

# Disertante española sobre el protocolo como herramienta

Impulsada por la Dirección de Ceremonial y Protocolo del gobierno chaqueño, se realizó ayer en la Casa de las Culturas la primera jornada de la comunicación y el protocolo en la estrategia empresarial, encuentro que tuvo como disertante a la licenciada en Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid Ana María Aceituno Alcalá, quien resaltó la importancia de este tipo de jornadas para sentar las bases de un plan estratégico de comunicación. "Es importante ir planificando pasos necesarios para incorporar el protocolo como una herramienta más de las empresas, así como lo son la publicidad y el marketing directo".



*La profesora española Ana María Aceituno Alcalá disertó en la Casa de las Culturas.*

## **Lineamientos esenciales**

Aceituno Alcalá, más allá de destacar la impresión positiva de la capital chaqueña, a la hora de referirse específicamente al protocolo empresarial, dio cuenta de que "el proto-

colo siempre existió en el ámbito oficial y las empresas lo han visto un poco alejado en su actividad, pero en España y muchos países el protocolo es herramienta de comunicación para que las empresas lo incorporen a su es-

trategia, para ver de qué manera pueden adaptarse a sus propias necesidades".

"El protocolo no es solamente una cuestión de imagen, sino sobre cómo esa imagen repercute en aspectos de reputación corporativa, responsabilidad social empresarial y en muchos aspectos que quizás no se puedan medir de forma inmediata, pero que generan la imagen positiva o negativa en su público".

## **El encuentro**

El director de ceremonial, Alfredo Gómez, señaló que el encuentro fue pensado para el sector del empresariado, a partir de que la Argentina recién hace poco tiempo está tomando las bases de otros países del mundo donde el protocolo es parte de una estrategia de comunicación. "Esto es una cola-

boración que hacemos, y aprovechando la presencia de la profesora en Buenos Aires decidimos invitarla para que tome contacto con el empresariado, estudiantes y personas que se dedican al marketing y la publicidad".

## **Los objetivos**

Durante la jornada se abordaron temas tales como el conocimiento del manual interno de protocolo para establecer las líneas generales de protocolo e imagen en la empresa, se apuntó a facilitar las herramientas y conocimientos necesarios para la toma de decisiones en el área de comunicación empresarial y se hizo hincapié en el conocimiento de las principales pautas culturales y de protocolo para seguir en el área de las relaciones empresariales.