



# **4to Encuentro Bienal Iberoamericano de Publicidad, Diseño Gráfico y Relaciones Públicas**

**“Gestión de las Relaciones Públicas en un  
contexto competitivo”.**

**Facilitador:**  
J. Luis Rojas.

[Irojas50@hotmail.com](mailto:Irojas50@hotmail.com)

# Características del contexto competitivo

---

- Existe una preocupación colectiva por proteger el medio ambiente.
- Los consumidores demandan productos, bienes y servicios de calidad, pero bajo el enfoque de producción limpia.



# Características del contexto competitivo

---



- La Responsabilidad Social Empresarial, se ha convertido en un movimiento mundial, que distingue y diferencia la gestión corporativa.

# Características del contexto competitivo

---

- La imagen pública se gestiona desde la perspectiva de la globalización.



# Características del contexto competitivo

---



- Se ha incrementado la participación ciudadana en los medios de comunicación.
- Las buenas relaciones con los grupos de interés, es una oportunidad de mejora continua.

# Características del contexto competitivo

---

- Los acuerdos y tratados de Libre Comercio, han obligado a los Estados a crear leyes e instituciones que protegen los derechos de los consumidores.
- El alcance, la rapidez y la versatilidad del Internet y las redes sociales, han hecho de la información una navaja de doble filo.



# Características del contexto competitivo



- El reconocimiento público se obtiene por la calidad y cantidad del involucramiento social que realiza la organización.
- La información científica se ha convertido en insumo básico para la toma de decisiones internas y externas.

# Características del contexto competitivo

- La buena o mala imagen pública de las organizaciones, incide en la decisión de compra de los consumidores.





# Las relaciones públicas en un entorno competitivo

---



Hoy, es casi imposible gestionar con éxito las relaciones públicas, al margen de los procesos de investigación y planeación estratégica.

# Las relaciones públicas de hoy

---

Las estructuras de los mercados y el comportamiento de los consumidores, cambian continuamente. Por ello, el enfoque gerencial de las relaciones públicas debe ser sistémico y proactivo.



# Las relaciones públicas de hoy

---



La gestión estratégica de las relaciones públicas de hoy, debería centrarse en crear relaciones sostenibles, que aseguren opinión pública positiva, percepción favorable e imagen competitiva.

# Las relaciones públicas de hoy

---

Hoy, los objetivos, estrategias y acciones tácticas de relaciones públicas, no se pueden decretar.



# Las relaciones públicas de hoy

---



Se crean políticas para gestionar las relaciones de la organización con sus grupos de interés.

# Las relaciones públicas de hoy

---

Los planes de relaciones públicas deben elaborarse y ejecutarse a partir de los componentes del marco estratégico de la organización.



# Las relaciones públicas de hoy

---



Las relaciones públicas deben asegurar que el talento humano interno conozca globalmente la organización.

# Las relaciones públicas de hoy

---

Las funciones estratégicas de las relaciones públicas de hoy, van más allá de:

- La organización de eventos.
- El recortar y archivar periódicos.
- Comprar el silencio o la opinión de periodistas responsables.
- Ser mensajero de notas para la prensa.





# Las relaciones públicas de hoy

---



El impacto de los esfuerzos de relaciones públicas deberá, contribuir a crear un clima de cooperación mutua entre la organización y los grupos de interés.



# 4to Encuentro Bienal Iberoamericano de Publicidad, Diseño Gráfico y Relaciones Públicas

**“Gestión de las Relaciones Públicas en un  
contexto competitivo”.**

# Gracias