



# RELACIONES PÚBLICAS

ING. KARINA MARICRUZ PEREZ GUILLEN



## CRITERIOS DE EVALUACION: (1RA. UNIDAD)

		Cuadro sinóptico		
Foros	20%	}	Súper nota	10%
Actividades	30%		Mapa conceptual	10%
Examen	50%		Ensayo	10%

## CRITERIOS DE EVALUACION: (2DA,3RA Y 4TA. UNIDAD)

			Cuadro sinóptico	
Foros	30%	}	Súper nota	10%
Actividades	20%		Mapa conceptual	10% (UNA SOLA ACTIVIDAD)
Examen	50%		Ensayo	10% POR UNIDAD)



¿Qué es?

Se conoce como **relaciones públicas** o RR. PP. a la ciencia que se encarga de gestionar la comunicación entre una organización y la sociedad, con el objetivo de construir, administrar y mantener su imagen positiva.



## IMPORTANCIA

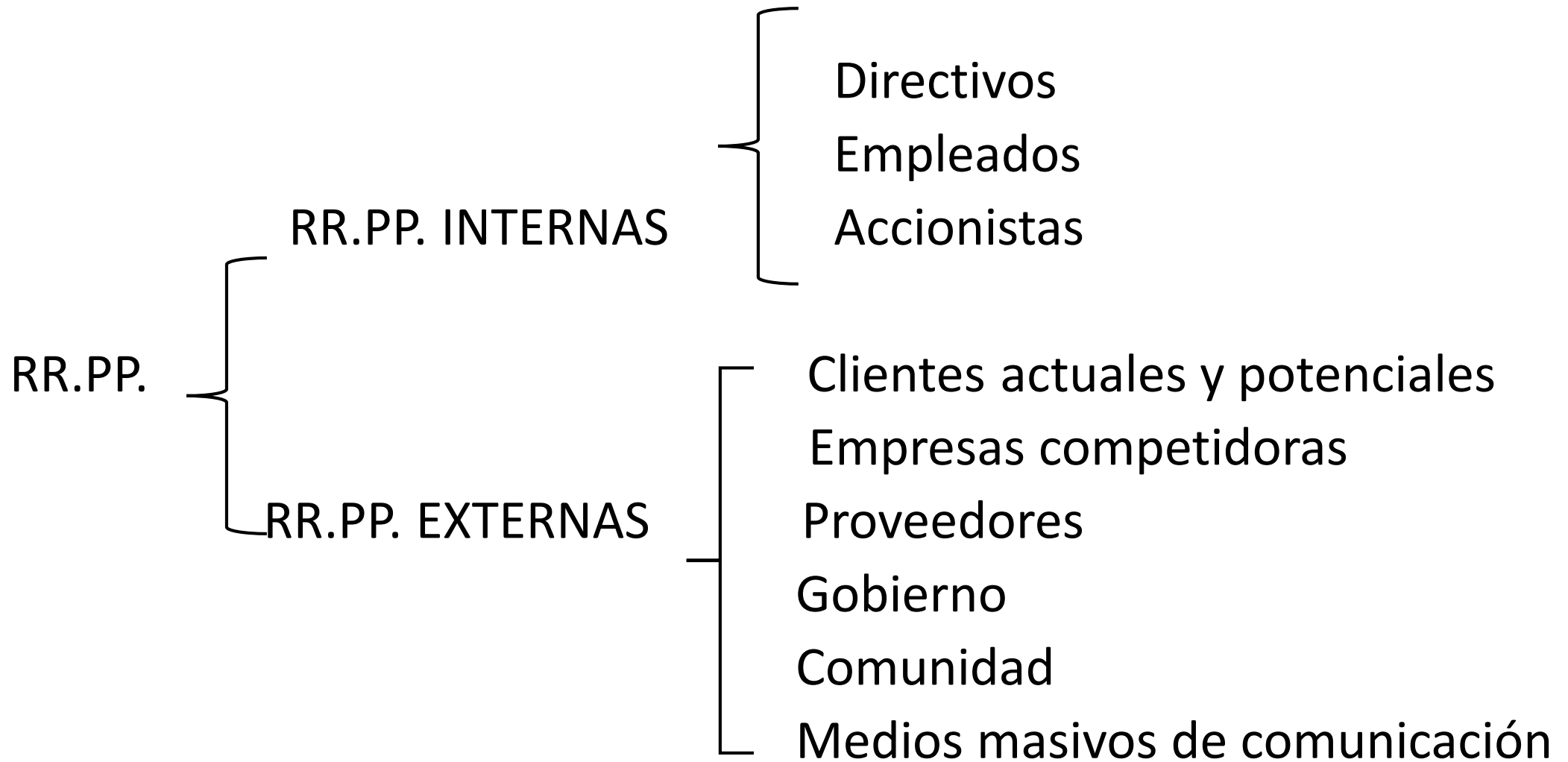
- Busca obtener o mantener la simpatía de aquellos con los que tiene o puede tener que ver.



# ¿Qué son las relaciones públicas?

- Son el **conjunto de acciones destinadas a crear y mantener una buena imagen de la empresa**, tanto ante el público en general (consumidores, clientes, inversionistas, instituciones públicas, organizaciones sociales, grupos de opinión, etc.), como ante los trabajadores de la empresa.







## División de las RR.PP.

- **Relaciones públicas empresariales**
- **Relaciones públicas institucionales**
- **Relaciones públicas políticas**
- **Relaciones públicas personales**



# DEFINICIONES POR AUTORES



El Webster New International Dictionary las define como:

Las actividades de toda industria, unión, corporación, profesión, gobierno u otra organización cualquiera, para la creación y mantenimiento de unas relaciones sanas y productivas, con ciertos sectores determinados de públicos, tales como clientes, empleados o accionistas, y con el público en general, a fin de adaptarse al medio de éstos y justificar su existencia ante la sociedad.

Se denominan relaciones públicas las actividades efectuadas por un grupo, con vistas a establecer y mantener buenas relaciones entre los miembros del grupo, y entre el grupo y los diferentes sectores de la opinión pública.

**(Asociación Francesa de las Relaciones Públicas.)**

- Lamb, Hair y Mc Daniel, definen las **relaciones públicas** como la función de la mercadotecnia que evalúa las actitudes del público, identifica áreas dentro de la empresa que interesarían a este y ejecuta un programa de acción para ganarse la comprensión y la aceptación del mismo.

- Para Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, las **relaciones públicas** son *acciones que persiguen construir buenas relaciones con los consumidores a partir de una publicidad favorable, la creación de una buena imagen corporativa y evitando rumores, artículos periodísticos o acontecimientos desfavorables.*

- Stanton, Walker y Etzel, definen las ***relaciones públicas*** como una herramienta de administración destinada a influir favorablemente en las actitudes hacia la organización, sus productos y sus políticas.

- Cutlip, Center y Broom, en su libro «Relaciones Públicas Eficaces», nos brindan la siguiente **definición**: *Las relaciones públicas son la función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y los públicos de los que depende su éxito o fracaso.*

- *Miguel Santesmases Mestre*, Las **Relaciones Públicas** son un instrumento de comunicación ya que integran a un conjunto de actividades llevadas a cabo por las organizaciones con el fin de conseguir, mantener o recuperarla aceptación, confianza y el apoyo de una diversidad de públicos.

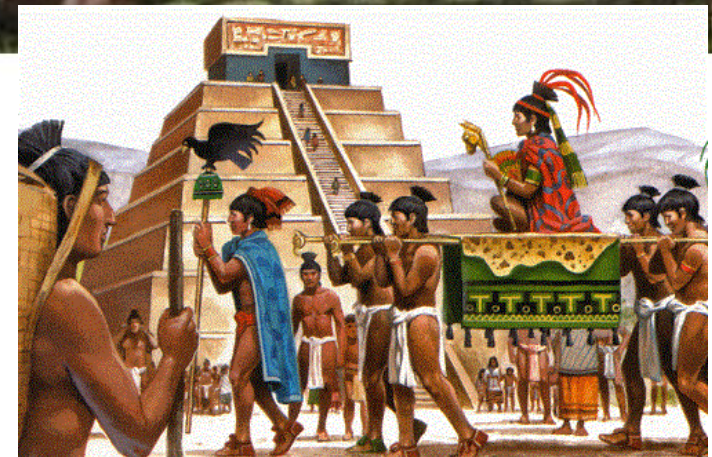
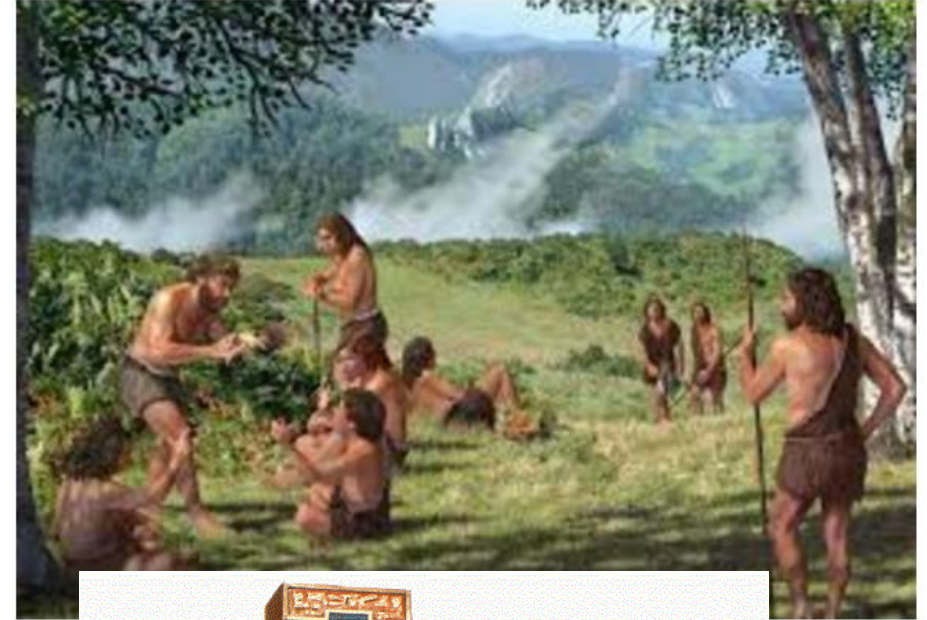


# Antecedentes de las relaciones públicas

- El origen de las relaciones públicas, se remonta a los comienzos de la civilización. El hombre siempre en cualquier momento y lugar, manifestó la necesidad de **comunicarse** y la importancia que tiene contar con las personas para alcanzar objetivos específicos.

Ciertas tribus lo utilizaban para promover el respeto a la autoridad del jefe.

En México precolombino los aztecas se percataron de la importancia de **escuchar la opinión** de los demás y del cuidado de una buena imagen. Existían los Tecuhtli, quienes oían las **quejas y las opiniones** del pueblo, representándolo ante las autoridades.



- Otro antecedente muy claro de los inicios de las relaciones públicas en México se dio durante la Revolución mexicana en 1910. Emiliano Zapata también se percató de la importancia de influir en la opinión pública para ganarse la aceptación popular y el apoyo de su causa



- En agosto de 1978, México la primera Asamblea Mundial de Asociaciones de Relaciones Públicas es el arte y la ciencia social de analizar tendencias, **predecir sus consecuencias, asesorar a los líderes de organizaciones.**



- La propaganda fue utilizada por los Estados Unidos, el Reino Unido, [Alemania](#) y otros para reunir ayuda interna y demonizar a los enemigos durante las guerras mundiales, lo que llevó a más sofisticados esfuerzos publicitarios comerciales conforme el talento de relaciones públicas entró en el sector privado.
- La mayoría de los historiadores creen que las relaciones públicas se establecieron por primera vez en los EE.UU. por Ivy Lee o Edward Bernays, luego se extendió a nivel internacional.

## PUBLICIDAD o la mercadotecnia.

- Las herramientas de las que se valen las relaciones públicas para cumplir con sus objetivos y funciones son muchas y diversas:
  - Diarios
  - Revistas
  - Radio
  - Televisión
  - Internet



## Imagen:

Es aquella representación que la organización desea construir en las partes interesadas con las cuales la organización se relaciona o construye vínculos comunicativos.



## Actividades comunes de las RR.PP.

- Ruedas de prensa
- Presentaciones
- Patrocinio
- Medios del espectáculo
- Conferencias
- Noticias
- Mecenazgo



## Funciones de las RR.PP

- **Función informativa:** dar a conocer un producto
- **Función persuasiva:** convencer, para lo que le resultan válidos todo tipo de argumentos
- **Función económica:** necesita ser rentable





# Funciones de la publicidad para la sociedad

- **Función financiadora:** la publicidad uno de los principales medios de financiación para todos los medios de comunicación
- **Función sustitutiva:** representación manipulada de la realidad (Un anuncio de tabaco, por ejemplo, jamás va a presentar la realidad de las consecuencias de su consumo, buscará plantear sentimiento de placer, conquista, aventura...



- **Función estereotipadora:** Se tiende a unificar gustos, hábitos de comportamiento y de vida.
- **Función desproblematizadora:** la publicidad nos muestra un mundo fascinador, sin problemas ni tensiones.



The background is a vibrant illustration of a business environment. It features several characters in professional attire: a woman presenting a pie chart and bar graph, a man shaking hands with a woman, a man speaking at a podium, and other business professionals in the background. The scene is set against a backdrop of green and purple geometric shapes.

# Beneficios de la Imagen Pública y Relaciones Públicas para Empresas



## BENEFICIOS:

- Consolidar la imagen y reputación de la marca
- Generar opinión pública
- Lograr una relación costo-beneficio
- Ganar la buena voluntad de público
- Fidelizar a los clientes
- Mejorar la relación con nuestros clientes
- Atraer buen personal y reducir el riesgo de los trabajadores
- Prevenir conflictos y malas interpretaciones

## Habilidades de un director de relaciones publicas:

- **Comunicarse claramente**, tanto de manera escrita como oral, para crear un ambiente armónico con clientes, organizaciones, compañías, [Periodistas](#), y miembros del equipo.
- **Ser amigable** para compenetrar y obtener la cooperación de los contactos de los medios. Llevarse bien con personas de diferentes ámbitos de la vida
- Estar en la **capacidad de lidiar con un grupo diverso de personas** en situaciones de conflicto con un acercamiento efectivo, calmado, cortés y discreto.



- Ser capaz de **redactar comunicados de prensa** y de hacer presentaciones.
- **Organizado**, capaz de manejar su tiempo efectivamente y con habilidades gerenciales.
- Ser capaz de **manejar múltiples proyectos al mismo tiempo** y de **trabajar bajo presión** en un entorno dinámico y activo.



- Ser lo suficientemente organizado para **manejar varios eventos y clientes al mismo tiempo.**
- Analítico, con **capacidad de resolución de problemas** y toma de decisiones
- **Identificar problemas y resolver inconvenientes** de manera oportuna utilizando el buen juicio y el pensamiento crítico.
- Trabajar en equipo



- **Responsable** y discreto al momento de manejar información confidencial y sensible.
- **Confiable, responsable**, certero y con excelente atención a los detalles.





- Buenas habilidades de **oratoria**.
- Habilidades de **investigación**.
- Habilidades de TIC.
- Habilidades de edición.
- **Mucha energía**.
- Habilidades de **gestión del tiempo**.
- Habilidades de gestión financiera para el establecimiento de presupuestos.
- Un interés por la actualidad.



## Encargado de relaciones publicas:

- Desarrollar y mantener la imagen corporativa
- Dirigir y supervisar la estrategia de redes sociales
- Trabajar en conjunto con los Gerentes de Mercadeo y Publicidad para garantizarlo que cliente quieran proyectar.
- **Asistir a entrevistas y demás maneras de contacto público.**
- **Redacción de discursos** para conferencias o eventos importantes.
- Publicitar actividades y eventos a los fines de obtener la atención del público
- Llevar a cabo la planificación y ejecución de inauguraciones, eventos de caridad, lanzamientos de prensa.

## Funciones comunes de un Gerente de RR.PP.

- Desarrollar y mantener la imagen e identidad corporativa del cliente
- Observar tendencias sociales, económicas y políticas que puedan afectar a la organización.
- Trabajar en conjunto con los Gerentes de Mercadeo y Publicidad para garantizar que las campañas estén alineadas con la imagen que la empresa.



- Asistir a ejecutivos en la redacción de discursos, organización de entrevistas y demás maneras de contacto público.
- Presentar a los clientes ideas de campañas publicitarias.
- Dirigir y supervisar la estrategia de redes sociales de la empresa.
- Supervisar el mantenimiento de la página de internet



- Desarrollar y presentar resúmenes para conferencias o eventos importantes.
- Planificar y publicitar actividades y eventos a los fines de obtener la atención del público y una cobertura gratuita de la prensa.



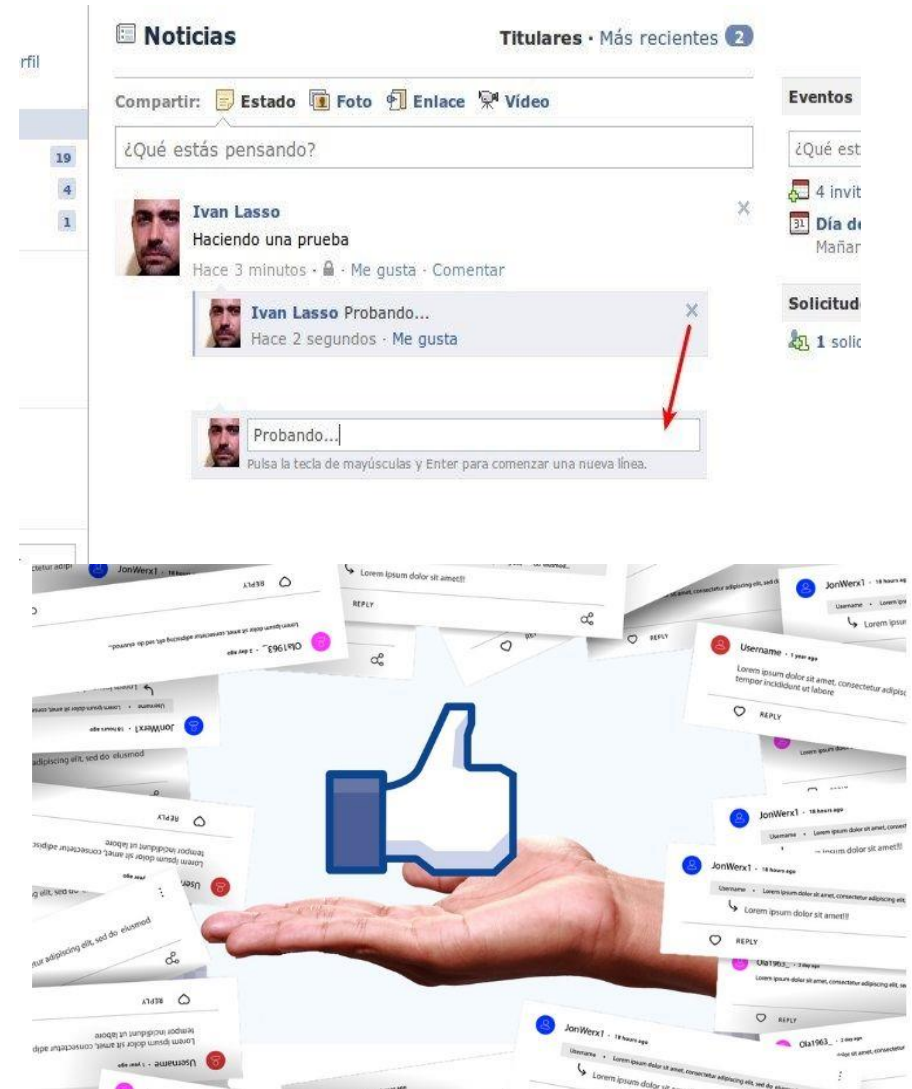
- Llevar a cabo la planificación y ejecución de inauguraciones, eventos de caridad, lanzamientos de prensa, presentaciones de nuevos productos a la prensa.
- Dirigir eventos especiales, tales como el patrocinio de maratones.



- Contratar y supervisar a Redactores Creativos, Diseñadores Gráficos.
- Administrar el presupuesto del departamento de Relaciones Públicas



- Estar al corriente de todos los asuntos que puedan afectar a la empresa u organización
- Evitar o dar respuesta a la cobertura negativa de los medios de comunicación.







## Labores diarias:

- Decidir cuál **comunicado** será enviado a los medios de comunicación.
- **Identificar grupos y audiencias relevantes** para determinar la mejor forma de poder llegar a ellos y llamar su atención.
- **Designar a un vocero** o fuente de información para atender las inquietudes de los medios de comunicación.
- **Diseñar vías de comunicación efectivas** para que los clientes puedan interactuar con el público.

# RELACION CON EL PERSONAL

## Directivos y empleados

- Cuando las instituciones tienen buena comunicación con los empleados los resultados se ven reflejados. Los empleados se sienten **satisfechos, motivados y más productivos**, esto es positivo para la institución.



## SONDEOS

Obtener una idea general o panorámica de las **opiniones tanto buenas como malas del personal** con respecto a la organización, así como demostrar la buena fe de los altos niveles directivos por conocer los puntos de vista y los **problemas de su personal**.



Es recomendable que se inicie esta investigación inicial dando una vuelta por las instalaciones de la empresa para observar a los empleados en su trabajo y entablar conversaciones durante el mismo



- A lo largo de estas primeras conversaciones es probable que se empiecen a manifestar quejas pequeñas, pero importantes, por ejemplo, referentes a la **limpieza del lugar de trabajo, o a la iluminación deficiente mala ventilación.**





## Ejemplo encuestas.

- ¿Por qué cree que son despedidos los empleados?
- ¿Qué le gustaría conocer acerca de la organización?
- ¿Recomendaría la empresa a otros?, ¿por qué?
- ¿Qué es lo que menos le gusta de su trabajo?
- ¿Qué es lo que más le gusta de él?
- ¿Cree que la empresa tiene en cuenta las opiniones y sugerencias de sus empleados?

- ¿Cuáles cree que son los beneficios o ventajas de trabajar en esta organización?
- ¿Qué es lo que más le gusta de ésta?
- ¿Le gustaría que su hijo trabajara en esta empresa?, ¿por qué?
- ¿Ofrece la empresa prestaciones a sus empleados? En caso afirmativo, ¿cuáles?



# RELACIONES CON LA PRENSA

## Cuida a los periodistas

Los periodistas tienen muchísimos temas que tratar y nuestro objetivo es facilitarles la tarea proporcionándoles contenidos con titulares sencillos e indicándoles cuál es la información más útil (quién, qué, cuándo, dónde y por qué) mediante frases cortas y claras que se puedan copiar y pegar

Lo mismo ocurre con las imágenes, debemos tener en cuenta que tenemos que enviárselas en alta definición.

