

CÓMO INTEGRAR LAS NORMAS DE PROTOCOLO

El protocolo es esencial en la organización de cualquier evento, y no solo cuando participan dignatarios. Sin embargo, no siempre se le presta la debida atención. Si se involucra desde el principio a todas las partes implicadas, se puede convertir en una herramienta clave para el éxito de la acción

Por **Cristina Cunchillos**

El diccionario define al protocolo como el "conjunto de reglas de formalidad que rigen los actos y ceremonias diplomáticos y oficiales". Aunque ciertamente las reglas del protocolo deben ser tenidas en cuenta cuando se organiza un evento al que asisten autoridades, no es exclusivo de los actos institucionales. Todo evento, incluso de carácter corporativo, se ha de regir por ciertas normas protocolarias.

Dónde sentar a los comensales en una cena de gala, el tamaño y la ubicación de los logos de los patrocinadores, la escenografía, el orden de los ponentes en una conferencia... entra dentro del protocolo. En demasiadas ocasiones el cuidado de estos aspectos se deja para el final y los cambios de última hora pueden conllevar el sacrificio de muchos de ellos, pudiendo incluso poner en peligro el éxito del evento.

Indisociable del evento

El protocolo ha de ser una parte integrada en la planificación del evento. Por eso es necesario involucrar al equipo encargado del mismo desde el principio. Una vez el organizador ha acordado los objetivos del evento con el cliente, es importante

que todos los departamentos implicados, desde el de producción al de *marketing*, colaboren con protocolo para alcanzar esos objetivos y establecer una coherencia entre las acciones y los mensajes que se busca comunicar. Si no existe un comité de protocolo específico, es necesario precisar las tareas asociadas a este respecto y dejar bien claro quién es la persona responsable de su ejecución.

Si no existe un comité de protocolo, es necesario designar a un responsable

ya que puede reforzar los mensajes que se comunican... o contradecirlos. La posición de una persona en la mesa o en el escenario, o la de símbolos nacionales como banderas, indican quién es el anfitrión y quién es el invitado de honor u ostenta el cargo más importante. Eso sí, hay que tener cuidado de no comunicar algo indebido: una bandera mal colocada puede verse como un insulto.

También la presencia de los logos, su ubicación y tamaño, revela la importancia o la involucración de los diferentes patro-

cinadores. Cualquier detalle de la ejecución del evento, desde quién recibe a los invitados, dónde y cómo, a la distribución de las mesas, indica asimismo la importancia asignada a los diferentes colectivos que componen la audiencia.

Elementos clave

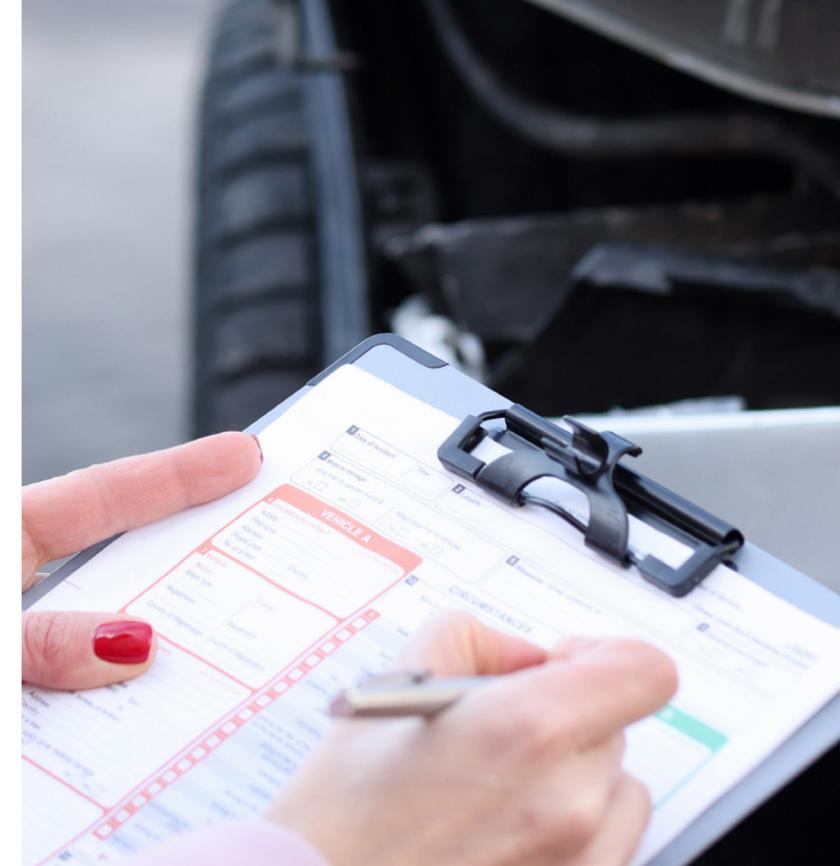
Existen algunos componentes clave a la hora de cuidar bien el protocolo:

- **Transversalidad:** Es esencial que la persona encargada del protocolo tome decisiones coordinadas con los demás departamentos involucrados en la organización del evento
- **Flexibilidad:** Si bien en actos institucionales se han de seguir los códigos de preferencia, en los eventos corporativos las consignas de protocolo son más flexibles, pudiendo ser adaptadas a los objetivos de quien organiza.
- **Sensibilidad:** Sean miembros de una Casa Real, políticos o directivos de empresas, hay que saber manejar los egos de los invitados y no herir su sensibilidad. Tal vez es necesario explicarles, con el debido tacto, por qué se les ha asignado una posición y no otra.
- **Transparencia:** Una buena comunicación interna y externa, tanto con los invitados como con los anfitriones y todas las personas implicadas en el evento, es esencial para que tengan claro qué protocolo se va a seguir y evitar sorpresas y desencantos de última hora.

Pautas generales

También existen algunas pautas generales a seguir en el protocolo de los eventos:

- **La regla de la derecha:** En cualquier tipo de actos, el anfitrión o la persona de más alta jerarquía ocupará siempre la posición central, mientras que el invitado de honor o de ma-



yor relevancia se situará a su derecha. La siguiente persona en orden de importancia irá a su izquierda, y así sucesivamente teniendo en cuenta el punto de vista del anfitrión. Si se encuentran en un escenario, la percepción del público será a la inversa (es decir, el invitado de honor se verá a la izquierda de la figura principal). En el caso de una sucesión lineal, o en un desfile, el orden de importancia irá en descenso a partir de la persona más próxima al anfitrión.

• **La ley de preferencia ('precedencia' en el lenguaje sectorial):** la ubicación de las diferentes autoridades y cargos institucionales en actos oficiales está determinada por ley, y se debe respetar siempre el orden establecido. Por ejemplo, en España se rige por el Real Decreto 2099/1983; en Argentina, es el Decreto 2072/1993... en cada país existe una ley o reglamento oficial que determina el orden de los cargos, así como la colocación de símbolos institucionales del tipo de las banderas o la ejecución del himno nacional.

• **Orden alfabético:** En cuanto a la colocación de banderas en actos internacionales, la primera posición será para el país anfitrión, y el resto seguirá por orden alfabético según el nombre de la nación en su idioma oficial. El mismo principio se aplicará a las banderas locales, mientras que si se añaden banderas corporativas, por ejemplo de los patrocinadores del evento, irán siempre al final y separadas de las oficiales.

Necesidad de planificación

Una buena planificación es esencial a la hora de aplicar correctamente las normas de protocolo a los eventos.



Estudiar atentamente la integración del espacio y los invitados es ineludible para lograr el éxito. Y es que el espacio donde se va a celebrar el acto determinará muchos elementos del protocolo, como la distribución de los asistentes, la diferenciación de los distintos colectivos presentes, la escenografía que se puede desplegar, el posicionamiento de los diferentes elementos de comunicación...

Las características o limitaciones intrínsecas al lugar pueden condicionar lo que se quiere transmitir a través del protocolo. También hay que tener en cuenta cuestiones de logística con respecto a otros componentes del evento. Por ejemplo, no colocar banderas en un lugar donde puedan obstruir el paso, perjudicar la visibilidad desde algunos puntos o, si es en exteriores, asegurarse de que no caerán con una ráfaga de viento inesperada.

A la hora de crear la lista de invitados, conviene establecer cuáles son los criterios que determinan su importancia o re-

levancia en el evento, creando colectivos de acuerdo con su relevancia a la hora de formar parte de la sesión una vez empieza a desarrollarse. No tendrán las mismas exigencias las autoridades, que los medios de comunicación, los patrocinadores, los colaboradores o el público general.

Una vez identificados será más fácil establecer las pautas que afectarán a cada colectivo, desde dónde se situarán hasta qué trato han de recibir, lo que favorecerá la fluidez en la ejecución del evento.

Las características del espacio pueden condicionar el mensaje transmitido mediante el protocolo

Nada debe dejarse a la improvisación. El protocolo es algo complejo que no ha de verse como una carga o un gasto adicional,

sino como una inversión que potencia el impacto del mensaje. Una aplicación correcta de las normas de protocolo ayuda a proyectar una imagen de profesionalidad que puede mejorar la reputación de quien contrata la acción y reforzar la marca corporativa del organizador. También contribuye a generar un ambiente más distendido partiendo de tareas más estructuradas y definidas, además de incrementar el *engagement*.

Gerardo Correás

Presidente de la EIP - Escuela Internacional de Protocolo (España)

“Los errores más habituales afectan a la falta de planificación o no tener en cuenta aspectos relevantes del acto”

¿Qué importancia tiene el protocolo en la planificación de eventos? ¿Es importante solo en eventos institucionales?

Existe un problema de concepto, ya que muchas veces se confunde el protocolo con la etiqueta o la educación en las relaciones sociales que conllevan los eventos. El protocolo son una serie de técnicas para planificar y ejecutar un evento de acuerdo con unos objetivos y una estrategia de comunicación, y como tal es algo absolutamente esencial y que está presente en todo tipo de eventos, sean actos institucionales, corporativos, o incluso en la celebración de un encuentro con amigos o familiares.

¿Qué errores son los más habituales con relación al protocolo?

El error más habitual que se comete es la falta de planificación. Hay quien piensa que el mejor responsable de protocolo es el que mejor improvisa, pero no es, o no debe ser así. Todo tiene que estar bien planificado, incluyendo alternativas por si algo falla, para que se sigan cumpliendo los objetivos. Otros errores comunes se dan cuando no se tienen en cuenta aspectos relevantes de acto programado, como el entorno, dónde se celebra el evento, cuándo, quién participa, si hay invitados con diferentes costumbres, diferentes culturas...

¿Cuál sería su principal recomendación para los meeting planners?

Hay que hacer las cosas bien para conseguir los objetivos, y recordar que está en juego la reputación del cliente. Son necesarias ciertas competencias, y por eso creo que es esencial la formación. La ejecución de un evento de éxito conlleva una buena planificación y entender la importancia del protocolo, y para eso se requiere un aprendizaje. Los organizadores también deben tener mucha flexibilidad, saber adaptar las diferentes técnicas del protocolo de acuerdo con los objetivos del cliente. Un buen uso del protocolo les ayudará también a generar una buena sensación en el público y conseguir un mejor retorno en la inversión.



PUNTO MICE

Revista trimestral, web y redes sociales. 37.000 profesionales nos leen en España, Argentina, Chile, Colombia, México y Perú

www.puntomice.com



PUNTO DMC

Directorio anual de agencias receptoras (DMCs) hispanohablantes presentadas por continentes y países

www.puntodmc.com



INFORMES

Estudios en profundidad sobre tendencias del sector MICE que interesan a los profesionales hispanohablantes



WEBINARS MICE

Cursos y presentaciones online destinados a los agentes de viajes especializados



Somos media partner de

