

Protocolo,
relaciones públicas
y comunicación

Consulte nuestra página web: www.sintesis.com
En ella encontrará el catálogo completo y comentado



Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con autorización de los titulares de la propiedad intelectual. La infracción de los

derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sigs. Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos (www.cedro.org) vela por el respeto de los citados derechos.

Protocolo, *relaciones públicas* y **comunicación**

José Antonio Dorado Juárez
María Isabel García Isa



Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquier otro, sin la autorización previa por escrito de Editorial Síntesis, S. A.

© José Antonio Dorado Juárez
María Isabel García Isa

© EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.
Vallehermoso, 34. 28015 Madrid
Teléfono 91 593 20 98
<http://www.sintesis.com>

ISBN: 978-84-975669-9-5
Depósito Legal: M. 36.090-2010

Impreso en España - Printed in Spain

Índice

| | |
|--|-----------|
| Capítulo 1. El protocolo | 9 |
| 1.1. Introducción | 9 |
| 1.2. Concepto de protocolo | 10 |
| 1.3. Historia del protocolo | 12 |
| 1.4. Principios y fundamentos del protocolo | 15 |
| 1.5. Tipos de protocolo | 16 |
| Capítulo 2. Precedencia, simbología y tratamiento | 25 |
| 2.1. Introducción | 25 |
| 2.2. Definición de precedencia | 26 |
| 2.3. Orígenes de las precedencias | 26 |
| 2.4. El orden de precedencia: ordenación de las personas | 27 |
| 2.5. Legislación | 31 |
| 2.6. Heráldica | 33 |
| 2.7. El escudo de España | 34 |
| 2.8. Vexilología | 34 |
| 2.9. La bandera española | 35 |
| 2.10. Antecedentes históricos de la bandera española | 35 |
| 2.11. Colocación de banderas | 38 |
| 2.12. Tratamiento | 42 |
| Capítulo 3. Tipos de protocolo | 47 |
| 3.1. Concepto | 47 |
| 3.2. Tipos de actos | 47 |

| | |
|--|-----------|
| 3.3. La etiqueta | 48 |
| 3.3.1. La etiqueta masculina | 49 |
| 3.3.2. La etiqueta femenina | 52 |
| 3.4. Otros protocolos | 54 |
| 3.5. Protocolo religioso | 54 |
| 3.5.1. Tratamientos | 57 |
| 3.6. Protocolo de la Administración General del Estado | 58 |
| 3.7. Protocolo de empresa | 59 |
| 3.7.1. Precedencia, tratamiento, banderas | 61 |
| 3.8. Protocolo deportivo | 62 |
| 3.8.1. Precedencia en el protocolo deportivo | 63 |
| 3.9. Protocolo universitario y académico | 64 |
| 3.9.1. Principales actos académicos | 67 |
| | |
| Capítulo 4. Montaje y servicio | 69 |
| <hr/> | |
| 4.1. Montaje | 69 |
| 4.2. Tipos de montaje | 69 |
| 4.2.1. Colocación de comensales | 82 |
| 4.2.2. Menú | 84 |
| 4.2.3. Montaje de mesa de banquetes | 85 |
| 4.3. Aforo | 85 |
| 4.4. Tipos de servicio | 88 |
| 4.4.1. Brunch | 88 |
| 4.4.2. Coffee break | 89 |
| 4.4.3. Almuerzo | 90 |
| 4.4.4. Lunch | 90 |
| 4.4.5. Buffet | 91 |
| 4.5. Sistemas de servicio | 92 |
| | |
| Capítulo 5. Relaciones públicas | 93 |
| <hr/> | |
| 5.1. Introducción | 93 |
| 5.2. Concepto de relaciones públicas | 94 |
| 5.2.1. Público | 96 |
| 5.3. Las relaciones públicas y otras disciplinas | 97 |
| 5.4. Recursos de las relaciones públicas | 98 |

| | |
|--|------------|
| 5.5. Marcas corporativas | 99 |
| 5.6. Concepto de marca | 101 |
| 5.7. Elementos de la marca | 102 |
| 5.8. Identidad corporativa frente a imagen corporativa | 103 |
| 5.9. La imagen del turismo español | 103 |
| | |
| Capítulo 6. La organización de un acto | 109 |
| <hr/> | |
| 6.1. Introducción | 109 |
| 6.2. Fases de la organización de un acto | 110 |
| 6.2.1. Ideación | 110 |
| 6.2.2. Preparación | 113 |
| 6.2.3. Ejecución | 117 |
| 6.3. Proveedores | 117 |
| 6.4. Programa de un evento | 119 |
| 6.5. Orden de servicio | 124 |
| 6.6. Las empresas hoteleras como organizadoras de eventos | 125 |
| | |
| Capítulo 7. La comunicación con los clientes | 127 |
| <hr/> | |
| 7.1. La comunicación como proceso | 127 |
| 7.2. Variables que han de tenerse en consideración a la hora de prestar una atención de calidad al cliente | 129 |
| 7.2.1. El producto | 130 |
| 7.2.2. El personal | 132 |
| 7.2.3. El cliente | 137 |
| 7.3. Comunicación verbal y no verbal | 138 |
| 7.3.1. Comunicación verbal | 139 |
| 7.3.2. Comunicación no verbal | 140 |
| | |
| Capítulo 8. Modalidades de atención con el cliente | 145 |
| <hr/> | |
| 8.1. Introducción | 145 |
| 8.2. Modalidad contacto de primera línea | 147 |
| 8.2.1. Contacto directo (cara a cara) | 148 |
| 8.2.2. Contacto no directo | 159 |
| 8.3. Comunicación indirecta | 168 |

| | |
|--|------------|
| Capítulo 9. Puntos clave en la atención al cliente | 173 |
| 9.1. Los contactos que dejan huella en el cliente | 173 |
| 9.2. Puntos clave para la aproximación con el cliente | 174 |
| 9.2.1. La acogida: “El Flash” (50%) | 174 |
| 9.2.2. Durante la prestación del servicio: “El seguimiento personalizado” (40%) | 178 |
| 9.2.3. La despedida: “La guinda” (10%) | 181 |
| Capítulo 10. Exposición de sugerencias, quejas y reclamaciones | 189 |
| 10.1. Introducción | 189 |
| 10.2. Sistemas de recogida de información de clientes | 190 |
| 10.2.1. A través de cuestionarios | 192 |
| 10.2.2. A través de cartas al director, correos electrónicos, etc. | 194 |
| 10.2.3. Ante un trabajador de la empresa | 194 |
| 10.2.4. A través de oficina centralizada | 194 |
| 10.3. Principales motivos de queja en las empresas de hostelería y turismo | 195 |
| 10.4. Fases en la gestión de una queja o reclamación | 197 |
| 10.4.1. Procedimiento ante quejas y reclamaciones | 197 |
| 10.5. Normas legales vigentes en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas | 199 |
| Capítulo 11. La actitud en la atención al cliente | 203 |
| 11.1. Introducción | 203 |
| 11.2. La actitud de servicio o la profesionalidad de los equipos | 204 |
| 10.2.1. La actitud del personal de contacto con los clientes | 205 |
| 11.3. El valor de la discreción dentro del ámbito laboral | 212 |
| 11.4. El valor de la imagen corporativa | 213 |
| Bibliografía | 217 |