

TESIS
5406

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

"LAS COMPLEJIDAD DE LA COMUNICACIÓN INTERNA AySA"



LICENCIATURA DE RELACIONES PÚBLICAS

ALUMNO: HERNÁN TORELLI

TUTOR: PATRICIO PUERTA

Diciembre de 2017

Abstract

En el siguiente trabajo analizaremos **la complejidad de la Comunicación Interna en *Agua y Saneamientos Argentinos (AySA)*, haciendo foco principalmente en la dispersión geográfica de la compañía y la heterogeneidad de su público interno.**

Luego de un recorrido por la historia de la empresa y el contexto de trabajo de los profesionales de la comunicación, abordaremos en detalle cómo fueron las campañas: **"*Semana del Control de la Presión Arterial*"** y **"*El beneficio de Comer Juntos*"** como ejemplos del trabajo de la Gerencia de Comunicaciones Internas.

In the following paper we will analyze **the complexity of the Internal Communications at *Agua y Saneamientos Argentinos (AySA -*** Argentinian Water and Sanitation), **focusing mainly on the geographical dispersion of the company and the heterogeneity of its internal audience.**

After a journey throughout the company history and the communication professionals work context/environment, we will discuss in detail how campaigns as **"*Semana del Control de la Presión Arterial*"** (Blood Pressure Control Week) and **"*El beneficio de Comer Juntos*"** (The benefit of Eating Together) were carried out as examples of the Internal Communications Management efforts.

Agradecimientos

Ante todo quiero agradecer a mi familia y amigos por el apoyo continuo y sostenido ante cualquier emprendimiento personal.

A mis compañeros de trabajo y Jefes que siempre entendieron mis tiempos y necesidades.

A Antonella que me ayudó con la edición del video.

También a mis compañeros de carrera con quienes nos apoyamos día a día durante la cursada para poder llegar a este momento.

No puedo olvidarme de los profesores que con dedicación y (sobre todo) amor por la docencia, nos impulsaron para ser cada día un poco más profesionales.

Por último, un gran agradecimiento a mi tutor de tesis, Patricio Puerta, quien con su descontracturado, pero muy efectivo, método de enseñanza ayudó a que esta tesis y este sueño se hagan realidad.

Alcances profesionales relacionados al trabajo realizado

“Diseñar e implementar todo tipo de estudios de públicos, **mapas de públicos, de grupos o segmentos de públicos de interés recíproco**, de cualquier organización o persona de existencia física o jurídica.”

“**Diseñar y ejecutar planes o campañas de relaciones públicas** para la comunicación referida a áreas o circunstancias específicas, como por ejemplo: gestión de riesgos, gestión de crisis, gestión de intereses, asuntos públicos, comunicación política y de bien público, y **comunicación interna**, entre otras; aplicables a todos los sectores o industrias, como por ejemplo: agropecuaria, financiera, ambiental, salud y de turismo, entre otras, para cualquier organización de existencia física o jurídica.”

“**La planificación, ejecución y/o supervisión de la utilización de medios de comunicación gráficos y/o audiovisuales para la emisión de mensajes destinados a los distintos públicos de las organizaciones.**”

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Índice

Principios de las Relaciones Públicas: 6-18

Historia de las Relaciones Públicas: 19-21

Historia de las Relaciones Públicas en Argentina: 21-24

Historia de la Empresa: 25-32

Contexto de las Comunicaciones Internas en AySA: 33-34

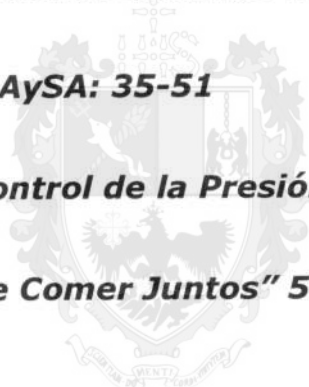
Comunicación Interna en AySA: 35-51

Campaña: "Semana del Control de la Presión Arterial": 52-58

Campaña: "El Beneficio de Comer Juntos" 59-64

Conclusiones: 65-66

Bibliografía: 67



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Principios de las Relaciones Públicas

A las Relaciones Públicas se las entiende como un conjunto de acciones de comunicación que apuntan a crear o modificar actitudes, conductas o comportamientos de un público objetivo.

Según Wilcox: "Las Relaciones Públicas constituyen un proceso que implica muchas cuestiones sutiles y de gran alcance. Incluye la investigación y el análisis, la creación de una política, la programación, comunicación y retroalimentación de muchos públicos."

"Las Relaciones Públicas son una función directiva que evalúa actitudes públicas, identifica políticas y procedimientos de un individuo o una organización en el interés del público, y planifica y ejecuta un programa de acción para lograr la comprensión y aceptación del público."

(Wilcox, 2002, Pag 4)

Decimos que las Relaciones Públicas son deliberadas y planificadas porque están diseñadas para influir y obtener una reacción de los públicos a través de un plan de acción sistemático que requiere de investigación previa y análisis.

Podemos decir que el proceso de las Relaciones Públicas consiste en la bidireccionalidad, ya que es fundamental la retroalimentación (feedback) entre el sujeto u organización y los diferentes públicos.

Las Relaciones Públicas bien entendidas están sujetas o tienden al beneficio mutuo y no solo a favorecer a quien las ejerce, por esto decimos que es importante alinear los intereses propios de la organización y las preocupaciones del público.