásico de tacón medio
- Cabello suelto o recogido que en ningún caso cubrirá el rostro
- Uñas de largo medio, bien cuidadas. Puede usarse esmalte transparente o similar pero en ningún caso se utilizarán colores nacarados o tonalidades fuertes.

- Maquillaje discreto que resalte la forma del rostro, el color de la piel y los ojos. El uso de delineadores oscuros no es adecuado.
- Perfume suave sin abusar de la cantidad utilizada para cada ocasión. El mejor olor que emanamos es el de la limpieza.

Un cuerpo sano y perfectamente limpio causa la mejor impresión. El abuso del perfume, aunque éste sea de marca inunda el ambiente y no necesariamente provoca gratas impresiones.

En resumen, la apariencia personal de la asistente ejecutiva debe proyectar un conjunto armónico, distinguido y agradable a los sentidos, sin perder el glamour que nos distingue a cada persona.

Físicos: Más que atributos de exuberancia corporal, estos están relacionados con el cuidado, protección y conservación del cuerpo humano en vida saludable, alimentación adecuada, actividad física y descanso necesario que producen un efecto positivo en la presentación y desenvolvimiento.

Aunque en realidad la estructura corporal está definida por las características genéticas de cada ser humano, es posible mantenerlo o mejorarlo mediante la práctica de hábitos de vida saludables. En este campo añadiría que una mirada franca, espontánea y cordial, causa el mejor efecto en el interlocutor y reduce cualquier impresión negativa del aspecto físico.

Profesionales. Adquiridos a través de la formación académica, experiencia, hábitos de autoeducación e investigación permanente.

Le confieren las competencias necesarias para intervenir con éxito en el campo laboral.

- Ejercicio de competencias generales y específicas propias de la actividad.
- Dominio del manejo de equipos de oficina y tareas del puesto de trabajo.
- Capacidad de aprendizaje continuo.
- Autocontrol y autoevaluación sistemática.

Corporativos.- Estos parámetros reúnen en su conjunto los atributos anteriores; pues, unidos definen el perfil profesional de una Asistente Ejecutiva con responsabilidades trascendentes en el quehacer de la organización. Se añaden también:

- Habilidades de comunicación
- Capacidad de mediación y coordinación
- Trabajo en equipo
- Compromiso corporativo
- Administración del tiempo
- Desenvolvimiento autónómico
- Habilidad para tomar decisiones
- Pro actividad

Desde el punto de vista de la empresa u organización, los principales cambios en el rol que cumple la asistente ejecutiva están relacionados con mayores espacios y ámbitos de acción de esta profesional. La asignación de actividades de mayor responsabilidad

está directamente relacionada con la demostración de las capacidades y competencias de la funcionaria. Mientras mayor sea el conocimiento, la experiencia y el profesionalismo, le serán confiadas tareas de mayor trascendencia en la empresa.

Por otra parte, la secretaria estará preparada para asumir el rol de asistente ejecutiva en el momento en el que mejore sus condiciones profesionales, alcance el dominio en el manejo de competencias generales y específicas de este nuevo rol: habilidades de comunicación, relaciones públicas, relaciones interpersonales, manejo de equipos y nuevas tecnologías, uso de lenguajes, mediación de conflictos, investigación permanente, autocontrol, reflexión y aprendizaje continuo.

Solo es posible asumir nuevos retos si estamos preparadas para ello. De modo que el cambio del rol a un nivel superior, estará directamente relacionado con nuestra capacidad de aprendizaje, formación profesional y técnico, cultura organizacional y la práctica de valores humanos, éticos y morales que nos concedan, por méritos propios, el espacio suficiente y adecuado para mejorar los procesos y resultados del puesto de trabajo, la aceptación y confianza de superiores, iguales y subalternos.

El mundo de la ciencia, las relaciones sociales y económicas avanzan cada día y se transforman. Requiere de seres humanos hábiles y dispuestos a enfrentar con éxito estos continuos cambios.

Personas que se adapten y se sintonicen con el descubrimiento, la investigación y el aprendizaje permanentes.

2.3 Posicionamiento Teórico personal

El conocer mejor las normas que rigen tanto en el protocolo como en etiqueta será mejor para cada uno de nosotros, porque de esta manera sabremos desenvolvernos mejor.

Al no existir un cronograma en nuestras actividades solo con imaginarnos lo que podría conllevar esta situación, ya se puede hablar de un fracaso en cualquier evento, de ahí la importancia de conocer e identificarnos con algunas reglas, con el fin de relacionarnos mejor con nuestra sociedad.

En la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, vemos que los jefes o funcionarios son removidos de sus cargos cada que surge un nuevo gobierno o un nuevo Alcalde, por eso no hay cierta continuidad en saber cómo se realizan algunos eventos, programas, entre otros, que se están ejecutando; por esto, la necesidad de orientar a que todos los que conforman la entidad manejen sobre todo las normas de Protocolo y Etiqueta para que apliquen en el lugar de trabajo.

Es factible porque con las normas de Etiqueta y Protocolo se podrán aplicar estas reglas en los diferentes eventos empresariales, es un proyecto realizable puesto que contamos con todos los recursos.

2.4 Glosario de términos

Acto (en protocolo). Organización y dirección de determinados actos públicos que por su relevancia pretenden trasladar una Comunicación a sus invitados y a sus espectadores.

Ceremonial. Serie o conjunto de formalidades para cualquier acto público o solemne.

Cortesía. Proviene de la expresión "Corte Real". Comportamiento cortés, considerado y de buena educación, que respete las normas referentes al trato social. Afecto que se demuestra con la atención y el respeto por alguien.

Costumbre. Conjunto de cualidades, inclinaciones y usos que forman el fondo del carácter de un país.

Dogmático. Pertenece o relativo a los dogmas de la religión.

Efemérides. Sucesos notables ocurridos en la fecha en que se está o de la que se trata, pero en años anteriores.

Epistemológica. Doctrina de los fundamentos y métodos del conocimiento científico.

Etiqueta. Ceremonial que se debe observar en actos públicos y privados (saber vestirse y comportarse).

Evento. Es el desarrollo de un programa, creado a partir de un complejo trabajo de organización.

Guía. Aquello o a aquel que tiene por objetivo y fin el conducir, encaminar y dirigir algo para que se llegue a buen puerto en la cuestión de la que se trate.

Humanística. Hace referencia a las diversas materias que tienen por objeto estudiar al hombre de forma integral.

Imagen Institucional. Es la representación mental que se tiene de una organización, basado en la experiencia, información y cultura del receptor. La percepción de la imagen es muy fácil de cambiar pues dependerá tanto de la actuación como de la presentación de la institución.

Imagen. La percepción considerada por los demás, la idea, o juicio, la valoración emitida.

Interpersonales. Que existe o se desarrolla entre dos o más personas.

Manuscrito. Particularmente, el que tiene algún valor o antigüedad, o es de mano de un escritor o personaje célebre.

Norma. Conjunto de procedimientos, prácticas y especificaciones aceptadas ampliamente.

Organización. Conjunto de técnicas de coordinación de medios humanos y materiales que concurren para la preparación y el desarrollo de cualquier actividad.

Palatina. Perteneiente o relativo a palacio.

Precedencia. Es el orden a ocupar, de acuerdo con el cargo desempeñado por el participante en el evento.

Preeminencia. Privilegio, exención, ventaja o preferencia que goza alguien respecto de otra persona por razón o mérito especial.

Protocolar. (Protocolario, ria) adj. Relativo al protocolo.

Protocolo. Es el conjunto de normas y disposiciones legales vigentes que, junto a los usos, costumbres y tradiciones de los pueblos, rige la celebración de los actos oficiales.

Puntualidad. Hora de inicio de un acto o ceremonia que debe ser estrictamente respetada.

Respeto. Principio elemental, que denota consideración por cualquier persona sin distingo de credo, raza, religión, edad, sexo.

2.4 Interrogantes de investigación

- ¿Una adecuada aplicación de normas de Protocolo y Etiqueta garantizará una mejor organización en los eventos de la Empresa Pública Municipal de Agua y Alcantarillado de la ciudad de Ibarra?
- ¿Cómo debe ser la organización de eventos protocolarios, para mejorar la Imagen Institucional?
- ¿El diseñar una guía de protocolo y etiqueta contribuirá con la organización de eventos, en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, EMAPA-I-?
- ¿El socializar la guía de protocolo y etiqueta en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, EMAPA-I- ayudará a que los empleados la conozcan y se proyecte una imagen positiva al interior y exterior de la empresa?

2.5 Matriz Categorial

CONCEPTO	CATEGORÍAS	DIMENSIÓN	INDICADOR
Conjunto de normas y disposiciones legales o reglamentarias vigentes que rigen los procesos, trámites o celebraciones de actos oficiales, ya sean públicos o privados dentro de la empresa.	Protocolo	Unidad de Imagen Corporativa, Proyección a la Comunidad e Innovación. EMAPA-I- Departamento s	Archivo Secretaría Departamentos Libros Revistas Diarios
Normas de comportamiento que se aplican en la interacción interpersonal dentro de la empresa. Es la manera en que decidimos, enfrentamos y reaccionamos a las distintas situaciones del diario vivir dentro del marco empresarial. El término etiqueta se relaciona además con la vestimenta, modales (lenguaje gestual, comunicación	Etiqueta	Vestimenta Maquillaje Saludo Cortesía Buenos Modales Autoestima Arreglo personal Ética Comunicación	Empresa Funcionarias Trabajadores Personal Oficios Revistas Boletines

oral) y aspectos de comportamiento que conforman la vida social y profesional.			
En las instituciones, la organización del evento es un generador de valor agregado que contribuye a construir y consolidar la imagen corporativa.	EVENTOS INSTITUCIONALES	Comportamiento Valores Organización	Empresa Personal
La imagen corporativa es aquello que la empresa significa para la sociedad.	IMAGEN	Políticas Uniformes Filosofía	Empresa Autoridades, funcionarios y trabajadores Decreto Oficios
Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra, empresa que brinda los servicios públicos de agua potable y alcantarillado en el cantón Ibarra.	EMAPA-I-	Organigrama Slogan Creación	Oficinas Empresa Oficios Registros

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de Investigación

3.1.1 Documental

El tipo de investigación para el desarrollo del presente trabajo fue la Investigación documental porque se realizó el análisis sistemático del problema a investigar en el medio que se desenvuelve.

3.2.2. Campo

Porque se realizó en el propio sitio donde se encuentra el objeto de investigación en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, EMAPA-I, Ibarra.

3.2.3 Descriptiva

Porque consistió en llegar a conocer la situación, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

3.2.4 Bibliográfica

Se basó en la recolección de información y datos, revistas, libros, diarios e internet.

3.2 Métodos

3.2.1 Método Analítico – Sintético

Por cuanto se buscó determinar el fenómeno, la causa o factor de riesgo asociado al efecto.

3.2.2 Método Inductivo

Se partió de una observación de hechos generalizando lo observado para demostrar las conclusiones aplicando la lógica para validar éstas.

3.2.3 Método Descriptivo

Este tipo de proyecto de investigación adoptó el método descriptivo toda vez que aspiró a la observación actual de los hechos, fenómenos de los trabajadores de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, EMAPA-I, la cual se situó en la presente, pero no se limitó a la simple recolección y tabulación de datos si no que se hizo la interpretación y el análisis imparcial de los mismos.

3.2.4 Técnicas e Instrumentos

3.3 Encuesta

La técnica que se utilizó fue la encuesta, en la que se realizó una serie de preguntas y en la que se obtuvo información con la finalidad de tabular y analizarlas.

3.3.1 Instrumentos

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario, con preguntas cerradas, que se aplicó a las autoridades, funcionarios y trabajadores, en su conjunto para obtener información de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, de la ciudad de Ibarra y así obtener los datos reales.

3.4 Población

La población investigada fueron las Autoridades, Funcionarios, Trabajadores y Usuarios de la Empresa Municipal de Agua Potable y alcantarillado, de la ciudad de Ibarra.

3.5 Muestra

$$n = \frac{N \times PQ}{(N - 1) \left(\frac{E^2}{K^2} \right) + PQ}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población o universo

PQ = Varianza de la población, (resulta de la multiplicación de (P) que es probabilidad de éxito y que vale el 50% y (Q) que es probabilidad de fracaso y que vale 50%, por eso: $0,50 \times 0,50 = 0,25$ que es el valor de PQ.

(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes o superiores a 30

E = Margen de error estadísticamente aceptado

$$0.02 = 2\% \text{ (mínimo)}$$

$$0.3 = 30\% \text{ (máximo)}$$

$$0.05 = 5\% \text{ (recomendado en educación)}$$

K = Coeficiente de corrección de error, valor constante = 2

$$n = \frac{0.25 \times 156}{(156 - 1) \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{39}{(155) \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{39}{(155) \frac{0.0025}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{39}{(155) 0.000625 + 0.25}$$

$$n = \frac{39}{0.096875 + 0.25}$$

$$n = \frac{39}{0.346875}$$

$$n = 112$$

FRACCIÓN MUESTRAL

$$m = \frac{n}{N} E$$

m = Estrato muestral

n = Tamaño de la muestra = 112

N = Población / Universo = 156

E = Estrato (Población).

$$m = \frac{n}{N} = \frac{112}{156} \quad m = 0.71$$

CUADRO DE LA FRACCIÓN MUESTRAL

		FRACCIÓN MUESTRAL
DIRECTORES	6	4
FUNCIONARIOS	120	86
SECRETARIAS	30	22
	156	112

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

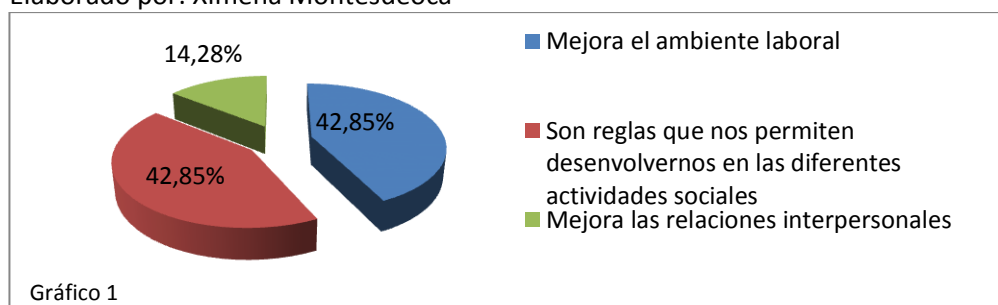
4.1 ¿Por qué es importante la etiqueta social en el lugar de trabajo?

Tabla 1

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mejora el ambiente laboral	48	42,85%
Son reglas que nos permiten desenvolvernos en las diferentes actividades sociales.	48	42,85%
Mejora las relaciones interpersonales	16	14,28%
TOTAL	112	100%

Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca



Según las encuestas realizadas, el 42,85% manifiesta que mejora el ambiente laboral e igual porcentaje también opina que nos permite desenvolvernos en las diferentes actividades sociales y 14,28% dice que mejora las relaciones interpersonales. Por lo que se puede evidenciar que el ambiente laboral y las reglas de etiqueta social si son importantes para la empresa.

Considerando esta respuesta, es importante manifestar que la etiqueta social son reglas que nos guían y rigen nuestro comportamiento humano, el cual nos ayuda a desarrollar, un sentido de buenos modales, respeto, consideración, los cuales deben ser practicados por todos para vivir en un ambiente armonioso y en paz.

4.2 ¿La identidad corporativa es importante para la empresa?

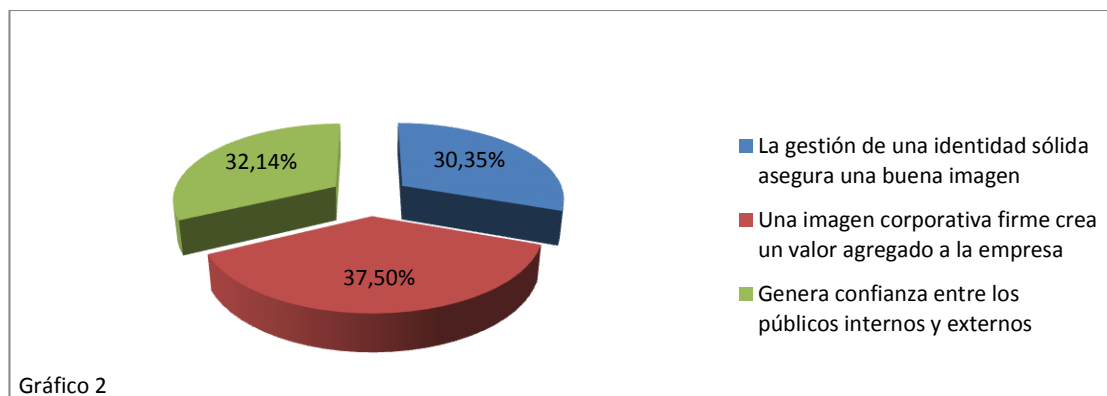
¿Por qué?

Tabla 2

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La gestión de una identidad sólida asegura una buena imagen	34	30,35%
Una imagen corporativa firme crea un valor agregado a la empresa	42	37,50%
Genera confianza entre los públicos internos y externos	36	32,14%
TOTAL	112	100%

Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca



Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca

Se puede evidenciar que la mayoría opina que la identidad corporativa firme si crea un valor agregado a la empresa, mientras que otro porcentaje manifiesta que esto genera confianza entre el público externo e interno y una mínima parte asegura que la gestión de una identidad sólida crea una buena imagen para la EMAPA-I-.

Con la respuesta dada, la identidad viene a ser como una guía específica que sirve a todos los que conforman la empresa, constituyéndose como un pilar fundamental para dar a conocer nuestra entidad.

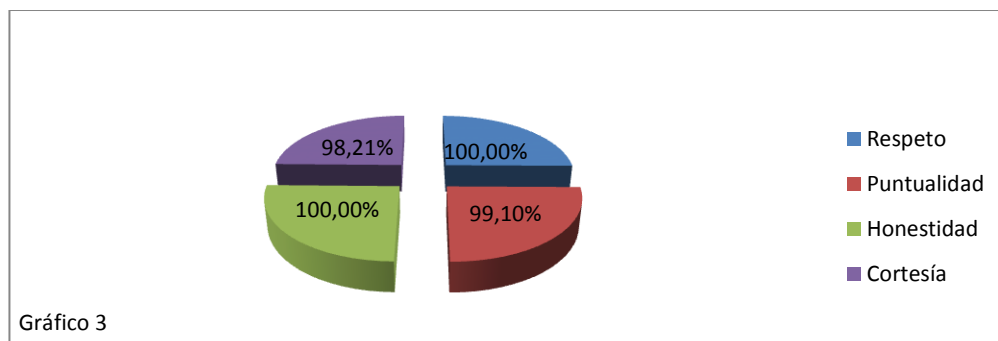
4.3 ¿Considera usted que las siguientes Normas de Protocolo y Etiqueta son importantes?

Tabla 3

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Respeto	112	100,00%
Puntualidad	111	99,10%
Honestidad	112	100,00%
Cortesía	110	98,21%
TOTAL	112	100%

Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca



Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca

Se concluye que estos cuatro principios si son importantes en la empresa, después de realizar el análisis de las encuestas se determina que la mayoría de los encuestados dan más importancia al respeto y la honestidad en la etiqueta y protocolo que se aplica en la empresa, seguido de otro porcentaje que opina también que la puntualidad es muy importante y otro dice que la cortesía también es muy bueno.

Considerando la respuesta, se concluye que los principios sirven para vivir en sociedad, con el fin de conseguir las metas que uno se ha propuesto, son como decir el pasaporte para poder transportarse por la vida, son principios que uno tiene que cumplir le guste o no le guste, para salir airoso de los eventos que realiza la empresa.

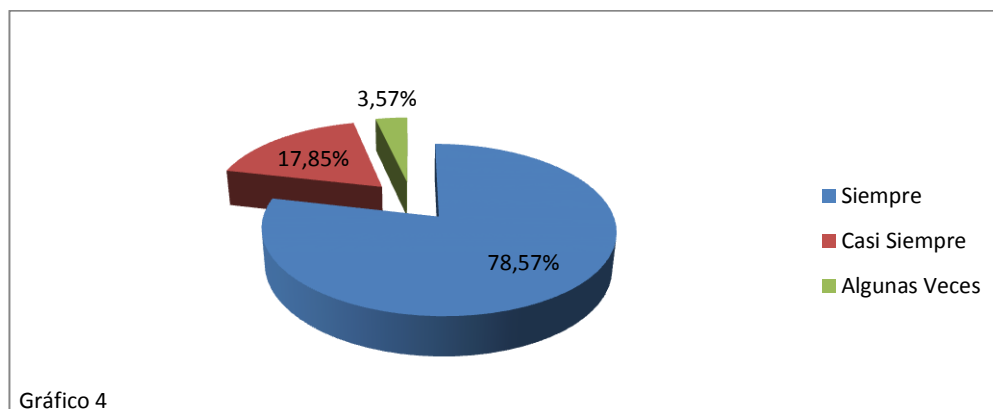
4.4 ¿Cree usted que mantener una buena apariencia influye en la imagen de la empresa?

Tabla 4

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	88	78,57%
Casi Siempre	20	17,85%
Algunas Veces	04	3,57%
TOTAL	112	100%

Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca



Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca

Con los resultados obtenidos se concluye que casi siempre una buena apariencia influye en la imagen de la empresa. El mayor porcentaje de los encuestados considera que una buena apariencia siempre influye en la imagen de la empresa, una menor parte de los encuestados opina que casi siempre y una mínima parte manifiesta que algunas veces.

Tomando en consideración la frase que dice que no hay una segunda oportunidad para causar una buena impresión, se concluye que una buena imagen individual positiva, le abrirá las puertas donde usted vaya y de esta manera lograr la simpatía de los demás y de la empresa.

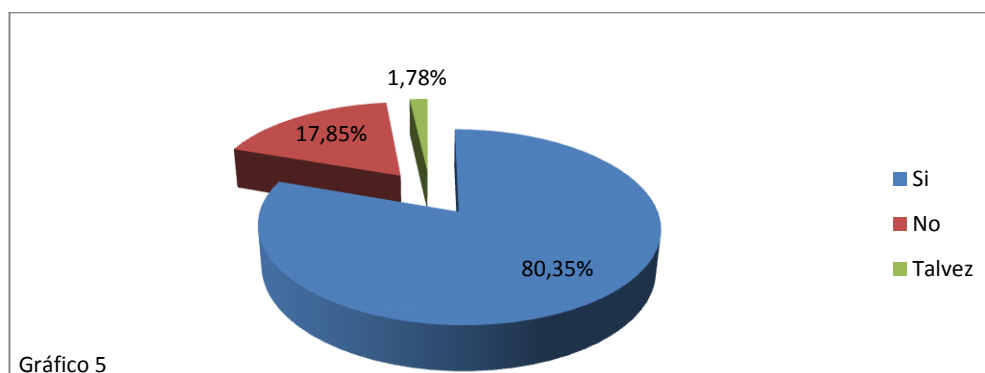
4.5 ¿Cree usted que la gestión de protocolo y etiqueta influye en la reputación empresarial?

Tabla 5

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	90	80,35%
No	20	17,85%
Talvez	02	1,78%
TOTAL	112	100%

Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca



Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca

Se deduce que la mayoría considera que la gestión de protocolo y etiqueta si influye en la buena reputación de la empresa, otro porcentaje opina que no y una mínima parte que tal vez.

Tomando en cuenta que el grupo de interés que no solamente conforma la empresa sino los usuarios, debemos responsabilizarnos por nuestros actos, ya que estos impactan en comentarios que hacen daño para la empresa; por lo que, debemos responsabilizarnos por nuestros actos, debido a que representamos a una entidad y esto se traduce en el compromiso adquirido con nuestro público.

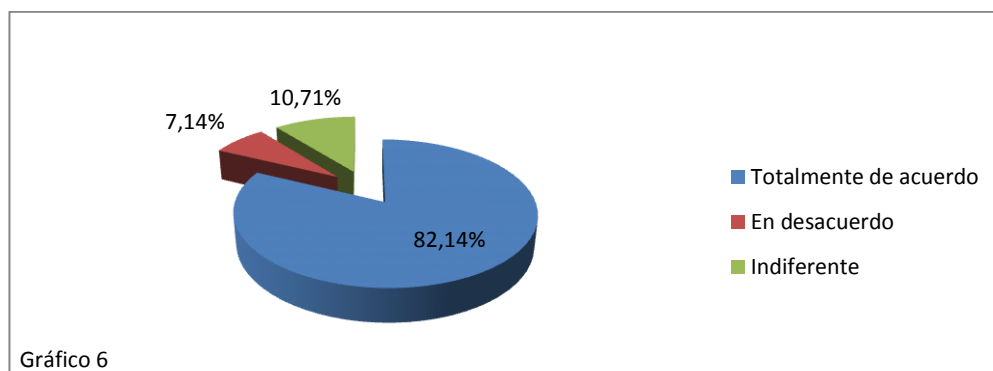
4.6 ¿Con la aplicación de una Guía de Protocolo y Etiqueta en la EMAPA-I- mejorará la organización de eventos internos y externos?

Tabla 6

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	92	82,14%
En desacuerdo	08	7,14%
Indiferente	12	10,71%
TOTAL	112	100%

Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca



Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca

De la encuesta realizada se puede concluir que si es necesaria una guía de protocolo y etiqueta en la EMAPA-I-, con el fin de mejorar la organización de los eventos internos y externos, ya que después de realizar el análisis de la encuesta se determina que el mayor porcentaje opina que siempre es necesario de una guía protocolar en la EMAPA-I-, para mejorar los eventos internos y externos de la empresa, mientras que una mínima parte opina que no y otra que tal vez.

Considerando la respuesta, se puede evidenciar que si es necesario una guía de protocolo y etiqueta dentro de la empresa, porque en esta se encuentran las normas responsables de que la imagen percibida por los ciudadanos se idéntica dentro y fuera de la empresa.

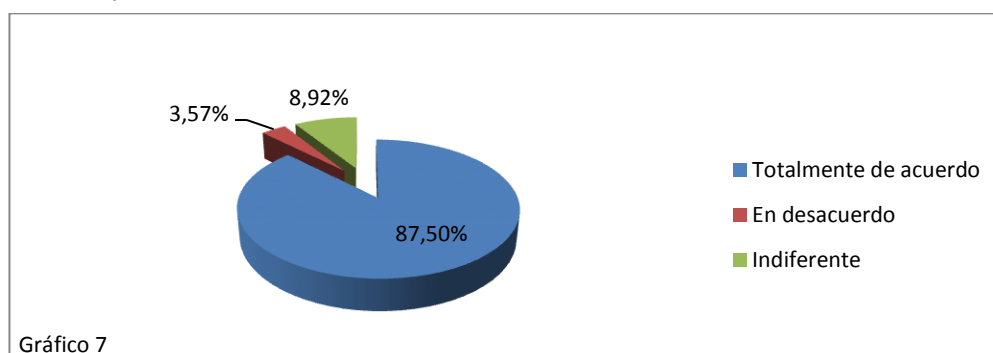
4.7 ¿Considera usted importante que la persona que esté a cargo de la gestión y aplicación del protocolo y etiqueta en la EMAPA-I- sea un profesional en el área?

Tabla 7

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	98	87,50%
En desacuerdo	04	3,57%
Indiferente	10	08,92%
TOTAL	112	100%

Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca



Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca

Con estos resultados se deduce que en la EMAPA-I- es necesario un personal con el perfil profesional en el área de protocolo y etiqueta, por lo que la mayoría de los encuestados opinan que si es requisito cumplir con el perfil profesional dentro del área para la persona que esté a cargo de la gestión y aplicación de protocolo y etiqueta, otro porcentaje opina que es indiferente ante este requisito y un mínimo porcentaje manifiesta que está en desacuerdo.

Es importante que una persona con el perfil requerido sea una persona profesional, ya que él va a generar dentro de la empresa, credibilidad, confianza, dinámica en la organización de eventos, por lo que son la base dentro de la institución.

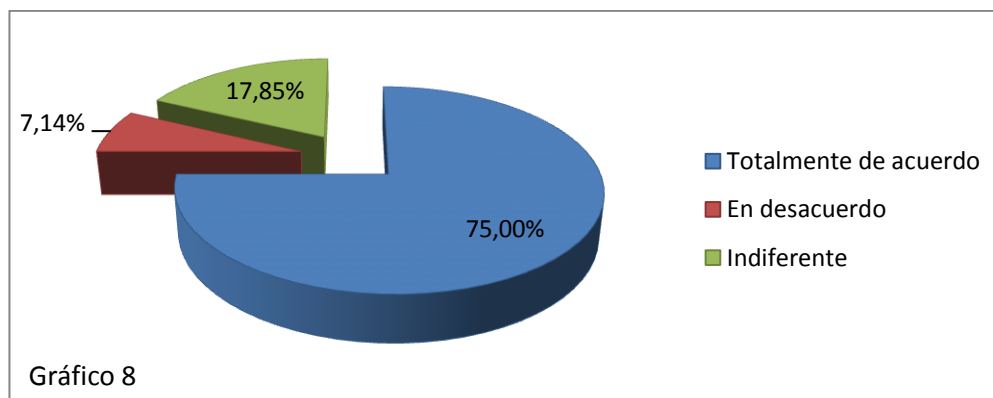
4.8 ¿Cree usted que una forma de promocionar a la empresa es la organización en los eventos?

Tabla 8

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	08	7,14%
En desacuerdo	84	75,00%
Indiferente	20	17,85%
TOTAL	112	100%

Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca



Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca

La gran mayoría de encuestados está en desacuerdo que no se promociona la empresa con la organización de eventos, otro grupo manifiesta que está totalmente de acuerdo y un mínimo porcentaje opina que es indiferente. Por lo que se concluye que no se promociona a la empresa por medio de la organización de eventos.

Habría que trabajar en el personal que está en desacuerdo que manifiesta que la promoción de una empresa no es la organización de eventos, debe haber una comunicación, un plan de acción, ya que esto es importante para la comunidad que conozca nuestra empresa, qué estamos haciendo, a dónde vamos, qué queremos lograr, mientras dure la organización debemos hacer promoción de la misma, para lograr el objetivo propuesto.

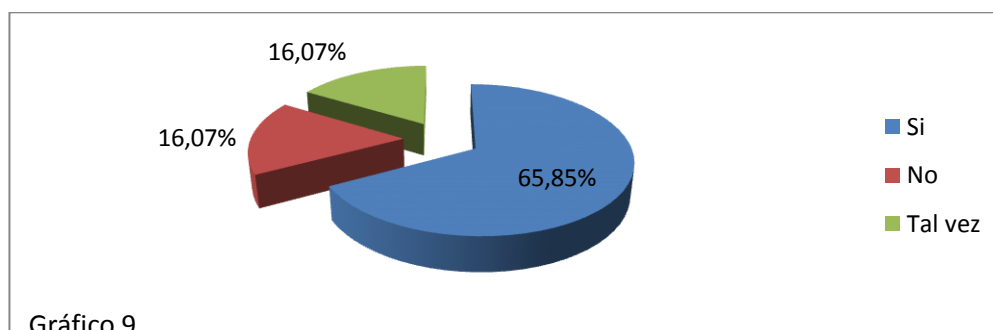
4.9 ¿Le gustaría recibir una capacitación de Protocolo y Etiqueta Social?

Tabla 9

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	76	65,85%
No	18	16,07%
Tal vez	18	16,07%
TOTAL	112	100%

Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca



Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca

La mayoría de los encuestados consideran que el personal de la EMAPA-I- si les gustaría recibir capacitación de protocolo y etiqueta social, otros opinan que no y de igual manera otro porcentaje igual opina que tal vez. Con estos resultados se deduce que al personal si le gustaría recibir capacitación.

La capacitación hoy en día es primordial porque nos ayuda a desenvolvemos mejor y tener seguridad en nuestros actos, sobre todo de protocolo y etiqueta porque nos enseña qué hacer, cómo hacerlo y cómo aplicar las normas, porque con esto transmitimos mensajes de cómo nuestra empresa se encuentra.

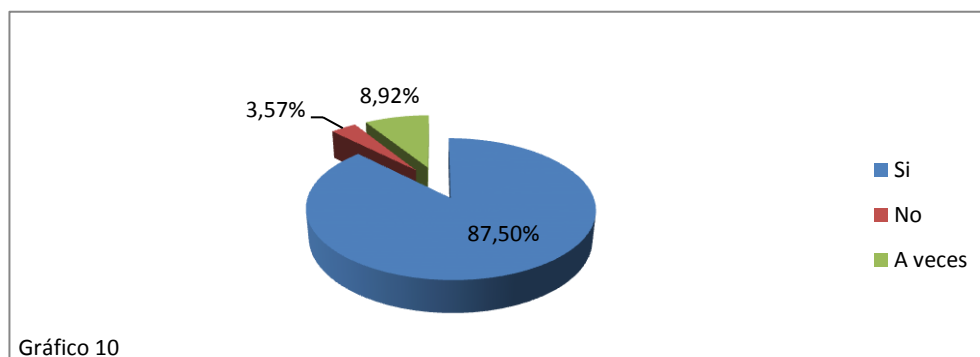
4.10 ¿Está de acuerdo que los colaboradores de EMAPA-I- en todos los niveles jerárquicos deberían conocer las Normas de Etiqueta Social y Laboral?

Tabla 10

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	98	87,50%
No	04	3,57%
A veces	10	8,92%
TOTAL	112	100%

Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca



Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca

La mayoría de los encuestados en la EMAPA-I dan especial importancia en que todos los actores de la empresa deberían conocer las normas de etiqueta social y laboral otra gran parte respondió a veces y una mínima parte dijo que no. Por lo que se deduce que la mayoría de personal si necesita conocer las normas de etiqueta social y laboral.

Hoy, no hay duda de que el protocolo empresarial, es un instrumento clave para cualquier organización que pretenda brindar un servicio eficaz, por esta razón, se hace necesario prestar atención al conocimiento y práctica de ciertas normas de etiqueta social y laboral, especialmente, en el que los modales adecuados pueden ser el portavoz de nuestra empresa.

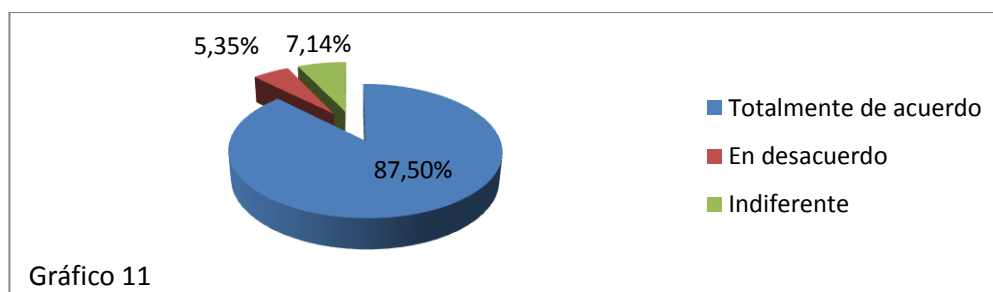
4.11 ¿Cree usted que EMAPA-I- debe contar con una Guía de Protocolo y Etiqueta?

Tabla 11

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	98	87,50%
En desacuerdo	06	5,35%
Indiferente	08	07,14%
TOTAL	112	100%

Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca



Fuente: Funcionarios de la EMAPA-I-

Elaborado por: Ximena Montesdeoca

La mayoría de los encuestados opina que la EMAPA-I-, si debe contar con una guía de protocolo y etiqueta que será de mucha utilidad para la empresa, otros encuestados dicen que a veces es necesario y un mínimo porcentaje opina que no es necesario. Por lo que se concluye que si es necesaria la guía de protocolo y etiqueta en la EMAPA-I-.

Es importante concientizar al personal, que en la empresa debe ser objeto de especial atención tener una guía protocolar para el buen desenvolvimiento de los diferentes eventos que realiza la entidad, con el fin de proyectar una imagen de seriedad y eficiencia, por lo que es una necesidad atender a las prácticas protocolarias, en todos los aspectos de las relaciones humanas, dentro y fuera de la institución.

4.2. Análisis y discusión de resultados

De los datos obtenidos en la encuesta realizada a funcionarios de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de la ciudad de Ibarra, la mayoría de los encuestados consideran que el contar con una guía de normas de protocolo y etiqueta, ayudará a poner en práctica las reglas que rigen al protocolo y etiqueta con el fin de mejorar las relaciones que servirán para proyectar una imagen empresarial positiva, tanto interno como externo, que aportará para realizar mejor la organización de eventos con personas con el perfil requerido y con un personal altamente capacitado. Además, esta guía se utilizará como apoyo para la organización de eventos: sociales, empresariales, entre otros.

Con la aplicación de éste instructivo se ayudará a mejorar la comunicación, tanto interna como externa, se optimizará la atención y actitud de los funcionarios, por consiguiente, estos factores se deben considerar de gran importancia porque influyen en la imagen institucional.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

1. De la encuesta realizada al personal de la EMAPA-I-, opinan que no es importante promocionar a la empresa.
2. Luego de los resultados obtenidos de la investigación realizada al personal de la EMAPA-I-, se evidencia que la etiqueta social es importante en el lugar de trabajo.
3. El personal de la EMAPA-I-, considera que la apariencia si influye en la imagen empresarial.
4. En la EMAPA-I-, se puede evidenciar que la persona que esté a cargo de los eventos sea un profesional en el área.
5. De la encuesta también consideran importante capacitarse en lo que se refiere a protocolo y etiqueta.
6. El personal que labora en la EMAPA-I-, necesita conocer sobre protocolo y etiqueta, para lo cual se hace indispensable contar con una guía protocolar que sirva como modelo para planificar los eventos de manera satisfactoria.

5.2 Recomendaciones

1. Proponemos a los directivos de la EMAPA-I-, se comunique al personal para que den la importancia en la promoción de la empresa.
2. La EMAPA-I-, debería actualizarse constantemente en etiqueta social porque esto permite mejorar el ambiente laboral, ya que son normativas en las cuales se puede desenvolver con calidad las diferentes actividades sociales.
3. El personal de la EMAPA-I-, debería considerar el manual de etiqueta y protocolo con el fin de proyectar una mejor imagen.
4. Los directivos de la EMAPA-I-, deben realizar las gestiones para designar una persona profesional que esté a cargo del área de protocolo y etiqueta para organizar los diferentes eventos con éxito.
5. Sugerimos a los señores directivos de la EMAPA-I-, capacitar al personal en lo que se refiere a normas de protocolo y etiqueta.
6. Es indispensable implementar la guía protocolar en la EMAPA-I-, para organizar y seguir algunas reglas que debe tomarse en cuenta en los diferentes eventos que realiza la entidad.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1 Título

“GUÍA DE NORMAS DE PROTOCOLO Y ETIQUETA PARA EL PERSONAL DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO-(EMAPA-I), DE LA CIUDAD DE IBARRA”.

6.2 Justificación e Importancia

Mediante la información lograda, es indispensable que esta alternativa de solución se vea expresada en el personal de la EMAPA-I-, lo que permitirá que cumplan sus actividades generales y sociales, ampliando o conociendo más sobre Protocolo y Etiqueta desarrollando en ellos un mejor desenvolvimiento en los eventos con el fin de proyectar aún más la imagen institucional.

Con esta guía de normas de protocolo y etiqueta se pretende contar con un personal que tenga el perfil en el área y que se desempeñe con responsabilidad y exactitud para proyectar una imagen positiva de la empresa.

También la guía servirá como una herramienta para desarrollar de manera correcta, rápida y eficaz los distintos eventos que realiza la empresa, creando una imagen seria, sólida y organizando todos los eventos de acuerdo a las recomendaciones que se da en la guía.

El personal de EMAPA-I-, debe estar socializado con esta guía de protocolo con la finalidad de lograr que todos conozcan las recomendaciones que de ella se desprende para la buena organización de eventos, ahorrando tiempo, ahorrando el factor económico y así obtener resultados en beneficio de la empresa.

La guía es importante porque ayudará a la EMAPA-I- la forma correcta de utilizar y manejar el Protocolo, la Etiqueta, los valores, como debemos tratar a las Autoridades, como relacionarse con los invitados y como desarrollar el evento en forma totalmente eficiente.

6.3 Base Teórica

Fue posible esta investigación por su fácil acceso a la información, por que contábamos con los recursos humanos y económicos para realizar la investigación.

Existió una predisposición del personal, en conocer y aplicar las normas de etiqueta y protocolo para la realización de eventos futuros y así proyectar una imagen positiva de la empresa.

En el marco teórico con relación a la aplicación de las normas de etiqueta y protocolo, aplicado a la Empresa Pública de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra, hablamos de protocolo, etiqueta, urbanidad, cortesía, buenos modales, entre otros. Se evidenció que hay personas que no lo toman en serio y manifestando que esto es cosa del pasado, pero cada día que pasa se ve la necesidad y la importancia que tiene aplicar las normas y vemos la urgencia de

rescatar estas reglas que en la actualidad es un factor elemental en el ser humano, para vivir en paz y armonía.

Este trabajo fue posible realizarlo porque se contó con la autorización del MBA. Patricio Aguirre, Gerente de la Empresa Pública de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra y este instrumento servirá para que guie cada acto y se lo ponga en práctica.

Esta afirmación aplicada a la empresa, reafirma que cada autoridad, funcionario, trabajador, con buenos modales, contribuyan al prestigio de su entidad y aporten en su oficina con el ejemplo.

Al plantear la guía protocolar, está enmarcado en lo que manifiesta Vygotsky, este se centra en cómo el medio social permite una reconstrucción interna del individuo, para superarnos y mejorar cada día.

Aspectos sociales

La EMAPA-I, organiza varios eventos de importancia, por lo que esta guía ayudará a poner en práctica los diferentes actos y ser aplicados en los diferentes lugares con el fin de que estos aporten en bien de la colectividad.

A quién beneficiará

Con esta guía de Protocolo y Etiqueta, se beneficiará a la EMAPA-I, proyectando una imagen positiva empresarial, tanto a la ciudadanía

como a las personas que los visitan y de esta manera logren captar eventos elegantes.

6.4 Objetivos

6.4.1 Objetivo General

Mejorar el Protocolo y Etiqueta en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, de la ciudad de Ibarra, para mejorar la organización de eventos y aumentar la imagen corporativa de la empresa.

6.4.2 Objetivos Específicos

- Perfeccionar la práctica de normas de protocolo y etiqueta en la EMAPA-I-.
- Socializar la Guía de Protocolo y Etiqueta, en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, de la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, como instrumento de gestión interna.

6.5 Ubicación sectorial y física

La empresa investigada fue la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, (EMAPA-I-), que está ubicada en la calle Sucre 777 y Pedro Moncayo, esquina. Plazoleta Francisco Calderón, de la ciudad de Ibarra.

Misión

La Empresa Pública Municipal EMAPA – IBARRA, tiene como finalidad la captación, tratamiento, distribución, producción y venta de agua potable y la prestación de los servicios de alcantarillado a la comunidad de Ibarra y sus parroquias rurales, garantizando eficiencia y eficacia, con criterio de equidad y justicia comprometida con una concepción ecológica que preserve las cuencas hidrográficas y proteja el medio ambiente.

Visión

La EMAPA-I, para el año 2014, será un referente regional por la excelencia, responsabilidad social y ambiental en la prestación de sus servicios. Mejorando la calidad, implementando sistemáticamente los procesos de tratamiento de aguas residuales y ampliando la infraestructura básica sanitaria en el sector rural.

Logo de la Empresa



Logro institucional

Certificación ISO 9001:2008

6.6. Desarrollo de la propuesta

En el presente proyecto se trata de plantear la elaboración de una guía protocolar, aplicado especialmente al personal de la Unidad de Imagen Corporativa, Proyección a la Comunidad e Innovación, de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra, EMAPA-I-.

Además se trata de elaborar un conjunto de acciones que propicien un trabajo armónico, basado en la aplicación de normas de protocolo y etiqueta que servirán también a todo el personal de la EMAPA-I-.

6.6.1 Normas de Protocolo y Etiqueta

Son el conjunto de reglas y costumbres con las cuales las personas se pueden desenvolver adecuadamente en todo tipo de eventos.

Aquí se ofrece algunos consejos de protocolo y etiqueta para que lo ponga en práctica en el lugar que usted se encuentre.

Un conocimiento básico de las normas de protocolo y etiqueta son imprescindibles para una correcta organización de eventos y ceremonias.

Hoy en día el protocolo forma parte básica de nuestra sociedad, desde los buenos modales, protocolo social, hasta normas de protocolo en situaciones más formales. Saber cómo actuar o vestirnos según la situación es muchas veces el primer paso para lograr que los demás tengan una buena impresión de nuestra persona.

6.6.1.1 Protocolo empresarial

Entiéndase por protocolo es saber convivir, saber agradecer y saber estar, aderezado con un toque de estilo personal.

Hay que distinguir entre actos privados que son aquellos en los que el acto en sí no reviste demasiada formalidad y se organiza para un grupo pequeño de personas y actos públicos, que corresponden al protocolo de eventos. En cualquier caso, la impresión que se quiere dar cuando se organiza un acto en una empresa es la imagen que esta tiene, por lo que es importante no olvidar ningún detalle.

Principio del protocolo empresarial

Presentamos a continuación algunas recomendaciones que contribuirán positivamente a este proceso de ajuste al “protocolo empresarial”.

- Ser respetuoso
- Ser puntual
- Ser discreto
- Ser cortés, agradable y positivo
- Interesarse por los demás
- Trabajar en equipo
- Ser solidario
- Ser responsable
- Vestirse de acuerdo a las circunstancias
- Utilizar lenguaje oral, escrito y corporal correctamente

Reuniones

Las reuniones son muy útiles siempre y cuando se tenga claro al objetivo que se quiere alcanzar. Es un acercamiento de compañeros en los que se tratan de poner puntos en común.

El número de personas que vayan a asistir no deberá exceder en ningún caso de 10 y tampoco menos de 5.

La sala donde se celebre también es importante, una buena luz, ventilación y equipamiento (ordenadores, calculadoras o todo aquello que sea necesario), son clave para una buena predisposición a la hora de atenderse los unos a los otros.

Si la reunión fuese muy larga o muy formal, es conveniente disponer de un servicio de cafetería y algún aperitivo para reponer energías y no hacerlo pesado.

Presentaciones

Una vez que hemos llamado la atención de la persona que queremos presentar, nombramos primero al “de menor categoría” y después al otro.

Después que nos presentan debemos emplear frases como: “encantada de conocerle”, “un gusto”, pero nunca debemos tratar de tú a la persona que recién acabamos de conocer, siempre se tratará de usted y con todo el respeto.

La persona “de mayor categoría” tiende su mano derecha, mostrando de este modo que desea conocer a la otra persona. Si en vez de una persona, es un grupo de personas (cosa habitual en este tipo de reuniones sociales) debemos seguir también el orden de “importancia” de las personas presentes en el grupo. El mayor problema se presenta, cuando, como es normal, no se conoce de forma cierta y concreta los rangos u órdenes de importancia de todos los presentes. No suele revestir mayor problema realizarlo (en ambientes informales) o hacerlo por puro orden de colocación.

Ahora bien, no lo haga en encuentros formales o de gran gala. Es mejor que se informe antes.

Si existe cualquier tipo de enfrentamiento o enemistad (personal o profesional), deberá dejarla a un lado y por supuesto, no rechazar jamás la mano. La educación está por encima de todo esto.

Si queremos facilitar la “introducción” del presentado al grupo podemos indicar el trabajo o las aficiones que tiene, para dar pie a un tema de conversación inicial. Será un detalle muy agradecido por todos los presentes. Generalmente, las personas más importantes, cuentan con su secretario, ayudante de protocolo o un cargo similar, que les ayuda en estas tareas de presentación a los invitados que estimen oportuno hacerlo.

Regalos de empresa

La regla más importante es que nunca lo use con el fin de sobornar. La mayor parte de los regalos se deben hacer para celebrar o bien la Navidad, un cumpleaños o un fiesta señalada.

6.6.1.2 El protocolo social

Es el conjunto de conductas, reglas y normas sociales a conocer, respetar y cumplir, no solo en el medio oficial ya establecido, sino también en el social, laboral, académico, político, cultural, deportivo, policial y militar. Cuando dentro de una organización se aprecia como pertinente aplicar protocolos, se crea uno interno basado en la potencialidad de las autoridades que forman parte de la misma, esto le permite llevar a cabo sus actividades en general.

Muchas veces tenemos dudas sobre cómo actuar en un evento o cena formal, con directivos de la empresa o con personalidades del gobierno.

Todo está estipulado y establecido en un reglar de protocolo social y estas serán diferentes para los hombres que para las mujeres.

Además, debemos tener en cuenta el ensayo de las mismas, pues un gesto forzoso, una duda o una actitud pensativa nos hará sentir incómodos y puede que continuemos de manera errónea el resto de la ceremonia.

Recomendamos algunas habilidades a desarrollar

- Hacer y recibir invitaciones, así como retribuir las.
- Incluir las precedencias en una mesa principal, el tratamiento que se debe tener con ciertas autoridades ya sean políticas o eclesiásticas.
- Se encarga de organizar juntas de accionistas a nivel empresarial, congresos, ferias, conferencias.

Es una de las ramas principales de las relaciones públicas, asumiendo lo que se conoce como relaciones institucionales.

Saludar

Hay personas que cuando se les saluda, no les gusta saludar, he ahí la primera impresión que uno puede llevarse de aquella persona. Recuerde que “te reciben según te presentas: te despiden según te comportas”.

En lo que se refiere al apretón de manos, la mayoría de las personas prefieren que este sea, un gesto fuerte, obviamente sin llegar al extremo de provocar dolor. Dar la mano de forma débil suele asociarse en los hombres como afeminamiento y con fragilidad de carácter.

El apretón de manos debe acompañarse siempre de otros gestos auxiliares, aunque no menos importantes, como son una sonrisa honesta, mirada de aprecio, presión apropiada, no excesiva y postura ligeramente inclinada hacia adelante. Un apretón prolongado se emplea a menudo junto con el apretón de envolvimiento, esto puede transmitir efusión o simpatía, descubrirse la cabeza quienes porten sombrero, gorra o boina o quitarse los guantes cuando se lleven las manos protegidas. Las mujeres están dispensadas de las últimas dos obligaciones.

Debemos considerar que en algunos países el dar la mano a veces es signo de rechazo, debemos conocer lo que significa en algunos países para no quedar mal.

Saludo de poder



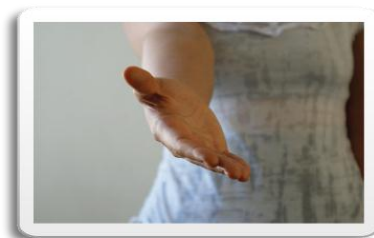
Estudios realizados entre altos ejecutivos demostraron que la mayoría emplea este tipo de saludo. Cuando se saludan dos personas igualmente poderosas se crea un conflicto que se resuelve regularmente con un saludo de manos vertical.

Saludo de alianza o vertical



Este saludo se emplea para demostrar igualdad, en él se manifiesta la voluntad de cooperación. Si desea demostrar afecto, aumente dos segundos la duración del contacto. Si se le otorga, la otra persona está permitiendo que usted tome la iniciativa. Si la retira súbitamente es señal de resistencia.

Saludo afable o cordial



Se utiliza cuando desea apaciguar los ánimos de la otra persona mediante el envío de un mensaje que comunicará que usted está dispuesto a realizar cualquier orden que se le dé. Una forma sutil de hacerle ver a la otra persona que usted está cediendo, mas no rindiéndose, es incrementar un poco la fuerza del apretón.

Saludo de envolvimiento



Se dice que este saludo es el preferido por los políticos que desean impresionar demostrando sus virtudes positivas. Nunca lo utilice durante el primer encuentro, sino solo después de haber establecido una relación cordial.

Las seis reglas del saludo que hay que tomar en cuenta son:

- Sonría siempre
- Mantenga su postura erguida y con inclinación al frente
- Establezca contacto visual
- Conserve neutro su volumen y tono de voz
- Tenga seguridad en sí mismo
- Mencione el nombre de su prospecto durante la negociación (sin exagerar).

CONSEJO

Sea el primero en ofrecer la mano y no la retenga más de lo necesario.

Apretón de manos

El apretón de manos es sumamente importante para una primera impresión, por eso hay que saber hacerlo y no es cosa fácil. El término medio es la mejor solución, puesto que aquella persona que intente romper la mano de quien saluda será un tanto exagerada y aquel que salude con la mano muerta será un tímido. Ni una cosa ni la otra.

Un apretón breve y con energía moderada, causaremos una buena sensación. El saludo se inicia de la misma manera que la conversación, de más a menos, de forma inversa a las presentaciones, si así queremos expresarlo.

Besos

Aunque antes, es necesario hacer hincapié en la diversidad de costumbres y culturas, por lo que mejor que cumplir con un protocolo estricto y ante la duda, se debe obrar con sentido común y respeto, pensando en que una anécdota puede quedarse tan solo en eso, una simple anécdota.

Besos en la mano

Generalmente, utilizado por un hombre para saludar a una mujer,

aunque cada vez menos frecuente. Será la mujer la que indique según coloque su mano, el tipo de saludo que quiere recibir.

Por supuesto, entre personas de distinto rango debemos esperar a saber qué saludo ofrecerá el de mayor nivel y actuar en consecuencia.

De todos modos, aun sabiendo que la naturalidad juega de nuestra parte, es preferible optar por una forma no muy efusiva, costumbres que dejaremos para los más allegados.

Expresiones

Buen provecho

Decir “buen provecho” antes de comenzar a comer está excluido de los manuales de protocolo. “No se debe decir” porque cuando una persona está comiendo no debe haber con la boca llena, mientras que si se le dice “buen provecho” el comensal está obligado a responder, casi siempre, con comida en su boca y es de mala educación.

Los libros de protocolo indican que es preferible decir “que disfruten de la cena, almuerzo o desayuno” antes de comenzar a comer, que demuestra un deseo y no necesariamente exige respuesta.

Manías

Es necesario evitar movimientos que acostumbramos a hacer cuando estamos nerviosos, rascarse la nariz, tocarse el pelo, repicar con los dedos sobre la mesa. Estos movimientos denotan

nerviosismo e inseguridad, falta de control. A veces actuamos sin darnos cuenta y esto molesta a los demás.

Dedo meñique

Un dedo meñique levantado mientras se bebe merece ser cortado. Nunca lo haga a no ser que el ridículo de produzca bienestar. Dentro de estas normas no está permitido, es mala educación.

Palillos

Prohibida su fabricación y por supuesto su uso. Es el colmo de la indelicadeza. Además su uso para quitar los restos de la comida no debe realizarse nunca delante de la gente, siempre tiene que ser discreto ante todo.

Chicles

Bueno, siempre y cuando no se entere todo el mundo de que está masticando algo, puede pasar. Las pompas quedan borradas de nuestra mente a no ser que tengamos 15 añitos.

Complementos

Es una parte esencial de la urbanidad.

Se le dio este nombre al ceremonial de los usos, estilos y costumbres que se observan en las reuniones de carácter elevado y serio y en aquellos actos cuya solemnidad excluye absolutamente todos.

Los códigos de etiqueta prescriben y restringen las maneras en que las personas interactúan con los demás, basados en el respeto para los otros y las costumbres aceptadas en una sociedad, como por ejemplo: saludar a nuestros familiares, amigos y conocidos, con calidez y respeto, abstenerse de insultos, ser hospitalaria con los invitados, usar ropa adecuada, tener un buen comportamiento en la mesa, la puntualidad, entre otros.

Dentro de las normas de etiqueta debemos observar las normas de urbanidad y los modales.

La urbanidad se predica con el ejemplo y tenga en cuenta las sabias palabras del filósofo español Jaime Balmes: “La educación es al hombre lo que el molde al barro: le da forma”. La urbanidad se aprende en todas partes, siempre en la vida toca.

Modales

Puerta

El hombre deja pasar a la mujer abriéndole la puerta y sujetándola. Cuando recibamos a alguien en casa, esperaremos en la puerta hasta que entre, igual que cuando se despida permaneceremos en la puerta hasta que les perdamos de vista. No debemos perder estas buenas costumbres.

Transporte público

Embarazas y personas mayores tienen siempre preferencia en los asientos. Por otro lado. Procure no poner la axila en la nariz de quien tenga al lado cuando agarre la barra. No empuje para bajar en su

parada. Siempre espere su turno aprenda a ser educado ceda el puesto y siempre sea impecable.

Escaleras mecánicas

Dos cosas, hay que permanecer a la derecha cuando vaya a subir y subir por la izquierda si es que tiene prisa.

Buenos modales

Aunque la gente diga que ya no son importantes en la actualidad o le da valor como antes, debemos tomar en cuenta que a la hora de ir a un evento siempre y será primordial los buenos modales para causar una buena impresión.

Por ello, tome en cuenta lo siguiente especialmente como actuar en la mesa:

- Deje que su comida se enfríe por sí sola, jamás la sople o haga otras acciones para bajarle la temperatura.
- Mantenga ambos codos fuera de la mesa todo el tiempo.
- Retire la comida de su boca de la misma forma en que entró.

Por ejemplo:

- Si descubre si el pedazo de carne que ingirió está muy duro o tiene grasa, sáquelo con el mismo tenedor con el cual lo ingresó.
- Pruebe todo lo que está en su plato antes de echarle sal o pimienta.

- Cuando termine de comer, deje su plato donde estuvo todo el tiempo. No lo empuje hacia el frente o hacia un lado.
- No saque de su boca los cuescos de aceituna con cualquier dedo, hágalo siempre con ayuda del pulgar y el índice.
- Recuerde que la servilleta solo debe usarse para lo que está diseñada, es decir, para limpiar la comida de su boca y no para retirar parte de su lápiz labial o limpiar su nariz.
- En el caso de la mujeres, si usan lápiz labial es necesario que lo sequen con algún producto especial o retirando lo que sobre con un pedazo de papel apenas se lo aplican, de modo que sus labios no queden marcados en los vasos o cubiertos.
- Nunca lleves su cocktail o aperitivo a la mesa donde comerá junto a su familia, amigos o colegas.

Algunos principios y otras recomendaciones muy importantes a tomar en cuenta:

Cortesía

La cantidad de mujeres que trabajan, también ha modificado algunas de las tradicionales reglas de urbanidad. Un hombre que, socialmente, se levantaría de su asiento cada vez que una señora entre a la habitación donde él está, no lo hará cada vez que su socia, secretaria o demás colaboradores lo hagan. En una palabra, las mujeres que trabajan serán tratadas con la misma cortesía con la que un señor trata a sus colegas hombres.

Dentro de las empresas, se puede notar una diferencia básica con los medios sociales, un gran respeto por las jerarquías. Las

relaciones entre superiores y subalternos, entre ejecutivos y clientes o proveedores. Los rangos estarán claramente diferenciados, siendo fundamental que cada persona conozca su posición y la haga respetar.

Algo muy importante: debido al rol más activo que la mujer ha adquirido, se puede producir una inseguridad en el trato dentro del ámbito empresarial. Socialmente, en el caso del saludo, es prerrogativa de la mujer el contacto físico; en el ambiente laboral, hombres y mujeres deben ser tratados de igual forma de modo que la primera muestra de cortesía hacia una mujer en el trabajo es tratarle según su categoría dentro de la empresa y no según su sexo.

Es cierto que es un poco confuso dar la mano a unos y besar a otras y como las normas de etiqueta no están hechas para complicar la vida entonces la regla es, dar la mano.

Puntualidad

Hacer esperar a alguien es señal de descortesía y poca consideración. Solo en el caso de la novia, se permite media hora de retraso.

El valor de la puntualidad es la disciplina de estar a tiempo para cumplir nuestras obligaciones: una cita del trabajo, una reunión de amigos, un compromiso de la oficina, un trabajo pendiente por entregar.

El valor de la puntualidad es necesario para dotar a nuestra personalidad de carácter, orden y eficacia, pues al vivir este valor en plenitud estamos en condiciones de realizar más actividades, desempeñar mejor nuestro trabajo, ser merecedores de confianza.

Para ser puntual primeramente debemos ser conscientes que toda persona, evento, reunión, actividad o cita tiene un grado particular de importancia. Nuestra palabra debería ser el sinónimo de garantía para contar con nuestra presencia en el momento preciso y necesario.

“Vivir el valor de la puntualidad es una forma de hacerles a los demás la vida más agradable, mejora nuestro orden y nos hace personas dignas de confianza”.

El tiempo es un recurso no renovable, de allí su extremado valor. Por eso la puntualidad es cortesía, educación y respeto hacia los demás. La impuntualidad es una muestra de falta de cultura, es no apreciar de los otros ni el propio.

El valor de la puntualidad es la disciplina de estar a tiempo para nuestros compromisos adquiridos, debemos de dejar a un lado la hora ecuatoriana, porque es algo tedioso el estar esperando a las personas que no son puntuales y esto puede ocasionar problemas y pueden abandonar el compromiso adquirido.

“Precisos como un reloj suizo”, como dice el alemán Peter Zudeick, hay que ser puntuales hasta la médula y lo bueno tiene que adquirirse.

Servilletas

Las normas del protocolo social dicen que solo se usa antes y después de beber y solamente para lo que es puntual, cuidado con utilizar para otros fines.

Cenando

El vino

En un restaurante, el vino se sirve al hombre y muy poco, para que este lo pruebe. Una vez probado y aprobado, servirá al resto.

6.6.1.3 Etiqueta

Es el conjunto de reglas y costumbres que nos permite desenvolvemos adecuadamente en los diferentes ambientes. Acto ceremonial y solemne que se observa en los palacios y sitios públicos.

Algunas consideraciones a tomar en cuenta:

Imagen

La imagen que proyectamos hacia los demás es muy importante sobre todo cuando nosotros ofrecemos un evento, tenemos que realizarlo de la mejor manera porque es ahí donde nos juzgan los demás, donde todos están observando, si salió bien esto o no, por eso, la persona que lo realiza o está encargado de organizar los eventos no queda mal sino la empresa, atender y tratar de sobresalir de acuerdo a cada ocasión será nuestro lema.

Glamour y elegancia

La persona lo lleva por naturaleza, debemos vestirnos siempre elegantes y no solo cuando hay un evento, tenga siempre en mente que nosotros somos la imagen de la empresa, porque la *elegancia* es un reflejo de la sencillez y naturalidad de la persona.

Recuerde una frase, un poco adaptada que está dirigida a la mujer, de Gabrielle Coco Chanel, que dice: "Viste vulgar y solo verán el vestido, viste elegante y solo verán a la persona".

Entonces, no hay duda que la forma en la que vestimos dice mucho de nuestra imagen personal y nos guste o no, también de la empresa o institución a la representamos.

Vestimenta adecuada para cada ocasión

Seguramente en algún momento de su vida se ha visto frente a la incógnita acerca de que vestir en determinadas ocasiones. Esta es una preocupación que no solo abarca al grupo de las mujeres sino que también le afecta a los hombres.

Si tiene un evento de etiqueta lo más aconsejado para los hombres es que vistan un smóquin, frack o jacket con un calzado en cuero, cuerina o charol.

En el caso de las mujeres, el vestido largo será su mejor cómplice con accesorios y zapatos que hagan un impecable contraste con toda la vestimenta. Ahora están muy de moda los brillos y colores fuertes pero es muy importante tener en cuenta que si el vestido ya

tiene apliques que lo hacen resaltar lo mejor es que los accesorios, zapatos sean lo más sencillos posibles; en el caso contrario, si el estilo es demasiado sencillo, lo ideal es resaltar el vestuario con toques de brillo y color, con accesorios como: carteras, zapatos, anillos, bisutería y cinturones.

Generalmente los eventos de etiqueta más comunes son las cenas, las bodas, los shows de música clásica, los bailes y las ceremonias formales que usualmente en la invitación se aclara que es de “etiqueta” y se organiza en horas nocturnas.

Los eventos formales son otra de las ocasiones en las que hay que tener en cuenta el vestuario, que no es tan exigente y costoso como en el caso de los eventos de etiqueta, pero también requiere de especial atención. Para estos momentos los hombres pueden lucir un traje oscuro para horas de la noche y durante el día tonalidades grises, azules o cafés. En el caso de las mujeres un vestido corto de cóctel es ideal u otra alternativa es un conjunto de sastre si es que el evento es de índole laboral o empresarial como conferencias, reuniones, ceremonias y exposiciones.

En estos momentos también es importante tener el cabello impecable y utilizar zapatos elegantes y cómodos sin ningún aplique fuerte.

La tercera y última clasificación es la informal y aquí prácticamente puede usar lo que quiera ya que no hay una regla específica. Simplemente es importante que sea consciente de la forma y tamaño de su cuerpo para que utilice lo que mejor haga ver su conjunto personal.

En los hombres se puede utilizar un jean con camiseta y unos lindos zapatos tenis.

Las mujeres, lógicamente, son más complejas al vestir, así sea de manera informal, pero pueden combinar faldas con blusas, pantalones con camisetas y si quieren queda genial un jean con tacones.

Generalmente, las vestimentas informales se dan los fines de semana durante las vacaciones para salir con la familia o amigos.

Aquí simplemente hay que recordar que los accesorios son buenos cómplices para cualquier vestuario.

Solamente si son bien utilizados algunos de los más elegidos son las carteras, los cinturones, los collares, los aretes, las pulseras, los zapatos, las sandalias, zapatillas, los pañuelos las bufandas y otras cosas más. Lógicamente, no hay que dejar de lado, que siempre sus prendas luzcan limpias e impecables. Lo más importante es que se sienta y se mire muy bien.

La chaqueta

Cuando vaya a comer en un restaurante y lleve chaqueta o americana no se la quite nunca.

La cuenta

Hay que pagar sin que se note. Discreción ante todo.

Si se reparte la cuenta, se hace en partes iguales, nunca se divide en lo que uno ha comido o ha dejado de comer.

No sea listo y se vaya al baño durante media hora para evitar pagar.

No entre en discusiones con el camarero sobre porqué le han cobrado dos cestas de pan en vez de una.

No guarde la cuenta para pasarla a gastos de la empresa. Si le invitan hay que agradecerlo, pero tampoco hay que darle más importancia de la que tiene.

Imagen personal, es la imagen de su empresa

Algunas consideraciones:

Vemos la importancia que es la imagen, especialmente en cuanto se refiere a lo personal porque de ello depende como nos juzgan los demás y depende mucho de cómo nos vistamos, cómo nos comportamos, la forma de llevar nuestro maquillaje, cómo estamos peinadas, como tenemos nuestras uñas, si nuestros zapatos están bien lustrados, si combina o no con el vestido que llevamos, si empleamos nuestro uniforme y cómo vamos vestidas a eventos empresariales.

El cabello

Para comenzar, la forma como se lleve el cabello es un principal complemento tanto de la belleza masculina como femenina. Es importante resaltar que el caso de las mujeres, no todos los largos o

los cabellos cortos quedan bien. Es necesario tener una asesoría en este sentido para que pueda usted determinar de acuerdo a su edad, su trabajo o cualquier rol que desempeñe, cual es el corte más indicado.

Adicionalmente, el uso de tintes puede realzar su belleza pero también deteriorarla. Encontrar en una trabajadora tintes ya viejos y que se noten ya dos colores en su cabello, definitivamente no da una buena impresión, así sea que se desempeñe de forma excelente y este vestida acorde. De igual manera, ver el cabello recogido, pegado, sin brillo, denota suciedad y falta de higiene. Lo es también el no saber controlar enfermedades del cuero cabelludo como la caspa y otros que son visibles al cliente.

Es también importante el uso de los accesorios. No es bien visto el uso de muchos accesorios, que en vez de darle un toque de distinción y/o complemento a la vestimenta, lo que hacen es perder por completo la elegancia que debe caracterizarla.

La sonrisa

Es agradable ver como un trabajador sonríe a todos sus clientes, pues, denota alegría, positivismo, buen ambiente laboral, seguridad. No obstante, al sonreír los dientes deben caracterizarse por una imagen impecable y una buena limpieza oral.

Por lo tanto, la higiene oral no debe descuidarse, es importante mantener en el lugar de trabajo, los elementos necesarios para conservar un buen aliento en todo momento, especialmente en días

donde el trabajo es extenuante y muchas veces no hay tiempo para realizar esta tarea en su hogar.

Recuerde: la halitosis es una enfermedad más común de lo que parece, pero es controlable con una adecuada medicación y una correcta higiene bucal. No se exponga a que sus clientes salgan espantados por este problema, consulte a su médico cotidianamente.

La imagen en sus manos

Las uñas es otro elemento de nuestro cuerpo que debe mantenerse adecuadamente más cuando tenemos contacto directo con nuestros clientes.

El llevarse sin limar, sucias, denota un gran descuido y una total falta de higiene. Manténgalas limpias, si no puede ir al manicurista al menos límelas y píntelas con un brillo solamente.

No se le ocurra arreglárselas en público. Evite las decoraciones recargadas. Recuerde: Los colores claros, le dan a usted mayor elegancia y sobriedad en sus manos.

Uso de los perfumes y desodorantes

Muchas personas utilizan perfumes que son fastidiosos para el olfato de los demás. Tanto para hombres como mujeres, es recomendable utilizar durante el día olores discretos, que denoten su elegancia pero no la obstaculice hasta tal punto que las personas no deseen estar cerca de usted.

En el caso de los desodorantes, también el mal olor denota una falta de higiene. Busque una marca que le permita transpirar normalmente y de acuerdo a su piel, no todas las personas tienen una misma sudoración por lo tanto requieren de desodorantes que les sienten bien.

Si el desodorante que ha escogido no le sirve, reemplácelo inmediatamente por otro.

El maquillaje

Existen maquillajes apropiados para cada ocasión, para cada tipo de rostro. En el ambiente laboral se requiere de un maquillaje discreto, duradero, con colores suaves que combinen con el tipo de vestimenta que se tiene puesta.

No es recomendable usar tonos muy brillantes de día sino mate y aplicados de manera apropiada. No es recomendable ir al lugar de trabajo sin este, pues una cara lavada no atrae ni da mejor impresión que una persona que se vea bien maquillada y sumada a esto tenga una vestimenta adecuada para cada ocasión.

La naturalidad en el rostro es respetable según creencias de muchos, pero no es apropiada por imagen de la empresa.

El vestuario

Muchas personas ascienden seguramente por algunos atributos personales que exhiben al desempeñar su labor, posición de la cual difieren algunas autoras completamente, sin embargo, no se puede

considerar indecoroso mostrar lo que cada uno tiene, pero con cierto límite más aun en el lugar donde se labora.

Por esta razón, hay que tener en cuenta que el largo del pantalón no debe ser demasiado largo ni muy corto, puesto que debe depender del tipo de zapatos que van a utilizar. De igual manera no es recomendable usar ningún tipo de pescadores para trabajar donde usted se desempeñe como ejecutiva de una empresa, puesto que denota mucha informalidad a la hora de presentarse a trabajar. Son recomendadas entonces las faldas, los pantalones clásicos y los vestidos.

En el caso de las faldas, su largo no debe sobrepasar los 6 centímetros por encima de la rodilla, no llevarlas tampoco demasiado ceñidas y no debe la tela que tengan al igual que los pantalones y vestidos, transparentar la ropa interior pues es de mal gusto.

Así mismo, las blusas no deben ser transparentes, siempre es recomendable buscar alguna ropa interior tipo “camisilla” para ser usada por debajo, que le permita ser más discreto con la transparencia, además de tener en cuenta que las blusas no deben ser muy escotadas y sin mangas.

En su defecto, la ropa del hombre debe tener igual cuidado que la de la mujer en el planchado, ya que una camisa o pantalón arrugado denota una mala presentación y cuidado personal.

Así mismo, deben cuidar el largo de los pantalones con el estilo de zapato, cuidar que las medias combinen con el color de la correa,

pantalón y zapatos, finalmente, cuidar de que los puños y cuello de la camisa estén siempre limpios.

En su defecto, la ropa del hombre debe tener igual cuidado que la de la mujer en el planchado, ya que una camisa o pantalón arrugado denota una mala presentación y cuidado personal. Así mismo, deben cuidar el largo de los pantalones con el estilo de zapato, cuidar que las medias combinen con el color de la correa, pantalón y zapatos, finalmente cuidar de que los puños y cuello de la camisa estén siempre limpios.

En definitiva, si usted utiliza uniformes asignados por la empresa, llévelos con decoro. Es desagradable observar a funcionarios de diferentes empresas llevando uniformes que por el diseño son elegantes a lo lejos, pero cuando usted se acerca, puede observar con detenimiento como el descuido afecta inmediatamente su presentación.

Ejemplo: hilos colgando, botones medio sueltos, medias pantalón rotas, la tela manchada y sucia, entre otros.

Recuerde que la primera impresión es lo primero que captan los sentidos al entablar una primera relación personal o empresarial.

6.6.1.4 Protocolo de eventos

Hay que distinguir entre actos privados, que son aquellos que encajan dentro del protocolo empresarial y actos públicos, aquellos

que cuentan con la asistencia de autoridades importantes en la sociedad, como militares, eclesiásticos de la corona, entre otros.

Elección del lugar de celebración

En interiores o al exterior. Debe estudiar el espacio en el que se va a celebrar. Ver si es adecuado o no, si es grande o pequeño, si necesita decoración como banderas, flores o alfombras. Hacer una imagen mental de cómo queremos que sea y materializar esa idea poco a poco.

Invitados

Habrá que hacer un cálculo, lo más aproximado posible del número de personas que van a asistir: desde los asistentes más importantes, hasta los camareros del coctel, pasando por los guardaespaldas, secretarios, azafatas, consejeros, intérpretes, periodistas, público.

Todos merecen nuestra atención

Habrá que planificar por dónde entrarán al acto, dónde debe sentarse el público, dónde deben colocarse las cámaras, cuáles son las áreas de seguridad, el estacionamiento, entre otros.

Aquellos invitados que revistan de una mayor categoría serán recibidos a su arribo, atendidos durante el acto y despedidos al final.

Si hay invitados que vienen de otras ciudades, hay que tener preparado y pagado hoteles y traslados. En caso de que fuera necesario, también intérpretes y relaciones públicas.

El discurso

Megafonías, tarimas, memento del discurso, agua, orden de intervención.

La comida

Este apartado puede darse o no. Puede ser que el acto termine, una vez finalizados los discursos o bien puede ir acompañado de una comida o un coctel o una cena.

En ese caso, tendrá que contratar los servicios pertinentes como, cocineros, guardarropas, camareros, sillas, mesas, manteles.

Comunicación

Las palabras utilizadas en cualquier intervención deben guardar relación con el tema expuesto, con la “jerga” profesional del sector. Hay que lograr que la exposición interese a nuestros oyentes. Nada de palabras rebuscadas o demasiado complejas.

- Lenguaje positivo
- Seguridad
- Conciso
- Sin redundancias

Nada de exageraciones, superlativos y grandes adjetivos calificativos, asumir cualquier error como propio dentro de la exposición, siempre con un límite. El ceño no se frunce ni se

arquean las cejas, dando sensación de extrañeza o desconfianza. Sonreír no es falta de seriedad.

Los brazos siempre sueltos, nunca cruzados, las miradas siempre deben hacerse al tercio superior del cuerpo. En diferentes tipos de exposiciones hay que tratar de no perder la mirada de nuestros oyentes demasiado tiempo, porque las miradas dicen mucho de la persona y mirar hacia el lado correcto a la hora de buscar información, es una habilidad muy útil.

Por ejemplo: las piernas cuando estamos sentados dicen muchas cosas de nosotros. Abiertas de par en par, aparte de ser una postura chabacana, es intolerable en toda ocasión.

Una pierna encima de la pantorrilla de otra, significa que estamos a la defensiva, con cierta expectación. Las piernas juntas, sin cruzar, dan sensación de desconfianza y de falta de humildad. Ligeramente despegadas, es una de las recomendables porque dan un tono de afabilidad, de sentirse cómodo y de cierta confianza.

Recuerde que nos reciben de acuerdo a nuestra apariencia y nos despiden de acuerdo a nuestro comportamiento.

La regla de oro de la comunicación

Para ser un comunicador excelente, se necesitan 3 cosas:

- Un objetivo claro. Un conocimiento claro de lo que desean lograr.

- Flexibilidad en la conducta, de modo de poder variar su conducta.
- Experiencia sensorial, de modo de darse cuenta las respuestas que están obteniendo o si han logrado lo que deseaban.

Si tenemos estas tres capacidades, basta con alterar su conducta hasta que obtengan las respuestas que quieren.

Comunicación interpersonal

Es hablar de relación entre personas. En efecto, los seres humanos iniciamos, mantenemos, modificamos, consolidamos, distorsionamos, deterioramos y terminamos nuestras relaciones comunicándonos.

En toda organización, un elemento crucial es precisamente el conjunto o sistema de relaciones que se establece entre las personas, incluyendo las conversaciones que esas personas sostienen consigo mismas. En ese sistema, tanto el gerente, el líder, o los profesionales de recursos humanos, como cualquier miembro de un equipo dentro de la organización, son esencialmente unos comunicadores profesionales, su labor puede ser caracterizada la mayor parte del tiempo como una tarea comunicacional por excelencia, ya que la comunicación humana es su herramienta fundamental de trabajo.

La comunicación es importante en todo sentido, con el fin de evitar contratiempos especialmente cuando organizamos un evento,

realizamos una cena, esperamos a una autoridad, entre otros con el fin de expresar nuestros objetivos, necesidades, emociones, por lo que dentro de la empresa este es uno de los factores más indispensables para tener éxito en todo aspecto.

Algunas consideraciones para organizar un evento

Organizar una reunión de la empresa no es una tarea tan fácil; así que se necesita de ciertos requerimientos para que sea todo un éxito pues generalmente se tratan temas comerciales o laborales que implican los intereses de muchas personas, por lo que es necesario tomar en cuenta lo siguiente:

Lo principal es que conozca claramente el objetivo del evento para que así pueda enfocarlo de manera exacta y correcta. El lugar que elija para hacerlo debe cumplir con condiciones, como tener la capacidad suficiente para el número de personas que se van a invitar y tener todas las comodidades necesarias para que los invitados se sientan cómodos y acogidos.

Antes de establecer una fecha exacta para el evento es importante que se cerciore de que no hay otros acontecimientos importantes en ese día que se relacionen con el tema de su organización. Una vez que tenga el lugar y la fecha coordinada y confirmada, en base a esto, debe diseñar un programa y un diagrama con el itinerario de las actividades a desarrollar.

Lo que debe hacer a continuación es enviar las invitaciones a todos aquellos que le interese que no falten por nada del mundo y publicar el evento en medios de comunicación a los cuales tenga acceso.

Lógicamente un evento grande necesita mayor difusión en medios como televisión y la radio, para eventos pequeños con medios escritos es más que suficiente.

La comida o descansos son muy importantes en este tipo de reuniones así que contrate un buen servicio que permanentemente estén abasteciendo los requerimientos de los invitados como: bebidas, cafés y pequeñas cantidades de comida. En caso de que el evento sea muy largo es vital dar un servicio completo de comida principal con un menú que sea apto para el gusto de toda la gente.

Hay eventos que necesitan varios días para poder cumplir sus objetivos, si es el caso contacte un buen hotel o un lugar de hospedaje que se ajuste muy bien al presupuesto que tenga para este fin. Reserve con anterioridad para que tenga la disponibilidad que necesita de cupos. Siempre tenga en cuenta de reservar unas cuantas habitaciones demás para que si surgen invitados imprevistos pueda darles un lugar sin ningún problema.

Al decorar el sitio principal del evento tenga presente que se necesitan buenos logos, pancartas, carteles, muebles, materiales audiovisuales y expertos en diferentes temas específicos.

Lo mejor, siempre es cobrar una inscripción con anterioridad para tener un monto de dinero ya establecido con el que se sabe que se cuenta para organizar el evento.

Uno de los mejores consejos para organizar eventos empresariales es escuchar y aprender de eventos anteriores así que infórmese y asesórese con personas que ya tienen mucho tiempo en el tema

para que ellos puedan guiarle y enfocarle en los principales puntos. Es primordial capacitar gente para el evento que conozca perfectamente el tema y que además estén atentos a suplir cualquier necesidad que tengan sus invitados ya sea a nivel informativo u organizacional. Una respuesta rápida y eficaz es sinónimo de una empresa seria, organizada, responsable y amable.

No olvide que el factor humano es vital para el éxito de toda compañía.

Los modales en la mesa

Hoy en día, sin conocimientos profundos de protocolo no se puede garantizar el éxito personal ni mucho menos profesional y tampoco se puede hablar de una empresa moderna si no incluye en su imagen interna y externa las exigencias y normas del mismo.

Preste atención a estos tips de modales en comida de negocios. Si bien muchos ya deben manejarlos, nunca está de más repasar ciertos detalles que pueden hacer grandes diferencias.

En primer lugar, La mesa no es solo un lugar para disfrutar de una exquisita gastronomía, sino, muy especialmente, un punto de encuentro social, familiar y de negocios, donde la conversación juega un papel primordial. Debe respetar las reglas básicas como:

Siempre permita a su socio elegir el lugar de reunión y cortésmente decirle que acomode un lugar cerca de su lugar de trabajo. Los modales amistosos y distinguidos comienzan desde la invitación.

Si usted eligió el lugar y el local exige reglas de etiquetas en el vestir, debe comunicárselo a su cliente. No comunicárselo puede obstaculizar la negociación al sentirse incómodo.

Nadie cierra un negocio en condiciones incómodas. Si nota que llegará tarde, llame inmediatamente. Pregúntele si puede esperarle, de lo contrario, invítelo a reagendar la cita. De esta manera quedará mejor que si hubiera llegado tarde y le haga sentir que su tiempo no es valioso para usted.

El teléfono celular nunca se coloca sobre la mesa, por dos razones: Una porque la mesa está hecha para comer y no para usarse como escritorio y dos debido a que dejar el celular encima es señal de que tiene otros asuntos más importantes que tratar.

Si espera una llamada con urgencia, coméntesele, al contestar sea breve, después apáguelo y guárdelo en el pantalón. Usted se verá más profesional.

Aunque usted no beba, debe tener la cortesía de ofrecer a su cliente algún aperitivo. Es mejor pecar de atento en estos casos, no olvide que se trata de agradar a su cliente.

Al sugerir un vino, es usted quien debe cerciorarse que se encuentra en buen estado, asegurándose que le ofrece un buen vino y en excelentes condiciones. De esta manera demuestre a su cliente que cuida cada detalle, además de que denota cultura de su parte. Evite participar en la conversación sin monopolizarla. No debe hacer notar su euforia si logra el acuerdo o enojado si no lo consigue; nunca debe mostrar emociones radicales.

El comportamiento en los actos

Debemos comportarnos con nuestros semejantes, como queremos que ellos se comporten con nosotros. El comportamiento de las personas es libre y varía constantemente, es la manera de comportarse, conducirse, portarse.

Se trata de la forma de proceder de las personas u organismos frente a los estímulos y en relación con el entorno.

Existen distintos modos de comportamiento, de acuerdo a las circunstancias en cuestión.

Comportamiento consciente

Es aquel que se realiza tras un proceso de razonamiento. Un ejemplo de este tipo de comportamiento es saludar a un conocido cuando lo vemos en la calle.

Comportamiento inconsciente

Se produce de manera casi automática ya que el sujeto no se detiene a pensar o a reflexionar sobre la acción (como rascarse tras una picadura de un mosquito).

Comportamiento privado

Tiene lugar en la intimidad del hogar o en soledad, el individuo no está sometido a la mirada de otras personas.

Comportamiento público

Es lo contrario, ya que se desarrolla frente a otros seres humanos o en espacios compartidos con el resto de la sociedad.

La forma de comportarse en público revela la personalidad, esto incluye su aspecto y hábitos:

- Mantenga el volumen de su voz en un volumen razonable. Los locales públicos son ruidosos por naturaleza, ya no añada bullicio a los mismos por hablar más alto de lo necesario.
- Cautela al usar el móvil. No es el acto de usar un teléfono celular en público que perturba a los que están alrededor, sino la manera de hacerlo. En resumen, asegúrese que su conversación moleste lo menos posible a los que le rodean.
- Tenga un lenguaje apropiado. Palabrotas, malas palabras tal vez no incomoden a un amigo, pero pueden ofender a los que oyen la conversación por casualidad.
- No descuides de tu apariencia en público. Peinarse y pasarse el pintalabios rápidamente no incomodan, pero hacer su ritual de belleza diario dentro del transporte público o algo más peligroso, en su coche conviene ser evitado.
- Masticar chicle discretamente. Juguetear con el chicle haciendo globitos, estallándolos o hacer con la boca abierta ruido, puede ser molesto e incómodo para las personas, especialmente en ambientes cerrados.

- No tirar basura en el suelo. Deseche todos los residuos en el contenedor más cercano a usted.

Para la psicología

El comportamiento es un proceso estrictamente físico, registrable y verificable, que consiste, precisamente, en ser la actividad por la que un ser vivo mantiene y desarrolla su vida en relación con su ambiente respondiendo a él y modificándolo.

La precedencia

Uno de los términos más importantes del protocolo es el de la precedencia. Esta es la parte que establece el orden de antelación o preferencia con que una persona debe ser atendida respecto de otra u otras. El sistema de precedencia significa ordenar a las personas, de forma jerárquica, por razones de cargo o categoría, que acuden a un determinado acto.

Cuando se trata de agasajar, sea este un agasajo por motivos oficiales o por motivos sociales, existen ciertas reglas de cortesía que hay que respetar.

Siguiendo estas costumbres evitamos crearnos problemas y sobre todo agregamos un elemento más al éxito del evento.

Orden general de precedencia en la República del Ecuador

1. Presidente de la República;
2. Vicepresidente de la República;
3. Presidente de la Asamblea;

4. Presidente de la Corte;
5. Presidente del Tribunal Constitucional;
6. Presidente del Tribunal Supremo Electoral;
7. Presidente del Tribunal Fiscal;
8. Presidente del Tribunal de lo Contencioso y Administrativo;
9. Cardenal;
10. Ex-presidentes de la República
11. Ministros de Estado;
12. Secretario General de la Administración Pública;
13. Secretario General de Comunicación;
14. Secretario General de la Producción;
15. Decano del H. Cuerpo Diplomático;
16. Embajadores Extranjeros en orden de precedencia;
17. Jefe del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas;
18. Comandante General del Ejército;
19. Comandante General de la Marina;
20. Comandante General de la Fuerza Aérea;
21. Comandante General de la Policía Nacional;
22. Procurador General del Estado;
23. Ministro Fiscal de la Nación;
24. Superintendente General de Bancos;
25. Superintendente de Compañías;
26. Superintendente de Telecomunicaciones;
27. Ex-vicepresidentes de la República;
28. Superintendente de Telecomunicaciones;
29. Ex-vicepresidentes de la República;
30. Ex-ministros de Relaciones Exteriores;
31. Arzobispos;
32. Vicepresidentes del Congreso Nacional;
33. Diputados provinciales;

34. Presidentes de las Comisiones Legislativas;
35. Alcaldes municipales;
36. Prefectos provinciales;
37. Miembros de la Junta Consultiva de Relaciones Exteriores;
38. Presidente del Directorio del Banco Central;
39. Presidente del Banco del Estado;
40. Presidente del Consejo Nacional de Modernización;
41. Presidente Ejecutivo de Petroecuador;
42. Presidente Ejecutivo de la Unidad de Desarrollo de las Provincias del Norte;
43. Presidente Ejecutivo de CONELEC;
44. Presidente de la Corporación Financiera Nacional;
45. Presidente de CONATEL;
46. Gerente General del Banco Central;
47. Gerente General del Banco de Desarrollo del Ecuador;
48. Director General del IESS;
49. Viceministros y subsecretarios de Estado, en orden de precedencia de los ministerios;
50. Director General de Ceremonial del Estado y Protocolo;
51. Embajadores nacionales en servicio activo;
52. Generales de Ejército, Almirantes y generales del Aire;
53. Generales de División, vicealmirantes y tenientes generales;
54. Encargados de Negocios Titulares;
55. Encargados de Negocios Ad-interin;
56. Ministros de la Corte Suprema de Justicia;
57. Miembros del Tribunal Constitucional;
58. Miembros del Tribunal Supremo Electoral;
59. Miembros del tribunal fiscal;
60. Miembros del Tribunal de lo Contencioso Administrativo;

61. Obispos;
62. Secretario Particular de la Presidencia de la República y Secretario Privado del Presidente;
63. Gerente de la Corporación Financiera Nacional;
64. Presidente de la Casa de la Cultura Ecuatoriana;
65. Embajadores nacionales en servicio pasivo;
66. Gobernadores de provincias;
67. Coordinador Diplomático de la Presidencia de la República;
68. Jefe de la Casa Militar de la Presidencia;
69. Generales de Brigada, contralmirantes y brigadieres generales;
70. Generales de la Policía Nacional;
71. Rectores de Universidad;
72. Presidentes de las cortes superiores de Justicia y presidentes de la Corte de Justicia Militar y de la Corte de Justicia de la Policía Nacional;
73. Gerentes generales de las instituciones del sector público;
74. Ministros del servicio exterior extranjeros;
75. Ministros nacionales del Servicio Exterior en servicio activo;
76. Consejeros del servicio exterior extranjeros;
77. Consejeros nacionales del Servicio Exterior, en servicio activo;
78. Coroneles y capitanes de Navío;
79. Concejales municipales;
80. Consejeros provinciales;
81. Presidentes de las instituciones culturales nacionales;
82. Cónsules generales;
83. Primeros secretarios del servicio exterior extranjeros;
84. Primeros secretarios nacionales del servicio exterior en servicio activo;

85. Tenientes coroneles y capitanes de Fragata;
86. Cónsules de Primera;
87. Cónsules;
88. Mayores y capitanes de Corbeta;
89. Capitanes y tenientes de Navío;
90. Tenientes y tenientes de Fragata;
91. Vicecónsules;
92. Segundos secretarios del servicio exterior extranjeros;
93. Segundos secretarios nacionales del servicio exterior en servicio activo;
94. Terceros secretarios del servicio exterior extranjeros;
95. Terceros secretarios nacionales del servicio exterior en servicio activo;
96. Vicecónsules;
97. Adjuntos civiles, culturales y comerciales; y,
98. Subtenientes y tenientes de Corbeta

El orden de precedencia en las ceremonias oficiales que se celebren en las provincias es el siguiente:

1. Gobernador
2. Legisladores
3. Alcalde
4. Prefecto
5. Arzobispo
6. Presidente de la Corte Superior
7. Jefe de la Zona Militar
8. Jefe de la Zona Naval
9. Jefe de la Zona Aérea
10. Obispos

11. Decano del Cuerpo Consular
12. Cónsules generales
13. Director General de Aduanas
14. Jefe Político del cantón
15. Capitán del Puerto
16. Cónsules
17. Intendente de Policía
18. Directores de diarios
19. Jefe de Distrito de la Policía
20. Gerentes de bancos
21. Jefes de Seguridad; y,
22. Secretario de la Gobernación.

¿Qué se espera obtener con la aplicación del manejo de las normas de Protocolo y Etiqueta en la empresa?

Luego de dar algunas importantes recomendaciones de protocolo y etiqueta, vamos a concluir que:

Cada una de las empresas tiene sus propios códigos o principios y lo manejan de acuerdo a la Autoridad que esté, con la finalidad de proyectar una buena imagen empresarial.

Esto nos enseña que tanto el protocolo como etiqueta son indispensables dentro de nuestra empresa y nuestro diario vivir, porque nos permite actuar acorde a ciertas reglas y normas que debemos cumplir, comportándonos en cada uno de los eventos y con el personal que día a día nos comunicamos tanto interno como externo como debe ser, aun con autoridades que nos visitan a las

cuales debemos proyectar una buena imagen institucional, con nuestra actitud y aptitud.

Recordemos la frase de Ralph Waldo Emerson: “La confianza en sí mismo es el primer secreto del éxito”.

6.7 Impactos

Ayudar a contribuir a que el personal de EMAPA-I-, utilice esta guía de protocolo y etiqueta.

6.8 Forma como se validó

Se realizó talleres de capacitación, a la Unidad de Imagen Corporativa, Proyección a la Comunidad e Innovación y Secretarías de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, EMAPA-I-.

6.9 Difusión

La guía protocolar que se plantea se entregó al departamento de la Unidad de Imagen Corporativa, Proyección a la Comunidad e Innovación, de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra.

BIBLIOGRAFÍA

- Adler, R. B. et al, (2006), *Comunicación organizacional, principios y prácticas para negocios y profesiones*. 7ma. Ed. Hispanoamericana
- Álvarez Domínguez T. y Caballero Hueso M., (2007), *Relaciones Públicas: la eficacia de la influencia*, Paidós Ibérica
- Argudín, Y. y Luna M., (2001), *Desarrollo del Pensamiento Crítico*. España.
- Carreño M., (2011), *Manual de urbanidad y buenas maneras*. Veta ediciones. 2da. Ed. Quito.
- Céspedes Pardo C., (2009), *Manual de eventos: Manejando la imagen corporativa a través de Relaciones Públicas*. 1ra. Ed. Bogotá.
- Collell M. R., (2000), *Etiqueta Social: Preguntas y Respuestas*, Ediciones Gestión, Barcelona.
- Contreras Altuve E., (1998), *Etiqueta y Protocolo, como organizar eventos sociales*. Edición Kindle. Caracas. Venezuela.
- Cuadrado Esclapez C., (2009), *Protocolo y Comunicación en la empresa y los negocios*. Editorial: Fund. Confemetal. Madrid.
- Cueller Pérez H., (2009), *El ser y la esencia de los valores*, Trillas
- Di Genova A., (2010), *Ceremonial empresarial, el ceremonial de las relaciones Públicas*. Buenos Aires.
- Fernández F. (2004), *Ceremonial y Protocolo*. Ed. Oberón. Madrid.

- Fuente La Fuente C., (2011), *Protocolo para eventos. Técnicas de organización de actos* 2da. Ed. Ediciones Protocolo
- Galindo Much L., (2010), *Ética y Valores*. Editorial Trillas. S. A. México.
- Herrero Blanco P., (2009), *Gestión y organización de congresos Operativa, Protocolo y Ceremonial*, Editorial Síntesis. Madrid.
- Jijama Sánchez R., (2009), *Cómo organizar eventos con éxito*, 1ra. Ed. Buenos Aires.
- Juárez Dorado J. A. et al, (2010), *Protocolo, Relaciones Públicas y Comunicación*. Editorial Síntesis, Madrid.
- Judge Timothy A. et al, (2009), *Comportamiento Organizacional*. Edición 13a Editorial: Pearson Educación. México.
- López, C. (1998), *El Arte del saber estar*. Editorial San Martín, Madrid.
- Maestre, I. (2006) *El arte de la buena mesa, Protocolo, sugerencias decorativas*. Ediciones Nobel. Madrid.
- Mitjans A. (2004), *Revista de Investigación*. La Habana. Cuba.
- Moira R., (2005), *Etiqueta y buenos modales*. Ediciones Gestión. Barcelona.
- Pacheco H., (1999), *Belleza y Estilo, para la mujer de hoy*. Círculos de Lectores. Bogotá
- Rogers C. (1995) *Educación Humanista*. Chicago.
- Strauss Cortissoz, H. (2010), *El gran libro de la etiqueta*. Editorial: Intermedio. Círculo de Lectores, Colombia.
- Labariega V. P. G. (2007), *Derecho Diplomático*. Editorial Trillas. México.

LINKOGRAFÍA

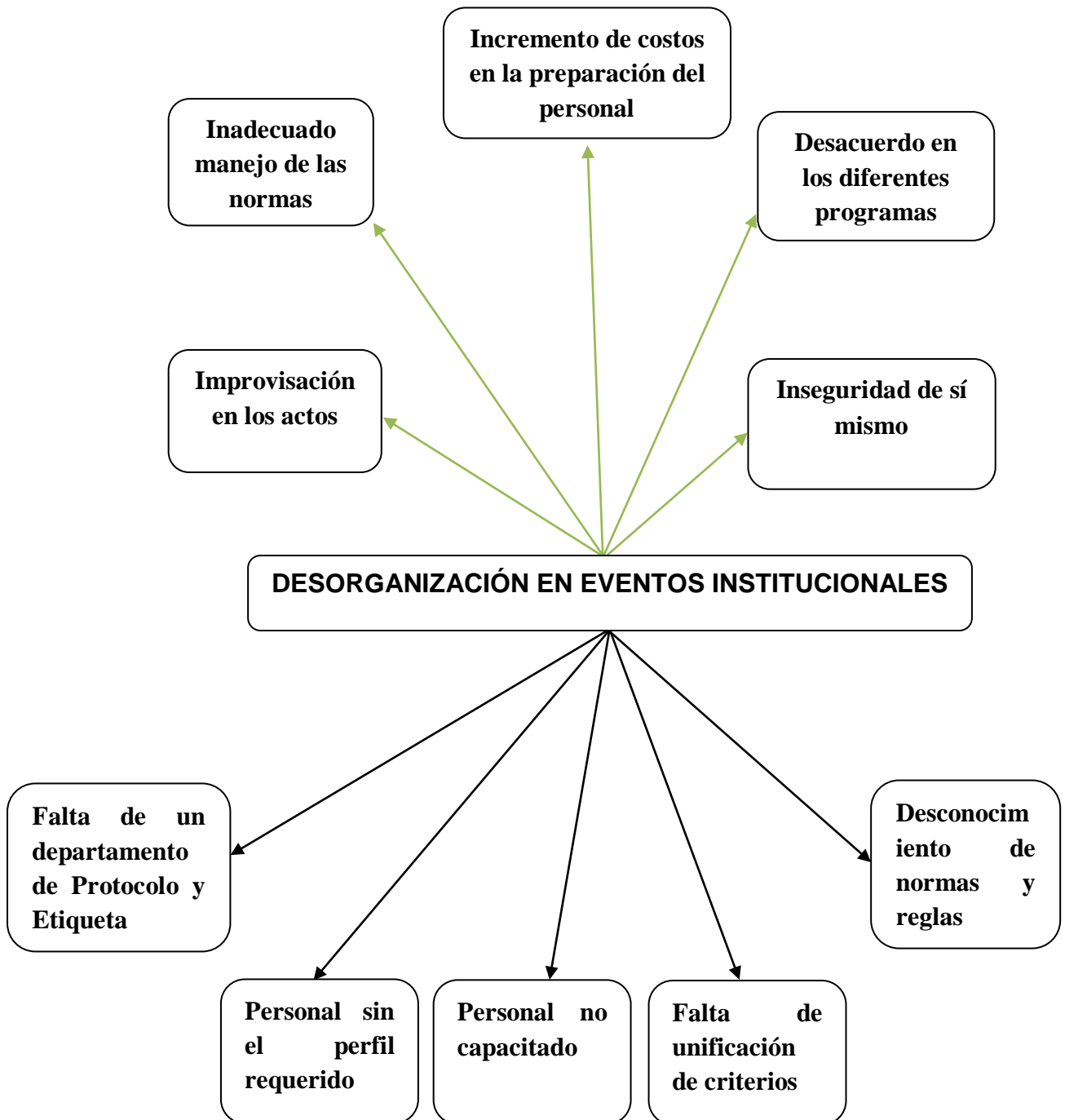
- <http://www.cristianecardoso.com/es/2010/12/15/la-forma-de-comportarse-en-público/>
- <http://www.psicothema.com/psicothema.asp?id=656>
- <http://diplomagic.com/es/la-mesa/orden-de-precedencia.html>
- <http://es.scribd.com/doc/52798773/PRECEDENCIAS-PROTOCOLARIAS-DEL-ECUADOR>
- <http://www.eumed.net/ce/2011a/lapdg.htm>
- <http://www.contextotucuman.com/nota/60972/los-10-buenos-modales-que-jamas-deberias-olvidar.html>
- <http://flor-de-pitimini.lacoctelera.net>
- <http://definicion.de/comportamiento/#ixzz2ZXdj8U5d>
<http://www.repo.uta.edu>
- *ec-Carrera Secretariado en Español*
- <http://WWW.repositorio.utn.edu.ec/bitstream/.../1/FECYT%201482%20TESIS.pdf>
- http://sparrowsnas.blogspot.com/2012_06_01_archive.html
- <http://ww2.educarchile.cl/UserFiles/P0001%5CFile%5CTEORIA%20HUMANISTA.pdf>

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO 1

Árbol de problemas



ANEXO 2

Matriz de Coherencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>¿Cuál es la aplicación de normas de protocolo y etiqueta en los eventos institucionales de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, EMAPA-I? Año: 2 013.</p>	<p>Determinar las normas de Protocolo y Etiqueta, de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, de la ciudad de Ibarra, para que proyecte una imagen positiva.</p>
INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p>¿Cuál es la aplicación de normas protocolarias en la organización de eventos en la Empresa Pública Municipal de Agua y Alcantarillado de la ciudad de Ibarra?</p> <p>¿Una adecuada aplicación de normas de protocolo y etiqueta, ayudará a mejorar la imagen en la EMAPA-I-?</p> <p>¿El contar con una Guía Protocolar en el desarrollo de actividades sociales y laborales en la EMAPA-I- mejorará la</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar cuál es la aplicación en la EMAPA-I-, respecto a normas de etiqueta y protocolo en la organización de eventos institucionales. • Analizar cómo debe ser la Organización de Eventos Protocolarios, para mejorar la Imagen Institucional. • Elaborar una Guía Protocolar, para la organización de eventos, en la Empresa Pública Municipal de Agua

<p>organización de eventos?</p> <p>¿El dominio y aplicación de estrategias de etiqueta y protocolo mejorará la imagen institucional de la EMAPA-I- y la organización de eventos?</p>	<p>Potable y Alcantarillado, EMAPA-I-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Socializar la guía de protocolo y etiqueta en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, EMAPA-I- para que los empleados la conozcan y se proyecte una imagen positiva al interior y exterior de la empresa.
--	--

ANEXO 3

Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
PROGRAMA SEMIPRESENCIAL



ENCUESTA DIRIGIDA A AUTORIDADES, FUNCIONARIOS, TRABAJADORES DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO, DE LA CIUDAD DE IBARRA, EMAPA-I- Y USUARIOS EN GENERAL

Determinar la importancia de la aplicación del Protocolo y Etiqueta dentro de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado, EMAPA-I.

DATOS GENERALES:

Género: Masculino Femenino
Autoridad Funcionario Trabajador
Usuario
Edad: 18 - 25 26 - 34 35 - 45
45 0 más

Cuántos años trabaja en la empresa:

Menos de un año 1 a 3 años 3 a 10 años
más de 10 No trabaja en la empresa

Marque con una (x) las alternativas que crea conveniente:

1. ¿Por qué es importante la etiqueta social en el lugar de trabajo?

- a. Mejora el ambiente laboral ()
- b. Son reglas que nos permiten desenvolvernos en las diferentes actividades sociales ()
- c. Mejora las relaciones interpersonales ()

2. ¿La identidad corporativa es importante para la empresa? ¿Por qué?

- a. La gestión de una identidad sólida asegura una buena imagen ()
- b. Una imagen corporativa firme crea un valor agregado a la empresa ()
- c. Genera confianza entre los públicos internos y externos ()

3. ¿Considera usted que las siguientes Normas de Protocolo y Etiqueta son importantes?

	Mucho	Poco	Nada
Respeto			
Puntualidad			
Honestidad			
Cortesía			

4. ¿Cree usted que mantener una buena apariencia influye en la imagen de la empresa?

- a. Siempre ()
- b. Casi siempre ()
- c. Algunas veces ()

5. ¿Cree usted que la gestión de protocolo y etiqueta influye en la reputación empresarial?

- a. Siempre ()
- b. Casi siempre ()
- c. Algunas veces ()

6 ¿Con la aplicación de una Guía Protocolar en la EMAPA-I- mejorará la organización de eventos internos y externos?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. Tal vez ()

7. ¿Considera usted importante que la persona que esté a cargo de la gestión y aplicación del protocolo y etiqueta en la EMAPA-I- sea un profesional en el área?

- a. Totalmente de acuerdo ()
- b. En desacuerdo ()
- c. Indiferente ()

8. ¿Cree usted que una forma de promocionar a la empresa es la organización en los eventos?

- a. Totalmente de acuerdo ()
- b. En desacuerdo ()
- c. Indiferente ()

9. ¿Le gustaría recibir una capacitación de Protocolo y Etiqueta Social?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. Tal vez ()

10. ¿Está de acuerdo que los colaboradores de EMAPA-I- en todos los niveles jerárquicos deberían conocer las Normas de Etiqueta Social y Laboral?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()

11. ¿Cree usted que EMAPA-I- debe contar con una Guía de Protocolo y Etiqueta?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. A veces ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 4

Directorio EMAPA-I



<http://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/empresas-municipales/emapa>

Ing. Jorge Martínez

PRESIDENTE

MBA. Patricio Aguirre

SECRETARIO

VOCALES

Lic. Laureano Alencastro

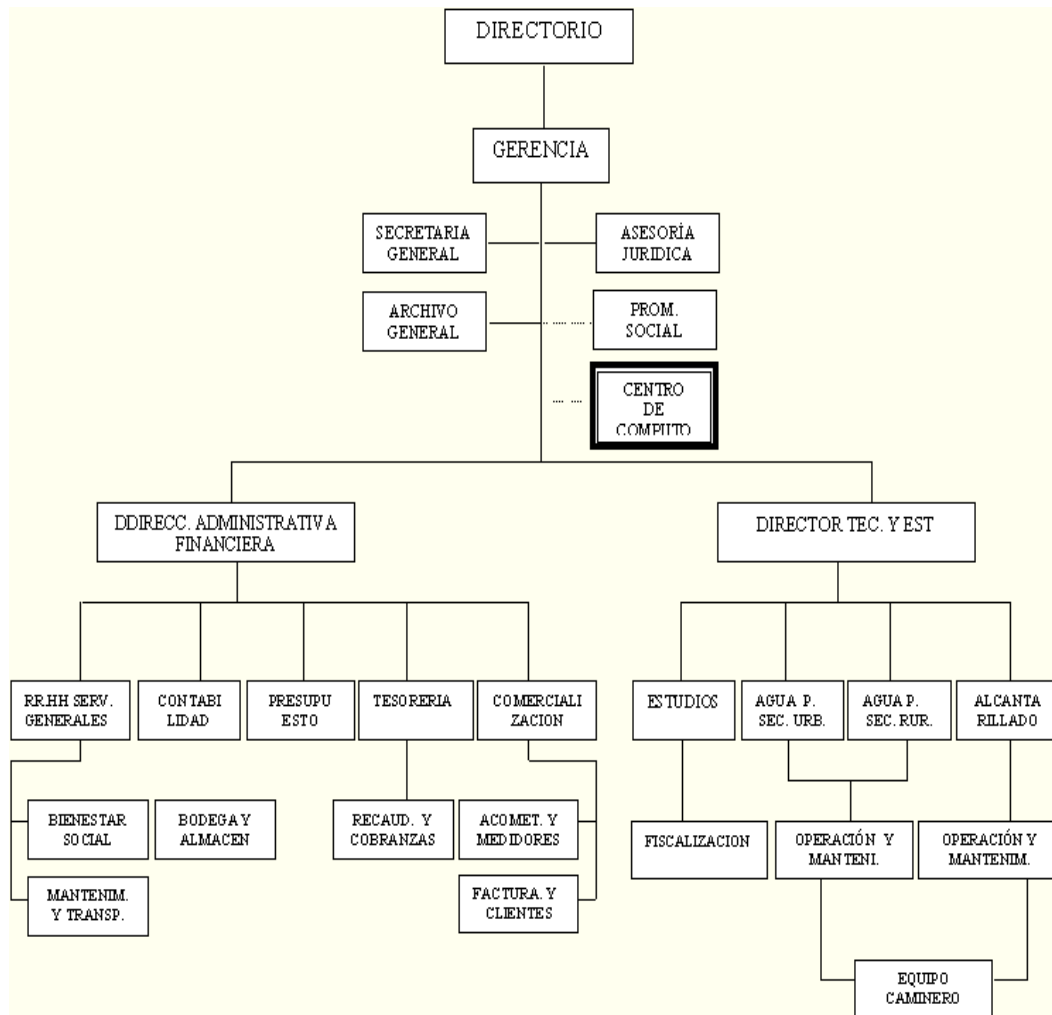
Ing. Wilmer Taboada

Ing. Carlos Morejón

Sr. Hugo Aguirre

ANEXO 5

Organigrama estructura de EMAPA-I-



<http://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/empresas.../emapa/10.../el-alcalde>

ANEXO 6

Infraestructura de la EMAPA-I



<https://encrypted-tbn3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQ1qqG9LKlle4h79la-qckTSBUN03C-9sgl4vk0rKdKNoN9dXNZ>

ANEXO 7

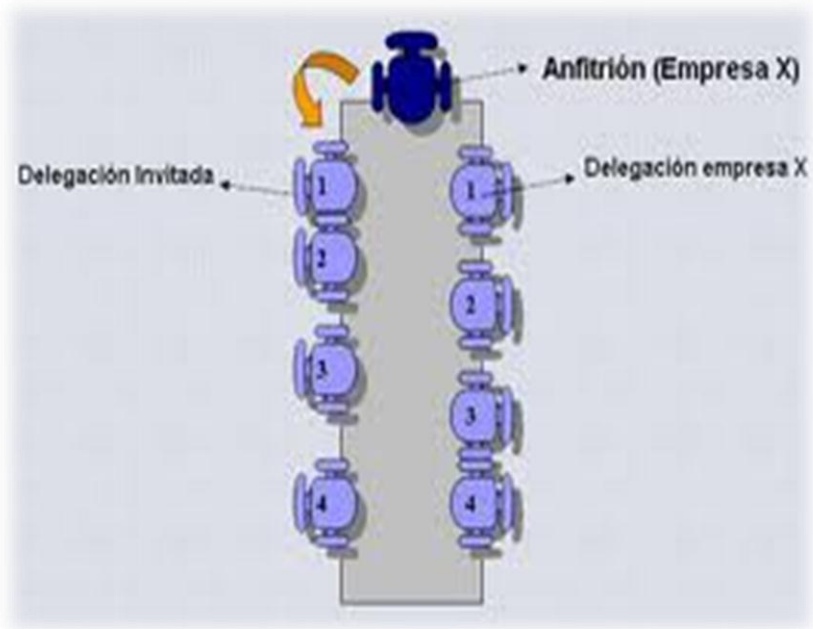
Presentación



https://encrypted-tbn3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQzzHtks23piTJQtPfs-R60wrq5ZnO8aWIKbM3gG-nqchzIXXE6sFv2_b_H

ANEXO 8

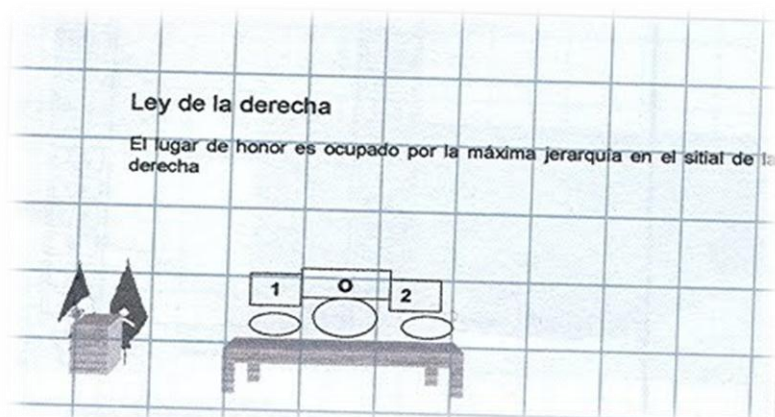
Plano para reuniones



<http://data:image/jpeg;base64,/9j/4AAQSkZJRgABAQAAQABAAQ/2w>

ANEXO 9

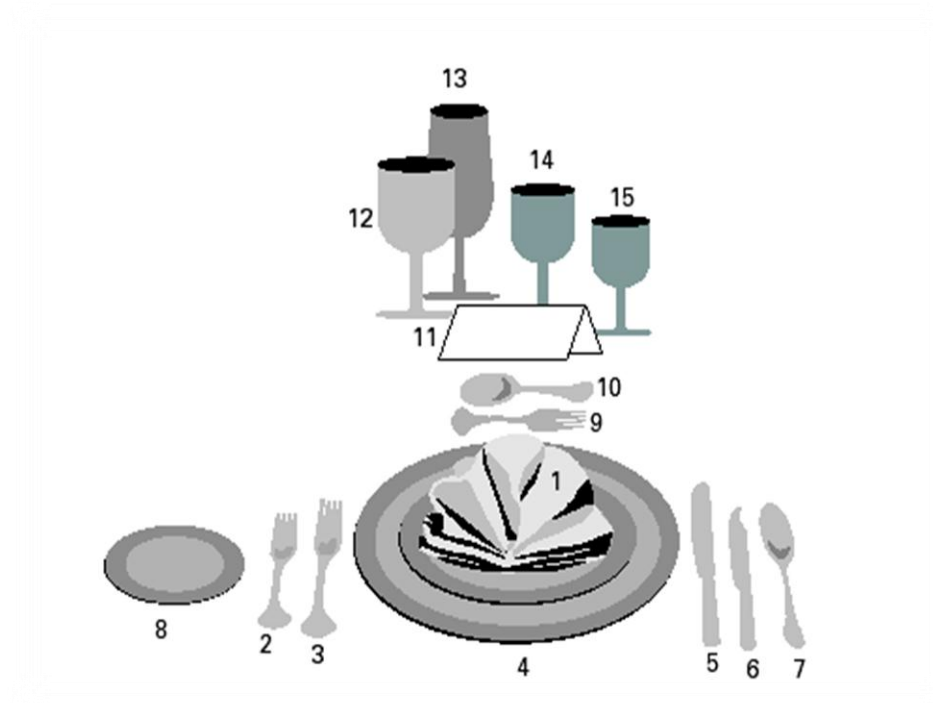
Ley de la derecha para los invitados



<https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:AND9GcQ9Qg8fCLX-fcSHkxVZ04bGOMkvqLadM1u9oyWsgllv2ZEYdh3Y>

ANEXO 10

Disposición de la mesa



<http://www.monografias.com/trabajos60/etiqueta-social/etiqueta-social2.shtml#ixzz2ajf070jl>

- | | |
|------------------------|--|
| 1. Servilleta | 9. Tenedor de postre |
| 2. Tenedor de pescado | 10. Cuchara de postre |
| 3. Tenedor de carne | 11. Tarjeta con el nombre del invitado |
| 4. Platos comensal | 12. Copa de agua. |
| 5. Cuchillo de carne | 13. Copa de champaña |
| 6. Cuchillo de pescado | 14. Copa de vino tinto |
| 7. Cuchara de sopa | 15. Copa de vino blanco |
| 8. Platito de pan | |

ANEXO 11

El idioma de los cubiertos

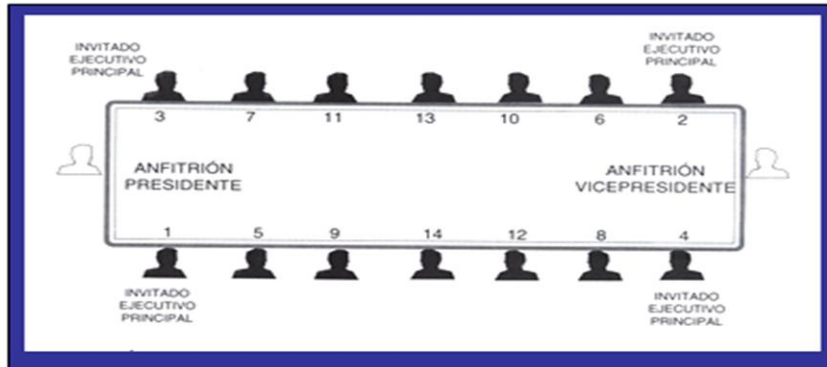


<http://p.twimg.com/A3VA0SdCQAMpGHI.jpg:large>

ANEXO 12

Precedencia en la mesa

12. La Mesa, el lugar privilegiado del encuentro social y empresarial

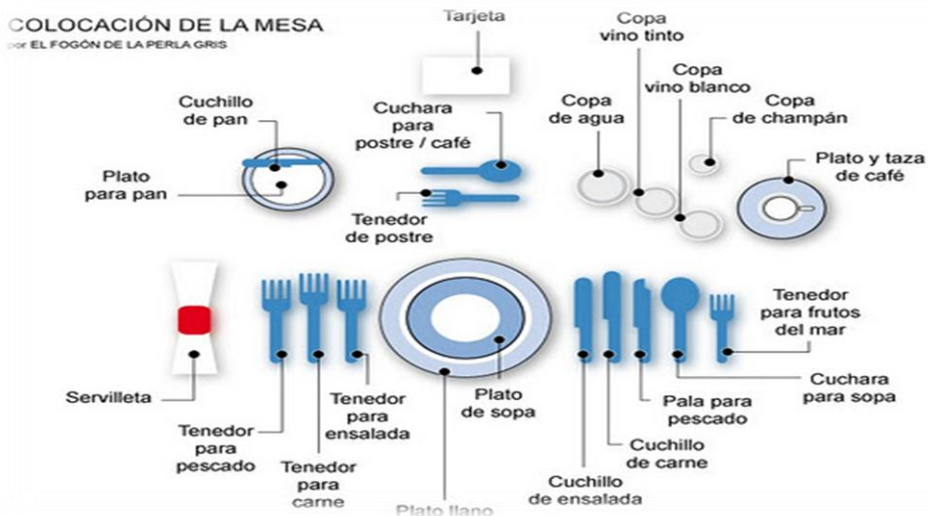


Importancia, ubicación y protocolo en la mesa EJECUTIVOS EN CABECERA DE LA MESA

<http://data:image/jpeg;base64,/9j/4AAQSkZJRgABAQAAQABAAD/6>

ANEXO 13

Colocación de la mesa



<https://encrypted-tbn1.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQyRG4FI5Yt62TF5yQsfe646urdKL8f405EzAiLOlmdkf62DSubQ>

ANEXO 14

Secretaria imagen de la empresa



Foto fuente: SECRETARÍA DE GERENCIA, Sra. Yolanda Flores-- EMAPA-I

ANEXO 15

Logro Institucional



<http://www.emapaibarra.gob.ec/wp-content/uploads/2013/06/CERTIFICACION-9001-2008-EMAPAI.pdf>



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100129245-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Montesdeoca Villarruel Gladys Ximena Marisol		
DIRECCIÓN:	Calle Bolívar 5-38 y Luis Enrique Cevallos, parroquia San Antonio de Ibarra		
EMAIL:	Ximena.fenix@yahoo.com		
TELÉFONO FIJO:	062 932 106	CELULAR	0984661592

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"APLICACIÓN DE NORMAS DE PROTOCOLO Y ETIQUETA EN EVENTOS INSTITUCIONALES Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN DE LA EMPRESA PÚBLICA DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO- IBARRA. EMAPA-I-., en el año: 2013. PROPUESTA: "GUÍA PROTOCOLAR".
AUTOR (ES):	Montesdeoca Villarruel Gladys Ximena Marisol
FECHA: AAAAMMDD	2014/05/05
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Licenciada en la especialidad de Secretariado Ejecutivo en Español
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Claudia Ruiz

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Montesdeoca Villarruel Gladys Ximena Marisol, con cédula de identidad Nro. 100129245-5, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 09 días del mes mayo del 2014

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma) _____

Nombre: Montesdeoca Villarruel Gladys Ximena Marisol
C.C.: 100129245-5

(Firma) _____

Nombre: MSc. Ximena Vallejos
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Montesdeoca Villarruel Gladys Ximena Marisol, con cédula de identidad Nro. 100129245-5 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **“APLICACIÓN DE NORMAS DE PROTOCOLO Y ETIQUETA EN EVENTOS INSTITUCIONALES Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN DE LA EMPRESA PÚBLICA DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO- IBARRA. EMAPA-I-., en el año: 2013. PROPUESTA: “GUÍA PROTOCOLAR”**. Ha sido desarrollado para optar por el Título de Licenciada en la especialidad de Secretariado Ejecutivo en Español en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma)

Nombre: Montesdeoca villarruel Gladys Ximena Marisol

Cédula: 100129245-5

Ibarra, a los 09 días del mes de mayo del 2014