



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

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