

Mundo empresarial



TEMA Vida empresarial

Se refiere fundamentalmente al conjunto de orientaciones necesarias para que las relaciones internas y externas entre los diferentes públicos y actores que intervienen en la vida de una empresa, cumplan la función productiva y social que las caracteriza.

ESENCIA DEL TEMA

Brindar pautas que generen al interior y al exterior de la empresa un clima que propicie las relaciones entre todos los vinculados, para que desde las funciones que se cumplan, se favorezca el crecimiento personal de quienes la integran, el productivo de la empresa misma y el del entorno en el cual se ubica.

ELEMENTOS DEL TEMA

- Responsabilidad social de la empresa
- Los públicos de la empresa: interno y externo
- Etiqueta empresarial
- Los profesionales
- La vinculación laboral
- Ciberespacio y medios electrónicos

- Sistema de ingreso y seguridad
- Uso y cuidado de espacios y recursos

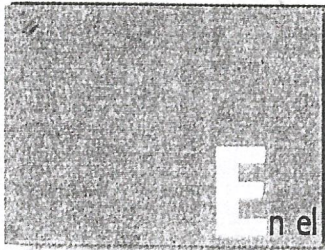
VALORES

- Honestidad, justicia y solidaridad
- Respeto
- Autoridad
- Responsabilidad

- Eficiencia
- Lealtad

PAUTAS PARA LA REFLEXIÓN

Pregunta orientadora:
¿Cómo las relaciones entre los distintos públicos de una organización pueden generar una sinergia que contribuya a consolidar la cultura organizacional?



En el ámbito del trabajo, el hombre transforma el mundo, desarrolla su capacidad intelectual y física, expande sus conocimientos profesionales y del oficio y ejerce sus destrezas y habilidades personales. Allí invierte la mayor parte de su tiempo y construye relaciones en torno a un objetivo común.

Empresa es cualquier proceso de largo plazo dirigido a la satisfacción de necesidades humanas, dentro de un contexto social particular. Cuando se introducen términos de racionalidad que conllevan la armonización de elementos, eficiencia en los procesos y logro de los resultados con calidad, se habla de organización. Las organizaciones hoy se definen como un sistema inteligente donde confluyen talento humano, conocimiento y tecnología alrededor de un objetivo productivo y mediante el cumplimiento de su función social; este enfoque hace crecer la organización misma, a su gente, e incide en su entorno.

El hombre es el centro de la organización y en ese microcosmos él puede proyectar su ser social mediante relaciones de convivencia sana que posibilitan el reconocimiento, el respeto y la responsabilidad. El reconocimiento por la tarea que cada uno realiza, más que por el lugar que ocupa; el respeto en términos de

la valoración que se hace de las personas que laboran en la organización; la responsabilidad como la capacidad de dar cuenta de nuestra tarea referida a los logros de la empresa; de allí la importancia del trabajo en equipo.

Un hombre que quiera triunfar en el mundo que se avecina es aquél que asume los valores organizacionales desde lo social, lo espiritual y lo intelectual.

**¿CÓMO LAS RELACIONES ENTRE LOS DISTINTOS PÚBLICOS
DE UNA ORGANIZACIÓN PUEDEN GENERAR UNA SINERGIA
QUE CONTRIBUYA A CONSOLIDAR LA CULTURA ORGANIZACIONAL?**

El desarrollo integral de una sociedad se logra mediante la interacción de sus cuatro pilares fundamentales: lo público, lo social, lo académico y lo productivo; cada uno de ellos aporta en la medida de su consolidación y fortalecimiento y eso está determinado por las relaciones sociales que generan.

La regla de oro de las relaciones humanas y empresariales es la reciprocidad, lo que significa que la empresa, según sea su gestión, induce las respuestas de un público cada vez más sensible y exigente.

Responsabilidad social

La evolución de la sociedad ha llevado a las empresas a interactuar con otras empresas y con otros

sectores, abriéndose de esta manera a un entorno más amplio, mediante el diálogo activo y la cooperación, creando una sinergia el desarrollo equilibrado de la sociedad.

Generar un clima de comunicación, confianza y cooperación en su interior y establecer diálogos o puentes de entendimiento con la sociedad en su conjunto, contribuye al fortalecimiento de su propia cultura y del tejido social en el cual está inmersa.

Públicos

La empresa debe crear estrategias de relacionamiento con sus diferentes públicos y velar por su cumplimiento, porque ésta es la forma de poner en práctica los valores de su cultura organizacional.

Se considera público interno al personal de la empresa en sus diferentes niveles: directivos, empleados y trabajadores; el público externo, es aquél con el cual la empresa mantiene relaciones institucionales: accionistas, proveedores, competidores, clientes, gobierno, entre otros. Con todos ellos se han de fomentar relaciones de reciprocidad en términos de lealtad, justicia, responsabilidad, transparencia, respeto y confianza.

Etiqueta empresarial

La empresa, como cualquiera otra organización social, vive unos rituales que en su cotidianidad se convierten en costumbres y que se expresan en unas normas que llamamos etiqueta o pautas para el buen trato y los buenos modales; éstas hacen más acertada y agradable la vida empresarial. Saber cómo comportarse en todas las ocasiones otorga al individuo la seguridad de estar actuando correctamente y según se espera de él.

Las jerarquías provienen del conocimiento, la posición y la edad, independientemente de la estructura organizativa adoptada; su reconocimiento determina actitudes y comportamientos necesarios para la marcha ordenada de la empresa.

Es por ello que cuando se acerca a nuestro puesto de trabajo un socio de la firma, un miembro de la junta directiva, o un gerente en los casos en que es esporádica su visita, el empleado debe ponerse de pie, saludarlo por su nombre y atenderlo debidamente; en los puestos directivos es apenas propio que ante la visita de un ejecutivo de igual rango, el colega lo salude de pie y reciba su visita adoptando una posición que denote igualdad; cuando se acercan otros colaboradores, el trato debe ser siempre acogedor y con voluntad de dar solución al asunto en cuestión.

Al dirigirse personalmente a aquellos con quienes usted no tiene trato frecuente, o si lo tiene está dado en términos de reconocimiento y respeto por su posición o edad, han de utilizarse los términos "señor" y "señora" antecediendo los apellidos, (por ejemplo: "buenos días, señor Monsalve", o "señora Gómez, hágame el favor"). En la correspondencia, actos protocolarios, conversaciones telefónicas o llamados públicos, han de usarse estos términos, precediendo el nombre completo y apellidos de la otra persona.

En el mundo protocolario de habla hispana, los términos "don" y "doña" se constituyen en el mayor honor y máxima jerarquía; igualmente en correspondencia y en actos protocolarios, se pueden usar juntos los términos "Señor don..." y "Señora doña ...". En nuestro medio son formas coloquiales para dirigirse a las personas con quienes aún cuando tengamos trato frecuente, nos merecen respeto por su edad o posición; en este caso estos términos se usan con el nombre propio y nunca solos o en diminutivo (por ejemplo: Don Francisco, Doña Mariela).

La presentación entre quienes no se conocen y el saludo, son momentos propicios para transmitir lo mejor de nosotros mismos a ese interlocutor. Al momento de las presentaciones profesionales, hemos de tener en cuenta que se presenta la persona de menor jerarquía a quien tiene mayor jerarquía, cualquiera que sea el género, ejemplo: Señor alcalde, permítame presentarle al ingeniero Jorge Fernández, Presidente del Grupo Encisa. Arquitecto Gómez, me da gusto presentarle a la señorita Gloria González, asistente de diseño. Cuando las dos personas a presentar ostentan el mismo rango en su desempeño profesional, la fórmula adecuada deberá dejar dar cuenta de ello, ejemplo: ¿Ustedes se conocen? Permítanme presentarlos: el señor Valencia, Consejero Municipal para el Desarrollo; el señor Espitaleta, Miembro del Concejo de la Ciudad. En un ambiente exclusivamente social, un hombre es

presentado a una mujer a menos que su alto rango exija invertir este proceso. Ejemplo: Señora Cárdenas, le presento al señor Jaime Pineda, amigo nuestro desde la infancia. O bien, Señor General, le presento a la señora Cárdenas.

Al estrechar manos transmitimos nuestra energía y estado de ánimo. El saludo ha de ser cálido, mirando a los ojos del interlocutor. Saludar dando un beso en la mejilla, está, en nuestra cultura occidental, reservado a los amigos cercanos y a la familia; en el ambiente empresarial lo pertinente es el saludo de mano. Y aquí es apropiado recordar que la forma de saludo social es definido por la mujer y por lo tanto un caballero no se apropiará el derecho a saludar de beso a una mujer que le ha extendido la mano para saludarlo.

El saludo y la despedida oportunos son el reconocimiento que damos al valor de cada persona; cuando ignoramos a alguien lo invitamos a hacer lo mismo, se deteriora así la cordialidad necesaria. Dar las gracias es reconocer la disponibilidad y generosidad del otro.

El tono de voz ha de ser sereno, gentil y firme. Los gritos, ya totalmente en desuso, denotan incapacidad de autocontrol, ofenden al otro y sobre todo descalifican a quienes los profieren.

Las situaciones personales no deben trascender a la organización; ni los conflictos al interior de la empresa deben reflejarse hacia el público externo.

Por razones de lealtad debe guardarse extremo sigilo acerca de las dificultades, carencias y limitaciones en el funcionamiento de la empresa.

Hay aspectos que cuidar en la etiqueta empresarial: el trato atento y respetuoso al visitante en todas las oficinas a donde se dirija; el puntual cumplimiento de las citas; la respuesta oportuna de la

correspondencia, no más allá de tres días; la atención inmediata a las llamadas telefónicas y la correspondencia a las mismas, a la mayor brevedad; la confirmación o no, de la asistencia a todos aquellos actos para los que se recibe invitación.

En el ambiente laboral, en términos generales, no se debe tutear y menos tratar de vos; el trato de "usted" es el más apropiado y recomendable en este medio. Se da por descontado el uso de los términos cariñosos (ej: amor), diminutivos (ej: reinita) y apodos (ej: flaco) y de las palabras soeces cualquiera que sea el grado de confianza que se tenga y el nivel que se ocupe dentro de la organización.

El servicio de restaurante que ofrece la empresa está dirigido a proporcionar bienestar a todo el personal y propiciar encuentro y socialización; debe ser utilizado siguiendo las normas de buena educación en la mesa, por respeto hacia los demás y consigo mismo: lavarse las manos y presentarse aseado; servirse en cantidad moderada y no más de lo que se va a ingerir; sentarse erguido y llevar los alimentos hasta la boca, evitando inclinarse sobre ellos; masticar con la boca cerrada y no hablar con la boca llena; no limpiarse los dientes ni otras partes del cuerpo estando en la mesa; mantener los codos fuera de la mesa; evitar hacer regueros y hacer ruidos al ingerir alimentos y beber; desplegar y usar la servilleta; usar la cuchara para la sopa, el tenedor y el cuchillo para el plato principal o seco y la cucharita para el dulce; algunos postres se comen con tenedor pequeño. Procurar lavarse los dientes después de las comidas. Atendiendo a estas indicaciones básicas, notará que otros comparten con agrado su compañía en la mesa.

Los profesionales

Nos referimos como profesionales a aquellas personas que han cursado estudios superiores y han

obtenido un título que los acredita como tales. Los profesionales se han convertido en uno de los grupos más importantes y reconocidos en el mundo contemporáneo, puesto que el conocimiento se ha venido posicionando como factor preponderante; sus decisiones involucran altas responsabilidades y las disciplinas profesionales responden a necesidades sociales claramente reconocidas y definidas; de ahí el hecho de que el Estado intervenga en su regulación.

El ejercicio profesional involucra la totalidad de la persona y sus aptitudes, define su visión del mundo y se convierte en una forma de vida, cuando es asumido con total compromiso.

Existen también en la escena laboral las artes y los oficios, desempeñados por personas que han tenido capacitación o entrenamiento en una tarea o actividad específica. Allí se aplica una práctica más que un saber, resulta de una necesidad laboral más que de una vocación y responde a situaciones puntuales, más que a situaciones de carácter social.

El uso de los títulos a los que acceden los profesionales se limita al ámbito académico y laboral, donde son significativos en términos salariales y de reconocimiento o prestigio. Esto quiere decir que el término "doctor" sólo se usa para los graduados en medicina, debido a la larga duración de los estudios, o en otras profesiones, cuando se ha alcanzado el tercer ciclo de formación, es decir, el doctorado. Para los demás profesionales activos en el campo laboral, se puede usar el título de su profesión (arquitecto Jaramillo, ingeniera Pérez), o posición (Señor gerente Mejía, Señora directora Pinzón).

La preponderancia de la mujer en el campo profesional fundamenta la validez de la norma de la Real Academia, según la cual, existe el correspondiente femenino para todas las denominaciones profesionales y posiciones de jerarquía. Así, por

ejemplo, presidenta, ministra, diputada, concejala, jueza, jefa, supervisora, abogada, médica, ingeniera.

En el campo social, todos debemos dirigirnos unos a otros con los términos "señor" y "señora", que en nuestra lengua y costumbres aluden a hombres y mujeres, sin ninguna otra referencia profesional o académica. Por lo demás, la universalización de esta forma de trato denota una mentalidad más democrática y una comprensión más horizontal de la sociedad.

La significación que los profesionales han adquirido los compromete a dar un trato cortés, honesto y transparente a sus colaboradores y clientes, a mantener un alto nivel de competencia en su campo profesional, de tal manera que quienes se dirijan a ellos solicitando sus servicios, los reciban de manera satisfactoria; parte de esta satisfacción deriva de que el profesional sepa usar un lenguaje claro y comprensible para los legos, que suscite confianza y reconocimiento de autoridad.

Vinculación laboral

Se refiere a los diversos momentos que preceden la entrada al mundo laboral, sea por contratación o nombramiento. Este lapso comprende desde la preparación y entrega de hojas de vida, hasta el efectivo ingreso a la organización, proceso que debe ser cuidadosamente asumido, puesto que de él depende la imagen que proyectamos de nuestra personalidad y capacidades y, en última instancia, nuestro futuro laboral.

La hoja de vida debe contener información veraz, en letra legible si no se dispone de máquina de escribir o computador, fotografía reciente, incluir referencias personales de quienes efectivamente puedan dar fe sobre nuestra calidad y capacidades; en todo caso, la hoja misma debe ser pulcramente

presentada, sin enmendaduras, manchas o dobleces innecesarios, pues ello da cuenta del nivel cultural de quien la presenta. La hoja de vida debe ser entregada, ojalá personalmente, en la oficina destinada para ello; debe evitarse recurrir a las intrigas, presiones y métodos poco claros, ello da cuenta de nuestro respeto por los conductos regulares y de nuestra voluntad de contribuir a la transparencia y eficiencia en los procesos de selección laboral.

Para el momento de la entrevista, es importante prepararse psicológicamente, repensar sobre los aspectos favorables y los puntos débiles que cada quien tiene en relación con la posición a la que se aspira; cumplir puntualmente con la cita es factor determinante de éxito, para ello debe desplazarse con suficiente antelación a fin de evitar motivos adicionales de tensión en momentos en los que la tranquilidad y la seguridad son tan importantes.

Una impecable presentación personal es definitiva: la vestimenta ha de estar en relación directa con nuestra personalidad y la posición a la que se aspira, el maquillaje en el caso de las mujeres, es también expresivo del carácter personal y de las expectativas que se tienen frente al trabajo. El cabello debe estar limpio y cuidado y al igual que la vestimenta y el maquillaje, manifiesta la personalidad del aspirante.

Al llegar a la entidad debe saludar y presentarse ante el personal encargado. Al ingresar a la entrevista, el momento de la presentación y saludo es de gran significación. Rápidamente se ha de percibir la actitud del entrevistador, para no sobrereactuar o tomarse confianzas que no estén autorizadas: esperar a que se le tienda la mano, responder al saludo, tomar asiento cuando y donde se le indique, no llevar la iniciativa en la conversación y tratar siempre al entrevistador de "usted". Durante la conversación, limitarse a responder las preguntas formuladas de manera concisa y

veraz, sin exagerar los gestos ni levantar el tono de voz, manteniendo una postura correcta. El entrevistado está en el derecho de solicitar mayor información sobre la posición a ocupar y sobre los términos del proceso de selección en su debido momento, el entrevistador es quien da por terminada la conversación y el entrevistado debe esperar nuevamente a que aquel defina la forma de la despedida.

En todo caso, la autenticidad es el mejor recurso que el entrevistado puede esgrimir, con la certeza de que el entrevistador sabrá valorarla.

Por su parte, el entrevistador es en buena medida responsable de la calidad de la entrevista, si sabe generar un ambiente relajado de cordialidad y de respeto, que permita que cualidades y limitaciones salgan a flote espontáneamente. Es conveniente salir a recibir al entrevistado, estrechar su mano al presentarse, conducirlo a la oficina e invitarlo a tomar asiento, llevar la iniciativa de la entrevista y escuchar con atención e interés las respuestas del entrevistado; explicarle claramente las condiciones del cargo y los procesos de selección sin crear falsas expectativas, haciendo claridad sobre las inquietudes que afloran a lo largo del diálogo. Es a él a quien corresponde dar por terminada la entrevista, agradeciendo la respuesta positiva a la convocatoria, aclarándole cuándo recibirá una respuesta y acompañando al entrevistado a salir, con una despedida cálida.

Ciberespacio y medios electrónicos

La tecnología ha revolucionado la manera de comunicarse, reduciendo las distancias y favoreciendo el acceso directo a las personas, permitiendo además integrar todos los aspectos de la gestión empresarial, sistematizando toda la información que conlleva la organización.

El ciberespacio es el universo de seres humanos que tienen acceso a los habilitadores tecnológicos, que permiten el intercambio de información y conocimiento y la realización de toda clase de transacciones por medio de redes de comunicación.

En ese ámbito se dan tres formas de relacionamiento: el personal, el organizacional y el publicitario-comercial. Si bien es cierto que el medio para ingresar a ese espacio es una máquina u objeto pasivo, el propósito es acceder a una gran comunidad virtual que demanda la adopción de unas normas de comportamiento, que configuran una nueva cultura.

De la amplia gama de posibilidades y servicios que nos ofrece esta tecnología, los que más exigen unos comportamientos ajustados a los usos internacionales son: la mensajería (E-mail o correo electrónico) y los chat (charlas interactivas); pero también han de considerarse las listas de distribución y las tele y video conferencias.

La cortesía y el respeto son cualidades inherentes a toda actividad en el ciberespacio. Al usar los medios electrónicos debemos mantener el mismo lenguaje y la compostura que son adecuados en los otros medios interempresariales; en los mensajes de carácter personal se puede echar mano de expresiones coloquiales y afectuosas; en ningún caso deben usarse las mayúsculas, que en este lenguaje significan gritos. Responda oportunamente todo mensaje que requiera respuesta.

El tiempo de los usuarios vale oro y el tiempo al aire vale mucho dinero; por tanto evite los excesos, no prolongue innecesariamente la transmisión, otros usuarios necesitan el servicio. Los mensajes deben ser claros y sencillos, por lo tanto no debe abusarse de colores, tipos de letras, dibujos y figuras; ello hace perder tiempo al receptor. Colóquese en el lugar de quien lo recibirá.

La telefonía celular ha revolucionado las comunicaciones y en el futuro están aún por verse grandes desarrollos; es una herramienta maravillosa y una excelente compañía que hemos de aprender a usar correctamente, para no causar molestias a los demás, ni incurrir en costos excesivos. Más que un elemento suntuario, es ya una herramienta de la vida cotidiana empresarial y social.

Las conversaciones han de ser breves y en tono discreto; es contra el espíritu de la ley que el conductor de un vehículo use el teléfono celular mientras conduce, porque pone en peligro su vida y la de otras personas; es entonces recomendable el aditamento denominado "manos libres".

Cuando atendemos personas en nuestra oficina o somos recibidos, durante las reuniones y en los restaurantes, es de cortesía apagar el celular y recibir las llamadas en el buzón o sistema de registros de llamadas. Cuando estemos acompañados es recomendable que la señal se reciba a modo de luz o de vibración y cuando entre una llamada hemos de excusarnos ante los acompañantes y aislarnos para conversar.

Es inadmisibles mantener encendido el celular en centros de culto religioso, conciertos, obras de teatro y danza, momentos de duelo y aulas de clase; está totalmente prohibido en aviones, trenes, ascensores y estaciones de servicio, por el peligro que ello representa.

Sistema de ingreso y seguridad

Las empresas lucrativas o no, por su misma naturaleza, requieren de conocimiento, equipamiento y personal que deben cuidarse; ello hace necesario adecuar un sistema de seguridad, que no tiene por qué obstaculizar las normas de cortesía y el respeto

debido a los visitantes; el momento del ingreso es un factor crítico de éxito de la imagen de la empresa y por tanto su manejo no es netamente administrativo.

Los visitantes deben observar las instrucciones que en esta dirección expida la compañía, pues ello redundará en beneficio de todos.

Involucrar al personal de seguridad y vigilancia en la cultura organizacional de la empresa y proporcionar entrenamiento y capacitación permanentes, garantiza simultáneamente el respeto que merecen todas las personas que se dirigen a ella, la imagen que la empresa quiere proyectar y la seguridad que ella demanda.

Uso y cuidado de espacios y recursos

Si bien en el hogar desarrollamos nuestra vida afectiva, la empresa es nuestra segunda casa, porque en ella se realiza la vida productiva; es por tanto conveniente crear un ambiente de calidad, según el carácter de cada entidad, no solo en cuanto a las

relaciones que se generan, sino al uso y cuidado de los espacios físicos y al equipamiento.

En aras de la eficiencia de la empresa, los recursos, tanto humanos como físicos y financieros, deben potenciarse en beneficio del desarrollo productivo de la misma. Los directivos y empleados han de procurar el justo equilibrio en su asignación y uso, comprometiéndose en la conservación y cuidado de los mismos.

Cada vez más las empresas están invirtiendo en mejorar la calidad de vida de sus empleados: equipos de oficina y procesos productivos más avanzados, servicios de bienestar y recreación, actividades de formación y capacitación y otros beneficios, lo cual exige del empleado que haga de ellos un uso racional y compartido, asegurando su correcto funcionamiento y conservación.

Abusar de los bienes puestos a nuestro servicio o bajo nuestro cuidado, deteriorar las relaciones de trabajo en detrimento de la vida empresarial, atenta contra el patrimonio colectivo, contra el logro de los objetivos institucionales y contra la propia autoestima.

Tengamos presente

Observar comportamientos acertados en los distintos momentos de la vida empresarial y frente a sus múltiples públicos, tiene una incidencia directa en el éxito o fracaso de la entidad y de cada uno de sus miembros. A continuación damos algunas orientaciones generales, las demás podrán ser elaboradas a partir de la comprensión de este capítulo:

- El principio básico en la vida laboral se puede resumir en la siguiente frase, muy utilizada en la teoría actual de la negociación: "duro con el problema, suave con la forma".

- La comunicación abierta, franca, directa, pero de buenas maneras, es la mejor forma de establecer las más sanas relaciones empresariales.
- Estimular y reconocer, son características de una organización amigable.
- Las virtudes de la humildad, la modestia, la generosidad, el reconocimiento del otro y el compartir conocimiento, son esenciales en la vida empresarial.
- Un buen líder es aquél que propicia el crecimiento de sus colaboradores mediante un trabajo constructivo, positivo, estimulante, comprometido y un trato cálido; el estilo administrativo del líder es el que marca la calidad.
- Trabajar en equipo es la manera eficiente que ha descubierto la administración moderna para lograr los objetivos organizacionales.
- Las reuniones son el escenario donde se analizan y toman decisiones colectivas sobre asuntos vitales para la empresa y donde los miembros de la organización pueden exhibir sus fortalezas y debilidades.
- Las reuniones deben empezar y terminar cumplidamente y en ese lapso de tiempo obtener el objetivo propuesto, mediante una buena conducción de la misma que apunte a lo esencial y estratégico y evite lo accesorio y anecdótico. Quienes participan en la reunión contribuyen a ello, al solicitar, limitar y respetar el uso de la palabra, evitando las repeticiones y asumiendo siempre una actitud positiva y conciliadora, que facilite la toma de decisiones por acuerdo.
- Bostezar durante las reuniones o el desempeño de las labores regulares es indicativo de que estamos cansados o nos falta interés por el asunto; basta con cambiar la posición de nuestro cuerpo, de tal manera que distensionemos el diafragma, para que este incómodo signo desaparezca.
- El tiempo es el activo primario de la organización, y por tanto el manejo que hagamos de él da cuenta de nuestra capacidad de administrarnos y de nuestra honestidad frente a la organización misma.
- La puntualidad en los horarios, en la entrega de trabajos e informes, el cumplimiento de los plazos asignados a las diversas actividades, son manifestación del respeto del tiempo propio y del ajeno.
- La desorganización en el trabajo, que tiene que ver tanto con el manejo del tiempo como de los recursos, linda también con la deshonestidad.

- El personal de portería y de recepción tiene una especial responsabilidad porque de él dependen la primera y última imagen que el visitante tiene de la empresa. Hay que dirigirse a él con respeto, amabilidad y diligencia, mientras se verifica la cita y se autoriza el ingreso; si al llegar el visitante, se está atendiendo al teléfono, se pide que espere y se da por terminada rápidamente la conversación telefónica; si se está atendiendo al visitante y hay que responder al teléfono, se piden disculpas y se contesta. Hay que indicar con precisión hacia dónde dirigirse. Igualmente, a la salida del visitante, devolverle su documento de identidad y agradecer su visita amablemente.
- En la portería y recepción deben evitarse las visitas, las llamadas telefónicas personales y en ningún caso ingerir alimentos en el puesto de trabajo. Hay que dirigirse al visitante en términos de "usted", nunca tratarlo de "tú" o "vos" ni utilizar palabras que denoten exceso de confianza, ya que se trata de un lugar de trabajo.
- La práctica internacional recomienda que al contestar al teléfono se salude buenos días, buenas tardes, buenas noches, se dé el nombre de la empresa y de quien contesta. Utilice siempre el término "usted" y nunca utilice el "tú" o el "vos" ni utilice palabras que denoten exceso de confianza; provea la información que se le solicita con precisión y recuerde que al no poder reforzar la conversación telefónica con gestos y miradas, su trato debe ser doblemente cordial.
- En los escritorios no deben ingerirse alimentos.
- Por último, la presentación personal, el aseo, el cuidado del sudor, del mal aliento; la limpieza de piel, uñas y dentadura, así como del cabello, son reflejo clave de la personalidad y nivel. El maquillaje acentuado, los peinados exagerados, el vestido alto y los escotes, por parte del personal femenino, así como el trato meloso y las risas, no son bien vistos en el ambiente laboral.