

TEMA 4: RELACIONES INSTITUCIONALES Y PROTOCOLO EN EL ÁMBITO PRIVADO

4.1. PROTOCOLO Y RELACIONES INSTITUCIONALES EN LA EMPRESA: ORGANIGRAMA Y ACTOS

La utilización del protocolo en el ámbito privado, en una empresa, entidad, corporación, etc., se disecciona generalmente en el departamento de Comunicación, de Relaciones Públicas, de Relaciones Institucionales, en la Secretaría General, en el Gabinete del Presidente, incluso a veces en el departamento de Márketing.

Actualmente el protocolo se mueve sobre todo en el mundo de la comunicación, cada vez más, la sociedad exige que las instituciones privadas, con independencia de su tamaño, sean más cercanas y transparentes, y éstas a su vez dedican una mayor parte del presupuesto a la comunicación y la publicidad. Esta condición obliga a que se establezca una comunicación directa con la sociedad, transmitiendo su identidad, su trabajo, sus resultados y sus valores. La comunicación se convierte por tanto, en una herramienta estratégica que según como proyecte la imagen de la entidad tanto hacia el exterior como al interior, el mercado tendrá una valoración positiva o negativa de nuestra organización y, por tanto, de los productos y servicios que ofrecemos.

Podríamos decir que el profesional de protocolo se convierte en mediador entre el organismo y la sociedad, con el fin favorecer la obtención de unos beneficios que logren el alcance de los objetivos marcados por la entidad.

El desarrollo de la comunicación y la interdependencia de la economía, la vida social y la política han motivado que las empresas alcancen un protagonismo que trasciende los fines exclusivamente privados para los que se crearon. Hoy en día, las empresas son agentes de primera magnitud en la esfera pública y tienen cada vez más oportunidades de estrechar sus relaciones con la sociedad (administraciones, otras empresas, asociaciones, medios de comunicación, sociedad en general) a través de múltiples herramientas (visitas, celebraciones de congresos, exposiciones, conferencias, patrocinio de actividades sociales, culturales, deportivas, etc.)

Cualquier empresa que desee mostrarse competitiva, necesita contar con una personalidad propia que la diferencie de las demás, ya que aquellas que consiguen destacar sobre su competencia tienen más fácil el camino hacia el éxito. La diferencia no se deberá sólo a la calidad de sus productos o a su imagen de marca, sino a las actitudes, comportamientos y actividades que las empresas desarrollen. Desde la atención telefónica a la información que transmiten sus directivos, desde la forma de actuar de sus trabajadores a la organización de sus actos o la cooperación de otras organizaciones sociales.

El protocolo en la empresa pone en marcha una serie de técnicas y actos que a través de un proceso estratégico de comunicación, se mantiene, modifica o crea una imagen de la entidad para obtener una opinión favorable del público con que se relaciona. En líneas generales, podemos concluir diciendo que al profesional de protocolo en el ámbito privado se le asignan tareas no solo de organización de eventos, sino también de relaciones públicas, publicidad, diseño, comunicación, marketing, etc. Debe ser por tanto un profesional versátil que esté al servicio de fines concretos, atendiendo a la diversidad de actividades socio-económicas y

políticas, y debe ser también el nexo de unión entre la entidad y los grupos sociales a ella vinculados.

LA EMPRESA	
Definición	La empresa es la unidad económico-social, con fines de lucro, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil de acuerdo con las exigencias del bien común.
Composición / organigrama	Precedencias generales: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Presidente ▪ Director General ▪ Director Gerente ▪ Directores de distintas áreas: administración, marketing, comunicación, comercial, etc. Consejo de Administración. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Presidente ▪ Vicepresidente ▪ Secretario ▪ vocales
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ optimizar el beneficio. ▪ favorecer la "imagen corporativa", impresión que el público tiene de la empresa en su conjunto. ▪ potenciar la "identidad corporativa", su logotipo, colores, un estilo propio de actuar, etc.
Legislación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manual Interno de Protocolo de las diferentes empresas. ▪ Real Decreto de Precedencias 2099/83 para las autoridades.
PROTOCOLO EN LA EMPRESA	
Definición	El protocolo en la empresa es el conjunto de criterios para la organización de los actos públicos, disposición de los cargos en el ordenamiento interno y definición de las relaciones humanas dentro y fuera de una entidad privada
Características del protocolo en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los actos en la empresa se rigen por la política global de la misma. ▪ Flexibilidad en el uso de técnicas organizativas. ▪ Utilización de un protocolo comparado. ▪ Aplicación de ordenaciones mixtas, entre personalidades de la empresa y de fuera de ella. ▪ Los actos de empresa carecen de reglas y normativa para su organización, de ahí la importancia de que las empresas desarrollen el Manual Interno de Protocolo: conjunto básico de normas adecuadas a la entidad que regulan la manera de organizar los actos. ▪ La ordenación de autoridades será respetada en todo lo posible. ▪ El Presidente presidirá todos los actos promovidos por la

	<p>empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Los invitados suelen atender a diferentes grupos: autoridades, especiales, de honor, colaboradores, clientes, patrocinadores y generales. ▪ Las empresas cuentan con sus propias banderas que se colocan separadas de las banderas oficiales. ▪ Cuando la empresa patrocina un acto, su representante deberá ocupar un lugar en la presidencia o bien un lugar especial entre los asistentes. ▪ En los actos propios de la comunidad autónoma o localidad, el presidente de la empresa debe ser equiparado con el cargo de Director General. ▪ La escenografía de los actos se caracteriza porque predomina en todo momento el logotipo y colores de la entidad.
<p>Las precedencias en la empresa</p>	
<p>Precedencias internas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El organigrama de la empresa servirá en todo momento de referencia para la ordenación. ▪ Como norma general preside el Presidente los actos que organice, aunque puede ceder la presidencia a una autoridad o invitado de honor. Eso sí se cede la presidencia a la Casa Real, al Presidente de Gobierno y al Presidente de la Comunidad Autónoma. ▪ Los miembros del Consejo Administrativo ocuparán un lugar de honor. El orden lógico sería: Presidente, Vicepresidentes, Secretario, Vocales (entre ellos se ordenan o bien por antigüedad, la costumbre, el porcentaje de acciones que representan, etc.) ▪ Para los cargos de gestión se siguen los criterios de: orden vertical del organigrama de la empresa, o bien según la naturaleza del acto, se situarán por delante aquellos cargos que estén más relacionados con el tipo de acto, del mismo modo se utilizan también los criterios, dentro de una misma línea horizontal del organigrama, de antigüedad, orden alfabético u otros. ▪ Accionistas: si son muchos lo más recomendable es no adjudicar sitios, si es un número reducido por orden alfabético, antigüedad en la adquisición, etc.
<p>Precedencias externas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Autoridades: por cortesía se respeta su ordenamiento fijado en el RD 2099/83. Se sitúan en un lugar destacado, en las primeras filas o en los laterales. ▪ Invitados de honor: personas a las que se les concede tal distinción por su trayectoria profesional, y cuya presencia ayuda a reforzar los objetivos del acto. Se les asigna un lugar especial, bien en la presidencia o en una zona próxima a la misma. ▪ Invitados especiales: aquellos que merecen un tratamiento especial por razón de su personalidad. Se sitúan tras las autoridades y los invitados de honor.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Colaboradores o patrocinadores: máximos representantes de las empresas o instituciones que participan en el acto. Se colocan junto a las autoridades, en presidencia o en un lugar destacado. ▪ Clientes: se sitúan a continuación de colaboradores y patrocinadores. ▪ Invitados generales.
Precedencias mixtas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cuando a un acto acuden miembros internos de la empresa y externos, usamos el protocolo mixto, es decir se alternan los miembros de la empresa con las autoridades o los invitados especiales.
Precedencias en actos externos con presencia de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En los actos promovidos por otras instituciones o empresas a los que acuda representación institucional de la empresa, se les da el siguiente trato: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Si se trata actos que organizan otras instituciones en los que no existe el patrocinio o colaboración de nuestra empresa, los representantes se situarán en el lugar que estimen oportuno los organizadores. ❖ Si por el contrario es un acto del cual somos patrocinadores o colaboradores, sí deberemos buscar un tratamiento y colocación adecuada.
Los actos en la empresa	
Tipos de actos	<p>Actos internos/externos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Actos internos: actos que, organizados o no por la empresa, se celebran en el ámbito de la empresa. ▪ Actos externos: pueden ser actos públicos o privados que organice la empresa, o que no organice la empresa pero tenga algún tipo de presencia (patrocinador, colaborador), y que se desarrollan fuera del ámbito de la empresa. <p>Actos propios/ajenos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Actos propios: aquellos cuya organización corre a cargo de la empresa. Los actos propios pueden ser: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Generales: aquellos de carácter corporativo, acerca de las relaciones institucionales del conjunto de la empresa. ❖ Especiales: aquellos convocados como consecuencia de las actividades propias de cada área. ▪ Actos ajenos; aquellos que organiza otra entidad en los que la empresa tiene una determinada presencia. <p>Actos corporativos/territoriales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Actos corporativos: aquellos que se celebran en la sede central o que son promovidos directamente por los órganos centrales. ▪ Actos territoriales: los que se celebran en cualquiera de las sedes territoriales o locales.
Actos internos de la empresa	<p>De la misma manera que se preparan los actos a los que asisten personas que no pertenecen al ámbito empresarial para reforzar la imagen de la empresa, también es preciso contemplar y cuidar aquellos actos que tienen lugar en el seno interno de la misma,</p>

	<p>para establecer una serie de normas de comportamiento interno que afectan también a la imagen de terceros, algunos de estos eventos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reuniones de trabajo ▪ Junta General de Accionistas ▪ Comidas de negocios ▪ Organización de viajes al extranjero ▪ Entrevistas ▪ Visitas a la empresa
Actos institucionales de la empresa	<p>Los actos de carácter institucional que se puede organizar una empresa son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Firmas de convenios ▪ Presentaciones ▪ Conferencias ▪ Entrega de premios ▪ Conmemoraciones y homenajes ▪ Cumbres ▪ Inauguraciones ▪ Primeras piedras ▪ Ferias y exposiciones <p>Ahora veamos cómo se desarrollan algunos de estos actos.</p>
Los medios de comunicación	<p>La importancia de los medios de comunicación en los actos públicos debe ser debidamente valorada, ya que multiplican el número de espectadores y facilitan la proyección pública.</p> <p>La presencia de los medios debe ser planificada:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <u>Convocatoria</u>: se notifica la realización del acto. ▪ <u>La acreditación</u>: medio que facilita su identificación y garantiza la libertad de movimientos. Se suele diseñar en diferentes colores para que el servicio de seguridad los identifique. ▪ <u>Dossier de prensa</u>: lo elaboran el servicio de prensa y protocolo para entregarlo con toda la información que concierne al acto. ▪ Se reservan <u>espacios</u> para los periodistas y las cámaras. ▪ Diseñar <u>tribunas de prensa</u> en los actos al aire libre. ▪ Se buscan <u>áreas de trabajo</u> diferenciadas, ruedas de prensa, sala de conferencias, circuito cerrado de TV, etc.

4.2. PROTOCOLO Y RELACIONES INSTITUCIONALES EN LAS ENTIDADES NO LUCRATIVAS (ENL): ASOCIACIONES Y FUNDACIONES

QUÉ ES UNA ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO:

Una entidad sin ánimo de lucro (**ENL**), es un conjunto de medios humanos (contratados y voluntarios), materiales y financieros que se organizan para suministrar bienes o servicios y conseguir así un objetivo social.

Las entidades no lucrativas reúnen las siguientes características:

- Tienen un carácter privado.

- Cuentan con una organización formal.
- No tienen ánimo de lucro.
- Poseen un alto grado de participación voluntaria en sus actividades.
- Cuentan con capacidad de autocontrol institucional de sus acciones.
- Su gestión está basada en principios y valores, siendo democrática y transparente.
- Su actuación está integrada en la comunidad.

Como entidades no lucrativas tenemos:

ASOCIACIONES	FUNDACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entidad formada por un conjunto de asociados o socios para la persecución de un fin de forma estable, sin ánimo de lucro y con una gestión democrática. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organización dotada de personalidad jurídica privada que se caracteriza por perseguir, sin ánimo de lucro, fines de interés general a favor de un colectivo genérico.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ No necesitan capital inicial, solo hacerlo constatar e los estatutos, según la Ley Orgánica 1/2002 reguladora del Derecho de Asociación. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se requiere una dotación inicial.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los socios son dueños de una parte del capital y pueden extinguir la entidad libremente. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El capital que aportan los fundadores sale de su patrimonio, y no pueden extinguir la fundación.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Órganos de gobierno: <ul style="list-style-type: none"> - Asamblea General, formada por los asociados - Junta Directiva, formada por el Presidente, secretario, tesorero y vocales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Órgano de gobierno: <ul style="list-style-type: none"> - Patronato constituido por patronos.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El funcionamiento de una asociación debe ser democrático, la Asamblea General y la Junta Directiva tienen potestad decisoria. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El funcionamiento de una Fundación depende únicamente del órgano de gobierno, el Patrono, que decide libremente sin solicitar autorización a la Asamblea de socios.

EL PROTOCOLO EN UNA ENL

- No existe protocolo específico.
- Es el departamento de comunicación quien generalmente se encarga de las relaciones institucionales.
- La función de la comunicación es vital para mantener en contacto a los agentes que intervienen en la organización.

- Existen cuatro áreas básicas en las que se precisa organización, y que son:
 1. las relaciones entre los miembros de la entidad.
 2. el funcionamiento interno, articular la estructura legal, el funcionamiento administrativo y la gestión de recursos.
 3. la organización de actividades.
 4. las relaciones con el entorno de la entidad, recabar información para conocer la realidad sobre la que se va a actuar, mantener relaciones con asociaciones similares y coordinar esfuerzos con ellas.
- Todas las actividades que se realizan tienen por objeto el fin social.
- Se trabaja sobretodo en la elaboración de cartas, folletos, revistas periódicas, boletines internos, encuestas etc.
- Los actos en las fundaciones están dotados de mayor solemnidad.
- En ocasiones la figura del Patrono corresponde a una autoridad del Estado o personalidad que lleva su propio tratamiento, y que por tanto se mantiene a todos los efectos.

CÓMO SE GESTIONAN LAS ACTIVIDADES DE UNA ENL

Objetivo: resolver las necesidades de un colectivo determinado.

Plan Estratégico de una ENL: para la concesión de subvenciones a las ENL se exige un Plan Estratégico que concrete los objetivos, las metas y el diseño de las políticas y planes para alcanzarlos. Esta es una herramienta decisiva para la dirección y gestión de la ENL, refuerza la imagen de la entidad que le da señal de transparencia. Una de las herramientas de gestión estratégica, es la **COMUNICACIÓN**, para la difusión de las actividades de la entidad y alcanzar los objetivos generales de la misma. Para establecer relaciones externas basadas en la confianza y en el compromiso.

Las actividades de protocolo que se desarrollan en una ENL son actividades relacionadas con la comunicación, que se ejecutan generalmente en el departamento de Comunicación y/o en el de Proyectos, aunque todo depende del tamaño de la entidad, de las relaciones jerárquicas que se establezcan y del grado de descentralización, que incidirán en la forma de gestionar las actividades de dicha entidad.