

COMUNIDAD COMO PUBLICO.

- Los Dogmas de las relaciones públicas con la comunidad :
- Las organizaciones dependen cada vez más de la cooperación y del aprecio del gran público.
- El flujo y reflujo continuo del proceso de opinión se inicia en la cumbre de la organización , desciende a los escalones inferiores de ésta y se extiende a la comunidad.
- El esfuerzo positivo para establecer las relaciones favorables con la comunidad no significa que tengan que hacerse obras benéficas.
- Las relaciones sanas no han de basarse en regalos o publicidad; las buenas relaciones son producto de la ciudadanía responsable debidamente divulgada.
- La comunidad puede segmentarse en :
- Local : inmediatos a la organización.
- Regional : en la región que se circunscribe la empresa.
- Nacional : en el país que está inserta la empresa.
- Internacional : su trascendencia a nivel internacional y/o global.
- Global : su trascendencia desde la local a la mundial.
- Personas influyentes en los asuntos públicos :
- Industriales, comerciantes, accionistas y directivos de grandes organizaciones.
- Ejecutivos, vicepresidentes de bancos, profesionales de relaciones públicas, industriales modestos, funcionarios públicos superiores, jurídicos de organizaciones, contratistas.
- Personal de las organizaciones públicas, columnistas de prensa, comentaristas de radio, funcionarios públicos, directivos de organizaciones de medio tipo.
- Profesionales, eclesiásticos, profesores, sociólogos, jefes de personal, directivos de pequeños negocios, contables de primera, etc.

- Los principales creadores de clima en la comunidad :

- Familia de los empleados o los miembros.
- Prensa, radio y televisión. Sus editores y periodistas.
- Rectores del pensamiento : Clero, pedagogos, funcionarios públicos, detallistas prominentes y profesionales, jefes sindicales, banqueros, trabajadores sociales e industriales.
- Organizaciones con inclusión de la comisión urbanizadora, instituciones benéficas, sociedades juveniles, veteranos, fraternidades, servicios y cuerpos de acción política y cultural.
- Promotores de campaña, como grupos de protesta, colectas, voces del pueblo, acontecimientos especiales y rumores de fábrica.
- Los intereses de una comunidad se adaptan de una forma u otra a los siguientes elementos :
- Prosperidad comercial.
- Apoyo a la religión.
- Trabajo para todo el mundo.
- Facilidades para la educación.
- Ley y orden.
- Crecimiento de la población.
- Viviendas y utilidades apropiadas.
- Diversos fines culturales y recreativos.
- Atención a la beneficencia pública.
- Medidas progresivas para asegurar la salud pública.
- Relaciones comunitarias son :

- como función de relaciones públicas son la participación planificada de una institución, activa y continuada dentro de una comunidad para mantener y mejorar su medio ambiente en beneficio de la institución y de la comunidad.

- Temas de publicity para la comunidad :
- Investigación sobre nuevos productos especialmente si éstos representan mayor estabilidad para la compañía.
- Apertura de nuevos mercados.
- Expansión o evolución de la situación del trabajador (comunidad).
- Expansión de la fábrica. Explicaciones de los que se está haciendo y forma en que las posibilidades de empleo resultarán afectadas.
- Introducción de reformas en la vida del empleado (vacaciones pagadas, planes de pensión, recompensas por buenos servicios).
- Ascensos y cambios en el cuadro directivo.
- Investigación de nuevos dispositivos de seguridad.
- Organización de campañas de promoción de ventas. (transparencia de los concursos).
- Informes sobre ganancias de la compañía.
- Las pérdidas de las ventas.
- Empleo de nueva maquinaria, sus efectos en las posibilidades del empleo y costos.
- Reconstrucción de la fábrica y sus efectos en el público interno – externo.
- Despidos forzosos.
- Reducción de la producción.
- Reuniones de la compañía.
- Celebraciones de la compañía.
- Accidentes de industria.
- Retiro de los empleados veteranos.
- Medios de comunicación y relaciones públicas auxiliares :
- Visitas de fábrica.
- Literatura distribuida por correo.
- Noticias.
- Publicidad institucional.
- Participación en actos cívico.
- Oficina de oradores (especialistas en temas de interés público).
- Grupos de polémica.

9. Relaciones Comunitarias como Función de Relaciones Públicas :

- son la participación de una institución, activa y continuada con y dentro de una comunidad para mantener y mejorar su medio ambiente en beneficio de la institución y de la comunidad.
- Actúe con respecto a la comunidad, piense en términos de grupo y diríjase al individuo.

10. Qué se pone en juego en los negocios :

- Anote las cosas que la compañía le **proporciona** a su comunidad/ medio ambiente, dejando a un lado las mercancías y servicios que constituyen su negocio. (¿Puestos de trabajo?, ¿ Inversión?, ¿ Contribuciones?, ¿ edificios atractivos?).
- Anote cosas que la empresa **obtiene** de la comunidad/ medio ambiente.(¿ Empleados?, ¿ transportes?, ¿ terreno?, ¿ protección policiaca y bomberos?, ¿ agua?).
- Anote las cosas que su compañía **necesita** (pero no ha conseguido, o necesita en mayor cantidad de la comunidad/ medio ambiente). (¿Más empleados?, ¿ Impuestos más bajos?. ¿ mejor reputación?, ¿ cambios en la zonificación?).
- Anote las quejas que tenga de la comunidad/ medio ambiente **donde ud. vive**(¿polución del aire?,

¿deficiencias en la recogida de basura?, ¿congestiones de tráfico?, ¿ Delincuencia?). (Habilidad Empática).

11. La Estructura de la Comunidad (las Personas).

-
- La comunidad es un organismo complejo, una colección de fuerzas diversas, cambiantes y potentes.
- La unidad básica de la comunidad es desde luego, el individuo.
- El hombre no sólo ha sido capaz de definir sus necesidades, sino que sabe formular los valores que les adjudica.
- Un individuo descubre :
 - que puede lograr ciertos fines hablando claramente sus derechos.
 - Se une a otros al buscar esencialmente los mismos derechos, la voz del grupo, será más fuerte y tendrá mayor impacto.
 - Otros individuos con problemas comunes también tienen el control o influyen en la función vital en la comunidad.
 - Las asociaciones, gremios, sindicatos, los rotarios, masones, minorías, disidentes, liberales, radicales, izquierdistas o derechistas...etc.

12. ¿ Qué le dicen las lista de prioridades tanto comunitarias como corporativas y los tres análisis de la comunidad, el medio ambiente y su negocio? :

- Ud. dispone de las áreas de objetivos más apropiadas en las que su comunidad puede y debe concentrar su atención con respecto a la comunidad.
- Ud dispone de áreas y objetivos muy dignas de ser tenidas en cuenta, toda vez que son importantes para su negocio y para la comunidad.
- Ud sabe quiénes—si es que los hay— trabajan en este momento en esas áreas. Ud puede decidir si debe apoyar el trabajo de individuos o grupos en esas áreas o debe trabajar independientemente, y conocer las ramificaciones de cualquiera de los dos enfoques.
- Ud debería tener una idea más clara de la pertinencia de las acciones o de su ausencia en su compañía por los varios individuos o grupos. Ud debería saber qué grupos en esencia son los que ayudan a su negocio y la comunidad. Y cuáles podrían ocasionar problemas a su compañía ahora y en el futuro.
- Ud tiene una lista importante de públicos a quienes dirigir sus comunicaciones y acciones en el campo de la actividad de relaciones comunitarias.

13. Criterios para las actividad de Relaciones con la Comunidad :

- Crear algo necesario que no existía antes.
- Eliminar algo que produce problemas.
- Desarrollar medios de autodeterminación.
- Utilización más amplia de algo que ya existe para que pueda incluir a los que no tienen nada.
- Compartir el equipo, los medios y la experiencia profesional.
- Tutoría, consejo y entrenamiento.
- Reconstrucción, reparación y embellecimiento.
- Promoción de la comunidad fuera de sus límites.
- Activar a los demás.