



Universidad  
**Tecnológico**®



# Agilidad organizacional

## 1. Relaciones públicas I



¿Cuál es la importancia de las relaciones públicas en nuestro entorno?, ¿por qué es importante desarrollar la habilidad para comunicarnos adecuadamente de acuerdo con las situaciones? Castillo (2009) menciona que las relaciones públicas han visto cómo su teorización se ha ido realizando a medida que la propia sociedad demandaba una mejora de sus actuaciones. En sus inicios las relaciones públicas se establecían a partir de la intuición y el instinto, pero con el paso del tiempo el hombre ha tenido la necesidad de ir aterrizando en teoría e investigación su definición, su objetivo y sus funciones.







## Definición, objetivo y función de las relaciones públicas

De acuerdo con la Public Relations Society of America (s.f.), “las relaciones públicas son un proceso de comunicación estratégica que construye relaciones mutuamente beneficiosas entre las organizaciones y sus respectivos públicos”.

Por consiguiente, la función de las relaciones públicas en una organización consiste en la investigación y el análisis de sus públicos existentes y potenciales, así como el diseño de la comunicación y medios de difusión para cada una de las audiencias que ayuden a fomentar los vínculos, preservando relaciones positivas con la comunidad.





## Ejemplos de los medios de comunicación:

Revistas

Radio

Periódicos

Televisión

Redes sociales

Mensajes  
de comunicación interna

Los medios de comunicación no sólo difunden masivamente y al instante cualquier acontecimiento, convirtiendo un suceso acontecido en un rincón del planeta, en un asunto global, con visibilidad mundial. También crean las percepciones dominantes que acaban siendo asumidas como realidades por parte de la mayor parte de la población y de las estructuras de poder, tanto públicas como privadas. (Redoli, s.f.)





La **comunicación pública** es todo aquel acto, representación, proyección, emisión, exposición o puesta a disposición del público de toda acción derivada del quehacer humano.





## Herramientas de comunicación:

### Publicidad



### Medios impresos



### Radio



### Televisión



### Correo electrónico



### Herramientas de video conferencias



### Reuniones informativas



### Sitios web Y blogs



### Intranets



### Redes sociales internas y externas





## Instrucciones

1. Escoge una empresa (puede ser en la que estés laborando o cualquier otra).
2. Identifica: nombre de la empresa, giro, industrial, tiempo en el mercado, ejemplos de su imagen corporativa.
3. Identifica qué imagen tiene el público interno de la organización.
4. Identifica qué imagen tiene el público externo de la organización.
5. Responde a las siguientes preguntas:
  - a) ¿Coinciden las respuestas del público interno con las del público externo?
  - b) ¿De qué medios y herramientas de comunicación hace uso la empresa a su interior?
  - c) ¿De qué medios y herramientas de comunicación hace uso la empresa a su exterior?
6. Reflexiona sobre qué podría hacer la empresa para mejorar su comunicación al interior y al exterior.

