

PROCESO DE CONSULTORÍA PARA LA COMUNICACIÓN EXTERNA **COMUNICACIÓN EXTERNA E IMAGEN INSTITUCIONAL**

Relaciones exteriores y acercamiento multidireccional

1. Introducción.-

La imagen es el activo más valioso de una empresa ante sus distintos sectores de influencia y la opinión pública. La imagen refleja la esencia de la compañía; su visión, su misión y políticas; se reconoce la solidez y liderazgo y, sobre todo, se crea confianza y credibilidad, activos protegidos que deben ser constantemente retroalimentados. La imagen es una consecuencia de las propias acciones de la empresa y su mecánica para comunicarse; sus canales y cobertura; no sólo en los aspectos operacionales y financieros, sino, además, informar con respecto de su organización. Informar los aspectos positivos o las iniciativas que han de desarrollarse a través del tiempo son vitales para posicionar a la empresa en todos los aspectos que permitan establecer un acercamiento.

Inhibirse de las comunicaciones es limitar a la empresa para relacionarse, para participar en las actividades de su sector, para ser fuente especializada de información a la opinión pública y para consolidar una imagen que se forja a partir del conocimiento de sus avances y crecimiento. No se puede concebir una consolidación sostenible sin comunicación; parte de las limitaciones de las grandes iniciativas y esfuerzos se hallan en la ausencia de comunicación entre la entidad que ha llevado a cabo esfuerzo para la obtención de determinados objetivos y los públicos objetivos a los que debía comunicar, como parte de una estrategia de difusión y para dar viabilizar los proyectos, iniciativas y acciones empresariales.

La comunicación externo no es un privilegio sino una responsabilidad en la dirección de la empresa. Es el camino hacia el entendimiento, sentido y coherencia entre las ideas de la empresa y los demás públicos. Es la herramienta más infalible en las relaciones exteriores e institucionales; es el reflejo del propio éxito de la empresa y su búsqueda del mejoramiento; es parte de la estrategia de cobertura y liderazgo; es obligatorio para satisfacer la demanda de información; es vital para crear confianza y credibilidad.

La gestión de comunicación externa propone el desarrollo de estrategias que permitan consolidar a la compañía desde adentro hacia fuera, de manera efectiva y directa.

2. Objetivos.-

- Gestión de la imagen.
- Relación de la organización con su entorno.
- Y gestión del diálogo de la corporación con sus diferentes públicos.

3. Importancia la Comunicación Externa.-

En la actual coyuntura empresarial, comercial, económica y política de nuestro país es fundamental contar con una estrategia amplia de comunicación que permita el flujo de la información desde la empresa hacia el exterior y crear demanda sobre las actividades de la empresa. También es prioritario preparar a la empresa para los procesos dinámicos de comunicación en diversos escenarios como metodologías de comunicación con medios de prensa, comunicación en caso de crisis, comunicación

sectorial, comunicación como fuente especializada, comunicación a través de medios electrónicos, entre otros.

Las relaciones exteriores son fundamentales para la difusión de la información que debe de distribuirse y darse a conocer a través de los medios y las herramientas implementadas para dichos propósitos. Las relaciones exteriores permiten a la empresa relacionarse con los diferentes públicos de interés que se ven involucrados y/o afectados de manera directa e indirecta por las actividades de la empresa. Es por ello que se debe establecer los parámetros comunicacionales que harán efectivo una comunicación efectiva. La comunicación externa efectiva comprende los procesos, procedimientos y metodologías destinadas a la satisfacción interna y externa de la demanda de información y como vehículo institucional para relevar las actividades empresariales que requieren su difusión como fortalecimiento de la imagen y como fuente especializada de opinión del sector.

- Ser fuente de información oficial (validez)
- Ser interlocutores hacia todos los frentes (pluralidad)
- Fortalecer las relaciones sectoriales y la imagen pública (visión)
- Retroalimentación de la información sectorial e interdisciplinaria (estrategia)

4. De la Consultoría.-

4.1 Generalidades:

La Consultoría en Comunicación Corporativa Externa es un proceso acotado a un período de doce meses (12 meses) extensibles que permitirán los diagnósticos necesarios para establecer las características de las estrategias que deben diseñarse de acuerdo a los estados situacionales, las limitaciones, realidades y requerimientos formales, tecnológicos y materiales.

4.2 Metodología:

La metodología deberá acoplarse a los diagnósticos anteriores y que determinarán los lineamientos estratégicos a seguirse, es decir, deberá ser a medida de la institución o empresa.

4.3 Procesos:

Los procesos son las etapas a consideración que deberían llevarse a cabo dentro del marco estratégico de la Consultoría. Estos deberán ajustarse a la realidad de la institución o empresa a fin de gestionar procesos constructivos focalizados y que permitan avances progresivos determinados y proyectados al desarrollo sostenible de la comunicación corporativa externa.

4.3.1 Análisis de las herramientas y medios de comunicación externa

Se busca identificar las herramientas y medios con que la compañía cuenta para comunicarse externamente. Se busca el ordenamiento, clasificación y calificación de cada herramienta dispuesta para la comunicación exterior.

Herramientas como:

- Herramientas electrónicas
- Medios convencionales explícitos

- Medios gráficos
- Medios interpersonales
- Otros medios

4.3.2 Estudio del radio de influencia o Stakeholders

Se busca reconocer el estado de la relaciones con las comunidades, ONGs, iglesia, grupos políticos, grupos económicos, prensa, órganos gubernamentales, instituciones, entre otros.

- Los grupos sectoriales
- Fortalezas y debilidades de las relaciones sectoriales
- Geografía
- Infraestructura

4.3.3 Estudio situacional de las relaciones sectoriales

Se establece la situación de las relaciones sectoriales con:

- El Estado
- Gobiernos Regionales
- Gobiernos Locales
- Entidades Gubernamentales
- Organismos Internacionales con representación en el Perú
- Representaciones sociales
- Organismos No Gubernamentales
- Instituciones en general
- Asociaciones y sociedades
- Grupos de presión
- Partidos Políticos
- Medios de comunicación en general

4.3.4 Plan estratégico de relaciones sectoriales

- Rol Estratégico de la Compañía
- Matriz FODA
- Comportamiento sectorial
- Campos de acción
- Objetivos generales
- Objetivos estratégicos definidos
- Actividades

4.3.5 Análisis heurístico de usabilidad

La evaluación busca establecer los objetivos claros de cada los medios electrónicos y sobre todo las disposiciones técnicas como: arquitectura, diseño, programación y seguridad.

- Nuestro objetivo: qué es lo que se busca con el sistema
- Nuestro público: a quién va dirigido
- El perfil del usuario: quiénes son nuestros usuarios
- Accesibilidad
- Arquitectura y elementos disuasivos y de distorsión
- Test de opinión

4.3.6 Gabinete de Prensa

- Destacar la verdadera identidad de la empresa.
- Transmitir notoriedad y prestigio.
- Reflejar la auténtica importancia y dimensión de la empresa.
- Reducir, al máximo, el número de mensajes involuntarios.
- Atraer la predisposición del mercado de capitales.
- Mejorar la actitud y el rendimiento de los cuadros.
- Conseguir una opinión pública favorable.
- Reflejar la evolución de la empresa.

4.3.7 Gerencia de Eventos

Los eventos permiten el acercamiento efectivo de los segmentos o públicos definidos para un propósito estratégico preestablecido.

- Organizar conferencias de prensa.
- Realizar lanzamientos o presentaciones de productos o servicios.
- Organizar mesas de diálogo.
- Organizar desayunos o almuerzos con los periodistas.

4.3.8 Relaciones Públicas

Las Relaciones Públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras.

Se busca insertar a la empresa dentro de la comunidad, haciéndose comprender, tanto por sus públicos externos como internos, de sus objetivos y procedimientos a fin de crear vinculaciones provechosas para ambas partes mediante la concordancia de sus respectivos intereses.

4.3.9 Imagen Institucional

La labor de la gestión de Imagen Institucional previsto por EL PROGRAMA, está orientado al diseño de materiales de difusión que permitan reforzar las iniciativas anteriores, como:

- Materiales de lectura (revista, folletos, invitaciones, boletines, etc.)
- Manuales de procedimientos y definición (Manual de protocolo, manual de uso de marca, historia, misión, visión, entre otros).
- Recomendaciones de adquisición. EL PROGRAMA, según la estrategia, recomendará el diseño de materiales a distribuir (lapiceros, materiales de escritorio, envolturas, etcétera); es el caso de la participación de grupos externos en una encuesta o a través de grupos de enfoque, también para ser entregados en reuniones y eventos en el marco de la gestión de Relaciones Públicas.

5. De la Consultora.-

MAINLAND es una Consultora que forma parte de la Red Empresarial del Grupo FBCORP Found Business Corporation S.A.C., empresa peruana de investigación y estudios sociales para el desarrollo que opera desde el 17 de Octubre de 2003.

Grupo FBCORP - Found Business Corp.

Nuestro Grupo empresarial se ha comprometido con la causa de lograr los objetivos propuestos en los proyectos que llevamos a cabo con la convicción que no existe nada imposible y que toda acción debe versar íntegramente en nuestra ética y credibilidad con el fin de generar confianza y satisfacción para nuestros clientes.

La innovación es parte de nuestro proceso de gestión y es por ello que contamos con un fantástico grupo humano formados, bajo nuestras directrices políticas, para ser profesionales cabales y responsables, dentro y fuera de nuestra infraestructura.

Nuestro Grupo especializado MAINLAND

MAINLAND es un departamento especializado en sostenibilidad organizacional orientado al fortalecimiento del aparato organizativo intrínseco y sus relaciones exteriores a través de procesos de Consultoría multidisciplinarios a fin de obtener los elementos de diagnósticos necesarios suficientes para la toma de decisiones permitiendo la viabilidad de las estrategias diseñadas y las acciones fijadas para el logro de los objetivos propuestos, ya sean estos establecidos para el corto plazo o acotados en el tiempo; logrando, de esta manera, el desarrollo organizacional sostenido que garantice el éxito del proyecto empresarial de nuestros clientes.

Somos considerados empresa “TOP” de Hispanoamérica en procesos tecnológicos aplicados a procesos de Consultoría según la empresa de investigación francesa Focus & Performance, entidad declarada como “Empresa Innovadora” por la Agencia Francesa de Valorización de la Investigación – ANVAR.

Contamos con metodología propia, diseñado para los lineamientos empresariales más complejos y particulares. De esta manera logramos una aplicación de servicio íntegramente personalizado y con propuestas para cada caso. Somos, en síntesis, un grupo de soluciones de negocios y soporte constante para nuestros clientes.

6. Aspectos finales.-

La comunicación externa es un pilar imprescindible e infalible de la estrategia general de la institución o empresa para fortalecer su imagen y sobre todo posibilitar las operaciones a través de mecanismos medibles orientados a alcanzar la solidez institucional; lo cual representa un reto desde la perspectiva institucional como saber comunicarse hacia sus segmentos objetivos y la opinión pública; además de gestionar las relaciones institucionales para viabilizar iniciativas, crear nuevos escenarios propicios y facilitar las operaciones asegurando que adecuados canales de información, empleando para ello la tecnología y los materiales necesarios como a través del fortalecimiento de sus políticas y procedimientos.

Para los procesos de Consultoría en Comunicación Externa e Imagen Institucional contamos con equipos multidisciplinarios y con la tecnología de punta, lo cual nos permite diagnósticos exactos, seguimiento de procesos e implementaciones de herramientas aplicadas a las comunicaciones exteriores.

Observaciones:

El presente documento representa un compendio general para el proceso de Consultoría sobre Comunicación Corporativa Externa e Imagen Institucional no representa una propuesta Técnica por parte de nuestra firma empresarial para la entidad que posea este documento.

Contáctenos:

Telefax:	(511) 225 - 6544
Sitio Web:	www.fbco.biz
Plataforma Extranet:	www.mainlandsystem.com
Gerencia General:	gg@fbco.biz
Dirección de Proyectos:	pro@fbco.biz
Informes:	info@fbco.biz
Dirección:	Malachowsky 209, Of. 301 San Borja, Lima - Perú