



Tema 6: Las relaciones con los empleados

- 6.1 La comunicación interna
- 6.2 El papel de la comunicación interna en las teorías sobre metas y objetivos: Teorías del Management de empresas
- 6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados
 - 6.3.1 Análisis de la situación comunicativa interna: auditoría de comunicación
 - 6.3.2 Los empleados, público interno de las organizaciones
 - 6.3.3 Objetivos del programa de relaciones con los empleados
 - 6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas
 - 6.3.5 Técnicas de evaluación de las relaciones internas



Carmen Carretón Ballester, 2022-2023
Todos los derechos reservados



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Tema 6.

6.1 La comunicación interna



La comunicación interna es: *“El **modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización**; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de la organización”*

Kreps (1990: 22)

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.1 La comunicación interna

La comunicación interna es: *“El modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización; es la **interacción humana** que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de la organización”*

Kreps (1990: 22)

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.1 La comunicación interna

*“El **conjunto de actividades** efectuadas por cualquier organización, para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación, que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales”*

Andrade, H. (2002: 12)

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.1 La comunicación interna

*“El conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización, para la **creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación**, que los mantengan **informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales**”*

Andrade, H. (2002: 12)

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.1 La comunicación interna

*“El conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización, para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación, que los mantengan **informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales**”*

Andrade, H. (2002: 12)

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.1 La comunicación interna

Funciones

KREPS (1990)

GARCÍA MARTÍN (1994)

MORALES (2001)

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.1 La comunicación interna

Funciones

KREPS (1990)

GARCÍA MARTÍN (1994)

MORALES (2001)

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.

6.1 La comunicación interna

Funciones

1. Informar sobre la misión empresarial.
2. Coordinar y dirigir funciones → los objetivos globales.
3. Favorecer la retroalimentación.
4. Socialización

Carretón-Ballester (2007)

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.

6.1 La comunicación interna

Tipos

	DESCENDENTE	HORIZONTAL	ASCENDENTE
FORMAL	Con los subordinados	Con los colegas	Con los jefes
INFORMAL	Con los seguidores	Con los amigos	Con los líderes

Fuente: Lucas Marín (1997)

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.2 El papel de la comunicación interna en las teorías sobre metas y objetivos: Teorías del Management de empresas (Burrell y Flórida, 1989; Regouby, 1989; Grunig y Hunt, 2000; Elías y Mascaray, 2003)

Los enfoques directivos y la comunicación son explicados por cuatro teorías:

LA DIRECCIÓN EN ORGANIZACIONES ESTRUCTURADAS

Teoría de la Máquina

Teoría de las RR humanas

LA DIRECCIÓN EN ORGANIZACIONES MENOS ESTRUCTURADAS

Teoría de los RR humanos

Teoría de los sistemas

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.2 El papel de la comunicación interna en las teorías sobre metas y objetivos: Teorías del Management de empresas (Burrell y Flórida, 1989; Regouby, 1989; Grunig y Hunt, 2000; Elías y Mascaray, 2003)

Teoría de la Máquina

Su nombre describe al grupo de doctrinas de gran popularidad en la primera mitad del siglo XX, que incluye la dirección científica de Taylor, la teoría clásica de la dirección de Fayol y los principios de la burocracia de Weber.

Tratan a la organización y a sus miembros como a una máquina, cuyo control y coordinación pueden ser manejados. La conducta de los empleados puede ser manejada estableciendo un sistema de restricciones, con poca autonomía y libertad.

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.2 El papel de la comunicación interna en las teorías sobre metas y objetivos: Teorías del Management de empresas (Burrell y Floría, 1989; Regouby, 1989; Grunig y Hunt, 2000; Elías y Mascaray, 2003)

Teoría de la Máquina

CARACTERÍSTICAS

- Subdivisión de tareas en tareas parciales que se aprenden fácilmente
- Estandarización de los roles de la “mejor manera” de realizar la tarea
- La unidad de mando y la centralización de la toma de decisiones (se centraliza el poder y nadie depende de más de un superior).
- Campo de control limitado: 5 empleados por superior
- Tratamiento uniforme a todos los empleados del mismo nivel
- Ninguna duplicación de funciones
- RR económicas: el empleado produce por un salario y está contento
- Comunicación descendente, órdenes, mandatos y exhortaciones para producir más.

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.2 El papel de la comunicación interna en las teorías sobre metas y objetivos: Teorías del Management de empresas (Burrell y Floría, 1989; Regouby, 1989; Grunig y Hunt, 2000; Elías y Mascaray, 2003)

Teoría de las RR humanas

Años 30

Surge cuando los directores de las organizaciones altamente estructuradas se dan cuenta de que la teoría de la máquina no funcionaba por sí sola, los empleados no estaban satisfechos y no eran productivos.

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.2 El papel de la comunicación interna en las teorías sobre metas y objetivos: Teorías del Management de empresas (Burrell y Flórida, 1989; Regouby, 1989; Grunig y Hunt, 2000; Elías y Mascaray, 2003)

Teoría de las RR humanas

CARACTERÍSTICAS

- La organización debe prestar más atención a los empleados para que éstos sean más productivos.
- La importancia de las RR. sociales en lugar de las RR. económicas.
- Un sistema de comunicación eficaz, intercambio de com. expresiva y un tratamiento humano por el cumplimiento de las restricciones de la organización en lugar de intercambiar dinero. Com. descendente pero con mensajes expresivos y útiles
- Recalco de comunicaciones superficiales ascendentes: buzón de sugerencias, políticas de puertas abiertas, visitas de ejecutivos a las áreas de trabajo y fiestas campestres de la organización.

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.2 El papel de la comunicación interna en las teorías sobre metas y objetivos: Teorías del Management de empresas (Burrell y Flórida, 1989; Regouby, 1989; Grunig y Hunt, 2000; Elías y Mascaray, 2003)

Teoría de la Máquina

Teoría de las RR humanas

Hoy día la unión de estas dos teorías constituye el modelo de dirección y el sistema de comunicación interna típico de las organizaciones estructuradas, con un sistema centralizado, y donde los objetivos de la comunicación son producir actitudes cooperadoras y conductas productivas.

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.2 El papel de la comunicación interna en las teorías sobre metas y objetivos: Teorías del Management de empresas (Burrell y Floría, 1989; Regouby, 1989; Grunig y Hunt, 2000; Elías y Mascaray, 2003)

Teoría de los RR humanos

CARACTERÍSTICAS

- Involucración como forma de motivar a los empleados, menos estructuración y más autonomía individual.
- Basada en la jerarquía de necesidades de Maslow.
- Dirección estable: comunicación abierta y franca con los empleados respecto a las decisiones de la organización
- Com. simétrica; ascendente y descendente, horizontal entre departamentos y entrecruzada entre empleados de diferentes niveles.
- Los empleados trabajarán más en este tipo de organización con un sistema de comunicación abierto y simétrico.

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.2 El papel de la comunicación interna en las teorías sobre metas y objetivos: Teorías del Management de empresas (Burrell y Floría, 1989; Regouby, 1989; Grunig y Hunt, 2000; Elías y Mascaray, 2003)

Teoría de los sistemas

Mantiene que ninguna estructura con su sistema de comunicación, es apropiada para todas las organizaciones, ya que el entorno y la tecnología la afectan.

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.2 El papel de la comunicación interna en las teorías sobre metas y objetivos: Teorías del Management de empresas (Burrell y Floría, 1989; Regouby, 1989; Grunig y Hunt, 2000; Elías y Mascaray, 2003)

Teoría de los sistemas

CARACTERÍSTICAS

Una organización en un entorno estático

Tendrá en general:

- Una estructura centralizada, formalizada, estratificada y menos compleja.
- Su sistema de comunicación será predominantemente descendente, mezclando órdenes y peticiones.
- Los empleados menos formados, menos especializados y no profesionales estarán contentos y serán más productivos en este tipo de organizaciones.

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.2 El papel de la comunicación interna en las teorías sobre metas y objetivos: Teorías del Management de empresas (Burrell y Floría, 1989; Regouby, 1989; Grunig y Hunt, 2000; Elías y Mascaray, 2003)

Teoría de los sistemas

CARACTERÍSTICAS

Una organización en un entorno dinámico

- Otorgará autonomía a los empleados.
- Su sistema de comunicación será simétrico y abierto.
- Más comunicación horizontal y entrecruzada que en la estructurada.
- Los medios para los empleados y otros programas de comunicación interna, enfatizan que hay que transmitir la información adecuada a la gente adecuada en el momento adecuado.
- Los empleados profesionales, instruidos y especializados estarán más satisfechos en este tipo de organizaciones

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.1 Análisis de la situación comunicativa interna: auditoría de comunicación

Para realizar cualquier estrategia de Comunicación Interna

1. Investigación y Análisis de la situación comunicativa de la empresa: **Auditoría de Comunicación**
2. Diagnóstico: detección de carencias comunicativas
3. Propuesta de Plan de Comunicación Interna: Establecimiento de acciones correctoras. El P. C. I. efectivo debe emplear técnicas de motivación para los empleados.
4. Evaluación

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



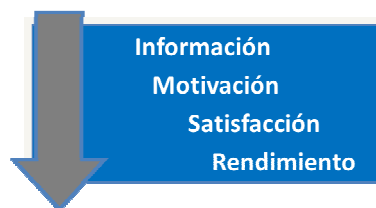
6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.1 Análisis de la situación comunicativa interna: auditoría de comunicación

Informar adecuadamente a los empleados

Motivarles en su trabajo diario

Aumentar la satisfacción que sienten por pertenecer a la empresa



Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.1 Análisis de la situación comunicativa interna: auditoría de comunicación

La existencia de una comunicación fluida y eficaz es particularmente importante en tres fases de su empleo:

En el inicio

Durante años posteriores

Al finalizar el trabajo

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.1 Análisis de la situación comunicativa interna: auditoría de comunicación

Se trata, por tanto...

Satisfacer las necesidades de información del empleado

Cuando va mal



Para que sepan lo que se está haciendo para mejorar

Cuando va bien



Para saber de qué forma se va a beneficiar de ello.

Planificación de las Relaciones Públicas

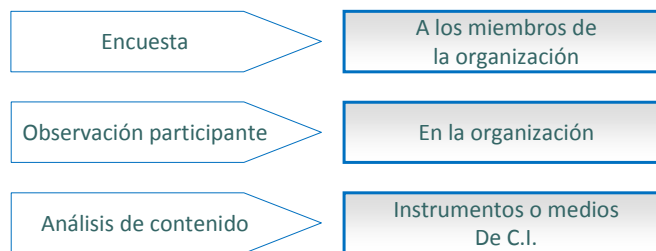
Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.1 Análisis de la situación comunicativa interna: auditoría de comunicación

1. Investigación y Análisis de la situación comunicativa de la empresa: Auditoría de Comunicación



Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.2 Los empleados, público interno de las organizaciones

- Suelen buscar información que les ayude a solucionar sus problemas.
- Según el rango que ocupen tienen más o menos autonomía en la organización. A mayor autonomía menos restricciones y más comunicación.
- Los que toman decisiones se sienten más involucrados en la organización, y por tanto más activa su conducta de comunicación.

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.2 Los empleados, público interno de las organizaciones

Las organizaciones altamente estructuradas tendrán

Públicos de poca involucración, con conducta fatalista y restringida en la base de la jerarquía. Tienen pocos motivos para comunicarse de manera activa, pero con tiempo procesarán pasivamente la propaganda directiva y comunicación expresiva.

Las organizaciones menos estructuradas tendrán

Públicos con alta involucración, con conductas de enfrentamiento al problema y conductas rutinarias, en el ápice. Buscan de forma activa la información sobre las tareas de su subsistema, y procesarán pasivamente la información de otros subsistemas, incluyendo el directivo.

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.3 Objetivos del programa de relaciones con los empleados

- Implicar a la organización en la consecución de los objetivos comunes, interiorizando el sentimiento de pertenencia y compartiendo valores y cultura.
- Que los miembros internos proyecten una imagen positiva de la organización
- Equilibrar la información descendente, ascendente y transversal a través del *feed-back* (la retroalimentación)
- Implicar al personal en el proyecto personalizando su contribución al logro de los bienes colectivos.
- Consolidar un estilo de dirección basado en la participación de todos los miembros.
- Favorecer la adecuación a los cambios del entorno.

Villafañe (1999: 303-304)

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.3 Objetivos del programa de relaciones con los empleados

- Lograr un compromiso común con la cultura organizacional
- Conseguir un empleado motivado tras una información transparente
- Favorecer la bidireccionalidad haciendo partícipes a todos los miembros
- Obtener en el empleado un agente activo de comunicación externa

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Los programas de RR.PP. internas

Herramientas con raíces en los medios impresos



El rol de presentar información especial ante un público especial.

Reforzar de manera positiva las cogniciones y actitudes respecto a la organización.

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.
● ● ●

6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Boletín

Se abre al tamaño de una revista pero puede plegarse para su envío dentro de un sobre estándar de correo interno de 15 x 22 cm.

Consta de unas cuatro páginas

Alivio visual

Prácticos y muy útiles

Formato: Offset de 21 x 30



Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.
● ● ●

6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Boletín

Funciones	Temas
Información	Estrategia, Situación del mercado y competencia, estado de las operaciones realizadas, perspectivas de la organización y sector.
Apertura	Panoramas económicos, sociales, culturales, generales, Temas de interés general, ecos de la actualidad, ocio..
Desbloqueo	Presentación de departamentos, labores, unidades, Actividades secundarias: patrocinio, formación..)
Diálogo	Cartas del lector Confrontación de opiniones, apartado de sugerencias
Reconocimiento	Vida cotidiana de la empresa, diferentes tareas y su desarrollo, logros de los departamentos y personas, visión general de una persona o una función.

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Boletín

IMPERATIVOS PRÁCTICOS

RESPETAR LA PERIODICIDAD

INFORMAR SOBRE TODAS LAS PERSONAS DE LA ORG.

CUIDAR EL SIMBOLISMO DE LAS FOTOGRAFÍAS

PREFERIR EL REPORTAJE A LA DEMOSTRACIÓN

CREAR UN COMITÉ DE LECTURA (DIRECTIVOS) ENCARGADO DE VERIFICAR EL FONDO DE LOS BOLETINES

TESTAR REGULARMENTE A LOS LECTORES

SI ES EN FORMATO PAPEL, ENVIARLO A CASA

RESPETAR UNA JUSTA PROPORCIÓN REDACCIONAL

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Boletín

ASPECTOS ESTRATÉGICOS

DEBE SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS LECTORES

NO OFRECER INFORMACIONES TENDENCIOSAS O SESGADAS

DEBE GANARSE EL RESPETO Y LA CREDIBILIDAD

EL SUMARIO DEBE TRANSMITIR A LA LARGA LAS FORTALEZAS DE LA POLÍTICA GENERAL DE LA ORG. Y REFORZAR SU REPUTACIÓN

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Revista

Artículos más largos, con fotografías e ilustraciones a color

Impresa en papel couché, con un tamaño aprox. de 21 x 27/28 cm.

El empleado participa en la publicación. Se siente cómplice del mismo.

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.




6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Revista

➤ Debe favorecer el *feedback*

➤ La información real sobre la empresa empleado  gente activo de la imagen de la misma.

DEBE CONTENER

- El reconocimiento a los empleados
- La comunicación
- La sensación de pertenencia
- La seguridad emocional

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.

6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Periódico

Periodístico de 4/5 columnas

Es relativamente barato y fácil de reproducir

Adecuado para organizaciones que tienen muchas noticias de las que informar



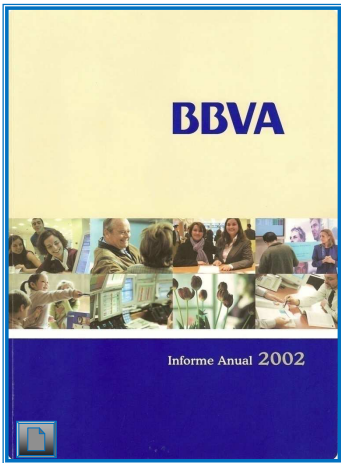
Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.

6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Memorias



- Carta del Presidente de estilo informal
- Información estadística del balance anual y de la Acción
- Proyección del año siguiente
- Técnicas gráficas llamativas para suscitar interés: coste elevado
- Suele incluir aspectos sociales

Índice	
2	Carta del Presidente
6	El ejercicio 2002 en BBVA
14	Informe financiero
16	Balance y actividad
26	Base de capital
29	Resultados
44	La acción BBVA
48	Gestión del riesgo
72	Áreas de negocio
78	Banca al por Menor España y Portugal
86	Banca Mayorista y de Inversiones
93	México
98	Banca en América
106	Gestión de Activos y Banca Privada
111	Actividades Corporativas
116	Otras áreas y actividades
130	Responsabilidad social corporativa
138	Documentación legal
210	Información complementaria
212	Estados financieros de las principales entidades del Grupo
217	Series históricas consolidadas
220	Red de oficinas
224	Sistema de Gobierno Corporativo

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6. 6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

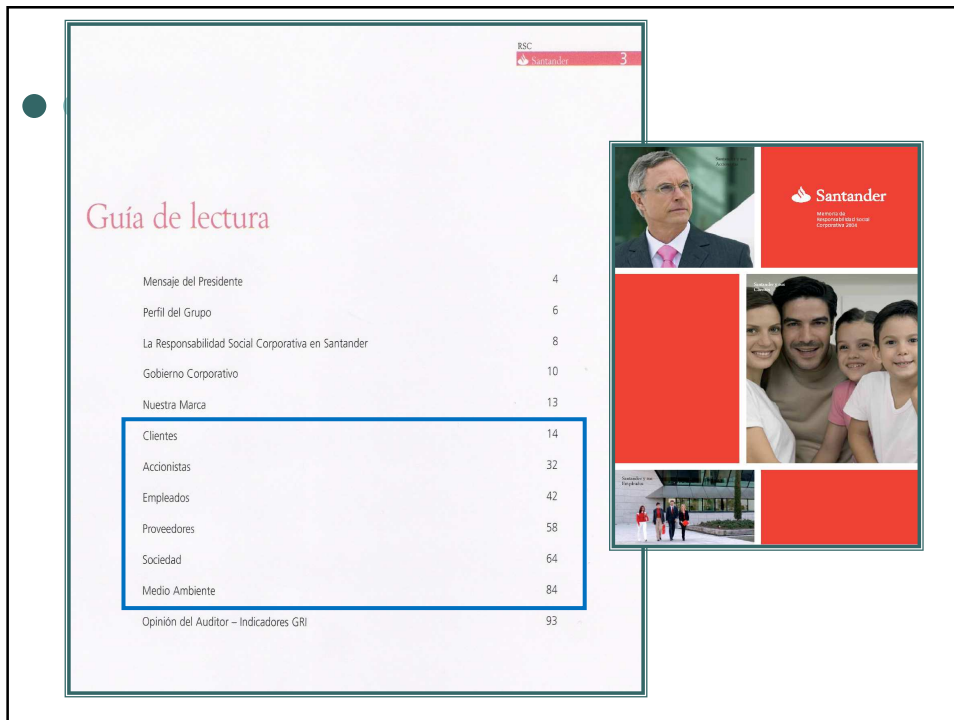
6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Memorias RSC



➤ Memoria de responsabilidad social corporativa, paralela a la memoria anual:

- Relaciones con la comunidad
- RR. con los empleados
- RR. con los accionistas
- RR. con el medio ambiente



Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6. 6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Tablón de anuncios

➤ Ubicado en lugar visible para hacer públicas las informaciones pertinentes o de obligado conocimiento

Contenidos

- Información fijada por Ley
- Información de la dirección
- Información intercambiada entre el personal

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Tablón de anuncios

Ventajas

1. Facilidad
2. Flexibilidad

Inconvenientes

1. Simpleza
2. Desatención
3. Limitaciones
4. Indiscreción

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Tablón de anuncios

1. Integrarlo en el proyecto de relaciones públicas internas
2. Ocuparse de su concepción
3. Cuidar su presentación
4. Diferenciar las informaciones importantes y urgentes de las corrientes
5. Facilitar su lectura
6. Evitar la saturación de información
7. Identificar al remitente
8. Colaborar siempre con los departamentos que remiten información
9. Elegir un soporte adecuado

Sugerencias

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Intranets

POTENCIALES PARA UN RELACIONES PÚBLICAS Y PARA LA ORGANIZACIÓN (Castillo, 2004)

1. Crear y difundir información ascendente, descendente, horizontal y entrecruzada.
2. Comunicación y colaboración en tareas generales.
3. Creación de grupos virtuales y dinámicos de trabajo agrupados de manera funcional o por temáticas de interés.
4. Elaboración e integración de bases de datos.
5. Comunicación interactiva
6. Navegación y búsqueda de información dentro y fuera de la Red.
7. E-learning
8. Soportes de ayuda inmediata

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Intranets

- Elegida por los empleados como la técnica de gestión de comunicación interna más importante
- Favorece el *feedback* del que carecen la mayoría de los medios tradicionales
- Recoge la mayoría de los medios impresos digitalizados, así como foros de discusión, videoconferencia, buzón virtual de sugerencias, tablón de anuncios electrónico, reuniones virtuales, [blogs](#), [wikis](#) y podcasts, boletines internos y revistas de empresa
- Su complicada accesibilidad hace difícil su uso eficaz y eficiente. Presenta muchas carencias

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Intranets

Blogs

Bitácora. Diario en línea que actualiza periódicamente con textos escritos de manera informal que suelen presentarse en orden cronológico inverso.

A partir de Rojas (2005), desde las RR.PP. Internas las ventajas del *blog* podrían ser:

1. Humanización
2. Inmediatez
3. Creación de comunidades
4. Refuerzo de la cultura corporativa

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Intranets

Blogs

Características que aumentan los beneficios del blog como herramienta de C.I.

1. Mejora el espíritu de participación, la colaboración y las habilidades del trabajo en equipo
2. Permite integrar conversaciones con puntos de vista compartidos, promoviendo el diálogo
3. Medio excelente entre los altos directivos.
4. Contribuye a alcanzar una visión integrada e integradora
5. Plataforma de comunicación abierta
6. Memoria escrita de la organización.
7. El blog acelera la transferencia de conocimientos para que las ideas fluyan más fácilmente.

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



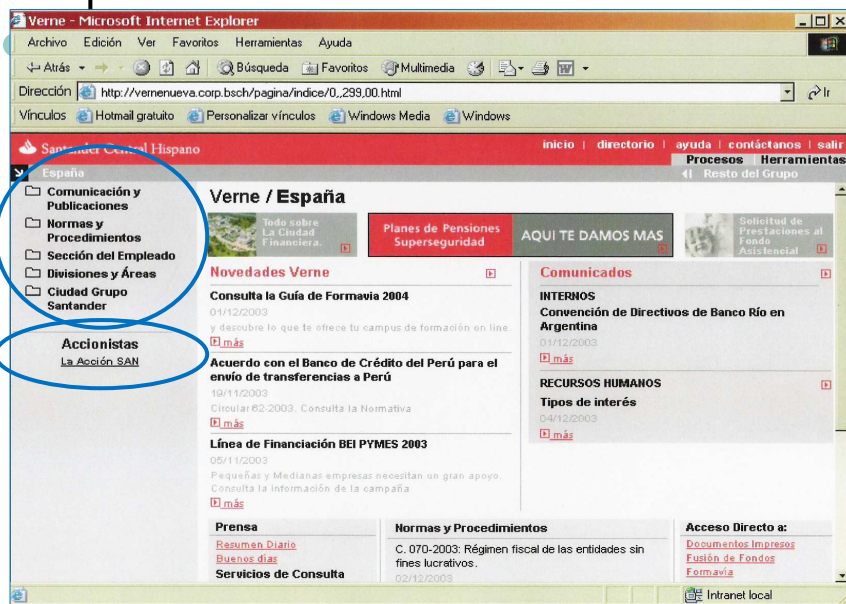
6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

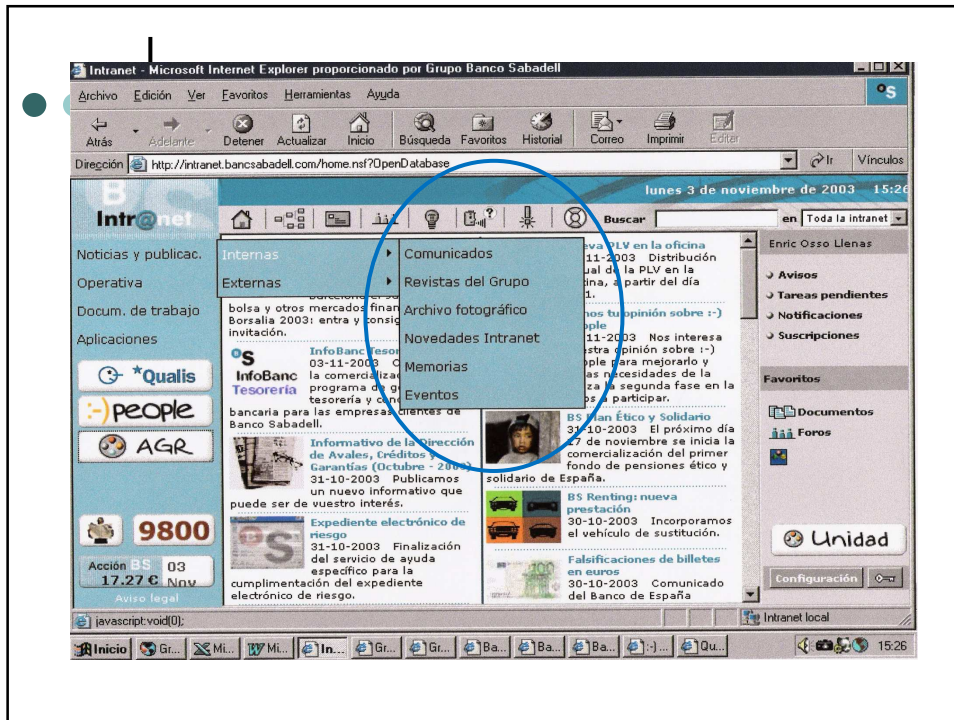
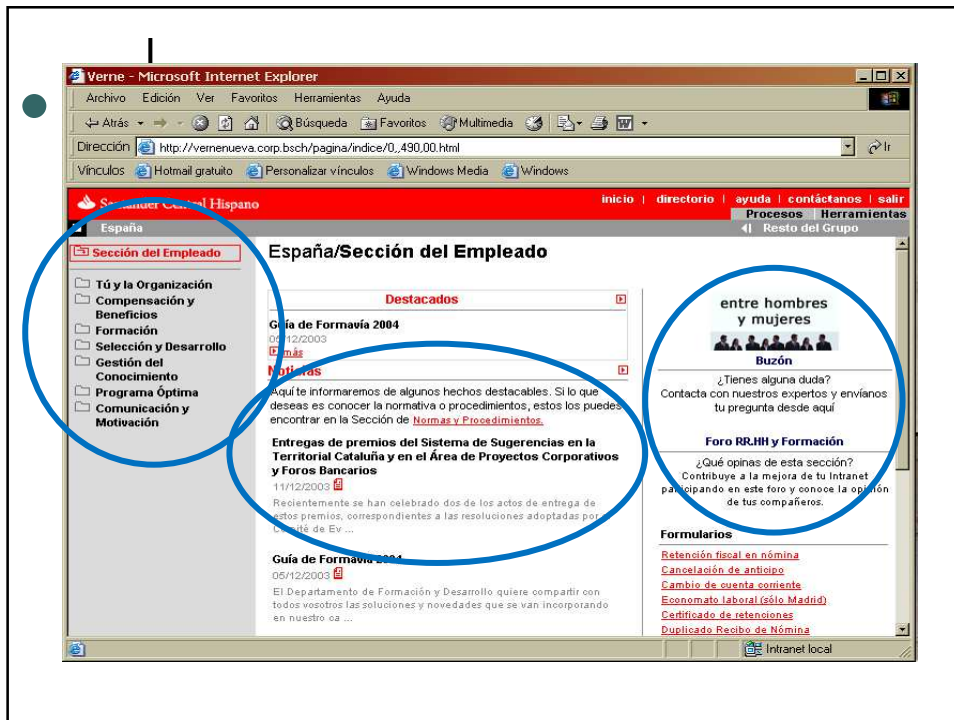
6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Intranets

Wiki

Sitio web donde se acepta que los usuarios creen, editen, borren o modifiquen su contenido de forma interactiva, fácil y rápida
Herramienta efectiva para la escritura colaborativa.
Inmejorable soporte para elaborar el proyecto de Empresa, donde la implicación y colaboración de los empleados es fundamental.





Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Reuniones

Funciones básicas

Permiten a la organización escuchar a sus públicos internos y mantenerlos debidamente informados

Tipos

Reuniones y seminarios de contenido técnico

Seminarios políticos

Encuentros o reuniones masivas

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Reuniones

PRINCIPIOS BÁSICOS

Cómo convocarlas

OBJETIVO

PREPARACIÓN

Cómo desarrollarlas

DESARROLLO

Cómo ultimarlas

TERMINAR...



Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.4 Instrumentos del programa: acciones correctoras y/o proactivas

Video corp.



- Técnica utilizada en los inicios
- Para los medios
- Historia de la empresa
- Logros de la entidad
- Filosofía y cultura empresarial
- Coyuntura y puesto en el sector
- Productos/Servicios

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.5 Técnicas de evaluación de las relaciones internas

1. Comunicación, Retención y aceptación de mensajes

Para comprobar si los mensajes fluyen por la organización, si son retenidos y creídos

2. Evaluaciones de coorientación

Para medir el grado de precisión de la percepción de los superiores y subordinados entre sí y el alcance de su comprensión y acuerdo.

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.5 Técnicas de evaluación de las relaciones internas

3. Auditorías de relaciones humanas

A través de cuestionarios pueden medirse las actitudes de los empleados hacia su puesto de trabajo, su superior y la organización

4. Satisfacción de comunicación

Cuestionarios que miden la satisfacción de los empleados en relación a la comunicación en la organización

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



6.3 El programa continuo de comunicación con los empleados (Grunig y Hunt, 2000)

6.3.5 Técnicas de evaluación de las relaciones internas

5. Análisis en red

Mide el objetivo de comunicación utilizando uno de los varios métodos para realizar un diagrama de quién habla con quién en la organización y la manera en que los mensajes fluyen por ésta

Planificación de las Relaciones Públicas

Tema 6.



Bibliografía básica

CARRETÓN-BALLESTER, C. (2007). *Las Relaciones Públicas en la Comunicación Interna de la Banca Española*. A Coruña: Netbiblo

CARRETÓN-BALLESTER, C.y RAMOS-SOLER, I. (2009). *Las relaciones públicas en la gestión de la comunicación interna*. AIRP: Alicante.

<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/15719/1/LIBRO%20Las%20relaciones%20p%C3%bAblicas%20en%20la%20gesti%C3%b3n%20de%20la%20comunicaci%C3%b3n%20interna.pdf>

CUTLIP, S. Y CENTER (2001). *Las relaciones públicas eficaces*. Barcelona: Gestión 2000. pp.307-342

GRUNIG, J. Y HUNT, T. (2000). *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000. pp.360-393