

Alta Etiqueta



Mgtr. Andrea Salas Menéndez



Reuniones de negocios



Buenos modales en reuniones de negocios

- **La etiqueta en los negocios** es un factor muy importante que puede influir, de manera notable, en el éxito o el fracaso de una relación comercial, de una negociación o de cualquier otro tipo de acuerdo.
- Las reuniones con voces, sobresaltos, faltas de respeto y de educación, son más tensas, menos productivas y muy poco fluidas. Entran en escena aspectos negativos, que nublan los puntos de vista y hacen mucho más difícil la evaluación de propuestas y la toma de decisiones.



Buenos modales en reuniones de negocios

- En las reuniones más formales y/o externas, **se suele tratar con personas, en muchos casos, desconocidas o con las que se ha tenido poco trato**. En estos casos la formalidad se debe ver reflejada en aspectos tales como el vestuario, el tratamiento más respetuoso, la ubicación correcta de cada uno de los participantes según su cargo o puesto, etc.

Invitaciones

Desayunos y almuerzos



■ <https://www.youtube.com/watch?v=pjdL5JlXXVk&feature=youtu.be>



La hora del té, la hora del café

- **Una invitación para tomar el té** supone, en la mayoría de los casos, una cita con otras personas con las que vamos a tener que conversar. Al menos, con otra persona seguro





La hora del té

■ LLEGADA DE LOS INVITADOS

- ▶ Los anfitriones **reciben en la puerta de su casa**. Se hacen los correspondientes saludos y presentaciones, y se pasa al salón, jardín, terraza o lugar donde esté todo preparado. No hay que entretenerse mucho tiempo en la puerta.
- ▶ **Al primer invitado no se le puede dejar solo**, por eso le debe acompañar alguno de los anfitriones -o el anfitrión si es solo una persona-. Cuando ya van llegando más invitados -y una vez hechas las presentaciones- ya puede volver a la puerta para seguir recibiendo a sus invitados.



La hora del té

■ SENTARSE DONDE CADA UNO QUIERA

- ▶ En este tipo de reuniones informales no suele tener **un sitio asignado** cada invitado, salvo los anfitriones. Por regla general, los invitados se suelen sentar alrededor de una mesa baja de salón, una mesa tipo camilla o bien una mesa de comedor.
- ▶ Si es en un espacio al aire libre, también se deben sentar cercanos para poder conversar.



La hora del té

■ QUIEN HABLA PRIMERO

- ▶ Los anfitriones sirven a sus invitados y comienzan **abriendo la conversación** proponiendo algún tema, generalmente, de actualidad. Si es un grupo pequeño de invitados, participan todos de la misma conversación. Si es un grupo más numeroso, puede haber varias conversaciones diferentes.
- ▶ Los anfitriones además de proponer conversaciones, deben **encargarse de 'moderar'** y evitar que las conversaciones tomen un 'rumbo' no deseado.
- ▶ Mientras conversan deben estar **atentos para que no falte de nada en la mesa.**



La hora del té

- ▶ **Si alguno de los invitados fuma**, habrá que indicarle en qué zona puede hacerlo sin molestar a los demás.
- ▶ Durante la conversación hay que hablar y participar, pero también **hay que saber escuchar**. Debemos aprender a respetar todas las opiniones aunque no se compartan.



La hora del té

■ HORA DE LAS DESPEDIDAS

- ▶ **Al finalizar la reunión** los invitados deben despedirse de los anfitriones y del resto de los invitados. Agradecer la invitación y las atenciones recibidas.
- ▶ Los anfitriones, pueden y deben, **acompañar a sus invitados hasta la puerta**, y no cerrarla hasta que hayan tomado el ascensor o bajado las escaleras -hasta 'perderles de vista'-. Si es una persona muy mayor o con alguna dificultad en su movilidad, la podemos acompañar hasta el portal, y esperar a que lleguen a recogerla -un taxi, un familiar, etcétera.



CÓMO SERVIR UN CAFÉ A LOS INVITADOS

- <https://www.protocolo.org/social/anfitriones-e-invitados/como-servir-un-cafe-a-los-invitados.html>
- *El café es una de las bebidas preferidas tanto a primera hora de la mañana como después de una estupenda comida.*





Protocolo de nacimientos y bautizos



El bautizo

- El bautizo es una **ceremonia privada y de carácter familiar**. Para el bautismo debemos contar con las fechas en la parroquia correspondiente. También debemos consultar con los familiares o amigos que van a ejercer de padrinos.
- Elija a quien elija, debe saber que el ser padrino **debe ser un motivo de honor y alegría**, y no representar una carga para él. Si es así, es mejor que rechace el ofrecimiento. Si acepta sabe que deberá cumplir una serie de pequeñas obligaciones al menos en la etapa infantil y juvenil del niño.



El bautizo

CEREMONIA DEL BAUTIZO

- La ceremonia, que siempre se desarrolla durante el día, tiene **un pequeño ritual que suele ser ensayado con anterioridad por los padrinos**. La madrina sujeta al niño en sus brazos, mientras que el padrino sujeta la vela bautismal.
- **El niño suele ir cubierto por un "faldón"** de encajes, que muchas ocasiones es heredado de anteriores generaciones. Los padrinos deben responder al sacerdote oficiante ciertas cuestiones protocolarias de la ceremonia.
- Es habitual, al terminar la ceremonia, **repartir unas estampillas** en donde se indica el lugar, la fecha y la hora de celebración del bautismo, así como el nombre del bautizado.



El bautizo

Consejos para asistir a un bautizo

- ▶ Si nos invitan a un bautizo debemos **tener un detalle con el bebé**.
- ▶ **La elección del nombre** debe solamente ser tarea de los padres. Si lo desean, pueden consultar a los abuelos u otros parientes o amigos.
- ▶ **No hace falta arreglarse como si fuéramos a la ópera**. Los caballeros irán bien con un traje oscuro. Ellas, con un vestido tipo cóctel, será más que suficiente. No se le ocurra acudir con traje de noche o los caballeros de esmoquin. Recuerde que es una ceremonia privada (aunque ahora hay veces que más se parece una boda). Después de la ceremonia, es **costumbre ofrecer algún tipo de celebración o festejo**, en casa de los padres o en un restaurante.



Graduaciones y aniversarios

- Estos eventos tienen ciertas **tradiciones como las togas y los birretes**, originados en las universidades medievales cuando eran utilizados por profesores y alumnos para abrigarse del frío en las aulas.
- Lo sensato es que la vestimenta sea acorde a la hora, la ocasión y el lugar. En infinidad de circunstancias la apariencia es variopinta y extravagante. Se observan mujeres recargadas de atuendos inapropiados y hombres con ternos brillosos, pantalones de gabardina, jean, polos, etc. En "perulandia" la incoherencia es frecuente.



Graduaciones

■ Vestuario apropiado

- ▶ Los **integrantes de la mesa principal** exhibirán camisa blanca y si llevan puesta una toga, el pantalón, los calcetines y los zapatos serán oscuros. Es necesario un vestuario formal, impecable y de probada calidad. El saco siempre estará abotonado -más allá de estar de pie o sentado- y aconsejo lucir una corbata de buena condición. Esquive de seda china de deficiente textura y género.



Graduaciones

Invitaciones

- ▶ Las invitaciones tienen que considerar la información esencial y **entregarse mínimo con 15 días de antelación**. Las particularidades de la convocatoria constituyen el "termómetro" del certamen. Siguiendo lo establecido en el protocolo la indumentaria del varón es la única consignada en la esquila y recuerde poner el vocablo correcto en función de lo que ofrezca al concluir el suceso: brindis, coctail, etc.
- ▶ Propongo que los bocaditos no sean comprados al kilo en una panadería de la vuelta de la esquina y sirva un vino de categoría.



Graduaciones

■ Esquema y programa del acto

- ▶ Esta solemnidad requiere de un esquema compatible con el **protocolo universitario** y alejado de actuaciones musicales, coreografías, bailes, recitales, juego de luces, aclamaciones y bombardas de papel picado al estilo de la "hora loca". Parecerá exagerado este comentario; los videos en las redes sociales acreditan que solo faltan los zancos y el cotillón como para una festividad de año nuevo en un salsodromo. Sin duda, manifestaciones ausentes de sensatez, finesa y buen gusto



Graduaciones

■ Decorar los escenarios del evento

- ▶ **La decoración guardará armonía con la gala.** No escenarios con paños y sillas forradas de blanco, cubre manteles tonalidad oro y letras gigantescas con las siglas de la casa de estudios parecido al ornato de un *baby shower*. La aparición desmedida de flores multicolores (éstas deben ser blancas y no se ponen sobre la mesa, sino en los espacios más favorables en el estrado) y adornos con diseños propicios para un desfile de modas. Incluso existen tribunas engalanadas para una fiesta temática.



Graduaciones

■ Decir unas palabras: los discursos

- ▶ Los discursos bajo ninguna consideración pasarán desapercibidos. Se debe **practicar con prolijidad** para prevenir intervenciones deslucidas. Se debe rehuir decir: "buenas noches con todas y con todos" (sólo: "buenas noches") y es excesivo y pegajoso aludir a la totalidad de las autoridades.



Aniversarios

- **No hay una regla fija o norma** que diga cómo se debe celebrar un aniversario.
- Los aniversarios, son celebraciones que suelen quedar en el ámbito íntimo y familiar de la pareja. Los aniversarios más señalados son los que se suelen celebrar con la familia y los amigos.
- Se suele organizar un almuerzo o una cena al que asiste toda la familia directa -hijos, sus esposas o parejas e hijos-.





Fallecimiento, Luto y Funeral



Matrimonio Civil



Matrimonio eclesiástico

10 pasos que todos deben seguir

1. La hora de llegada ideal: 30 minutos antes de la ceremonia.
2. Ubicación de la familia directa y por qué

Podrían coordinar a tiempo con sus respectivas familias directas, padres y hermanos sus **ubicaciones predestinadas**. Las de la novia irán siempre del ala izquierda y las del novio del lado derecho. Teniendo cuidado de dejar espacios libres para los pajes.



■ Dónde se ubica el resto de amigos y familiares.

El grueso de invitados deberá ubicarse **a partir de la tercera y cuarta fila**. Por lo general las amistades saben que tienen que dejar aún más espacios libres para la familia de segundo grado, como tíos, primos, cuñados o sobrinos.



■ El ingreso del novio: ¿cuándo y por qué?

El novio hace su ingreso **15 minutos antes** de la hora pactada para el inicio de la ceremonia, cuando todos los invitados estén correctamente ubicados y en atención. Entrará acompañado por la madrina que comúnmente es su propia madre a menos que decida lo contrario. Ésta se ubicará del lado izquierdo del futuro esposo y lo dejará al pie del altar, siempre sobre el ala derecha. Se despide con un beso y ella toma su ubicación en primera fila.

■ Los padres y padrinos: cuándo hacen su ingreso

Inmediatamente después del novio ingresa **la madre de la novia acompañado por el padre del novio**. Una vez a la altura de la primera fila ambos toman sus respectivas ubicaciones en las alas que corresponden. Del mismo modo, ingresan los padrinos, en caso de tenerlos. En ocasiones, son los propios padres, así no hay por qué complicarse con ello.

■ Damas de honor, *best mens* y pajes: el séquito de los novios

Los pajes, tienen que ubicarse **en primera fila** puesto que son pequeños y cumplen un papel importante portar sus [argollas de matrimonio](#). Como por lo general se trata de uno o más niños, irán del lado que corresponda al vínculo familiar con los futuros esposos. Izquierdo para los de la novia y derecho los niños provenientes de la familia del novio. **Damas y *best men*** toman la **segunda fila**.

■ **El ingreso de la novia: triunfal si se hace esperar lo suficiente**

■ **El ingreso del oficiante: todos se ponen de pie**

■ **Salida triunfal: ¡al fin marido y mujer!**



■ **Saludo
protocolar a los
recién casados**





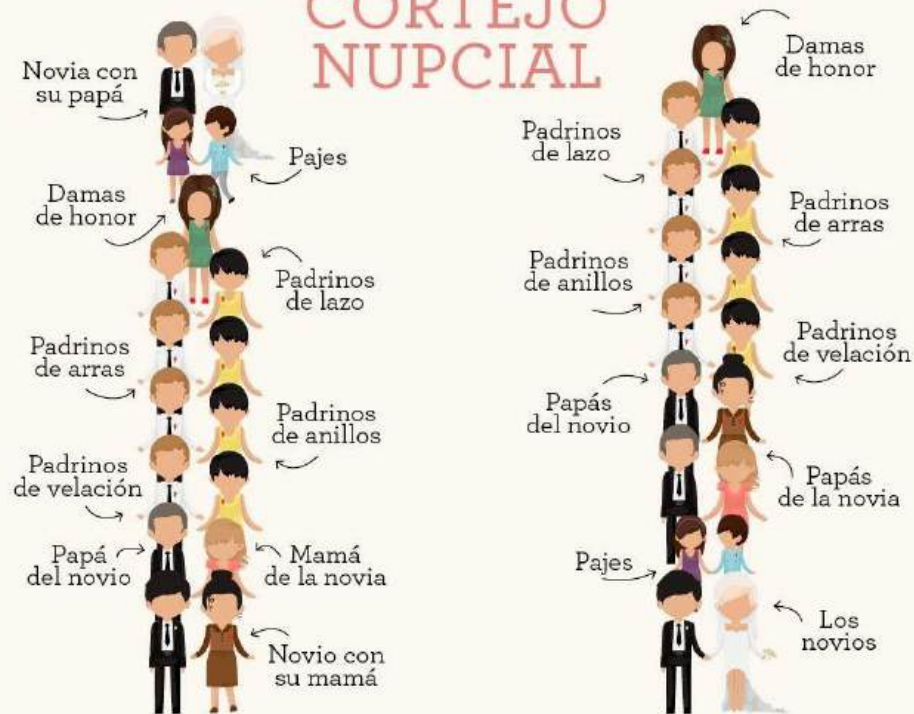
Vestimenta, Cortejo, Recepción

- <https://www.matrimonio.com.co/articulos/el-cortejo-nupcial-la-funcion-de-cada-participante--c5901>



M10

El orden del CORTEJO NUPCIAL





1. Apretón de manos

- Es el saludo más extendido en todo el mundo.
- Lo que en sus inicios era símbolo de paz, donde se daba la mano derecha como señal de que no se empuñaba un arma, hoy en día se ha convertido en una forma de cortesía para con otra persona.





Personal Banding

MARCA PERSONAL



MARCA PERSONAL

- Es la gestión adecuada y consciente de la **percepción** que se tiene de un perfil personal como si fuera una marca.
- Las marcas personales al igual que las marcas comerciales, tienen:
 - Un tono de comunicación definidos.
 - Objetivos que se quiere alcanzar.
 - Una cartera de productos y servicios.
 - Valores diferenciales que le permiten destacarse ante su competencia.







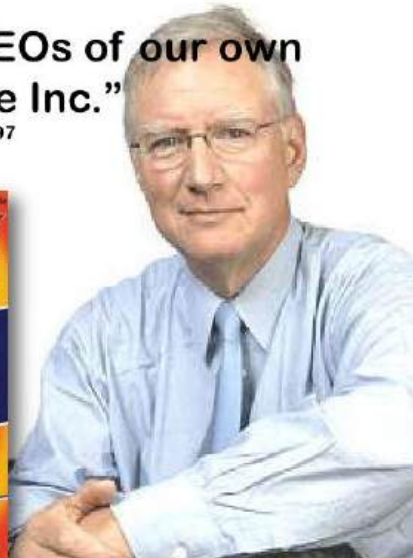
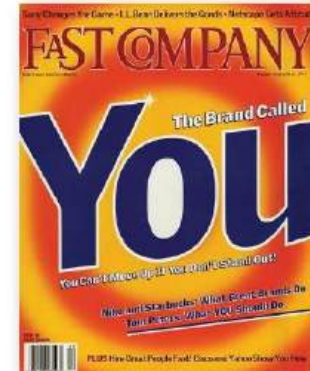
Lo que somos
+
lo que queremos llegar a ser
=
MARCA PERSONAL



- El concepto de marca personal nació como una técnica para conseguir trabajo.
- Tom Peters, es considerado uno de los precursores de este término, a raíz de una publicación que realizó en 1997 llamada **“The Brand Called You”**

“We are the CEOs of our own companies: Me Inc.”

- Tom Peters, *Fast Company* 1997





Objetivos

1. **Diferenciarse de los demás:** ser distinto al resto de personas con un perfil profesional similar. O eres diferente o te extingues.
2. **Ser visible a las empresas o clientes:** la marca personal da notoriedad y exposición para conseguir posicionarse como un profesional de referencia para empresas o clientes (si se trabaja como freelance).
3. **Posicionarse como experto relevante en el campo profesional:** la marca personal concede autoridad, la oportunidad de ser referencia en el campo y como alguien cuya opinión hay que tener en cuenta.



Objetivos

4. **Pasar a ser la “demanda” en vez de la “oferta”:** la marca personal es un activo que te permite posicionarte del lado de la demanda. Ya no se es uno de los miles de profesionales que se ofertan a empresas o clientes, es alguien diferente, conocido y con experiencia y conocimientos relevantes.
5. **Ganar más dinero:** se es alguien conocido y valorado como profesional y como tal, se puede exigir mejores condiciones que otros profesionales que no tienen esa ventaja.



Beneficios

- Generar credibilidad y promoción del perfil profesional
- Posicionamiento como experto en el área
- Mayor oportunidades de trabajo
- Promoción de proyectos, iniciativas o actividades



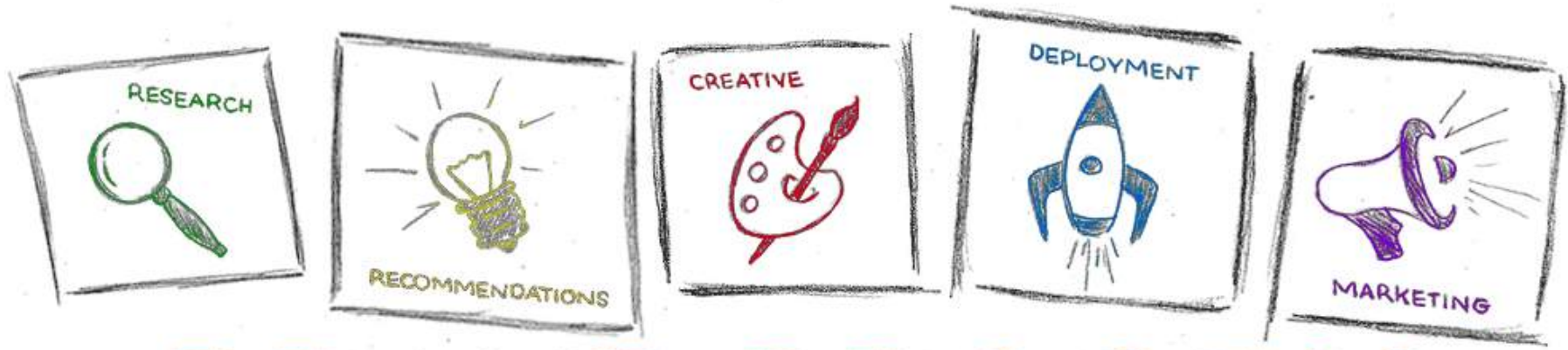
- No consiste en expresarnos sino también **saber escuchar**.
- A veces las palabras que se dicen al iniciar una conversación, **pueden ser decisivas para que resulte un éxito** (depende de la idiosincrasia de los participantes, hay quienes resultan mejores conversadores y otros mejores escuchando).
- Un buen **anfitrión** sabe mezclar entre su grupo de invitados a un excelente conversador. El arte de invitar, también es el arte de equilibrar, tanto por afinidades y aficiones, como por sus actividades.



Cualidades para crear una M.P.

- Paciencia para entender que este proceso puede ser muy lento.
- Planificación para organizar todas las acciones necesarias para crear una marca personal.
- Responsabilidad para cumplir los plazos.
- Perseverancia para volver a iniciar si se llega a fracasar.
- Pasión para entender que esto se hace desde el corazón y no desde la razón.





BRAND PROCESS



Proceso de creación de la M.P.

1

Plantearse varias preguntas para definir el objetivo, expectativas, valores y más.

2

Definir el nombre que tendrá la marca personal (nombre + apellido o un nombre nuevo).

3

Definir las palabras claves que definen a la marca personal del profesional.

4

Mensaje que se transmitirá durante el desarrollo de la marca personal.

5

Valores que se transmitirán, esos que tienen que estar presente en el diseño de la nueva marca personal.



6

El tono de comunicación que se empleará, si será formal o más bien coloquial.

7

La imagen y diseño que tendrá la marca personal: logos, tipografías, colores, etc...

8

Selección de canales, los canales donde tendrá presencia la marca personal.

9

Creación de un calendario para definir las acciones de promoción que realizará el profesional y uno para contenidos para redes sociales.

10

Definición de las acciones especiales, por ejemplo: escribir un libro, ser ponente, dar formación y así sucesivamente.



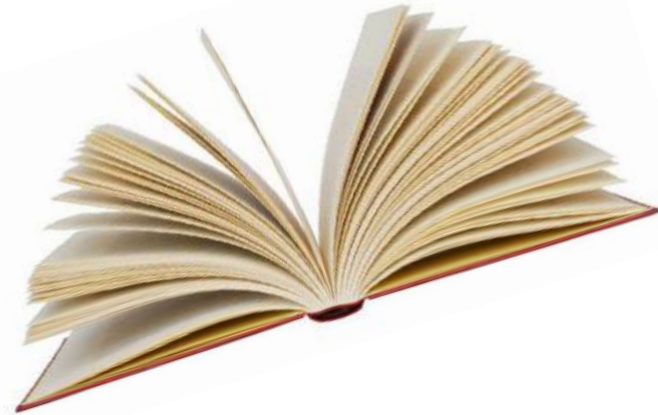
Estrategia de Marca Personal 2.0

- **Redes sociales:** lo ideal es tener presencia en Twitter y en LinkedIn.
- **Eventos (charlas, conferencias, etc):** los eventos o conferencias son un sitio magnífico para ganar exposición frente a otros profesionales y empresas del sector, consolidar la reputación y entablar nuevas relaciones con otros profesionales.





- **Blog:** los blogs están consolidados como plataformas de marca personal. Un blog vale más que cualquier curriculum, ya que se muestra conocimientos, no sólo se los nombra.
- **Publicaciones:** si se puede publicar libros o videos, se está aumentando todavía más los indicadores de credibilidad y liderazgo como profesional.





“NETWORKING”

- El Networking consiste en ampliar la red de contactos para conseguir más oportunidades de trabajo. Consejos:
 - ▷ **Buscar profesionales afines en LinkedIn**
 - ▷ **Crear y mantener relaciones**
 - ▷ **Crear oportunidades**
- Existen Nethunters: cazadores de talento en las redes sociales que rastrean a los profesionales en Internet. No miran el número de seguidores de tus redes, sino la comunidad con la que te relacionas.

“  *La base para construir una Marca Personal es hacer cosas memorables, no salir bien en la foto.*

Not Every Browser Is A Buyer

Lets You Build Up A Social Media Engagement

Humans Don't Trust Machines

Agency Helps Buyers To Remember You Often

Not Every Browser Is A Buyer

Not Every Browser Is A Buyer

**PERSONAL
BRANDING**

Lets You Create A String Of Impressions

Not Every Browser Is A Buyer

Humans Don't Trust Machines



THANKS!

Any questions?