



UNIVERSIDAD DE CIENFUEGOS CARLOS RAFAEL RODRÍGUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**MANUAL DE PROTOCOLO, CEREMONIAL Y ETIQUETA del Gran Café
Cubano Centro Mercantil**

Trabajo de Diploma presentado en opción al Título de Licenciado en
Comunicación Social

Autora: Carilyn Palacios Yanes

Tutora: Lic. Dunia Villafaña Manresa
Cienfuegos, diciembre 2023.

Pensamiento

Nunca permitas que te desalienten los que no creen en ti, al contrario esfuérzate más y muéstrale que eres capaz

Heran Gabio

Dedicatoria

Dedicatoria

A mi hija, por darme las fuerzas cada día de salir adelante , a mis padres por su apoyo incondicional

Agradecimientos

A mis padres por siempre estar al mi lado, a mi hija mis hermanos, esposo

A los profesores del departamento de Comunicación Social

A Deisy Gavín Morales, Lucrecia Betancoart y a Balbina Gonzales Aceas por haberme guiado

A todo el colectivo de trabajadores del Gran Café Cubano Centro Mercantil

Muchas Gracias

Resumen

Este trabajo de investigación se realiza en el Gran Café Cubano Centro Mercantil con el objetivo de Proponer un Manual de protocolo, ceremonial y etiqueta que contribuya al posicionamiento de las relaciones públicas y al mejoramiento del servicio en dicha institución. La sistematización teórico-conceptual está guiada sobre la base de la comunicación institucional, el protocolo, ceremonial y la etiqueta, entre otros. Se realizó como propuesta de solución a una problemática de esta entidad perteneciente a un proyecto de desarrollo local; dada la carencia de un documento que norme la correcta aplicación del Protocolo, Ceremonial y la Etiqueta en los diferentes escenarios. Se utilizó la metodología cualitativa en un estudio de caso único con un diseño no experimental, transversal-descriptivo. Se emplearon métodos del nivel teórico como: el histórico-lógico, el inductivo-deductivo, el analítico-sintético y el sistémico-estructural; así como del nivel empírico: revisión bibliográfica documental, observación participante, la aplicación de cuestionarios y entrevista en profundidad. La aplicación de estos instrumentos de investigación posibilitó caracterizar el estado actual de la gestión del Protocolo, Ceremonial y la Etiqueta en el Gran Café Cubano Centro Mercantil. Sobre la base de esta caracterización o diagnóstico se elaboró el Manual de Protocolo, Ceremonial y Etiqueta.

INTRODUCCIÓN.....	PÁG.1
--------------------------	--------------

CAPÍTULO I. APUNTES TEÓRICOS

1.1	Definición de Comunicación Institucional.....	PÁG.11
1.2	Definición de Relaciones Públicas	PÁG.13
1.3	Definición de público interno y externo	PÁG.13
1.4	Definición y comunicación del protocolo, ceremonial y etiqueta.....	PÁG19
1.5	Protocolo y comunicación.....	PÁG.21
1.6	Protocolo y etiqueta.....	PÁG .25
1.7	Protocolo y relaciones públicas.....	PÁG .25
1.8	Los Protagonistas del protocolo.....	PÁG.28
1.9	Tipos de protocolo.....	PÁG.30

Capítulo II. Análisis de los resultados

2.1	. Apuntes sobre la metodología investigativa utilizada	
2.2	Contexto del Gran Café Cubano, Centro Mercantil	
2.3	Conformación del Manual de protocolo, ceremonial y etiqueta para el GranCaféCubano,CentroMercantil	

CONCLUSIONES.....	pág.
-------------------	------

RECOMENDACIONES.....	pág.
----------------------	------

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

Según la autora Valdés Leo (2019) :

Las Relaciones Públicas, como disciplina de la Comunicación Social, son una especialidad compleja y difícil, que cada día se les confía menos a los aficionados y cada vez más a especialistas y profesionales. Su ejercicio requiere cualidades personales excelentes y una profesionalidad que es fruto de estudio, compromiso y experiencia.

Desde sus orígenes las Relaciones Públicas se encuentran ligadas al campo de la Comunicación Organizacional, disciplina que enfatiza en el cuidado de la reputación de las organizaciones a través del establecimiento de procesos de comunicación eficaces con sus públicos, siempre en busca de la excelencia de la imagen. Cultivar relaciones armoniosas con sus públicos es primordial para toda institución y es esta precisamente la premisa fundamental que sostiene una gestión de comunicación exitosa. Para ello, es necesario combinar métodos, técnicas y herramientas de la comunicación como las que aportan el protocolo, el ceremonial y el adecuado uso de la etiqueta.

El protocolo como bases de las relaciones públicas y la cultura organizacional, contribuyen al ordenamiento y buen desarrollo de los procesos comunicativos, tanto internos como externos que consolidan la esencia de la institución.

Desde la antigüedad, el desarrollo de cualquier sociedad u organización requiere de normas y reglas de comportamiento para evitar el caos en la convivencia social. Los antecedentes históricos de lo que hoy llamamos protocolo y etiqueta pueden rastrearse en la simbología de las bandas de cazadores y recolectores. Estas prácticas contribuyeron en tiempos preindustriales y pre modernos al sostenimiento de aspectos centrales de la cultura. Luego de una larga trayectoria histórica surgieron, que se encargaría de establecer rituales de obligatorio cumplimiento con estrictas normas.

Todas estas reglas de protocolo y etiqueta se encuentran reflejadas a lo largo de la historia de la humanidad. Hay un hecho definitivo y claro como punto de partida fundamental: el surgimiento de la corte real y de la nobleza, que significó

un momento de esplendor del protocolo y las buenas maneras. Este auge era interpretado por trovadores y relatado en novelas de caballería, donde se daban consejos sobre cómo ser una dama y un caballero correcto, con importantes referencias del protocolo de aquella época.

Durante la Modernidad y Contemporaneidad, los diferentes hechos políticos y sociales marcaron distintos sistemas y formas del ceremonial. Aunque muchas de las reglas de aquellos tiempos queden obsoletas o deban transformarse, la buena educación, las buenas maneras nunca pasan de moda porque ser educado le aporta un valor agregado a nuestra condición humana.

El protocolo, y la etiqueta son disciplinas con sólidos precedentes, con un fuerte presente y un interesante futuro y van evolucionando en todas las esferas de la sociedad. Son herramientas basadas en las costumbres y tradiciones que se utilizan no solo en la vida social, como componentes ordenadores y de buen gusto para proyectar una imagen favorable.

En Cuba, los últimos años de la década del noventa y los primeros del nuevo siglo han marcado un período de desarrollo de las Relaciones Públicas. Durante el transcurso de esta etapa se han materializado proyectos y acontecimientos sin precedentes en la trayectoria de esta especialidad en el país. La mayoría de estos sucesos han contado con el protagonismo de la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales (ACCS) y su Círculo de Relacionistas Públicos como asociación profesional que representa a los relacionistas cubanos tanto nacional como internacionalmente. (César, 2013). Ello ha contribuido también al desarrollo de una visión más consolidada sobre la importancia del protocolo en el contexto institucional y social en el país.

En las instituciones estas prácticas protocolares favorecen el cuidado de los detalles de las relaciones humanas y corporativas, eleva la cultura organizacional, potencia la imagen institucional favorable y la reputación corporativa.

En centros de proyectos de desarrollo local que prestan servicios, el protocolo, ceremonial y la etiqueta son importantes para garantizar una imagen corporativa favorable. Para la realización de esta investigación fue necesario hacer un

estudio comparado sobre el tema en diferentes entidades de servicios tanto a nivel local, territorial, nacional como internacional. Como antecedentes en el ámbito internacional se encuentran los bares y cafeterías con características de productos culturales vinculados a sus funciones gastronómicas. Como entidades pequeñas de servicios de proyecto de desarrollo local. Que poseen características similares, pero cada una se diferencian en cuanto al nivel cultural, a su posición geográfica, su estructura interna y externa y su público. En la observancia de las normas básicas del protocolo , ceremonial y la etiqueta.

Esta pequeña instalación de servicios tiene identificada como necesidad la elaboración de un Manual de Protocolo , Ceremonial y Etiqueta que contenga los lineamientos básicos para el proceder protocolar en el centro. Todo ello en pro de la organización de los servicios de bar especializado que contribuya a la imagen corporativa y esto a su vez haga sostenible el negocio.

Tomando en cuenta la situación anteriormente planteada se define como **problema de investigación:**

¿Cómo contribuir al posicionamiento de las relaciones públicas en El Gran Café Cubano Centro Mercantil?

Objeto de investigación:

Para esto se propone como **Objetivo General:**

Proponer un Manual de protocolo y ceremonial que contribuya al posicionamiento de las relaciones públicas en el Gran Café Cubano Centro Mercantil

Para profundizar en el tema se asumen los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar los fundamentos teóricos y metodológicos sobre las relaciones públicas y el protocolo y ceremonial y etiqueta
2. Diagnosticar el comportamiento de las relaciones públicas del Café Centro Mercantil.
3. Diseñar un Manual de protocolo y ceremonial y etiqueta para el Café Centro Mercantil.

La investigación está estructurada de la siguiente manera:

Capítulo I: Marco teórico referencial. Se abordan los principales núcleos teóricos y conceptuales que sustentan la categoría analítica: Manual de Protocolo , Ceremonial y Etiqueta. También se abordan Fundamentos metodológicos. Se realiza una caracterización de la Gran Café Cubano Centro Mercantil como contexto de investigación y se declaran las bases metodológicas que sustentan el proceso investigativo.

Capítulo II: Análisis de los resultados. Se caracteriza el estado actual de la gestión del , Ceremonial y la Etiqueta en Gran Café Cubano Centro Mercantil y se desarrolla la elaboración del Manual de Protocolo, Ceremonial y Etiqueta del Gran Café Cubano Centro Mercantil.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación, la bibliografía consultada y seguidamente, un grupo de anexos que permiten la mejor comprensión y análisis de los resultados obtenido

Capítulo I: Apuntes Teóricos

1.1 Definiendo Comunicación Institucional

Según el Dr. en Ciencias Sociales Rolando Rodrich Portugal La Comunicación Institucional ha cumplido un siglo de vida como disciplina de investigación. Scott M. Cutlip (2001) es quizás uno de los académicos e investigadores que mejor han retratado la evolución de la profesión y su interrelación con el mundo anglosajón, especialmente con la historia de los Estados Unidos

Según Delphi (2001, 11), La Comunicación Institucional o, Corporativa es una disciplina y un, proceso de gestión que integra la actividad comunicativa de la organización. Se basa en la comunicación de la institución con stakeholders, aspira a una mayor toma de conciencia, comprensión y aprecio de su identidad y sus principios fundamentales, así como de los productos y servicios que ofrece.

Rolando Rodrich Portugal dice que según diversos autores (La Porte, 2001; Sotelo 2007; Mora 2009), la expresión Comunicación Institucional se refiere al conjunto de elementos y actividades de comunicación que emprenden las instituciones de modo organizado. Desde esta perspectiva, el término de Comunicación Institucional es más amplio y aplicable a cualquier organización (no sólo a las grandes empresas y corporaciones) y tiende a integrar las técnicas de las Relaciones Públicas, Marketing y la Publicidad, ampliando los campos de relación con otros públicos no sólo con finalidades estrictamente comerciales.

La Doctora en Ciencias de la Comunicación Hilda Saladrigas, (2005), referente en este tema en Cuba, define la comunicación organizacional como:

Proceso de producción e intercambio de mensajes, con carácter sistémico, naturaleza mediadora y mediada, planificado o espontáneo, que genera flujos de sentido, que se dan tanto dentro de las organizaciones como entre éstas y el entorno, con el fin de facilitar el cumplimiento de sus objetivos y el fortalecimiento de su identidad y cultura”. (p. 134)

De acuerdo con Rivero, (2010):

La gestión de comunicación en las organizaciones es el conjunto de fases o etapas coordinadas para dirigir y controlar todo lo relativo a la comunicación. Debe estar integrada en la gestión global de la entidad e influye en todas las actividades que tienen lugar en la misma atendiendo a su condición de proceso que media y que a su vez es mediado. (p. 24)

Durante el desarrollo de este trabajo se opta por la utilización del término Comunicación Institucional frente al de Comunicación Empresarial, Organizacional y/o Corporativa en razón de que: (EL OBJETIVO que me planteo es: PROMOCIONAR Y PROPICIAR LA INCERSION EN EL GRAN CAFÉ CUBANO CENTRO MERCANTIL, A NIVEL ; NACIONAL E INTERNACIONAL, por lo que considero que la Comunicación Institucional es el modo de comunicación acertado a utilizar, como opción viable ,fiable, segura, económica y de calidad , utilizando los procedimientos, aplicaciones y conocimientos de las buenas prácticas de las técnicas de la comunicación necesarias y útiles a este contexto, a continuación exponemos la opinión conclusiva relacionada al respecto que reafirma el ¿ por qué? de esta selección en la preferencia por el empleo de las técnicas de Comunicación Institucional.

1.2 Definiendo Relaciones Publicas

Afirma la autora Valdés Leo (2019):Las Relaciones Públicas como disciplina nacieron en el siglo XX en Estados Unidos, y se considera al Dr. Edward Bernays como uno de los padres fundadores y uno de sus mayores impulsores. En la década del veinte, además de publicar el libro *Cristalizando la Opinión Pública*, imparte los primeros cursos de la disciplina en la Universidad de Nueva York, lo que contribuyó sustancialmente al rápido desarrollo de las Relaciones Públicas.

Según el Diccionario de la Real Academia el término “relaciones públicas” tiene dos acepciones:

1. f.pl. Actividad cuyo fin es, mediante gestiones personales o con el empleo de las técnicas de difusión y comunicación, informar sobre personas, empresas, instituciones, etc., tratando de prestigiarlas y de captar voluntades a su favor.
2. m. y f. Persona que desempeña las relaciones públicas.

Si queremos mirarlo desde un punto más internacional o global, Webster's Third New International Dictionary nos muestra estas tres definiciones:

1. " Las RRPP son: La promoción de simpatía y buena voluntad entre una persona, empresa o institución y otras personas, público especial o la comunidad en su conjunto, mediante la distribución de material interpretativo, el desarrollo del intercambio amistoso y la evaluación de la reacción pública".
- 2." El grado de comprensión y buena voluntad logrado entre un individuo, organización o institución y el público".
- 3." El arte o la ciencia de desarrollar la comprensión y la buena voluntad recíproca, el personal profesional a cargo de esta tarea.

.Bernays es el primero en usar el término “Relaciones Públicas” como lo conocemos hoy, recogido en: Las Relaciones Públicas se definen interpretando ante la organización y la organización ante sus públicos. (1998 p.24).

Fue el pionero en teorizar el concepto y convertirlo en una ciencia, dedicando todos sus esfuerzos para implantar estos principios y métodos, junto con las éticas profesionales para que se respetasen. Para él, las “Relaciones Públicas” “son las relaciones de una organización, una persona, una idea, lo que sea, con los públicos de los que depende para su existencia” (Bernays, 1990, p.70). Por todo lo anteriormente expuesto, Bernays es conocido como uno de los padres de las Relaciones Públicas.

Seitel (2002, p.9), nos define las “Relaciones Públicas” como: “una función gerencial que ayuda a establecer y mantener líneas de comunicación, entendimiento, aceptación, y cooperación de la opinión pública”. Seitel se adentra incluso en

tener preparado los recursos para posibles crisis y anticiparse a ella, y todo esto, a través de la investigación y la comunicación ética.

Las Relaciones Públicas se consideraron relevantes y que habían alcanzado la mayoría de edad cuando se dieron una serie de factores en la sociedad: el crecimiento de grandes instituciones , el cambio de conciencia y responsabilidad ante el público ,también cuando se dan cuenta del grado de afectación ante los conflictos y confrontaciones entre los grupos de interés de la sociedad, la expansión de la democracia global, la concienciación de las personas debido a la sofisticación de las tecnologías de comunicación ,y sobre todo ,al crecimiento y expansión de Internet y de la Word Wide Web.(Seitel,2002).

Según Pulido (2016, p.15),:

Las relaciones públicas describen un proceso mediante el cual las organizaciones tratan de establecer y mantener relaciones duraderas y de interés mutuo con los públicos clave de su entorno, con la finalidad de generar un clima cordial en el que la organización pueda desarrollar fácil y eficazmente sus metas institucionales o corporativas.

En Cuba, se ejercían las Relaciones Públicas como parte de la gestión administrativa de un grupo importante de empresas cubanas y norteamericanas radicadas en la isla, desde la década del cincuenta del pasado siglo. De mediados de esa época está registrada (11 de octubre de 1956), la existencia de la Asociación Cubana de Ejecutivos de Relaciones Públicas (ACERP). (Piedra Rodríguez, 2005, p. 10).

Luego del triunfo de la Revolución se suceden importantes transformaciones económicas, políticas y sociales que influyeron en la sociedad cubana y que también afectan al ejercicio de las Relaciones Públicas, las que fueron totalmente relegadas. No fue hasta 1970, con la creación de un cargo de divulgador estatal y con la aprobación en 1981 de la descripción del procedimiento de sus funciones, que se vislumbró el renacer de las Relaciones Públicas.

La creación de la Asociación Cubana de Publicitarios y Propagandistas (ACPP) el 25 de junio de 1991, que devino en Asociación Cubana de Comunicadores Sociales (ACCS) en el 2003, marcó la reivindicación de las Relaciones Públicas en Cuba, con la incorporación a sus filas de divulgadores, publicitarios, propagandistas,

relacionistas públicos, promotores de ventas, del marketing y los investigadores de la comunicación. Otro momento importante fue la fundación, en mayo de 1998, del Círculo de Relacionistas Públicos de la Asociación Cubana de Publicitarios y Propagandistas, que tendrían la misión de impulsar esta disciplina en el país.

El profesor cubano Mario Piedra, en su *Manual de las Relaciones Públicas* las define como “una mediación comunicacional entre la entidad y sus públicos, apoyada en la investigación y para lo que dispone de una gama de acciones que se estructuran en planes y programas, con el objetivo de integrar los intereses de ambos para un mejor servicio a la sociedad. (Piedra, 2002, p. 46)

Por lo que los mensajes de las acciones de Relaciones Públicas tienen una intencionalidad, en el cual su objetivo es el conseguir el mejor resultado para la organización, pero beneficiando al público al que se dirige. Por tanto las relaciones públicas es una comunicación bidireccional entre emisor y receptor, y tiene que haber una cohesión del mensaje, para que la relación se integre y sea satisfactoria entre la organización y los pensamientos o ideas del público

1.3 Públicos internos y externos

Según la autora Vázquez Fuentes 2022 , el público interno, también conocido como “empleados”, engloba a las personas que trabajan dentro de una empresa. Desde los altos directivos hasta los colaboradores de nivel básico, todos forman parte del público interno. Estas personas son la fuerza vital de la organización, encargadas de llevar a cabo las operaciones diarias y de contribuir al cumplimiento de los objetivos empresariales. Una comunicación efectiva con el público interno es esencial para mantener un ambiente de trabajo positivo, aumentar la motivación y asegurar que todos estén alineados con la misión y los valores de la empresa .

Según la autora Vázquez Fuentes :

El público externo abarca a todas las personas, grupos e instituciones fuera de la organización con las que la empresa se relaciona. Esto incluye a clientes, proveedores, competidores, medios de comunicación, reguladores y cualquier entidad con interés en la empresa. La comunicación eficaz con el público externo

es vital para construir una imagen positiva de la marca, atraer clientes y mantener relaciones comerciales sólidas.

Tanto el público interno como el externo desempeñan roles cruciales en el éxito de una empresa. Una comunicación efectiva con ambas audiencias es esencial para construir una cultura positiva, mantener relaciones comerciales sólidas y construir una reputación sólida en el mercado. Al comprender las necesidades y expectativas de estas dos audiencias y gestionarlas de manera efectiva, una empresa puede establecerse como una entidad confiable y respetada en su industria. En última instancia, el éxito empresarial se basa en la habilidad de una empresa para comunicarse de manera coherente y auténtica tanto con su público interno como con su público externo.

diwomarketing.com › que-es-el-publico-interno-y-externo

1.4 Definición y comunicación del protocolo, ceremonial y etiqueta

El **protocolo** es una herramienta de comunicación que toda institución necesita para posicionarse de manera competitiva en su entorno. Tiene un valor comunicativo excepcional porque logra un impacto positivo en los públicos cuando se logra armonizar el uso adecuado de la etiqueta, de los símbolos y de los procedimientos protocolares y ceremoniales. Es muy importante para cualquier organización que desee gestionar una presencia eficaz en su entorno que valore, en sus acciones de proyección externa e interna, la fuerza simbólica del protocolo.

Marín Calahorra (1997), relaciona el protocolo como una formación visual de la imagen de la identidad de las instituciones cuando precisa:

El protocolo, que siempre han proyectado de forma visual la imagen de instituciones y personas, deben de caminar al unísono con el modelo que han implantado las tecnologías de comunicación, en especial las audiovisuales, al conseguir que predomine una cultura visual en la sociedad e institucionalizar una forma de comunicación que genera una doble interacción, la de los protagonistas y participantes en los actos entre sí y todos ellos con el resto de la sociedad. (pp. 16-17)

Según este propio autor, en otro de sus textos publicados en el año 2000, “el protocolo se ha integrado dentro del marco actual de la comunicación global, como un instrumento más de los que se utilizan para la proyección de la imagen pública de instituciones u organizaciones” (p. 17). Para este autor el protocolo es un elemento fundamental para las estrategias y tácticas de la comunicación institucional y corporativa.

Su empleo se evidencia en todas las manifestaciones de la identidad y la cultura de una institución. El protocolo actual gestiona el proceso de comunicación que genera el uso de la simbología y del ceremonial que lo complementa. La gestión del impacto comunicativo que proyectan los actos públicos requiere un diseño profesional de su proyecto, una detallada planificación y una cuidadosa organización. Todo ello implica el uso adecuado de las técnicas y herramientas que aportan en protocolo, el ceremonial y la etiqueta, como parte del entramado de la Comunicación Organizacional y las Relaciones Públicas

El **ceremonial** utiliza al protocolo para hacer esa ordenación espacio-tiempo, en el cual se llevaría a cabo las manifestaciones y acciones del poder establecido. En esta vinculación de estos dos términos, dónde se lleva a cabo la ordenación y puesta en escena los actos, tiene una gran relevancia la comunicación no verbal, y en concreto, la jerarquización personal, la prosémica y criogénica .

Se puede decir, que el protocolo utiliza los principios básicos de la prosémica para organizar los ámbitos de aparición de los poderes públicos, de modo, que su ubicación espacial sea coherente con el imaginario cultural y el equilibrio de fuerzas imperantes en la comunidad. (Otero, 2009, p.69)

De todo lo anterior, nos llevaría con la definición de protocolo situándolo como elemento ordenador del ceremonial, definición otorgada por Otero (2009, p.149): “Elemento ordenador del ámbito espacio-temporal en que se desenvuelven entidades y autoridades estatales y paraestatales en un campo de aplicación de acontecimientos especiales que cuenten con la participación de estas instancias como anfitriones o como invitados”.

Y aquí, también hace un inciso al decir que mientras en el ceremonial aparece cualquier manifestación ritual humana, pública o privada, las normas protocolarias solo se manifiestan en la vida pública oficial. Aclarando que solo el Estado tiene esa capacidad de reglar. (Otero ,2009)

Se podría terminar con unas definiciones más actuales y concluyentes de estos tres conceptos. Según Pulido, (2016, p.62), la ceremonia la definen como: “todo aquel acto solemne cuya organización implica la aplicación de una serie de normas previamente consensuadas en un contexto social determinado y que se desarrolla en un contexto de pompa y solemnidad.”

Pero antes de reflejar las definiciones dadas a ceremonial y protocolo, hay que diferenciar estos dos términos, que como hemos comentado anteriormente, se suelen usar como sinónimos o se han usado de una manera poco acertada o precisa. Para todo lo anteriormente dicho, Pulido (2016:63), nos presenta las diferencias, similitudes y sus definiciones: Como coincidencias: “la existencia de unas normas o reglas necesarias para organizar un acto “, y como diferenciación: “cada uno de ellos alude a realidades diferente en función de tres criterios: la naturaleza del emisor (oficial o público frente a no oficial o privado), el tipo de norma al que aluden y su ámbito de aplicación”.

Con el concepto ceremonial, con una recopilación, ampliación y actualización queda como definición: “conjunto o serie de normas y formalidades que, de forma explícita o implícita, son necesarias para organizar un acto público al que se pretende imprimir un determinado grado de solemnidad.” (Pulido, 2016, p.63)

Por último, según Pulido (2016:63), protocolo procede de las normas ceremoniales, queda definido como: conjunto de normas ceremoniales reguladas por ley que sistematizan la organización de los actos públicos oficiales.

Etiqueta

Según el Diccionario de la Real Academia Española, el término “etiqueta” proviene del francés étiquette y nos muestra cinco acepciones o definiciones:

1. f. Ceremonial de los estilos, usos y costumbres que se debe guardar en los actos públicos solemnes.
2. f. Ceremonia en la manera de tratarse las personas particulares o en actos de la vida privada, a diferencia de los usos de confianza o familiaridad.
3. f. marbete (etiqueta que se adhiere a algún objeto).
4. f. Pieza de papel, cartón u otro material semejante, generalmente rectangular, que se coloca en un objeto o en una mercancía para identificación, valoración, clasificación, etc.
5. f. Clasificación estereotipada y simplificadora.

Según Corbacho (1929, p.49), da dos definiciones de etiqueta, la primera: “Expresa normas de prácticas y fórmulas que han de observarse por determinadas personas en actos públicos” y una segunda: “Norma de trato social ajenas a las reglas y prácticas que regulan las relaciones oficiales”.

Una definición más actual, nos la otorga Otero (2011), dónde se refiere al individuo, a usos sociales, al modo personal de relacionarse con el entorno, siendo necesario cuidar las formas por no existir confianza entre los interlocutores o bien porque haya sido solicitada por el anfitrión, así dotar la ceremonia de homogeneidad.

Tomando como referencia las dos primeras acepciones de DRAE, y las definiciones aportadas por Corbacho y Otero, se podría considerar etiqueta como un conjunto de normas o reglas y costumbres que nos permite desenvolvemos adecuadamente en los diferentes ambientes, aunque también nos condicionan nuestra conducta, para que política y socialmente podamos lograr una conducta distinguida.

Podemos deducir que se está refiriendo no solo a la apariencia, (indumentaria, peinado, adornos, etc.), sino también a la forma de comportamiento y relación. Esto hace que, si nos fijamos en la indumentaria, le pasaría como a la moda, que va evolucionando con los tiempos. Y al referirnos que puede ser solicitada por el anfitrión, nos refleja que no es inamovible, ya que cada anfitrión puede marcar su “código”. Pero este mismo código, favorece el dotar de una homogeneidad a la ceremonia o acto.

La **etiqueta** no debe tener ese sello elitista que por lo general se le atribuye. La etiqueta, sencillamente, abarca un conjunto de normas para hacer las cosas en forma correcta y de manera más fácil; es la expresión formal de los buenos modales que son imprescindibles para que todos podamos vivir en sociedad.

En consecuencia, implica:

1. Normas de comportamiento, derivadas de la experiencia y el sentido común.

2. Un entorno o contexto apropiado:

- Entorno físico. Es indudable que el área física en que se desenvuelve el individuo y una distribución adecuada de ésta contribuye a las buenas maneras. No es lo mismo una oficina o una casa con suficiente espacio para albergar a quienes trabajan o habitan en ella, que otra donde las personas conviven hacinadas, lo que da origen a frecuentes roces y enfrentamientos.
- Entorno cultural. La cortesía es el común denominador para las buenas relaciones, pero sus formas de expresión varían de un lugar a otro. Por ejemplo, las maneras refinadas de un hombre de la ciudad podrían generar desconfianza en una zona rural, y a la inversa, la sencillez y espontaneidad de las personas de provincia pueden mirarse con desdén en ambientes más sofisticados.
- Entorno de las relaciones. El buen trato entre las personas se rige por ciertas reglas basadas en el respeto mutuo y el conocimiento de los derechos de cada cual: padre-hijo, jefe-subalterno, ejecutivo-cliente, mesero-comensal, anfitrión- invitado y compañeros-vecinos, entre otros.

Implica además una firme actitud interior de querer hacer las cosas bien. Este punto es tan importante que, en ocasiones, aun cuando no se conozca una norma, es posible actuar correctamente porque tanto la etiqueta como el protocolo tienen mucho de sensibilidad y espontaneidad.

La etiqueta y el protocolo tienden a ser confundidos como sinónimos debido a que tienen un elemento en común: las normas de comportamiento establecidas para hacer más agradable la vida social. Sin embargo, como señaló Miguel Antonio Carreño, lo que llamamos etiqueta se refiere al campo de lo social, mientras que protocolo alude al terreno de la política y la diplomacia, es decir a los actos públicos de Estado. Así:

- La etiqueta regula la conducta personal de los individuos, es decir, todas aquellas cosas que nadie puede hacer por otro, como por ejemplo masticar los alimentos con la boca cerrada.
- La etiqueta no siempre comprende las reglas protocolarias. En cambio, todo acto protocolario incluye la etiqueta en el comportamiento individual de las personas.
- La fuente generadora de las normas de etiqueta la constituyen los sentimientos, tradiciones y costumbres de los pueblos, que se especifican en tratados y manuales, mientras que el protocolo deriva de la normativa institucional de cada Estado u organismo. Estas reglas deben precisarse en los reglamentos propios de cada institución o país; por ejemplo, el orden de precedencias establecido en el Decreto de Ceremonial Diplomático, de 1935.
- Las reglas de etiqueta tienen, por lo común, carácter universal. Por ejemplo, siempre será bien visto tratar a la gente con respeto y usar un lenguaje comedido, en cualquier lugar donde se encuentre la persona. Las normas de protocolo, por el contrario, son muy particulares y varían según las circunstancias de cada país: su cultura, la religión que predomine e incluso cada ocasión en especial. Así, la misma persona puede estar situada en un evento a la derecha del anfitrión y, en otro, ocupar un lugar lejano del mismo.
- Presente en todos los momentos de la vida, la etiqueta debe practicarse con naturalidad, igual en la intimidad que en público, estando solos o acompañados; es decir, las buenas maneras han de ser un hábito. En cambio, el protocolo se aplica sólo en ciertos momentos y circunstancias, como en el caso de acontecimientos relevantes de la vida social y pública, que suelen denominarse protocolarios.
- La etiqueta es de obligación y aplicación personales, puesto que cada individuo es responsable de su propia conducta, mientras que el protocolo es de aplicación y obligación institucionales, por lo que resulta necesario que todas las personas involucradas en un evento público de estado prevean, coordinen, precisen y cumplan con la normativa protocolaria en las condiciones de ubicación y de desarrollo del acto.

De algún modo, tanto la etiqueta como el protocolo están presentes en todos los momentos de nuestra existencia

1.5 Protocolo y comunicación

La comunicación existe desde cuando el ser humano empezó a vivir, porque la necesitaba para relacionarse entre sus iguales; por ello, toda actividad se desarrolla a través de la comunicación. Estas formas de relación han evolucionado a través del tiempo; y sin duda, la palabra comunicación ha sido definida de diferentes formas, de acuerdo a autores y perspectivas.

Siguiendo a Martí, hay más teorías funcionalistas que se pueden relacionar al protocolo, como son las teorías de comunicación interpersonal, y de todas ellas son tres, las idóneas para el tratamiento del acto protocolario: la percepción interpersonal de Laing, que como señala Brown (2000), lo que se comunica a otro está determinado por la percepción de la relación que se tiene de él. Otra es el análisis de interacción y la teoría social de penetración.

La comunicación y el protocolo tienen vínculos muy cercanos; ya que el ámbito para un asentamiento académico de estudios de protocolo se encuentra en las tradiciones de comunicación (Martí Pellón, 2008). Por ello, para Sánchez Sierra (2007), la aplicación del protocolo debe ubicarse dentro de las Ciencias Sociales, y más exactamente en las Ciencias de la Comunicación porque el protocolo se configura como una herramienta de comunicación corporativa y eficaz, que utilizan las instituciones públicas y privadas para dar a conocer a sus públicos - externos e internos- su identidad y cultura corporativa.

.Asimismo, por los vínculos que tienen el protocolo y la comunicación, varios autores han intentado unir al protocolo, las teorías de la comunicación y superar el enfoque tradicional del protocolo.

Daniel Martí (2008), considerando al protocolo como una regulación de comunicación entre autoridad e invitados, señala que se ajusta a los tres niveles de teorías comunicativas desde una perspectiva funcional de Ron Wright (grupales, organizacionales y de aplicación pública de la retórica); porque por un lado, es un

acto de relación interpersonal en los que el ambiente ayudan a alcanzar el objetivo de relación. Y por otro lado, se construye un grupo entre los invitados que entre ellos se genera una primera evaluación (comunicación grupal).

De manera similar, Álvarez Rodríguez (2008) ubica al protocolo en las teorías de la comunicación. Para Álvarez, el protocolo y el ceremonial no tienen exactamente teorías propias de carácter científico; no obstante, presentan características de la tradición funcional de la comunicación basada en la gestión de públicos en un escenario mediático para la creación de eventos; además, no solo considera únicas a las teorías funcionalistas, sino también a las de carácter interpretativa y crítica.

Asimismo, hay más teorías de comunicación que pueden acercarse al protocolo, están las teorías de comunicación grupal.

Sin embargo, las teorías que más se aproximan al protocolo, son las teorías funcionalistas.

Por su parte, Otero Alvarado (2010, pág. 18) agrega que estos actos protocolares ordenan el espacio y el tiempo, donde se desenvuelve el emisor, para lograr un doble objetivo: el de transmitir fidedignamente la propia identidad y con ella, el equilibrio de fuerzas existentes en la comunidad; y generar o mantener un clima favorable que permita un cordial desarrollo de determinados eventos.

1.6 Protocolo y Etiqueta

Cuando se habla de buenas maneras y de hacer bien las cosas hay que referirse al protocolo y por supuesto a la etiqueta. Estas prácticas vienen desde la antigüedad y los ingleses fueron pioneros en su desarrollo, seguidos de los franceses. A nivel mundial estas prácticas han trascendido en la historia y se ven reflejadas en la cultura, tradiciones y costumbres de cada país.

Significa (del bajo latín protocollum, y este del bajo griego prótocolon) “la primera hoja encolada o pegada”, de protos, primeros y kollan, pegar. Es la serie ordenada de escrituras matrices y otros documentos que un Notario o Escribano autoriza y custodia, con ciertas formalidades. (Labriega, 1989, p. 69).

El término protocolo se refería al libro o tabla donde se inscribían las actas o reglas a observar en las ceremonias o rituales de las cortes o palacios. En aquellos tiempos solo se mencionaba el ceremonial y la etiqueta, no se hablaba de protocolo, para referirse a la normas reguladoras de las actividades formales de la corte. Luego surgió la necesidad de estrechar los lazos entre los Estados y es donde nacen los términos diplomacia y relaciones internacionales para resolver problemas de preferencia entre dignatarios y autoridades. El protocolo en aquel momento solo se utilizaba para identificar ciertos documentos notariales y oficiales.

La existencia del protocolo, su vigencia histórica y actual no solo es importante para las relaciones sociales individuales y colectivas, sino también en el marco de las instituciones. El conocimiento del protocolo se basa en la aplicación de reglas que son estrictas y de interpretación limitada, en el respeto a las costumbres; cuanto más antigua es, más se acentúa el deber de reverenciarla.

El protocolo no se limita al estudio de las buenas maneras y la educación. Es un conjunto de técnicas mediante las cuales deben organizarse los actos que promueven tanto las instituciones públicas como las privadas y se configura como una de las herramientas más útiles para mejorar la imagen. Necesariamente implica tener conocimiento y pensar, para no aplicar reglas mecánicas. Muchos lo definen y lo ponen en práctica como “el arte de hacer bien las cosas”.

Es en el medio social, el arte de determinar y establecer todas aquellas normas a cumplir para el mejor desenvolvimiento de las actividades que ejercen y practican los seres humanos, no sólo en áreas oficiales, diplomáticas, eclesiásticas y militares, sino también y traducida en cortesía, respeto, buenas maneras y buen lenguaje en el área laboral, deportiva, familiar y social en general siendo el aceite que permite a tan complicada maquinaria de las relaciones humanas marchar en armonía y eficiencia sin riesgos de choque, fricciones u oxidaciones. (González, 2001 c.p. Samudio y Domínguez, 2012).

“Un buen protocolo dice cosas, transmite mensajes, y sobre todo demuestra hacia afuera que nuestra casa está en orden, genera confianza y es, sin duda, el aceite

necesario que logra que funcionen todos los engranajes, previniendo así un clima distendido y dispuesto, para cualquier entendimiento o negociación”. (Muñoz 2004, p.268)

Para Emma Cárdenas Acuña, reconocida investigadora y profesional en esta área, el protocolo es “un conjunto de normas preestablecidas y que se aplican para el mejor desarrollo y realce de las actividades que se efectúan dentro de un grupo social determinado y que están encaminadas a mantener la armonía en el mismo y asegurar a cada participante las prerrogativas y privilegios a que tiene derecho”. (Manual de Relaciones Públicas. 2005, pp. 273- 274)

Para los efectos de la presente investigación se asume una concepción propia sobre el protocolo, que integra elementos relevantes de otros autores abordados con anterioridad en este capítulo y otros resultantes del análisis de la teoría consultada. Se entiende como un elemento ordenador, un conjunto de normas preestablecidas por tradición, por costumbre o por un marco regulatorio establecido, que se aplican para el mejor desarrollo y realce de las actividades que se efectúan dentro de un grupo social determinado. Su función es mantener la armonía en las relaciones que suceden en el grupo y asegurar a cada participante las prerrogativas y privilegios a que tiene derecho. Es una herramienta para proyectar una imagen positiva y generar reputación, sobre la base del respeto, la cortesía y la urbanidad. (Elaboración propia)

Dentro del protocolo, como categorías esenciales se encuentran la cortesía y la urbanidad, es la demostración o acto para manifestar la atención, el respeto ante las personas. Además, se debe distinguir entre el tratamiento, como la forma de dirigirse hacia los demás y la precedencia, que determina el orden o jerarquía de una persona sobre otra y/o un estado sobre otro. Se relaciona con la primacía. (Martín, N. 2000)

El protocolo y la comunicación son inherentes a la diplomacia. “La diplomacia no es la ciencia de la astucia y la duplicidad. Si la buena fe es necesaria en alguna parte, lo es sobre todo en las transacciones políticas, porque es ella precisamente que las torna sólidas y duraderas. (Lama, 1997 c.p. Ibrahim, 2007). De acuerdo con

estos autores, la diplomacia es una ciencia de la que hay que aprender las reglas, y un arte del que hay que descubrir los secretos.

Por otra parte, Sir Ernest Satow considera que “es la aplicación de la inteligencia y el tacto a la conducta de las relaciones entre Gobiernos de Estados independientes,” o más brevemente, “la conducta de las negociaciones entre Estados por medios pacíficos.” (Satow, 1957 p. 24).

Raúl Roa García, el Canciller de la Dignidad en Cuba, calificó la diplomacia como el arte de la táctica, el tacto y el contacto (González, 2004, c.p. Ibrahim, 2007).

En el entorno religioso siempre se ha empleado el ceremonial básicamente para las manifestaciones de carácter sagrado y los actos de culto, en los cuales cada gesto está revestido de un valor simbólico. Con el paso del tiempo, las solemnidades políticas, se realizaban con el consentimiento de las jerarquías religiosas y en lugares sagrados, lo que motivó que el uso del término ceremonia superara el ámbito religioso y pasara al ámbito político. De esta manera el ceremonial pasó a definir las formalidades, ritos o símbolos que deben utilizarse.

Vargas (2012) lo define como la serie o conjunto de formalidades para cualquier acto público o solemne, el conjunto de reglas establecidas para determinar la forma de organizar los actos solemnes. Es por ello que el ceremonial debe concebirse como el ambiente que rodea los actos oficiales y ceremonias, que los enmarcan con un conjunto de formalidades que optimizan la celebración de un acto de acuerdo con las normas que, en su caso, indican y prescriben las costumbres y las tradiciones.

Teniendo en cuenta los elementos que aportan los autores que se han citado con anterioridad respecto al ceremonial, la autora de la investigación lo define como: las reglas o conjunto de formalidades, ritos y costumbres que optimizan las ceremonias solemnes como condición de espectáculo público. Son normas de comportamiento y paradigmas a seguir en cada cultura y sociedad para organizar eventos. (Elaboración propia)

Desde el surgimiento del protocolo y el ceremonial se desarrolló a la par otro concepto que está muy ligado a estas prácticas: la etiqueta. Con el establecimiento de las jerarquías cobró mucho auge el refinamiento, lo cual exigía una alta etiqueta. La

palabra es proveniente del francés etiquette y esta de la voz germánica stik que significa: fijar, clavar.

En la actualidad la etiqueta es utilizada para hacer referencia al ceremonial de usos, costumbres y estilos que se deben de respetar. Se compone desde la forma de utilizar un traje y corbata en las ocasiones solemnes, ser amable con un invitado, masticar con la boca cerrada, no decir groserías en una reunión social, hasta respetar los horarios con puntualidad y agradecer los regalos que se reciben. Todo ello forma parte de la etiqueta.

De manera general, la etiqueta está constituida por normas culturales y sociales que condicionan un comportamiento social distinguido y honorable. Es un código de conducta que delimita lo socialmente aceptable teniendo en cuenta el proceso evolutivo del contexto histórico-cultural. (Elaboración propia)

Como se ha señalado, el contexto institucional actual es cada vez más competitivo y exigente, por lo que ofrecer una buena imagen se convierte en una máxima para el éxito empresarial, sobre la base de una sólida identidad y cultura corporativa. Atendiendo a la máxima de que “solo hay una oportunidad para causar una buena primera impresión”, el protocolo, el ceremonial y la etiqueta constituyen herramientas indispensables en el camino del éxito.

1.7 Protocolo y Relaciones Públicas

Gnig y Hunt (2003), definen a las Relaciones Públicas como la dirección y gestión de la comunicación entre una organización y sus públicos. En este concepto, se le puede relacionar con el protocolo ya que a través de la comunicación, se transmiten mensajes a otras personas, y una de sus formas se puede concebir a través de protocolo.

Además, la relación Protocolo-Relaciones Públicas, podría encontrarse en los conceptos de Relaciones Públicas que distintos autores emplean. Por ejemplo, Alarico Gómez y Gómez Delgado (2005), entienden a las Relaciones Públicas como un proceso persuasivo, cuyo manejo está orientado a la creación y aplicación de una estructura de operaciones globales, y comprenden el tratamiento de mensajes a través de la publicidad, periodismo, opinión pública, eventos, protocolo e informática,

Por ello, las Relaciones Públicas tienen una estrecha relación con el protocolo, porque necesitan de un conjunto de técnicas para acercarse al público, y es precisamente el protocolo “la técnica de gestión espacio temporal” (Otero Alvarado, 2010); o como afirman Alarico Gómez y Gómez Delgado (2005), el protocolo es imprescindible y de gran utilidad para reforzar la acción gerencial de imagen

Las Relaciones Públicas surgen por la necesidad natural del hombre por manifestarse, por hacer, desear y compartir su obra con los demás. Este deseo ha motivado al ser humano, encontrar muchas formas de acercamiento al público; de entenderlo y transmitirle su mensaje, y de buscar su reconocimiento a través de sus acciones (Prado Salazar, 2010).

Otra de las relaciones entre Protocolo y Relaciones Públicas, están en las funciones de las Relaciones Públicas; que como señala Muñoz Boda (2010), son las de formar parte del comité organizativo de eventos especiales; invertir todos sus esfuerzos en conseguir que los trabajadores se sientan orgullosos de representar a la empresa para la cual trabajan.

Por lo tanto, Relaciones Públicas y protocolo tienen un fuerte vínculo, el protocolo ayuda a que se desenvuelvan acciones organizadas por las Relaciones Públicas, al acercar y comunicar de manera eficaz a sus públicos, especialmente externo.

1.8 Los protagonistas del protocolo

Anfitrión. Es el que tiene convidados a su mesa, casa o institución, según la definición académica. Pues bien, en estas escuetas palabras se encierra la clave del tema, ya que la oración se centra en el posesivo su. Efectivamente, el anfitrión es el centro de todo acto, puesto que invita, recibe, indica los puestos de la mesa, hace los honores, despide y agradece, entre otras cosas.

Así, en toda planificación de puestos, el central ha de partir del número 0 por ser la figura principal, que ocupa el puesto de honor y a quien le corresponde dirigir el acto y pronunciar el discurso de clausura. Su lugar en la presidencia podrá cederlo una sola vez, pasando a sentarse a la izquierda como testimonio de la

cesión cuando ésta fuera voluntaria, pero si es obligada ocupará el lugar inmediato de la derecha

Presidencia. Denota el mayor honor en un acto, según el profesor López-Nieto, e indica quién ha de dirigir su desarrollo entre dos tiempos: el inicio y el final.

Las presidencias han de ser pares e impares. En este caso la presidencia debe ser impar, para que haya un centro, el cual será ocupado por la persona que preside el acto.

La precedencia, dice Pradier Federé, es la primacía de rango, es el derecho de ocupar el primer lugar, es decir, el que entre varios se conceptúa más honorífico. Las cuestiones de precedencia, por lo común, se presentan en las entrevistas personales de los Jefes de Nación o de los ministros que los representan, en las visitas solemnes, en los actos de ceremonia y en los públicos de todo género, y sobre todo en la redacción y firma de los tratados.

Distinciones de Título, de rango, de linaje y de honores que son el fundamento único del llamado derecho de precedencia, son el resultado de la corrupción de las fuentes puras del derecho natural y filosófico de las naciones, motivada por prácticas más o menos abusivas, las convenciones y los tratados más o menos condescendientes, en una palabra, los pactos del derecho de gentes consuetudinario, amoldados al capricho y a las fastuosas pretensiones de los reyes, por la gracia de Dios.

Este procedimiento es hoy en día reconocido y utilizado en el campo oficial como en el privado y en el ámbito nacional e internacional.

El vocablo Precedencia, tiene varias acepciones:

- Prioridad en el tiempo.
- Colocación preferencial en toda suerte de actos o desfiles, y en eventos honoríficos a los cuales concurren autoridades de diversas latitudes y niveles.
- Preferencia en el encabezamiento y el presenciar ciertas solemnidades.
- Superioridad jerárquica.

Precedencia cuando se camina: Cuando se acompaña caminando a un personaje con jerarquía, éste debe ir del lado derecho de su acompañante, pero, si son dos

personas quienes acompañan al personaje, éste debe ir en el medio de sus acompañantes teniendo a su derecha al de mayor jerarquía y a su izquierda al que le sigue en jerarquía.

1.9 Tipos de Protocolo

Existen distintos tipos de protocolos, y varios autores clasifican al protocolo según su punto de vista, o bien por la peculiaridad de la organización, bien por las personas, por su finalidad, entre otras.

- a) El protocolo oficial, referido a los actos públicos que realizan los órganos e instituciones de la Administración del Estado. Este tipo de protocolo se rige por normas jurídicas establecidas.
- b) El protocolo social, relacionado a los actos de naturaleza privada. A este tipo de protocolo varios autores lo relacionan con la etiqueta y normas de cortesía (Barquero & Fernández, 2007).
- c) El protocolo internacional, incluido a los actos en el ámbito de las organizaciones internacionales.
- d) El protocolo diplomático, conectado al ámbito de la diplomacia, las relaciones entre Estados, lo que formaría parte del protocolo internacional.
- e) El protocolo religioso, vinculado a las manifestaciones o ceremonias religiosas de las distintas religiones. El protocolo eclesiástico está dentro de este protocolo, específicamente en el ámbito de la Iglesia Católica
- f) El protocolo militar, en ámbito de los tres Ejércitos del Estado: Mar, Tierra y Aire.
- g) El protocolo universitario, dentro del ámbito de las ceremonias que realizan las universidades; está muy ligada al protocolo académico.
- h) El protocolo empresarial, que según Sánchez como tal, no existe; porque es la imitación de las empresas en la utilización de ciertas normas protocolarias

Por otro lado, Muñoz (2010, pág. 10) coincide con Sánchez en tres tipos de protocolo, de los siete que también propone: protocolo militar, protocolo eclesiástico y protocolo social. Además propone otros cuatro más:

- a) El protocolo institucional, este tipo de protocolo es más general que el propuesto por Sánchez en el protocolo oficial, porque según Muñoz abarca todos los actos institucionales organizados por la Corona, Gobierno o Administración del Estado,

las comunidades autónomas, corporaciones locales o empresas privadas, con la participación de las instituciones.

- b) El protocolo empresarial o protocolo de gestión, de acuerdo a Muñoz es una guía que informa sobre el comportamiento profesional; y comprende normas de una empresa.
- c) El protocolo deportivo, referido a los actos y ceremonias deportivas en cada una de sus modalidades, para conseguir los objetivos del organizador. Aquí también difiere con Sánchez porque para ella no hay tal tipo de protocolo.
- d) El protocolo real, relacionado a los actos y ceremonias que cuentan con la presencia de Sus Majestades, los Reyes, o cualquier acto de la Familia Real.

No se debe confundir la clasificación del protocolo con la clasificación de los actos. Estos pueden ser: actos públicos y privados; oficiales y no oficiales; y formales e informales (Súarez Pinilla, Rivas Carrera, & Aguilera Molina, 2006).

CAPÍTULO II. METODOLÓGICO. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Introducción

Este capítulo establece los pasos metodológicos que guiaron el estudio. Se estructura por epígrafes y brinda una descripción del escenario de investigación, que posibilita conocer

2.1 Apuntes sobre la metodología investigativa utilizada

La metodología que se va a utilizar será cualitativa, que es un enfoque interpretativo, porque es la técnica que responde mejor a los problemas planteados por la investigación o estudio. Es la técnica que, a través de entrevistas, consultas, recopilaciones de documentos y publicaciones, escritos y gráficos, tanto en papel como digital, nos aporta y nos rellena más esos vacíos de información.

Según Sampier, (2016:)” La investigación cualitativa lleva un plan de trabajo abierto e interactivo, cuyas modalidades de desarrollo surgen en el curso de la propia investigación.” Lo anteriormente citado nos facilita la investigación y la enriquece con las aportaciones y la interactividad con los entrevistados. También se

adecua, hay margen de variación y sobre todo, por los testimonios, ya que se podrá profundizar, recopilar y obtener más información.

Descripción de la muestra

No hay que olvidar, que a la hora del análisis ,la técnica elegida aunque es más compleja y más laboriosa, pero a su favor hay que decir, que deja más margen ,es más enriquecedora, con más aporte de datos e información en la investigación, porque se estudia todo lo recabado en profundidad, desde cada consulta, imagen, artículo, vídeo, documentos o publicaciones, desde muchas perspectivas, tantas como personas consultadas, ya que faltaba información para llevar a cabo tanta recopilación se ha basado también en Corbeta (2007:302): “Las técnicas de recopilación de datos de la investigación cualitativa se pueden agrupar en tres grandes categorías, basadas respectivamente en la observación directa, entrevistas en profundidad, y el uso de documentos”.

Como autora de esta investigación para la selección de la muestra se realizó una evaluación no probabilística intencional, correspondiente con la metodología cualitativa, me adscribo al criterio de Roberto Hernández Sampier, que dice: La correcta determinación de las unidades de análisis según el alcance de la investigación resulta una necesidad ineludible. “Las muestras no probabilísticas, llamadas también muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección informal” (Sampier et...al, 2016, p. 217- 218).

La ventaja de una muestra no probabilísticas en el presente estudio permite una cuidadosa selección de objetos con características específicas. En este caso la selección de una muestra de ese tipo, responde a la necesidad de estudiar los elementos de orden teórico y metodológico susceptibles al tema de la ceremonia, protocolo y etiqueta en Gran Café Cubano Centro Mercantil. Atendiendo a los intereses de describir el conocimiento e implementación que realizan los trabajadores del Café Centro Mercantil con las prácticas protocolares se realizó una selección de la muestra a partir de la siguiente concepción:

Unidad de análisis:

Se analiza la totalidad de los trabajos para conocer el manejo y conocimiento que se tiene en el área sobre el tema. Según Cuéllar (2015) existen diversos tipos de

sujetos en las muestras que son los informantes claves, mediante procedimientos estadísticos estos son individuos que conocen a fondo el funcionamiento del sistema del Gran Café Centro Mercantil y sus opiniones pueden generar hipótesis más precisas sobre el estudio; propician la riqueza de ideas, profundidad y calidad de la información, mientras que los informantes son sujetos que poseen conocimiento menos profundo pero que aportan criterios elementales : como archivos , hemerotecas , mapas , internet , incluyendo la tecnología GPS.

Como informantes claves se seleccionó un total de 9 personas, donde se incluyó a:

Heriberto de la Teja Rivero. Titular

Yusely González Moreno. Titular y coordinadora de los servicios culturales

Annia Hernández Guerra. Coordinadora Exeje cutiva

Secundino González González: Asesor Jurídico

Reinaldo Benito. Económico

Yilian Moya Charles. Barista

Alain Roque Castillo. Barista

Liván Pedraza. Barista

Mely Laura García Álvarez: Dependiente

Mislady Rodríguez Amador: Dependiente

Anabel Dueñas Fernández: Auxiliar de limpieza

Los criterios para su selección fueron los siguientes:

- Cinco o más años de trabajo en la institución
- Conocimiento de la temática
- Disponibilidad para colaborar con la investigación
- Responsabilidad jerárquica para direccionar los procesos

Categoría de análisis

Manual de protocolo ,ceremonial y etiqueta

Subcategorías

Descripción del Gran Café Cubano Centro Mercantil.

- Conceptos de protocolo , ceremonial y etiqueta.

- Identificación y caracterización del conocimiento y manejo que se realiza con los manuales de protocolo , ceremonial y etiqueta en los Proyectos de desarrollo local.
- Conformación del documento normativo.
- Importancia y prioridades que se le concede al uso de estos documentos en el manejo protocolar de los directivos a la Comunicación como proyecto de desarrollo local.

Métodos y técnicas.

Cada uno de los métodos declarados, cumplen funciones nosológicas determinadas y en el proceso de realización, de la investigación planteada se complementan entre sí, por lo, que lo fundamentaremos teniendo en cuenta de manera holística el fenómeno a estudiar, se decide utilizar la combinación de varios métodos y técnicas en los siguientes aspectos:

- Analítico – sintético

La utilización del método análisis-síntesis en el presente estudio posibilita profundizar en la situación y conocer su estado. También facilita la relación e interacción que existe objetivamente entre el conocimiento y manejo con los manuales como guías en su entorno

- Histórico – lógico

Se utilizó en el estudio de la trayectoria del problema, significando lo más importante con una búsqueda bibliográfica exhaustiva Para conocer que todos los métodos se imbrican , o sea en la introducción del manual , se pone de manifiesto la evaluación del problema no solo abordándolo como un hecho histórico sino señalando la lógica de su desarrollo vinculando este Manual de Protocolo , ceremonial y etiqueta a la naturaleza del tema, sus características, a su estudio ordenado, las etapas principales de desenvolvimiento y las conexiones fundamentales. Mediante el método histórico-lógico se analiza la trayectoria concreta de la teoría y su condicionamiento en los diferentes periodos.

- **Revisión bibliográfica – documental (Ver Anexo No.1)**

Para la búsqueda, acumulación y organización de la información que sustentará el proceso investigativo, de acuerdo al problema analizado, así como la revisión y

análisis de documentos constituye una actividad importante en cualquier tipo de estudio. La concepción misma del diseño investigativo supone una amplia búsqueda de información, tanto para el marco teórico como metodológico.

Análisis de contenido (Ver Anexo No. 2)

Este método posibilita interpretar los materiales entendidos en su contexto mediante los procesos protocolares, donde se logra óptimas prácticas comunicativas generadoras de imagen positiva para la sección y es por eso que se elabora una guía, donde nos permitió profundizar en el conocimiento del problema.

- **Observación no participante** (Ver Anexo No.3)

Esta técnica permite inferir en el análisis de fenómenos que pueden ser constatados en relación con el sistema de métodos científicos aplicados con mayor relación con los públicos al registrar comportamientos, las actitudes, las vivencias de ellos en su comunicación con la entidad para indagar el nivel de información sobre la labor y los servicios que estas nos brinda. La entrevista. Se empleó con el objetivo de recoger criterios con la motivación para procesar la información tanto verbal como escrita

- **Entrevista semiestructurada** (Ver Anexo No.4)

Una técnica para la recopilación de información, cuya característica distintiva es el hecho de que el investigador se enfrenta directamente al individuo con el fin de obtener información verbal, generalmente en forma de respuestas a preguntas concretas o estímulos indirectos, con el objetivo o finalidad de obtener de los individuos entrevistados, información sobre sí mismos, sobre otros individuos o sobre hechos que les conciernen (2000, p. 51).

Con estas entrevistas semiestructuradas a los dos responsables de protocolo, se quiere tener las visiones de dos personas con la misma responsabilidad y cargo.

Procesamiento y análisis de datos

Se aplicó posteriormente al procesamiento de datos empíricos colectados, lo que contribuyó a conclusiones más objetivas sobre la investigación que estudiamos, de acuerdo con el enfoque cualitativo, con ampliación y de forma holística, donde

se recopilen datos para medir el conocimiento, y manejo de los manuales de protocolo, ceremonial y etiqueta donde existe una triangulación de métodos y técnicas que permiten emplearla triangulación metodológica.

Las referencias a los principales conceptos teóricos y metodológicos responden a las exigencias de los estilos bibliográficos APA, 7ta edición.

- **Ética del proceso de investigación**

La investigación se realiza teniendo en cuenta los principios éticos de las Ciencias Sociales. En este sentido, se esclarece a los sujetos de investigación el objetivo de la misma, y se les solicita su autorización para relacionar a la institución con la exploración. Durante el periodo de trabajo se salvaguardaron los derechos, intereses y datos de los participantes. En todo momento, se respeta la confidencialidad de la información ofrecida por los sujetos de investigación y el anonimato de estos. Respecto a la información obtenida a partir del análisis de documentos y audio, se mantiene fidelidad a las fuentes consultadas.

2.2. Caracterización del Gran Café Cubano Centro Mercantil

El proyecto que lleva por nombre Centro de Gestión, Desarrollo Sociocultural y Acogida (CGDSA) de la Ruta del Café Guamuhaya, "Café Centro Mercantil", fue aprobado por el CAM Cienfuegos por Acuerdo No. 732 el 26 de octubre del 2019 y ratificado por Acuerdo 413 el 28 de septiembre de 2021, el mismo se propone contribuir con el "Desarrollo Sostenible" en regiones de nuestro territorio (municipalidades de Cienfuegos y Cumanayagua). Para ello se ha acudido a la concepción y construcción de un ecosistema basado en la potencialidad que representa la Industria Cultural y Creativa (ICC), la Economía Naranja, las comunidades, sus procesos culturales y la puesta en valor de los recursos endógenos en diferentes ámbitos y circunstancias, acompañado de políticas públicas y de desarrollo enfocadas a la generación y/o distribución de bienes, servicios y actividades con contenido cultural, artístico o patrimonial, mejorando la economía y la competitividad en el entorno en que nos desarrollamos. La actividad turística abordada por el PDL, Turismo Local Sostenible, nos permite interactuar en comunidades en que están presentes expresiones culturales de trascendencia para la permanencia en la conciencia de los sujetos que las

reproducen como símbolo cultural y desde las que se provoca desarrollo sostenible con la gestión y puesta en valor del Patrimonio Cultural y Natural. De esta manera generamos riquezas y empleos a la vez que proyectamos la continuidad, la conservación y la generación de valores culturales, afianzando el sentido, la identidad y la transmisión de los mismos a las siguientes generaciones y a los demás pueblos del mundo.

Misión

Convertir la marca "Ruta Café Guamuhaya" en un elemento fundamental de contribución al desarrollo socioeconómico del territorio cienfueguero, desde la puesta en valor de recursos culturales generados por la creatividad y la innovación y que aporten de forma sustancial al Turismo Local Sostenible.

Visión

Ser una organización eficiente y eficaz que acoja la Responsabilidad Social Empresarial como un fundamento para toda su membrecía.

Historia

El Proyecto de Desarrollo Local (PDL) Centro de Gestión Desarrollo Sociocultural y Acogida de la Ruta del Café Guamuhaya. Café Centro Mercantil, parte de una investigación realizada por un grupo de especialistas del Centro Provincial de Patrimonio Cultural en Cienfuegos en el año 2013, que relacionaba los inmuebles vinculados a la arquitectura vernácula con la cultura cafetalera en las montañas de Guamuhaya, por la cual obtuvieron diferentes lauros, uno de ellos, el Premio Nacional de Conservación y Restauración del Patrimonio; en la Categoría de Arquitectura Vernácula, entregado por la Cátedra Gonzalo de Quesada, presidida por el reconocido arquitecto Daniel Taguada, después de este premio decidieron comenzar a construir una propuesta de Ruta Turística Cultural y Patrimonial que relacionara al Centro Histórico Urbano de Cienfuegos, ya declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad con la zona de montaña, perteneciente al mismo territorio; dentro de esta estrategia tuvieron en cuenta programas de sensibilización que se llevaron a cabo fundamentalmente a partir de los eventos de montaña programados por el Museo Municipal de Cumanayagua, con el objetivo de que fuera reconocida la cultura cafetalera como recurso potencial a

ser interpretado, gestionado y puesto en valor para los públicos nacionales e internacionales, aprovechando que la marca café representa un producto cultural no solo en esta región de Centroamérica, Suramérica y el Caribe, sino para casi todos los países del mundo, que si no lo cultivan lo consumen.

Es necesario aclarar, que, por otra parte, al unísono, otro actor cultural venía concibiendo una ruta cafetalera para ser gestionada también cultural y turísticamente, en este grupo montañoso. Kfé Mezclado agrupación que se deriva de Bahison, cambia su nombre en el 2010 con el propósito de poder identificar el proyecto sociocultural que se proponían y de esta forma poder utilizar la marca Café como línea conceptual de la propuesta cultural comunitaria que venían trabajando, la cual tiene sus inicios en Holguín, a través de Giras por las comunidades cafetaleras de ese territorio, que en un principio interesado por la propuesta, decide implementarla con el objetivo de sensibilizar a estas poblaciones relacionadas con el café.

No fue hasta el año 2015 que ambos proyectos tuvieron la oportunidad de trabajar juntos, ya que coincidentemente habían sido invitados a la Fiesta Iberoamericana, Evento Internacional realizado en la Ciudad de Holguín, trazándose líneas de trabajo que fortalecieran la propuesta que presentaría Cienfuegos relacionada con el café, en el Evento Memoria Viva que se realiza en el marco de dicha celebración y en el que fueron multigalardonados. A partir de ese momento se consolida la misión y la visión de estos grupos de investigadores y actores culturales y continúan trabajando de forma más sostenida y con un espectro mucho más abarcador, lo que los consolidó como Proyecto de la Ruta del Café Guamuhaya.

Después de haber estudiado y analizado experiencias que se habían presentado desde proyectos insertados en estas comunidades y valorando dos experiencias fructíferas con perfiles diferentes, como Teatro Escambray y Teatro Los Elementos, considerando que las mismas han cumplido un rol importante en el trabajo comunitario de esta región, una desde el teatro académico y la otra desde el teatro puramente comunitario, decidieron que el proyecto debía estar

direccionado a la manifestación de la música y de esta manera fortalecer también la política cultural del municipio Cumanayagua.

Desde el espacio urbano se proyectó un trabajo de sensibilización, dirigido fundamentalmente a los públicos jóvenes, haciéndolos conscientes de que la música tradicional cubana es uno de los principales elementos que han proyectado internacionalmente a nuestro país; de esta forma, a través de la Peña Jarro de Kfé, presente por un período de 10 años en el Café Teatro Terry, se fue logrando el objetivo propuesto por el proyecto, a esto lo acompañó el premio en la primera edición del Concurso "Los más populares de Palmas y Cañas", en la Categoría de Mejor Agrupación de Música Campesina, otorgado por el propio Programa de la Televisión Nacional, además, obtuvieron otros reconocimientos nacionales e internacionales como el alcanzado en el "Concurso internacional de Música mesoamericana", donde se alzaron con el 3er premio, en la categoría Mejor Producción Discográfica, con la presentación del CD La Parranda; aunque el mayor reconocimiento a sido la respuesta de los públicos, fundamentalmente joven, ante el trabajo de la agrupación y del proyecto en general. Ante las nuevas oportunidades que está brindando el país vieron la posibilidad de presentarse como Proyecto de Desarrollo Local, y porque no, contar también con una sede urbana, aún cuando ya contaban con una rural, apoyados por la Dirección Provincial de Cultura se llevó a cabo la restauración del Gran Café Cubano Centro Mercantil, valioso inmueble colmado de historia y con una identidad propia, la del café. El 24 de Julio 2019 se inaugura la obra civil, lo que ha permitido recibir personalidades nacionales e internacionales y realizar, eventos, talleres y conversatorios; de esta forma han seguido trabajando de manera constante para lograr todo cuanto se han planteado como Proyecto de Desarrollo local.

La importancia del protocolo ,ceremonial y la etiqueta en las nuevas entidades creadas a través de Proyectos de Desarrollo Local.

El protocolo, ceremonial y la etiqueta son temas que se han investigado y aplicado a nivel mundial por la importancia de su estudio en diversos contextos. Estos términos no solo han estado presentes en el ámbito empresarial. También en el cultural e institucional. Se puede hablar de protocolo, ceremonial , etiqueta, simbologías y tradiciones, en el protocolo en la prestación de los servicios.

En España, Sierra (2008) desarrolla en su tesis doctoral titulada: “Protocolo: Símbolos y Comunicación en el Siglo XXI”, una investigación de campo cuyo objetivo principal era el de afirmar que la disciplina del ceremonial y protocolo ha sido tradicionalmente abordada desde planteamientos normativistas carentes de fundamentación científica.

A partir de este presupuesto el autor ha apreciado que el protocolo puede ser redescubierto desde ángulos científicos que lo vinculan indisolublemente a las Ciencias de la Comunicación. Este estudio se relaciona con la investigación en curso ya que el protocolo es un componente esencial del sistema de gestión integral de comunicación y el autor demuestra que el protocolo es un instrumento de comunicación persuasiva y simbólica (verbal y no verbal) que emplean las instituciones u organizaciones (públicas y privadas) para una uniforme y coherente transmisión de identidad y cultura corporativa propia.

Por otro lado, se encuentra Álvarez (2012), quien realizó una investigación de campo, de tipo descriptiva, bajo la modalidad de proyecto factible. Su propósito era proponer un manual de protocolo y etiqueta para una gerencia efectiva en la prestación de los servicios. En la fase de detección de las fuentes bibliográficas se pudo constatar la existencia de investigaciones en América Latina que contribuyeron a sentar las bases para el desarrollo de este apartado. Los trabajos investigativos anteriormente citados ayudaron a despejar el camino de la investigación en curso, así como otras investigaciones como: Gavin 2020, Eslava, 2004; Panizo, 2005 y 2017; Corcuera, 2005; Bueno, 20014; Quijada, 2015; Olivares, 2018 y Ramos, 2018, que reflejan cómo la institución gracias a su

protocolo y la etiqueta, se convierte en un paradigma singular de comunicación y reputación corporativa.

Manual

El manual es un libro o folleto en el cual se recogen los aspectos básicos, esenciales de una materia. Los manuales permiten comprender mejor el funcionamiento de algo, o acceder, de manera ordenada y concisa, al conocimiento de algún tema o materia. Este documento legal manuable contiene descripciones detalladas de fácil comprensión y aplicación. Es un texto en el que se detallan los diferentes procesos o pasos a seguir para alcanzar una meta u objetivo y educa a sus lectores acerca de un tema de forma ordenada y concisa.

El autor Duhalt (2006) define al manual como “un documento que contiene en forma ordenada y sistemática información y/o instrucciones sobre historia, políticas, procedimientos, organización de un organismo social, que se consideran necesarios para la mejor ejecución del trabajo”.

Por lo general, la estructura básica de los manuales se compone de la siguiente forma:

- Identificación. Nombre de la institución
- Índice o contenido. Relación de los capítulos y páginas correspondientes que forman parte del documento.
- Prólogo y/o introducción. Exposición sobre el documento, su contenido, objeto, áreas de aplicación e importancia de su revisión y actualización. Puede incluir un mensaje de la máxima autoridad de las áreas comprendidas en el manual.
- Objetivos de los procedimientos. Explicación del propósito que se pretende cumplir con los procedimientos.
- Áreas de aplicación y/o alcance de los procedimientos. Esfera de acción que cubren los procedimientos.
- Responsables. Los titulares y/o puestos que intervienen en los procedimientos en cualquiera de sus fases.
- Concepto(s). Palabras o términos de carácter técnico que se emplean en el procedimiento, las cuales, por su significado o grado de especialización

requieren de mayor información o ampliación de su significado, para hacer más accesible al usuario la consulta del manual.

-Procedimiento (descripción de los procedimientos). Presentación por escrito, en forma narrativa y secuencial, de cada una de las operaciones que se realizan en un procedimiento, explicando en qué consisten, cuándo, cómo, dónde, con qué, y cuánto tiempo se hacen, señalando los responsables de llevarlas a cabo. Cuando la descripción del procedimiento es general, y por lo mismo comprende varias áreas, debe anotarse la unidad administrativa que tiene a su cargo cada operación. Si se trata de una descripción detallada dentro de una unidad administrativa, tiene que indicarse el puesto responsable de cada operación. Es conveniente codificar las operaciones para simplificar su comprensión e identificación, aun en los casos de varias opciones en una misma operación.

2.2. DISEÑO DEL MANUAL DE PROTOCOLO, Ceremonial Y ETIQUETA

En la siguiente investigación se llegó a la conclusión de la no existencia de un Manual de protocolo, ceremonial y etiqueta que norme y guíe en un proyecto de desarrollo local de nuestro país.

Al cuestionar y entrevistar a directivos y especialistas de la institución acerca de conocimientos teóricos y prácticos sobre Comunicación, Relaciones Públicas, Protocolo, Ceremonial y Etiqueta, queda evidenciado que tienen cierto dominio del tema, aunque no puedan identificar conceptos exactos como lo hiciese un especialista. Desde una mirada conceptual estos conceptos se conciben de diferentes maneras, en correspondencia con las experiencias profesionales.

A partir de los resultados anteriores, resulta evidente la necesidad de profundizar en las razones que inciden en esos niveles de insatisfacción, a fin de eliminar aquellas actividades que restan valor a cada servicio e incluir las que se requieran para influir eficazmente en el cumplimiento de las expectativas de los clientes.

Como se puede apreciar en la Tabla, el grupo coincide en resaltar lo siguiente:

- El atributo correspondiente al confort es el que mayor impacto tiene en el proceso de restauración (85 %).
- El atributo relacionado con la higiene y limpieza tiene su mayor impacto en el proceso de restauración (80 %).
- La atención del personal interviene con mayor intensidad en la restauración y animación (50 % y 40 %).
- La apariencia del personal influye con mayor énfasis en el proceso de restauración (70 %).
- La rapidez del servicio recibe un valor de 70 % En el bar, mientras influye en menor medida en la animación (25 %).

Atributos	Cientes insatisfechos (%)
Confort	74
Higiene y limpieza	63
Atención del personal	75
Apariencia del personal	50
Comunicación	50
Rapidez del servicio	55

En Cuba se adolece del acogimiento a las reglas establecidas desde el protocolo ceremonial y la etiqueta en la realización de diferentes actos culturales y eventos por falta de experiencia o entendimiento. No existe una conciencia del cuidado de la imagen a través de recursos protocolares institucionalizados, se realizan de manera empírica o en ciertos casos. Cuando se conoce la existencia de una materia, nace la necesidad de su aplicación.

“Es pertinente un manual que defina a partir de la estructura, del bar desde un proyecto de Desarrollo local. “Respeto y cortesía son valores básicos en la educación. Los modales, las buenas maneras forman parte del proceder diario de la vida.

Existen otros tipos de celebraciones que son desconocidas, sin embargo, no deja de ser importante su reglamentación dentro del manual que puede tener el Gran Café Cubano Centro Mercantil, estas son:

- Visitas protocolares de clientes VIP

- Visitas protocolares de extranjeros.
- Actividad cultural propias de esta entidad.
- Capacitación del personal: en ocasiones los sujetos encargados de la celebración de un evento carecen de la educación mínima necesaria, desconocen la existencia de documentos regulatorios, en otros casos dichos documentos no están a su alcance.
- Planificación: no se desarrolla en el tiempo razonable, por lo general se coerce la organización en pocos días sin margen para la corrección de posibles errores.
- Producción: son los ensayos de las ceremonias, no se realizan, solo se coordina y en ocasiones se improvisa.
- Condiciones: optimizan la ejecución o impiden un desarrollo con excelencia de los actos.
 - Física: estado del espacio o lugar donde se realizará el evento
 - Materiales: buen estado de mesa, sillas.
 - Tecnológicos: buen estado de consolas de audio, micrófonos, televisores, pantallas, data-show, luminarias.
 - Económico: respaldo para la ejecución de las actividades, contratación de servicio de ser necesario, apoyo de patrocinadores.
- Utilización del maestro de ceremonias culturales: buena imagen, timbre de voz y dicción adecuadas son los requisitos imprescindibles. En la mayoría de las ocasiones la lectura de informes, discursos o presentaciones se cometen equivocaciones, se realizan pausas innecesarias, se utilizan tonos desmedidos desluciendo el acontecimiento.
- Correcta presentación de personalidades: dentro de la preparación del evento cultural es esencial conocer todas las personas que se nombran. Se debe dominar el nombre y apellidos, cargo sin equívocos.

Saber vestir según la ocasión es pertinente, su cultura se genera a partir de la educación que seamos capaces de inculcar, ya sea normada o ejemplarizada. Un manual esclarece la formalidad, según el carácter y condición de los protocolos para ceremonias, de los vestuarios a utilizar, pero es insuficiente si el organizador del evento

no comunica con antelación sus particularidades a través de una notificación, invitación oficial o algún otro medio.

Pautas para la implementación del Protocolo ,ceremonial y la Etiqueta

Todo proceso de servicio y cultural requiere de una formalidad, por lo que es importante precisar un procedimiento general que establezca las bases para la organización protocolar en función de visitas recibidas. que contenga las principales normas que deben observarse al momento de planificar y ejecutar cualquier acto, evento o ceremonia.

Los tipos de invitación, el libreto, la presencia de alcohol en los eventos, el trato a los invitados, el vestuario y la etiqueta. Así como definir los recursos necesarios para garantizar el desarrollo de estas actividades y gestionar la imagen de la nueva marca de a través del protocolo y la etiqueta

La gestión del protocolo se realiza a través de los gestores del Proyecto de desarrollo Local. Las reglas básicas de ordenamiento van dirigidas a establecer y ordenar, como la palabra lo indica, el comportamiento humano. Son el conjunto de normas por las que se rige una institución, que se encargan de ubicar de manera organizada a las personas según el nivel de jerarquía que lo caracterice. La ubicación de autoridades e invitados seguirá el orden de precedencia.

. Precedencia

. Ferias expositivas-comerciales

Consisten en promocionar y dar a conocer los servicios que brinda A través de estas ferias tiene la oportunidad de relacionarse con otras empresas que desee establecer convenios.

- La superficie, iluminación y sonido
- El uso del color en la gráfica y señalización institucional cumplen dentro de un Stand.
- El encargado del stand (además de controlar al personal) debe encargarse de solucionar cualquier inconveniente como, por ejemplo: problemas de limpieza, alguna rotura que se haya producido

- Es bueno tener alguna bebida para invitar al visitante café, agua, jugo. En estos casos, es necesario que el diseño del stand incluya todo lo necesario para este fin.
- Tomar fotografías

Tipos de eventos

. Eventos del Proyecto

En las reuniones si se ofreciera un café es bueno preverlo al inicio de la misma para lo cual se preparará un pequeño catering en una mesa auxiliar, al mismo tiempo nos servirá como momento de espera mientras van llegando todos los invitados y con el objeto de intercambiar impresiones.

Si fuera por la mañana es aconsejable que se acompañe de unas pastas, zumos y aguas. Si es una reunión de tarde se acompañará de unos dulces pequeños. Si se prevé larga se puede disponer el servicio buffet en una sala contigua con el fin de que puedan tomarse un descanso puntual, que este buffet estuviera atendido por un camarero y que se sirva algún canapé que pueda cogerse con la mano. Si el descanso se hiciera todos al mismo tiempo se aprovechará este tiempo para airear la sala, cambiar los botellines de agua y eliminar cualquier residuo que se haya podido originar.

Cóctel

Se sirven al atardecer, con bebidas alcohólicas y el acompañamiento de algunos entremeses como sándwich de miga, triples, salados o canapés, variedades de bocaditos calientes, finalmente masas. Entre las bebidas se pueden servir gin-tonic, jugos de frutas, wiski y variedades cóctel.

Cóctel oficial

Se ofrece una variedad de quesos, con lo que invita copas de vino tinto, jamón, frutas con queso, pates, frutos de mar; las bebidas son vino blanco, tinto, agua mineral, wiski y champagne; de postre puede ser helado.

Organización

La organización de un evento sea un acto, fiesta o festival es un proceso planificado, diseñado y de producción. Convenio sistemático entre personas capaces de comunicarse, dispuestos a actuar conjuntamente para que todo fluya de manera

exitosa. Para la celebración se debe de tener presente la definición del tema, definición del conferencista, dar cuenta a los medios de difusión masiva, dar a conocer los requerimientos asociados, la puesta en marcha de la producción, entrega de invitaciones, la confirmación de las personas que asistirán, la revisión final y por último el montaje y ensayo del evento. Todos estos requisitos están acompañados de un plazo determinado. La descripción del evento debe reflejarse en el Brief que contendrá todos los elementos humanos, materiales e informaciones necesarias para su ejecución.

Para la realización de un evento que requiera solemnidad deben determinarse una serie de requisitos y un plazo.

colocar una pantalla para medios audiovisuales, ésta se colocará en lugar visible para todos.

. Dar a conocer los requerimientos del Evento

Se deben utilizar los diferentes canales de comunicación para dar a conocer con antelación el acto que se va a realizar al personal involucrado. Se debe tener en cuenta la cantidad de asistentes, tipo de micrófonos y dónde deben ir ubicados, de ser necesario solicitud de red Wi-Fi en el lugar, número de mesas, manteles y sillas. En el caso de asistir personas con discapacidad colocar silla(s) de ruedas, espacio para su movimiento, personas auxiliares, traductor de lenguaje de señas, instructor para ciegos y débiles visuales. Dar aviso sobre personal externo para servicio de café, personal de apoyo (promotores) para la atención y ubicación de los invitados en el salón, maestro de ceremonias y reserva de estacionamientos. Es importante saber si se necesita apoyo en cuanto a la creación de diversos materiales gráficos dígame afiches e invitaciones.

Puesta en marcha del Evento

Cada evento necesita de una importante organización y coordinación entre las áreas involucradas. Por lo que es de suma importancia contar con proveedores, cuyo trabajo sea conocido por quien contrata. Se debe tener presente que cada área que organiza un evento debe considerar, en su presupuesto, los gastos para la compra de un presente para el invitado y de ser necesario la intervención de un número artístico.

Invitación y su despacho

Las invitaciones deben enviar los textos correspondientes, redactados minuciosamente y en tercera persona, indicando siempre un teléfono y mail para confirmar asistencia. Además, debe existir claridad del nombre del evento, fecha, hora y lugar. Las invitaciones tienen que ser aprobadas por el área que organiza el evento previo a su despacho.

Plazos para despacho de invitaciones:

Autoridades Nacionales	20 días con antelación
Autoridades Provinciales	15 días con antelación
Autoridades de otros proyectos de Desarrollo Local	15 días con antelación
Personal de Centro	5 días con antelación

La impresión de las invitaciones, creación de etiquetas, estarán a cargo de la institución, a quien corresponderá además pagar los gastos asociados.

Confirmación de asistentes

Para la confirmación de asistentes se debe elaborar una lista de confirmados, para tener claridad del número de personas que asistirán al evento. Se sugiere hacer confirmación vía telefónica a los invitados para confirmar su presencia.

. Revisión final del Evento

En la revisión final del evento se recomienda, una semana antes realizar una reunión con todas las unidades implicadas en la organización, donde se hará un chequeo de las funciones y requerimientos del caso, y se entregará el guion o libreto final del evento.

.Montaje y ensayo

Es pertinente un día previo al evento hacer un ensayo si este cuenta con un maestro de ceremonias, grupo artístico invitado o música especial. También hacer un montaje y etiquetado de las sillas, de ser necesario; agua y vasos para la ocasión.

Sobre el uso de vocativos

En un acto público o mediante una comunicación escrita se usan vocativos para hacer mención o referirse a una determinada autoridad.

Cuando usamos los vocativos debemos tener en cuenta primeramente el nombre y el apellido de la persona que va hacer nombrada. Debemos mencionar el vocativo con

mayor rango, en el caso de que una persona tenga más de un cargo. En los discursos fúnebres no se debe usar vocativos. Cuando hacemos un discurso se debe disminuir los vocativos para que no resulte monótono la ceremonia. Debemos estar claros de la precedencia de las autoridades cuando realizamos un guion para una ceremonia. Cuando se requiere traducción simultánea se contrata el servicio.

El traductor

El traductor o los traductores en caso de necesitar más de uno deben ser personas confiables, responsables y ser profesionales. En las cenas de negocio deben de ser atendidos con antelación para que puedan realizar correctamente su trabajo, se deben ubicar a la izquierda de la persona que van a traducir. No deben dar su valoración sino deben tener la mayor fidelidad posible en sus traducciones. Si no conocen del tema y no se sienten seguros lo mejor es que no se comprometan con la traducción.

Tipos de Invitación y a quién va dirigida

En cada acto, ceremonia y evento que se vaya a efectuar se hace pertinente enviar con antelación una nota protocolar escrita en tamaño carta con el fin de que el invitado conozca y asista al evento, también se puede utilizar para enviar felicitaciones y condolencias. El canal que debe utilizarse es envía correo postal. También podemos recurrir a la esquila para invitar, agradecer, dar respuesta a alguna invitación determinada o excusas por la no asistencia. Se envía a través correo postal y puede ir dirigida a autoridades de otras Instituciones de Educación Superior. En otros casos también se utilizan invitaciones las cuales responden un código formal, se encuentran impresas y debe incluirse el nombre de la institución, motivo, fecha y hora del evento.

Libreto

Cuando realizamos un acto necesitamos elaborar un libreto el cual contenga todos los aspectos necesarios para el desarrollo de dicho acto. Este debe ser leído por la persona que designe el grupo de especialistas en protocolo, ceremonial y etiqueta. El libreto debe estar escrito en mayúscula y en tamaño 14, para que la persona encargada de leerlo no tenga problemas con la lectura. Se debe considerar la lista de vocativos. Se debe hacer una pequeña revisión del personal asistente para no hacer mención de alguien que no se presentó. También es necesario confirmar los datos con los invitados antes de la redacción del libreto y si es necesario, solicitarles sus currículums. Para su

estructura se debe tener en cuenta, el saludo, la introducción al evento, la presentación del conferencista, los agradecimientos y por último el cierre.

Trato a los invitados

Invitar a alguien es ocuparse de su bienestar, de que se sienta bien, facilitarle momentos felices y cuidar hasta el último detalle de su atención. Es tratarlo con cortesía, amabilidad y respeto. Hay que tratar que el invitado se lleve la mejor opinión y que perdure en el deseo de regresar.

El maestro de ceremonia

El maestro de ceremonias tiene un alto grado de responsabilidad en eventos solemnes, artísticos, y social, por ser la persona designada para conducir estos actos. El éxito o el fracaso, los cambios y adaptaciones de un acto o ceremonia, dependen en gran medida, de su destreza.

Debe tener un conocimiento detallado de la programación del acto, una descripción gráfica del montaje y la ubicación de las personalidades, materiales, adornos y equipos que formen parte, conocer las personalidades que intervienen en el acto, así como el orden en que se instala la presidencia del acto y su respectiva precedencia.

Características fundamentales:

- Alto nivel cultural
- Experiencia en manejo de grupos
- Expresión verbal y elocuente (donde maneje incluso términos en otros idiomas).
- Dominio en la creatividad (capaz de adaptar el guion en situaciones repentinas).
- Puntualidad
- Responsabilidad
- Dominio de técnicas adecuadas del orador eficaz (buen timbre, manejo del tono y la frecuencia de la voz y el lenguaje corporal).
- Utilizar equipos tecnológicamente adaptados a la estructura del evento

Uso de flores en eventos

Los arreglos florales son elementos decorativos que embellecen el lugar donde se va a desarrollar el evento. Para su uso se deben de tener en cuenta una serie de requisitos:

- En una ceremonia las flores deben ubicarse hacia en una esquina, no encima de la mesa. Deben de ser flores de olor agradable.

- El regalo floral, siempre son de olor agradable y en número impar
- En un coctel, buffet o cena los arreglos florales deben de ser de pequeña longitud, no pueden tener olor porque esto afectaría el paladar y crea incomodidad en los participantes.

Normas Protocolares que deben cumplir los trabajadores de servicio.

Normas a tener en cuenta:

- Entre mesa y mesa debe quedar un pasillo elementos del servicio. para que el personal trabaje con comodidad.

Situación de la cristalería

Se montará toda la cristalería necesaria para todo el servicio de vinos que se ofrezcan, además del agua.

- La copa de licor puede montarse o colocarse en el momento que se va a servir.
- La copa de agua se colocará en la parte superior y centrada con el plato base.
- Existen varias formas de colocar la cristalería: la copa de vino blanco se sitúa en la parte superior del cuchillo de entrada, luego se coloca la de tinto, la de agua, la de champagne y por último la de licor, toda la cristalería debe estar alineada.

El Protocolo del servicio: consiste en acomodar, servir y retirar el servicio de forma correcta. Los alimentos se sirven por el lado orden: derecho y se retira lo sucio por el lado izquierdo del cliente.

A continuación, se ilustran copas y vasos a utilizar en un bar. Sin embargo, mencionamos únicamente la cristalería más utilizada e importante



Copas para Vinos:

- Copas Tulipán - Jerez clásico.
- Copas de Vino Blanco.
- Copas de Vino Tinto (Y otras especiales).
- Copas de Agua.



Copas para Cocteles:

- Copas Martini - Estándar para aperitivos.
- Copas Flauta para coctel. Copas Sour.

Disposición de los complementos

- Se colocará un cenicero por cada 4 comensales.
- También se colocará algún centro de mesa o arreglo floral, siempre flores naturales que no tengan olor. Se deberá evitar que los mismos obstruyan la visión de los clientes.
- Existen muchas más variedades de copas y vasos, las que más se utilizan son las arriba mencionadas.
- Es muy importante revisar antes de ubicar la cristalería que esté bien pulida y que no esté quebrada.
- Trasladar bebidas. Antes de servir deberá revisar que la cristalería se encuentre en buenas condiciones y limpia, además verifica que la bebida esté servida 2 centímetros bajo el borde de la cristalería y confirmar con el dependiente que la bebida que se está entregando es la solicitada por el cliente.
- Servir bebida al cliente. Se debe servir por el lado derecho. “¿Señora / Señor, me permite servir su bebida?”
- Ofrecer café o té a la o el cliente. “¿Señora / Señor, me permite servirle su café?”
- Retirar la taza, cucharita y centro de azúcar. Se retira por el lado izquierdo, evitando hacer ruido con el manejo de dicha cubertería.

- Despedir al cliente con amabilidad y proyectando actitud de satisfacción por haberle atendido. La despedida debe incluir el agradecimiento personalizado y una invitación a visitar nuevamente el Bar. Ejemplo: “Ha sido un placer atenderles, muchas gracias por su visita y le esperamos nuevamente.”

Tareas de los Dependientes:

1. Limpieza del área de trabajo y equipo de bar.
2. Revisar productos que no estén vencidos.
3. Revisar el equipo del bar, que funcione y se encuentra en buen estado.
4. Verificar la existencia de materia prima que se utiliza en el bar.
5. Revisar inventarios de cristalería y equipo del bar.
6. Lavado y pulido de cristalería.
7. Montaje del bar.
8. Presentación personal e higiene de los dependientes.
9. Saludo y comunicación con el cliente.

Limpieza del área de trabajo y equipo de bar.

- El bar siempre tiene que lucir limpio, el piso, las paredes pintadas.
- El equipo del bar debe estar limpio y pulido, así nos evitamos atrasos a la hora de preparar una bebida.
- Las mesas deben poseer doyles con el logo de la instalación y los colores corporativos.
- Las tazas y platos para oferta de café que sean uniformes con los colores corporativo
- El menú deben comunicarlo a través de un televisor.
- Recuerden que la limpieza da una buena impresión al cliente cuando llega al bar.

En un Bar Profesional es conveniente disponer de los siguientes equipos:

- Las sillas y/o sillones deben ser de poca altura de acuerdo a la altura de las mesas.
- Máquinas para fabricar hielo en cubos o triturado (Hielo Frappé).

- Licuadoras o batidoras eléctricas. Que exista íntima relación con la decoración .
Exprimidor eléctrico para naranjas y toronjas.
- Refrigeradores y/o Conservadoras.
- Máquinas para lavar vasos. Montaje de las mesas de bar .
- Máquina para enfriar copas y vasos, etc.
- Servilletas de papel

Mobiliario del Bar:

- Sillas
- Mesas.
- Banquetas
- Barra.
- Vitrinas para exhibición
- Televisor para publicidad de sus ofertas y promoción de actividades.

Revisar productos que no estén vencidos

- Es muy importante revisar las fechas de vencimiento de los productos que se usan en el bar, así evitaremos muchos inconvenientes con los clientes.
- El inventario es muy importante ya que se puede verificar lo que hay y lo que hace falta en el bar.
- Es sumamente importante contar con un inventario de cristalería y equipos del bar ya que en él podemos verificar la existencia, la rotura y el faltante.
- El lavado de cristalería tiene que ser muy cuidadoso. Se debe utilizar detergente sin olor, además se debe lavar con agua fría y no caliente.
- Hay que utilizar un mascón suave para no rayar la cristalería.
- El pulido debe ser muy delicado ya que la cristalería se ubica en la mesa. Debe utilizarse un paño o pulidor que no deje mota.
- Pulir significa limpiar con nitidez una pieza hasta obtener un brillo o un color adecuado.

El dependiente del bar tiene que ser muy cuidadoso de su presentación personal.

Detalles de higiene y presentación personal.

- Uniforme limpio y planchado.

- El diseño del uniforme debe poseer los colores corporativos.
- Además, poseer delantares de color negro con el logo diseñado.
- Zapatos bien lustrados.
- Cabello recortado.
- Bien rasurado (barba y bigote).
- Perfume suave.
- Si es mujer con maquillaje discreto
- Cepillarse los dientes o usar enjuague
- No masticar chicles cuando se presta servicio

Saludo y comunicación con el cliente

- Con amabilidad y proyectando espíritu de servicio.
- El saludo debe incluir el tiempo del día, apellido de la o el cliente si se conoce, y la cordial bienvenida al bar.
- Recibir al cliente. El dependiente se ubicará a un metro de distancia de la mesa o mesas asignadas, en posición erguida.
- Saludar al cliente. El saludo debe incluir el tiempo del día, el nombre del cliente (en el caso de conocerle) y la cordial bienvenida al bar.
- “Muy buenos o buenas Señora, Señor bienvenida, bienvenido, mi nombre es, seré el dependiente responsable de su mesa y es un placer atenderles”.
- Ofrecer bebida al cliente. “¿Me permite ofrecerle algo de tomar Señora /señor? “Puedo ofrecerle y le explica las ofertas”
- La comunicación con la o el cliente debe ser amable, cortés, respetuosa.
- Es importante preguntar al cliente el sabor de las bebidas.
- Preguntar su nombre.
- Que le parece las instalaciones del bar.
- Preguntar de qué lugar o país nos visita.
- Hay que recordar que la comunicación con el cliente inicia por el bar.
- Al ofrecer las bebidas lo haremos de forma profesional con respeto y amabilidad.
- Cuando se sirve la bebida solicitada, debe mantener una sonrisa en todo momento, sirviendo de forma amable y profesional.

- El contacto visual es muy importante ya que el cliente ve si el dependiente está pendiente de él.
- Cuando conversamos debemos mirar hacia los ojos de la o el cliente. Mirar a los ojos y sonreír. La sonrisa es el arma más fuerte del trabajador que presta el servicio. Es capaz de desarmar a la persona más antipática.
- No hay una segunda oportunidad para una primera buena impresión y está es decisiva para toda la estancia del cliente.

Las diferencias entre bienes y servicios pueden tener algunas consecuencias para el programa promocional de la organización, por lo que se hace necesario cumplir con algunos principios en cada elemento de la promoción para, de este modo, lograr un impacto más efectivo. Estos principios son:

Publicidad

- a. Utilizar mensajes claros sin ambigüedades.
- b. Destacar los beneficios de los servicios.
- c. Sólo prometer lo que se puede dar.
- d. Publicidad para los empleados.
- e. Obtener y mantener la colaboración de los clientes en el proceso de producción del servicio.
- f. Crear comunicación verbal.
- g. Dar pistas tangibles (símbolos, temas, formatos, etc.)
- h. Dar continuidad a la publicidad.
- i. Eliminar la ansiedad después de la compra.

La publicidad de los servicios Gran Café Cubano Centro Mercantil, debe cumplir con cinco funciones para lograr su eficiencia:

- Crear el mundo de la entidad en la mente del consumidor.
- Construir una personalidad adecuada del Gran Café Cubano Centro Mercantil,
- Identificar la compañía con el cliente.
- Influir en el personal de la organización sobre la forma de tratar a los clientes.
- Ayudar a abrir puertas a los representantes de ventas.
- Hacer relaciones personales con los clientes.

- Adoptar una orientación profesional.
- Uso de venta indirecta.
- Crear y mantener una imagen favorable.
- Vender servicios no servicio.
- Hacer la compra fácil.

Existe un modelo de siete pautas para la venta personal de servicios. Este se dedujo de datos empíricos sobre las diferencias entre venta de bienes y servicios. Las siete pautas de este modelo son:

- Instrumentar el encuentro de la compra del servicio.
- Facilitar la evaluación de la calidad.
- Hacer tangible el servicio.
- Destacar la imagen organizacional.
- Utilizar referencias externas a la organización.
- Reconocer la importancia de todo el personal de contacto con el público.
- Reconocer la participación del cliente durante el proceso de diseño del servicio para generar especificaciones del cliente haciendo preguntas, indicando ejemplos,

Evaluación

La evaluación es un aspecto elemental, a través de ella se conoce el cumplimiento de los objetivos trazados. Para evaluar la calidad de una ceremonia se establecen una serie de elementos a medir que están directamente relacionados con la organización.

- Tiempo
- Coordinación
- Imagen y trato
- Aspectos económicos
- Servicios
- Satisfacción (encuestas, entrevista)
- Repercusión
- Impacto en los medios

Conclusiones

Al analizar los elementos teóricos y metodológicos sobre el Protocolo Ceremonial y la Etiqueta se pudo elaborar un marco de referencia para el sustento de la categoría de análisis: Manual de Protocolo Ceremonial y la Etiqueta.

El protocolo, la etiqueta unido a las Relaciones Públicas y la Cultura Organizacional, contribuyen al ordenamiento y buen desarrollo de los procesos comunicativos, tanto internos como externos que consolidan la esencia de toda la organización y muy importante es para los que prestan servicios gastronómicos combinados con los culturales.

A partir de los métodos y técnicas de la investigación cualitativa se caracterizó el estado actual de la gestión del Protocolo , Ceremonial y la Etiqueta A través de la caracterización de la gestión del El Gran Café Cubano Centro Mercantil , debe demostrar una excelente cultura protocolar en todos los servicios y en los espacios en que se desenvuelve. Sin embargo, se evidencian carencias en la organización de actos y celebraciones, pues no existe una conciencia detallada en su público interno de la importancia en el tratamiento de estos componentes para mejorar la imagen institucional y la reputación corporativa.

El diseño, aprobación y puesta en práctica de este Manual de Protocolo , Ceremonial y Etiqueta en la Gran Café Cubano Centro Mercantil constituye un paso de avance hacia la excelencia que siempre ha caracterizado a este centro por saber trasegar, con efectividad, las esferas administrativas de todas las funciones inherentes a los servicios con elegancia, etiqueta y Protocolo.

Recomendaciones

Con el objetivo de que mejore su sistema de gestión del Protocolo y la Etiqueta se proponen como recomendaciones:

Implementar el Manual de Protocolo ,Ceremonial y Etiqueta propuesto en este informe de investigación.

Elaborar un plan de formación-capacitación para el personal de la entidad Gran Café Cubano Centro Mercantil que interviene en la implementación del Manual de Protocolo ,ceremonial y Etiqueta.

Socializar la propuesta con el público interno de la institución para lograr una cultura protocolar en las actividades culturales y de servicios

Incluir, como parte de la gestión del Protocolo y la Etiqueta en Gran Café Cubano Centro Mercantil, elementos de inclusión social que permitan erradicar las barreras arquitectónicas y la construcción de estructuras que propicien el acceso de todos al

Evaluar sistemáticamente los resultados de la implementación de este manual.

Socializar esta investigación con otros proyectos de Desarrollo Local que no cuentan con un instrumento que norme y regule las reglas del correcto uso protocolar

BIBLIOGRFÍA

Álvarez, L (2012). *Manual de Ceremonial y Protocolo para una gerencia efectiva de los Actos Académicos de Grado en la Universidad de Carabobo*. (Trabajo especial de grado). Universidad de Carabobo.

Arista Salado, M. (2016). *Compendio Legislativo de Protocolo y Ceremonial de Estado en Cuba: desde el siglo XVI a nuestros días*. Arista Publishing

Bernays, E. (1998). *Cristalizando La Opinión Pública*. EDICIONES GESTIÓN.

Bueno F. B. (2014). *Protocolo y ceremonial universitario: Paradigma de comunicación y reputación corporativa*. (Tesis de Grado). Universidad de Alicante.

Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo. Fundamentos para la Gestión Estratégica de la Identidad Corporativa*. Andros Impresores.

Cárdenas Acuña, E. (1991). *Protocolo y Ceremonial*. Pueblo y Educación

Cárdenas, E. (2005). *Manual de Relaciones Públicas*.

César, M. K. (2013). *Estudio de las Relaciones Públicas en el grupo CUBANACÁN y propuesta de un plan de acción de RRPP*. (Tesis en opción al grado de Especialista en Relaciones Públicas). Universidad de La Habana.

Chile. Dirección de Comunicaciones Corporativas. (2015) *Manual de Ceremonial y Protocolo*. Universidad Católica Silvia Henríquez.

Corcuera Mendoza, M. (2009) *Manual de Protocolo Universitario*.

Costa, J. (2001). *Imagen Corporativa en el siglo XXI*.

Dávila Lorenzo, M. (2014). *Aproximación a la comunicación pública de la Oficina del Conservador de la Ciudad de Cienfuegos en los ámbitos institucional, comunitario y mediático*. (Tesis de Maestría). Universidad de La Habana.

- Díaz-Guzmán, K. (2016). *Identidad e Imagen Corporativa. Apuntes para su Estudio. (Tesis de Grado)*. Universidad Central Marta Abreu de Las Villas.
- Duhalt, K. M. (2006). *Los manuales de procedimiento en las oficinas públicas*. UNAM.
- Eslava, R. J. (2004). *Protocolo universitario en los actos cotidianos. I Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas*. Universidad de Sevilla.
- Estrada, S. A. (2011). *Manual de Protocolo para la organización de eventos institucionales en la Corporación Universitaria Lasallista*. (Tesis para optar por el título de Comunicador Periodista). Universidad de España.
- Fernández Collado, C., (1991). *La Comunicación las Organizaciones*. Trillas S.A.
- Fernández Collado, C., (1997.) *La Comunicación las Organizaciones*. Trillas S.A.
- Hernández Sampieri, R. et. al., (2006). *Metodología de la Investigación*. Pablo de la Torriente.
- Ibrahim, A. (2007). *El Protocolo y el Ceremonial y su aplicación en las Relaciones Públicas*. (Trabajo de Diploma en Licenciatura, Facultad de Comunicación). Universidad de La Habana.
- Martín, N. (2000). *Cuestionario sobre Ceremonial y Protocolo*. <http://www.rppnet.com.ar/ceremonialyprotocolo.htm>, el 15 de abril del 2019.
- Mayol, D. (2010). *Identidad e imagen en Justo Villafañe. Signo y pensamiento*, N° 57, (pp. 506 – 519). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana
- Mínguez, A. (2010). Un marco conceptual para la comunicación corporativa. ZER, *Revista de estudios de comunicación*, (8). <http://www.ehu.es/zer/zer8/8minguez13.html>
- Montaque, D. (2009). *Las matrices culturales en las prácticas de protocolo y ceremonial diplomático de Jamaica: reflexionando en el pasado; alcanzando el futuro*. (Tesis de Licenciatura, Facultad de Comunicación). Universidad de La Habana.

- Muñoz, J.J. (2004). *Nuevo Diccionario de Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Corporativa*. Colección Comunicación, www.librosenred.com.
- Panizo A. J. M. (2005). *El protocolo y el ceremonial en la sociedad la comunicación y la imagen*. Universidad de Vic.
- Panizo A. J. M. (2017). *Eventos y protocolo. La gestión estratégica de actos corporativos e institucionales*. Universidad de Vic.
- Pérez Padrón, S. (2018). *Propuesta de principios estratégicos para la comunicación pública sobre el cáncer en los medios de comunicación de Cienfuegos*. (Tesis de Maestría en Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Cienfuegos.
- Pérez, Y. (2019). *Comunicación y Patrimonio: Aproximación a la investigación producida en la Universidad de Cienfuegos entre los años 2003-2018*. (Tesis de Licenciatura, Facultad de Ciencias Sociales). Universidad de Cienfuegos.
- Piedra Rodríguez, M. (2002). *Definición, principales conceptos y acciones. En Manual de Relaciones Públicas*. Ediciones Logo.
- Puerto, R. (2019). *Estrategia de Comunicación online para la Asamblea Provincial del Poder Popular de Cienfuegos*. (Tesis de Licenciatura, Facultad de Ciencias Sociales), Universidad de Cienfuegos.
- Quijada, A. M. (2015). *Tradiciones académicas, ceremonial y protocolo en la Universidad de Oviedo*.
- Ramos F. F. (2018). *Manual de ceremonial y protocolo universitario y académico*. Editorial Síntesis.
- Real Academia Española (2014). *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*. Edición Especial Real Academia Española.

Rivero Hernández, M. (2010). *Bases teórico-metodológicas para la evaluación del sistema de comunicación en empresas cubanas y Organismos de la Administración Central del Estado (OACE)*. (Tesis de Doctorado). Universidad de La Habana.

Saladrigas, H. y Alonso, M. (2000). *Para investigar en comunicación social. Guía didáctica*. Pablo de la Torriente

Satow, Sir E. (1957). *Satow's guide to diplomatic practice*. Longmans.

Scott, C y Allen, C. (1952) *Manual de Relaciones Públicas*. <https://books.google.com.do>

Tortolero, P. (2014). *Manual de Normas de Protocolo y Ceremonial para la Toma de Posesión de las Autoridades Rectorales de la Universidad de Carabobo*. (Tesis de Maestría en gerencia avanzada en educación). Dirección de Estudios de

Trelles, I. (2002). *Bases Teórico-Metodológicas para una propuesta de modelo de gestión de comunicación en organizaciones*. (Tesis de Doctorado). Universidad de La Habana.

Vargas, P. (2012). *Gerencia de eventos especiales, ceremonial y protocolo*. (Trabajo de Diploma). Universidad de Carabobo.

Vázquez Montalbán, M. (2006). *Historia y Comunicación Social. Bajo el dominio del médium*. Félix Varela.

Viel, M., (2016). *Manual de Protocolo y Ceremonial. Departamento de Comunicación*. (Tesis de grado). Universidad de Guantánamo.

Villanueva, P. (2010). *X Congreso Internacional de Protocolo y Ceremonial*. México.

Xifra, J. (2011). *Manual de Relaciones Públicas e Institucionales*. TECNOS

•
•

Anexos

ANEXO No. 1

GUÍA METODOLÓGICA PARA DESARROLLAR LA ETAPA DE OBSERVACIÓN.

1. Guía para la revisión bibliográfica - documental
2. • Objetivos:
3. • Consultar los documentos que se relacionan con el manejo de los manuales de protocolo, ceremonial y etiqueta.
4. • Indagar en los documentos rectores de este proceso para el Gran Café Cubano Centro Mercantil
5. • Se revisaron documentos claves como:
6. • Reglamentos y Política de trabajo en el Gran Café Cubano centro Mercantil
7. • Informaciones de la dirección referentes a estas actividades.
8. • Imágenes, guiones, audios, informes sobre actividades que se desarrollan en manejo de estas actividades protocolares.
9. • Tesis realizadas sobre la institución.
10. • Documentación del área de la comunicación Institucional en dicho centro.

Anexo 2

Guía para el análisis de contenido de los trabajos protocolares y ceremoniales de la institución.

1. Tratamiento periodístico de las actividades (vínculos con los medios de comunicación).

1.1. Localización de tipos de actividades más desarrolladas por el sector sobre esta disciplina.

2. Manejo protocolar, ceremonial.

2.1. Directivos implicados.

2.2. Organizadores

Anexo 3

Guía de la observación no participante

1. Datos generales

1.1. Lugar

1.2. Hora de comienzo de la observación

1.3. Hora en que finalizó

1.4. Observador

2. Características de los sujetos

3. Características generales de la institución

4. Características generales de las rutinas protocolares y ceremonial

5. Valoración personal

Anexo 4 A

Entrevista semiestructurada a director del HGAL

Fecha:

Lugar:

Hora de comienzo:

Hora de terminación:

Objetivo:

Indagar sobre el tratamiento, manejo y conocimiento sobre los Manuales de Protocolo, ceremonial y etiqueta.

Indicadores a tener en cuenta en la realización de la entrevista:

- Actividades sociales y políticas de mayor constancia en el sector.
- Características que predominan en dichas actividades.
- Jerarquía en el manejo de eventos.
- Importancia que se le concede al conocimiento y manejo de la etiqueta, protocolo y ceremonia.

Anexo 4 B

Entrevista semiestructurada a especialistas del HGAL

Fecha:

Lugar:

Hora de comienzo:

Hora de terminación:

Objetivo:

Investigar sobre el tratamiento, manejo y conocimiento sobre los Manuales de Protocolo, ceremonial y etiqueta.

- Motivos para realizar celebraciones.
- Selección y manejo de los actos políticos y sociales que se celebran.
- Características de dichas actividades.
- Fuentes consultantes.
- Instituciones que le brindan información

Anexo 4 C

Guía de preguntas y respuesta en la entrevista a los trabajadores

1.- Que es la comunicación Institucional

Es la comunicación que se mantiene entre el público interno y el externo , que permite una imagen positiva de la empresa o marca que se establece , en este caso ruta del café Guamuhaya , podemos decir que elaboran actividades como por ejemplo mesa de clave gestionar la actividad corporativa, la relación con los diversos medios, manejar situaciones de crisis , participación en evento , así como la interacción en redes sociales es la, manera que tienen la institución para transmitir su misión y visión y valores que logre una credibilidad

2. Como ustedes ven las Relaciones Públicas en su entidad

Las relaciones publicas es la unión entre el público interno y externo de una organización y que la persona que desempeña este roll es el encargado de que funcione todo esto de manera integrado , o sea que la proyección que proyecte la imagen de la empresa sea positiva que logre una credibilidad ante ese público interno o externo y el para lograr que las relaciones que se establezcan sean de beneficio mutuo entre la organización y ese público que también es el encargado de construir y gestionar la imagen de la empresa de cara al público y que a su vez también es el encargado de manejar la difusión de la información de esta marca , debe crear una necesidad de mercado , mantener una presencia comercial , propiciar el interés de los consumidores , y tener en cuenta para esto las organizaciones que emiten el mensaje en este caso sería ruta del café Guamuhaya , los públicos a los que se dirigen estos mensajes , pueden ser clientes , las empresas con las que colaboran, los socios e inversionistas en las que se encuentran el proyecto al igual que los medios de comunicación , así también que pueden ser la radio , televisión , la prensa , redes sociales

Para ellos las relaciones publicas desde el punto vista es una deuda que ellos tiene porque lo hacen desde un punto de vista empírico a nivel profesional lo hacen como

en el evento que pasó Expo Sur y la 39 edición de la Feria Internacional de la Habana , a donde van a promover sus servicios y el producto , los públicos con los que ellos interactúan ahí son diferentes , porque ellos no lo hacen desde el punto de vista del Centro Mercantil , sino del PDL pero aquí en lo que sería el PDL , las relaciones públicas tienen mucho que ver con la forma en que se interactúa con el público y el concepto que ellos tienen es que el público que ellos tienen ya fidelizado como clientes es que se sientan como en su casa lo abordan desde un punto de vista muy coloquial , muy directo con una interacción directa con el cliente

3. ¿Conoces que es el Protocolo, la Etiqueta y el Ceremonial?

El protocolo son las reglas que se establecen por normas o costumbres , ordena el ámbito espacio y tiempo que se ubica a las personas implicada que van estableciendo las relaciones entre ellos y el conocimiento que forman parte de estos individuos del evento que se esté gestionando y por otra parte el Ceremonial es el conjunto de formalidades que serían por ejemplo las normas en las que deben someterse en cuanto su comportamiento y su modo de actuar , una institución en este caso sería lo que legitima y crea las condiciones para el gran desarrollo de esas buenas relaciones que se dan en su público tanto externo como interno .Lo ven de una manera muy empírica implementada en el Café Centro Mercantil , se ha puesto en práctica cuando han recibido visitas gubernamentales o han recibido visitas institucionales importantes en el espacio , no se rige por normas o un manual porque para eso se está concibiendo el Manual de Protocolo y Etiqueta que se puede implementar en el Café Centro Mercantil para gestionarlo de una mejor manera , ellos lo han abordado desde lo empírico basado en sus propias normas y costumbres establecido para ellos .

A veces se les hace difícil un poco por la entrada por el tema del recibimiento por lo que el Mercantil tiene varias entradas , y también depende un poco por donde llegue la persona o grupo , parte de ahí que comience de una buena manera , ellos tratan siempre de conocer que persona va a visitar el espacio , planifican todo lo que está relacionado con lo que está sucediendo ese día en ese momento , en cuanto horario , todo lo que tiene que ver con la logística , por supuesto esto incluye la manera de proyectarse ante estas personas en ser educado , mantener un

comportamiento adecuado para transmitir una buena imagen de la institución , la manera que pueden estar comunicándose ya sea nosotros , los representantes de esa marca de estas personas que están recibiendo o por parte del servicio que ellos tienen que potenciar desde las capacitaciones , superación de los trabajadores para ellos tiene un plan de capacitación y superación para preparar a los trabajadores con el tema Protocolo y Etiqueta.

Ellos siempre quieren buscar cercanía

Para ellos la palabra clave es cercanía

Para los trabajadores del Gran Café Cubano Centro Mercantil le es importante el trabajo que se está realizando con la universidad de Cienfuegos que tributa en diferentes áreas de los que es la comunicación de alguna vienen a fortalecer el trabajo las relaciones publicas que se viene a estar implementando en el proyecto , por supuesto para mejor funcionamiento , la calidad que se necesita , el impacto que quieren lograr para el posicionamiento de la marca , tanto en el mercado local como en el internacional en la participación en diversos eventos para establecer una presencia de la marca en redes sociales , en los diferentes ,medios de comunicación creo que trabajar de manera ordenada y tener todas las tesis ya sea grado de maestría que se están desarrollando por parte de los estudiantes de la carrera comunicación social vendrían asentar las bases que harán posible que la presencia de la marca ruta del café tenga un impacto positivo tanto en sus públicos como interno y externos

El proyecto está conceptualizado como una industria cultural y recreativa que maneja el termino de economía naranja que esa economía está basada en la gestión de la cultura y de las relaciones de la industria turística, con la escancia del proyecto. Es decir que ellos ponen la industria turística en función de una gestión necesaria para mantener una cultura o para redimensionar la cultura tradicional que se plantean en el proyecto como tal no debe de recuperación si no de preservación a la cultura local nacional el café abarca el territorio nacional completo por si la esencia del proyecto es la cultura del café.

Los servicios culturales apoyan contribuyen a la preservación de esa cultura del café desde la música tradicional cubana se maneja la temática del café, los servicios

gastronómico tienen como eje principal la cultura del café es decir que ellos presentan el café de la tercera hora que es un café de conocimiento donde la persona conoce a través de los baristas cómo se produce, cómo se cosechan, cómo se realiza el proceso productivo del café y cómo llega todo eso se le transmite al público.

Gran Café cubano centro mercantil está dedicado a lo que es preservar la cultura del café en Cienfuegos debido a los altos valores patrimoniales históricos en sí que tiene el inmueble que se ha utilizado para ambientar los del servicio que se oferta en el mercantil y todo lo que pertenece al PDL utiliza la cultura del café como centro que irradia a las líneas del negocio aquí se aprecia el café que se comercializa a través de los servicios gastronómicos es el café Guamuha ya que es comercializado por el PDL es algo único que los diferencia del resto de los cafés que hay en la ciudad es elaborado por baristas profesionales que es lo que sería el café de la tercera hora no solo venden el producto, sino también la experiencia de tomarse el café preparado de una forma que viene desde la cultura. También se defienden el cubalibre, el daiquiri, mojito pero ellos se quieren especializar en la coctelería en base al café también radica la Peña que es el autor principal del del grupo que es el autor musical de PDL café mezclado que desde la música contribuyen a la preservación de los valores culturales desde de la cultura del café como parte del café de la nación cubana y a partir de ahí ellos observan los públicos que los visitan ese punto de vista hay que analizar quiénes son los públicos que nos visitan, así como los horarios en que ellos intercambian.

TRABAJADORES:

Heriberto de la Teja Rivero: Titular

Yusely González Moreno: Titular y coordinadora de los servicios culturales

Annia Hernández Guerra: Coordinadora Ejecutiva

Secundino Gonzales González: Asesor Jurídico

Reinaldo Benito: Económico

Yilian Moya Charles: Barista

Alain Roque Castillo: Barista

Liván Pedraza: Barista

Mely Laura García Álvarez: Dependiente

Mislady Rodríguez Amador: Dependiente
Anabel Dueñas Fernández: Auxiliar de limpieza

Anexo 5

Imágenes de la Institución

GRAN CAFÉ CUBANO



DESDE 1883









