

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
TÉCNICO EN RELACIONES PÚBLICAS**



TEMA:

**“LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA GESTIÓN DE CRISIS EN EL
SECTOR GUBERNAMENTAL”**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

**MOISÉS ISAAC CONTRERAS GUADRÓN
OSCAR ARMANDO CRUZ VALDEZ
CARLOTA ISAMAR MARTÍNEZ MARTÍNEZ**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
TÉCNICO EN RELACIONES PÚBLICAS**

MARZO 2013

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic. Julio Francisco Díaz Osegueda, Lic. Carlos Antonio Juárez Bonifacio, Lic. Jorge Alberto Hernández Gómez

a las 6:00p.m. del día Lunes, 10 de Diciembre del dos mil doce.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

<u>1-Oscar Armando Cruz Valdez</u>	<u>Carnet 09-1046-2007</u>
<u>2-Carlota Isamar Martínez Martínez</u>	<u>Carnet 09-4825-2010</u>
<u>3-Moises Isaac Contreras Guadrón</u>	<u>Carnet 09-2708-2009</u>

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Las relaciones públicas en la gestión de crisis en el sector gubernamental"

PARA OPTAR AL GRADO DE: **TECNICO EN RELACIONES PUBLICAS**

Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO,
POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

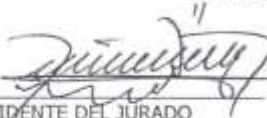
Aprobado.

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA
UNIVERSIDAD.

San Salvador, 10 de Diciembre de dos mil doce.

F. 
PRIMER VOCAL
Lic. Julio Francisco Díaz Osegueda

F. 
SEGUNDO VOCAL
Lic. Carlos Antonio Juárez Bonifacio

F. 
PRESIDENTE DEL JURADO
Lic. Jorge Alberto Hernández Gómez

PAGINA DE AUTORIDADES

ING. NELSON ZARÁTE SÁNCHEZ

RECTOR

LICDA. ARELY VILLALTA DE PARADA

DECANA

JURADO EXAMINADOR

LIC. CARLOS ANTONIO JUAREZ

PRESIDENTE

LIC. JORGE ALBERTO HERNANDEZ

PRIMER VOCAL

LIC. JULIO DIAZ

SEGUNDO VOCAL

MARZO 2013

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

AGRADECIMIENTOS

Primeramente quiero darle las gracias a Dios por el nuevo logro que me permite alcanzar en mi vida y poder ver los frutos de mi esfuerzo, por darme la sabiduría necesaria para poder seguir adelante, por su fidelidad y su misericordia en mi vida y por permitirme culminar mis estudios.

A mis padres por darme la oportunidad de seguir estudiando, por su orientación, amor y máximo apoyo moral que me han brindado a lo largo de mi vida; a pesar de las adversidades han estado siempre conmigo.

A nuestro asesor Lic. Carlos Juárez, el cual nos brindó su apoyo y la asesoría necesaria para sacar este trabajo de la mejor manera, por su comprensión y paciencia en la dirección de este trabajo.

Gracias a cada uno de mis compañeros de grupo, los cuales fueron muy importantes para el desarrollo de esta investigación, por su apoyo y por permitirme entrar en sus vidas durante el desarrollo de la investigación.

Y no puedo dejar de darle gracias a cada uno de mis amigos, que me han ayudado e impulsado a seguir adelante en los momentos de flaqueza los cuales han estado para darme ánimo, a cada uno de ellos muchas gracias

Moisés Isaac Contreras Guadrón

AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a Dios todopoderoso por todas las bendiciones que derramó y sigue derramando sobre mi persona y darme la fuerza necesaria para poder salir adelante y superarme. Prueba de ello es llegar a esta fecha esperada, el cuál es mi graduación por lo que junto a mi mamá, familia, al señor Antonio Quinteros, a los que agradezco su íntimo apoyo incondicional por ayudarme a culminar mi carrera universitaria.

Dios es maravilloso, grande es su amor por nosotros, ya que me permitió cumplir mi sueño de ser una Universitaria

Carlota Isamar Martínez Martínez

AGRADECIMIENTOS

Ante todo le doy gracias a Dios por permitirme llegar a esta etapa de mi vida y por luchar para que sea una persona de éxito en todo los aspectos.

Agradezco a mis padres los cuales me dieron la vida y lucharon por darme las bases para buscar siempre el éxito en mi vida y a mi hermana que siempre confió en mí.

Agradezco a mi tía Juana Valdez la cual fue el instrumento de Dios en toda mi carrera y en mi vida, por su aporte para lograr mis estudios y lograr ser un profesional con el solo interés de poder tener un futuro de provecho.

Agradezco a todas esas personas, amigos y conocidos los cuales en algún momento fueron proveedores de una palabra de aliento para seguir el camino del desarrollo y poder ser lo que ahora soy.

Oscar Armando Cruz Valdez

INDICE

Introducción.....	i
-------------------	---

CAPITULO I

MARCO TEORICO CONCEPTUAL

	No. de página
1. Antecedentes de las relaciones públicas.....	1
2. Historia de las relaciones públicas en el Salvador	5
2.1. Importancia de las relaciones públicas	13
2.2. Funciones de las relaciones públicas	15
3. Relaciones públicas gubernamentales.....	17
3.1 Objetivos de las relaciones públicas en el sector gobierno.....	19
3.2 Funciones específicas de las relaciones públicas en el sector gobierno.....	23
4. Relaciones públicas y gestión de crisis	33
5. Opinión pública.....	39
6. Descripción del problema	43
7. Justificación de la investigación	48

Capítulo II

Investigación de campo

1. Objetivos de la investigación.....	50
1.1 Objetivos generales.....	50
1.2 Objetivos específicos.....	50
2. Metodología de la Investigación.....	51
3. Determinación de la Muestra.....	51
4. Instrumento y Técnicas de Investigación.....	52
4.1 Instrumento de investigación.....	52
4.2 Técnica de investigación.....	52
5. Tabulación y Análisis de Datos.....	53
6. Conclusiones.....	80
7. Recomendaciones.....	85
8. Bibliografía.....	89
9. Anexos.....	96
8.1 Anexo # 1 Guía de entrevistas.....	96
8.2 Anexo # 2 Entrevistas.....	102

INTRODUCCION

Este capítulo se muestra los inicios de las relaciones públicas, su historia, el desarrollo a lo largo del tiempo, si introducción en los procesos gubernamentales en los cuales se muestran las diferentes acciones desde el enfoque de las relaciones públicas en cada uno de los sectores de gobierno enfocados en la gestión de crisis guiados por los manuales de crisis y sus procedimientos.

En este capítulo se presentan las bases de nuestra investigación, lo que pretendíamos lograr por medio de esta, el área donde se desarrolla nuestra investigación, mostrando además las formas y acciones que se tomaran para realizar la recopilación de datos, mostrando así los resultados de la investigación y ya planteada una respuesta satisfactoria al problema previamente planteado.

CAPITULO I

MARCO TEORICO CONCEPTUAL

1. Antecedentes de las Relaciones Públicas.

En sus inicios, los griegos y los romanos fueron quienes hicieron uso de ciertas técnicas con el propósito de manipular la opinión por el público, esto con un fin político, las relaciones públicas fueron ampliamente utilizadas como modificadoras de la opinión pública siendo la oratoria el medio de comunicación más empleado.

Ya el siglo XV, tomo un papel importante la invención de la imprenta, ya que impulso la circulación de la palabra escrita, convirtiéndose en una de las herramientas principales de las relaciones públicas, para poner en boca de las personas lo que se tenía que hablar como en estos tiempos sucede.

La obra “El Príncipe”, de Nicolás Maquiavelo, escrita en la edad media la cual años después se analizaría este documento como un mecanismo de la teorización de las relaciones públicas.

Todo esto demuestra que en el pasado, el uso y la práctica de las relaciones públicas correspondieron en su mayoría a los círculos políticos y gubernamentales. Esta era la situación hasta la llegada del nuevo siglo, en el que apareció un joven norteamericano con ideas revolucionarias: Ivy Lee.

El 1906, inició su incursión en el campo de las relaciones públicas trabajando en la industria Americana, tratando de mejorar las relaciones existentes entre patronos y los empleados debido principalmente a los violentos métodos utilizados por éstos para combatir las huelgas ya que en esos tiempos no existía una forma o tratamiento ante dichas acciones de protesta.

Por todos sus aportes se dice que Ivy Lee fue el primer técnico que surgió en el campo de las relaciones públicas y, al parecer, fue él también quien creó el primer departamento de esa especialidad, diseñándolo para la Standard Oil Company, empresa a la que se le atribuye haber sido la

primera en incluir las relaciones públicas de manera formal, como una de las funciones de la empresa.¹

En ese sentido Las prácticas de las relaciones públicas estructurales y coordinadas a través de una institución son relativamente nuevas, a la fecha, se carece de un documento que reúna investigaciones y referencias históricas al respecto. No obstante, por ser una sociedad consumista que recibe abundante influencia de los Estados Unidos, cuando este país las impulsó dentro de la recuperación sociopolítica y económica de posguerra, la noticia de sus buenos resultados se expandió hasta el istmo

Fue así que “En 1980, se llevó a cabo en El Salvador el Primer Simposio Nacional de relaciones públicas organizado por Asociación Salvadoreña de Ejecutivos de Relaciones Públicas (ASERP), contando con la participación de instituciones gubernamentales y privadas que ejercían la función.

¹ <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/17157/capitulo%201.pdf>

A este evento fueron invitados disertantes profesionales mexicano.”²

Ocho años más tarde, surge la primera empresa formal de relaciones públicas en el país, con un funcionamiento independiente y apoyo logístico de una unidad de investigación. A partir de esa fecha se empezó a reconocer la importancia de las relaciones públicas como función empresarial, y muchas organizaciones incluyeron en sus estructuras, personal encargado de cumplir con dicha función. Por su parte, algunas universidades decidieron incorporar esta disciplina como una carrera universitaria en sus programas de estudio; en este sentido “En 1990, la (ASERP) dejó de ejercer sus funciones debido a la crisis política que enfrentaba el país, motivo por el cual, hubo gran fuga de elementos, dando origen a la desaparición de esta asociación sin dejar algún acta que plasmara la fecha de su desintegración”

Poco a poco las relaciones públicas han ido teniendo mayor presencia, en la actualidad se considera como una función empresarial sumamente importante (tanto en instituciones públicas como en privadas), dedicada a

² <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/17157/capitulo%201.pdf>

trabajar por la imagen corporativa, diseñando para ello, planes y programas especiales tendientes a influenciar positivamente la opinión pública.

2. Historia de las Relaciones Públicas

Puede decirse que las relaciones públicas se remontan a la antigüedad, pues ya en las sociedades tribales eran utilizadas en cierto modo para promover el respeto a la autoridad del jefe.

³En la Antigua Grecia se fomentaba la discusión pública en el ágora, (lugar que es mejor conocido como la plaza donde se realizaban las reuniones) y se persuadía al público haciendo uso del teatro. Los romanos introdujeron dos vocablos propios de la profesión: la República (cosa pública) y la Vox Populi (voz del pueblo). Tras la caída del Imperio romano y siguió una época de oscurantismo durante la Edad Media donde el desarrollo de las relaciones públicas fue casi nulo, pues no se permitía el libre debate de ideas. Sin embargo, el Renacimiento trajo consigo la libertad de expresión y el libre intercambio de ideas que dieron gran impulso a la profesión, la cual creció sin cesar.

³ <http://publicitado.com/historia-de-las-rrpp/>

Sin duda, el país que más favoreció el crecimiento de las relaciones públicas desde esta época hasta la Segunda Guerra Mundial fue Estados Unidos. Se distinguen las siguientes etapas en esta época:

- 1600-1800: Este es un periodo marcado por las luchas por la⁴ independencia. Las relaciones públicas sirvieron tanto a los fines de los colonos, quienes buscaban fomentar su independencia a través de diversos medios (entre ellos la prensa, el teatro, folletos), como a Gran Bretaña, que intentaba controlar a las colonias.
- 1800-1865: Este período se caracteriza por la creciente importancia que adquiere la opinión pública. Se debatían diversos temas: la esclavitud, el sufragio femenino, el laicismo, etcétera, y la incipiente prensa de masas era el vehículo de todas esas ideas.
- 1865-1900: Esta época estuvo marcada por una depresión económica que afectó terriblemente la imagen de los industriales. No se tenía conciencia de la importancia de contar con el favor del público y se hacía un uso indiscriminado de las «falsas noticias» redactadas por los agentes de prensa.
- 1900-1919: Surge la figura de Ivy Lee como padre práctico de las relaciones públicas. Lee contribuyó sobremanera al crecimiento de la

⁴ Wiki pedía la enciclopedia libre
http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p%C3%BAblicas#Historia_de_las_relaciones_p.C3.BAblicas

profesión, puesto que inició una política de puertas abiertas destinada a informar al público. Humanizó la profesión y dio cuenta de la importancia de hacer concordar la información pública con la privada. En 1917, Wilson como presidente electo de los Estados Unidos de América crea el Comité de Información Pública (también denominado Comité Creel), destinado a lograr que los ciudadanos estadounidenses apoyaran la entrada del país en la Primera Guerra Mundial, en lo que fue una clara utilización de las relaciones públicas con fines políticos. Cabe destacar que Wilson había llegado a la Casa Blanca bajo un programa político basado en la no intervención militar, lo que puso las cosas bastante difíciles a la Comisión Creel (conocida también como el Comité de los 12 sabios).

- 1919-1929: En este período surge destaca la figura de Edward Bernays como padre teórico de la profesión. Escribió varios libros delimitando las funciones y alcances de la misma y dedicó muchos esfuerzos a hacer relaciones públicas de las relaciones públicas, es decir, a mejorar la imagen de la profesión. El trabajo de Bernays destacó por la importancia que otorgó a la necesidad de escuchar al público y trabajar en función de sus necesidades.
- 1929-1941: Las relaciones públicas cobran gran importancia, ya que tras la Gran Depresión se hace sumamente necesario reivindicar a las empresas y explicar su contribución al sistema económico.

En Europa las relaciones públicas no crecen con la misma intensidad que en Estados Unidos debido a la presencia de gobiernos totalitarios que impidieron el desarrollo de la disciplina.

Posteriormente destacan los siguientes hitos:

- Justo en 1946, con la caída de estos regímenes totalitarios europeos,⁵ surgen las asociaciones nacionales que agrupan a los profesionales de las relaciones públicas. La primera de ellas se creó en los Países Bajos.
- En 1948 Gran Bretaña crea el Instituto de Relaciones Públicas.
- En los años 1950 surgieron asociaciones en Grecia, Bélgica, Suiza, Italia y España, entre otros países.
- En 1955 se funda la Asociación Internacional de Relaciones Públicas (IPRA).
- En los años 1960 las asociaciones se agrupan en una organización, la Confederación Europea de Relaciones Públicas (CERP).

⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p%C3%BAblicas#Historia_de_las_relaciones_p.C3.BAblicas

- En 1960 se crea la FIARP (Federación Interamericana de Relaciones Públicas), reconocida por la OEA.
- En 1984 se convierte en la CONFIARP (Confederación Interamericana de Relaciones Públicas) al sumarse España.
- En 2001 Natalia Martini crea el Primer Portal de Relaciones Públicas

Sus socios fundadores fueron Maruja Peláez de Johnson, Lucía Molina, Inés Tobón de Viana y Humberto López. En 1963 la entidad pasó a llamarse Círculo Antioqueño de Relaciones Públicas, CARP. En 1970 la institución adoptó el nombre de Sociedad Colombiana de Relaciones Públicas, SOCORP, de ANTIOQUIA. En 1980 adoptó su nombre actual y pasó a llamarse Centro Colombiano de Relaciones Públicas, CECORP.

Para hablar de relaciones públicas es primordial decir qué entendemos por “Relaciones Públicas” (RRPP): conjunto de disciplinas y ciencias que mediante un proceso de comunicación estratégico y planificado crean, modifican, desarrollan y/o mantienen una imagen institucional o de una persona. Las acciones de las RRPP van dirigidas a público interno y externo, teniendo como objetivo general de crear o modificar actitudes, creencias o conductas del público objetivo. Un público objetivo que puede ser físico (una persona) o jurídico (una empresa). Las tendencias actuales y los estudios de

las mismas dicen que se está dejando de lado a las RRPP como solo una herramienta más del marketing y las comunicaciones integradas. La idea básica de este nuevo rumbo es que quien lleve adelante este desafío sea el Director de comunicaciones y que de allí provenga la organización, en donde los fines de las acciones y políticas de comunicación sean compatibles a los de la institución. Es importante tener en cuenta que la actual posición de la comunicación y las RRPP está a la orden del día para los públicos, esto quiere decir que como empresa o institución es importante estar más que presentables ó sea estar siempre predispuestos a la audiencia. Hoy los nuevos en canales de comunicación son los ciberespacios como redes sociales, blogs, etc., estos se han tomado la tarea de revolucionar la internet facebook, tweeter son gigantes de las comunicaciones a nivel mundial, estos dan a la comunicación la oportunidad de estar siempre presentes, de renovarse continuamente y de ser creativos. Tomemos este desafío como ventaja para las RRPP, utilizando las nuevas tendencias como una gran herramienta para obtener una buena imagen.

Las relaciones públicas han jugado un papel importante en las actividades políticas, sociales y culturales de las diferentes sociedades que han existido a lo largo de la historia del hombre, pues éstas surgieron de la necesidad de los individuos de crearse una imagen u opinión positiva dentro del contexto

en el que se desenvolvían, pero la influencia de esta actividad se reconoció ampliamente con el desarrollo de las sociedades griegas y romanas.

Es por ello que tiene la característica de ser una forma de comunicación bidireccional, puesto que no sólo se dirige a su público (tanto interno como externo) sino que también lo escucha y atiende sus necesidades, favoreciendo así la mutua comprensión, y permitiendo que se use como una potente ventaja competitiva a la hora de pretender un posicionamiento. Esta disciplina se vale de la publicidad, la información y la promoción no pagada para realizar su cometido.

Por lo que las relaciones públicas se encarga de crear, modificar y/o mantener la imagen positiva ya sea de una empresa, organización, entre público o privado, o persona; y fortalecer los vínculos con todos sus públicos (Internos, externos o indirectos), utilizando diferentes estrategias, técnicas e instrumentos, su misión es generar un vínculo entre la organización, la comunicación y los públicos relacionados (Stakeholder), además de convencer e integrar de manera positiva. Es una disciplina en desarrollo que emplea métodos y teorías de la publicidad, marketing, diseño, comunicación, política, psicología, sociología, periodismo, entre otras ramas y profesiones.

Según información obtenida es fundamental para todo profesional de relaciones públicas el estar altamente informado de todo el acontecer que pueda estar vinculado directa o indirectamente a su organización o proyecto. (Mientras más información se posea, más acertadas serán las acciones y decisiones).

Aunque el concepto relaciones está implícito en la expresión relaciones públicas, pocos han sido los especialistas del área que se han atrevido a definirlo cuidadosamente o a desarrollar mediciones fiables de los resultados de las relaciones. Las relaciones públicas vanguardistas se sostienen en los trabajos sobre las variables de relación de doble flujo (bidireccionales): comunicación (dimensión del diálogo), entendimiento (conocimiento compartido), acuerdo (actitudes compartidas) y comportamiento complementario en el tiempo.

Algunos intentan comparar la investigación y la teoría de las relaciones públicas desarrollada en Europa con lo que se ha hecho en Estados Unidos, y observan intereses y estructuras comunes en la construcción de teorías, así como numerosas adopciones por parte de Europa de teorías y enfoques procedentes de Estados Unidos. Pero también se perciben diferencias sustanciales, por ejemplo en el área de la investigación: el principal entendimiento acerca de relaciones públicas dentro de la comunidad

científica europea puede ser algo diferente de la de Estados Unidos en varios elementos importantes, esto es, en la manera de nombrar, en el significado y en la pertinencia de los conceptos “relación” y “comunicación”.

2.1 Importancia de las Relaciones Públicas.

Actualmente existe una creciente similitud de productos y servicios debido a que el mercado es cada vez más amplio. Frente a esto la publicidad ya no basta porque ha perdido credibilidad y se hace sumamente necesario encontrar una herramienta que permita diferenciarse a las empresas. Aquí entran en juego las relaciones públicas como disciplina que, mediante una gestión estratégica, logran diferenciar a la organización de sus competidoras.

. Para lograrlo, las relaciones públicas trabajan con diversos intangibles: ⁶

1. Identidad: Es el ser de la organización, aquello que la caracteriza y diferencia del resto. Sobre esta identidad trabajan las relaciones públicas,

⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p%C3%BAblicas#Las_relaciones_p.C3.BAblicas_como_ciencia

básicamente gestionando otros dos intangibles: la cultura organizacional y la filosofía.

2. Filosofía: Plantea el objetivo global de la organización y el modo de llegar⁷ a él. Establece una misión (el beneficio que la organización proporciona a su público), valores (por los cuales se rige la organización) y visión (a dónde quiere llegar, que debe ser un objetivo difícil de alcanzar pero no utópico).

3. Cultura: Se da por el proceder o modo de actuar de la organización en su conjunto. Tiene que ver con los valores que se fomenten y el modo de orientar la actuación de la organización.

4. Imagen: Es aquella representación que la organización desea construir en los stakeholders, con los cuales la organización se relaciona o construye vínculos comunicativos.

5. Reputación: Es aquella representación mental que se hace el público sobre una organización a través de las experiencias (directas o indirectas) que hayan tenido con la misma y de la forma como la organización se comunica con sus stakeholders.

⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p%C3%BAblicas#Las_relaciones_p.C3.BAblicas_como_ciencia

2.2 Funciones de Relaciones Públicas.

Toda actividad de relaciones públicas tiene como finalidad principal la gestión de la imagen institucional, mediante el desempeño de las siguientes funciones:

- **Gestión de las comunicaciones internas:** Es de suma importancia conocer a los recursos humanos de la institución y que éstos a su vez conozcan las políticas institucionales, ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce.
- **Gestión de las comunicaciones externas:** Toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado. Esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones, tanto industriales como financieras, gubernamentales y medios de comunicación.

- **Funciones humanísticas:** Resulta fundamental que la información que se transmita sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.

- **Análisis y comprensión de la opinión pública:** Edward Bernays, considerado el padre de las relaciones públicas, afirmaba que es necesario manipular a la opinión pública para ordenar el caos en que está inmersa. Es esencial comprender a la opinión pública para poder luego actuar sobre ella.

- **Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas:** El trabajo de todos los relacionas públicos debe tener una sólida base humanista con formación en psicología, sociología y relaciones humanas. Se trabaja con personas y por ende es necesario comprenderlas.

También es importante el intercambio con otras áreas dentro de la comunicación como pueden ser la publicidad o el marketing. Si bien estas últimas tienen fines netamente comerciales, debe existir una coherencia entre los mensajes emitidos por unas y por otras para así colaborar a alcanzar los fines institucionales.

Las herramientas de las que se valen las relaciones públicas para cumplir con sus objetivos y funciones son muchas y diversas:

- La organización de eventos
- El lobbying
- Planes de responsabilidad social
- Relaciones con los medios de comunicación

Diarios: permite a la organización acceder al público general.

Revistas: permite acceder a públicos más y mejor segmentados.

Radio: permite transmitir información instantáneamente las 24 horas del día.

Televisión: Otorga gran notoriedad a la institución.

Internet: Se puede trabajar sobre el sitio web institucional o con la versión en línea de diversos medios.

3. Relaciones Públicas Gubernamentales.

La eficacia de la administración pública depende de la eficiencia de la relación y comunicación entre gobernantes y gobernados. Las Relaciones Públicas cumplen con la misión de interesar a la

comunidad en los asuntos del Estado y lograr su comprensión y cooperación. Las Relaciones Públicas, a nivel de Gobierno implican tomar como “público clave” a todo el pueblo.

El funcionamiento de Relaciones Públicas en el Gobierno Central crear una constante interacción entre el gobierno y la ciudadanía. Informar permanentemente sobre iniciativas y realizaciones de la Administración, explicando sus alcances y motivaciones.

Coordinar las actividades similares con los otros sectores estatales: Ministerios, organismos autónomos, etc. Estimular la capacitación de los propios funcionarios estatales, para cumplir eficientemente dichos cometidos. Consolidar una política de Relaciones Públicas a través de planes de entendimiento, evolución y desarrollo mediante la acción conjunta de Estado, Capital, Sociedad civil.

Apoyar la consolidación del prestigio del país en el ámbito internacional.

Las Relaciones Públicas Gubernamentales deben funcionar en conjunto con el Presidente de la República, Primer Ministro o Presidente del Gabinete Ministerial, según sea el caso.

3.1. Objetivo de las Relaciones Públicas en el sector Gobierno

Las Relaciones Públicas en el sector gobierno nacen con un triple fundamento: Informar a la ciudadanía, persuadirla e integrar a unas personas con otras.

De la misma manera y ampliando estos elementos, buscan conservar y acrecentar la confianza, el apoyo y la aprobación por parte de la población a los actos realizados por el gobierno, contribuir al mejoramiento de la administración para lograr su máxima competencia y eficacia, desarrollar un vasto y bien orientado programa de comunicación externa, destinado a brindar información eficiente y oportuna a la ciudadanía; contribuir a la puesta en práctica de una serie de medidas de relevante importancia, ya que dan la verdadera fisonomía de la administración pública a los ojos de la ciudadanía.

Es importante considerar que si el gobierno no mantiene bien y oportunamente informada a la opinión pública acerca de sus

acciones, ni el gobierno más eficaz logrará el apoyo colectivo y sí podría tener efectos negativos. Las buenas relaciones públicas con la ciudadanía se logran con estrategias, técnicas, programas y planes debidamente estructurados y aplicados adecuadamente.

Si los actos y disposiciones gubernamentales no están orientados al beneficio de la mayoría, será imposible persuadir a los ciudadanos de que deben apoyar y aprobar la conducta del gobierno.

Es conveniente también estar alerta para promover y desarrollar la difusión de la eficiencia en la en la administración pública. A tal efecto, el profesional en relaciones públicas debe estar en permanente contacto con los funcionarios encargados de planear y ejecutar técnicas de organización.

Funciones Básicas de las relaciones públicas en el sector gobierno

Es importante llevar a cabo diferentes funciones dentro de las relaciones públicas para que puedan ser consideradas una herramienta efectiva para el posicionamiento de los diferentes organismos gubernamentales. Dentro de las funciones que comentamos se encuentran:

a) Investigación. Define las características generales y de la política de la dependencia, determina los públicos que la constituyen, detecta a los líderes, analiza archivos de prensa, analiza la opinión, tendencias y actitudes de los públicos y analizar archivos de correspondencia.

b) Planificación. Elabora planes y programas en función de los objetivos predeterminados, presenta dichos planes y programas a los directivos de la dependencia y los someta a aprobación, selecciona al personal que debe ejecutarlos y elabora presupuestos y metas.

c) Ejecución. Pone en aplicación todo lo previsto en los planes y programas, organiza campañas institucionales por cine, radio, televisión y prensa, elabora boletines de prensa, organiza conferencias de prensa, elabora las publicaciones internas de la dependencia, elabora y conduce la publicidad institucional, dicta conferencias especializadas, dirige mesas redondas, organiza actos culturales, conferencias, seminarios y congresos, dirige sistemas de comunicación interna al personal.

Participa en los comités de la dependencia, representa a la dependencia en los diversos actos, organiza y coordina visitas a las instalaciones, organiza actos conmemorativos diversos, sostiene entrevistas y contactos telefónicos, utilizando todos los medios modernos de comunicación, detecta los actos de la dependencia que pueden afectar al público, recibe quejas y sugerencias dándoles seguimiento y solución, procura la simplificación de los servicios al público y ordena archivos de prensa, fotografías y otros documentos, redacta discursos y mensajes.

d) Evaluación. Controla los resultados de las acciones ejecutadas

e) Asesoramiento. Determina políticas de relaciones humanas, sugiere actitudes para el trato al público, sugiere políticas de relaciones industriales, sugiere políticas publicitarias y sugiere políticas de mercadotecnia.

Las funciones de las relaciones públicas en el gobierno alcanzarán buen éxito en la medida en que el profesional en relaciones

públicas haga conciencia entre los altos niveles de la importancia de su labor frente a la actividad pública.

También es indispensable persuadir a las instituciones en su conjunto de que las funciones de relaciones públicas sean aceptadas y así se obtendrá la buena voluntad y la participación de todo el personal de las organizaciones.

3.2. Funciones Específicas de las Relaciones Públicas en el sector gobierno

Cinco son las principales funciones de las relaciones públicas del gobierno con respecto a la población en general:

- Informar: Mantener informada a la población con respecto a las acciones ⁸y actividades de gobierno, así como de sus planes y proyectos.

⁸ RRPP GUBERNAMENTALES (2011)<http://www.buenastareas.com/ensayos/Rrpp-Gubernamentales/2525773.html>

- Recabar la opinión popular: Para dar la oportunidad a los gobernados de expresar sus necesidades, problemas y opiniones sobre nuevos proyectos, políticas o acciones de gobierno, antes de que se tome una decisión definitiva, a esto se le conoce como planeación democrática.

- Instruir a la población: respecto a diversos aspectos de interés general, como son los derechos y obligaciones del ciudadano, la forma como opera la administración pública, promoción de ideas y valores, etc.

- Promover: la integración, nacionalismo y orgullo nacional y Lograr la aceptación y apoyo de la población a la gestión pública.

Información general

El área de relaciones públicas gubernamentales se encargará de distribuir información a los medios de difusión. Para eso redactará “informaciones de prensa” que resuman la actividad oficial de la jornada. El relacionista público se ocupará del rubro “Información

General”.

Imagen exterior

Las Relaciones públicas deberán de preocuparse por la proyección de prestigio del país en el extranjero. Para eso, se realizará una “Carta Internacional”, en forma de boletín, explicando la política y actividades del Gobierno (temas de interés).

Coordinación

Coordinación con los encargados de las oficinas de Relaciones Públicas de los diferentes organismos. Se deberá de realizar reuniones, en el que se formulará una agenda de temas vinculados con el Plan Central de relaciones públicas.

Política de relaciones públicas

Se deberá impulsar la integración entre los miembros a través de la vinculación de los grupos Estatales-Empresarial-Organismos en general. También se debe desarrollar actos, recibo de visitantes calificados, entre otros.

Gobierno y grupos políticos

El Gobierno debe servir al pueblo sin distinción de grupos electorales. Las ⁹Relaciones Públicas están condicionadas a la existencia del juego de la opinión pública y a las comunicaciones.

Relaciones Públicas en el Municipio

El municipio es un conjunto de personas que viven en común, en un lugar determinado, teniendo a su frente al Estado, pero con gozo de independencia. Actualmente la actividad municipal consiste en servicios concretos e imprescindibles, pero que están diferenciados de la problemática, bajo la lupa de las relaciones públicas, que realizan un aporte importante.

⁹ RRPP GUBERNAMENTALES (2011)<http://www.buenastareas.com/ensayos/Rrpp-Gubernamentales/2525773.html>

La opinión ciudadana

Es importante tener una comunicación adecuada con los ciudadanos. Las Relaciones Públicas se enfrentan al problema de romper las barreras y las trabas entre los ciudadanos.

Plan de acción

Es vital el funcionamiento de una repartición de Relaciones Públicas municipales. Para ello se deberá:

Organizar eventos sociales, culturales y deportivos de carácter popular.

Mantener a la comunidad bien informada. Publicar revistas, folletos e impresos diversos, para cumplir con dicho fin.

Utilizar efectivamente a la prensa, radio, televisión e Internet para informar a la comunidad de cuanto en su beneficio realice la administración local. Brindar las instalaciones del Municipio, para la realización de exposiciones, actos culturales, conferencias, etc.

Cooperar con las organizaciones privadas, especialmente agrupaciones juveniles e infantiles, instituyendo becas y premios para distinguir a alumnos destacados y estimular su vocación y esfuerzo individual. Los protagonistas de las Relaciones Públicas son la comunidad y los propios funcionarios municipales.

Relaciones Públicas en el poder legislativo

Organización y funcionamiento. Debe ajustar su acción a los siguientes aspectos básicos:

- * Información (prensa, radio, televisión e Internet).

- * Relaciones con el público (sesiones abiertas, visitas y audiencias).

- * Contactos externos (autoridades nacionales, entidades, organizaciones representativas).
- * Relaciones internas.

- * Para desarrollar su acción, el Parlamento requiere la constitución de un Comité de Relaciones Públicas para realizar diversas actividades.

Relaciones con los Públicos

A través de “Puertas Abiertas” el Poder Legislativo alentará el trabajo realizado por Relaciones Públicas.

Ello se logrará:

- * Con sesiones públicas del Parlamento.
- * Concediendo audiencias en comisión a los representantes de distintos grupos empresariales, industriales, laborales, cuando se traten problemas de interés inmediato para cada uno de ellos.
- * Estableciendo un régimen liberal de visitas guiadas al recinto del Congreso, para que grupos públicos puedan conocer sus instalaciones y funcionamiento.
- * Editando un “Manual del Congreso” con la historia del organismo, relación de actividades, ilustraciones sobre sus dependencias, etc., que facilite un mejor conocimiento de la Institución por parte del público.

Contacto exterior

El área de Relaciones Públicas del Poder Legislativo prestará atención a sectores determinados, teniendo conexiones con:

- * Autoridades nacionales (Poder Ejecutivo, Poder Judicial, Fuerzas Armadas, entes autónomos).

- * Organizaciones privadas (Cámaras de Comercio, Industria, etc.).

- * Organizaciones laborales.

- * Organismos similares de otros países.

Relaciones internas

Las relaciones con los empleados es fundamental porque ellos realizan actividades del organismo (largas sesiones, horarios prolongados, etc.) Es importante que haya una capacitación de los funcionarios, tratar temas como atención al público.

Relaciones Públicas en las Fuerzas Armadas

En 1907 se conoce de la primera oficina de Relaciones Públicas en la Fuerza Armada. Su misión era enviar información y publicidad gráfica a los periódicos del Oeste para reclutar.

Fuerza Armadas y Comunidad

Las Fuerzas Armadas necesitan identificarse con la comunidad. Las Relaciones Públicas se encargarán de crear lazos entre las instituciones y los ciudadanos para que tomen conciencia y entiendan que si existe las Fuerzas Armadas es porque satisface las necesidades de la sociedad. A la vez, ofrecerán información permanente al público sobre las actividades que se realicen.

Relaciones Públicas y Fuerzas Armadas

Las Relaciones Públicas utilizarán sus propias técnicas para que los públicos participen, Llamen la atención, generando confianza y comprensión. También debe individualizar los públicos, entre internos y externos.

Externos:

Autoridades nacionales y comunales

Otras Fuerzas Armadas

Empresas privadas

Proveedores

Entidades culturales, deportivas, sociales

Público en general.

Internos:

Personal superior

Personal subalterno

Persona civil de las Fuerzas Armadas

Personal militar retirado

Los Públicos externos

Ajustarán su acción a los siguientes postulados:

- * Promover la comprensión y aceptación del rol de las Fuerzas Armadas.

- * Familiarizar al público con los programas y servicios que cumple la institución.

- * Estimular la cooperación y participación del público en esos programas.

- * Hacer conocer la capacidad profesional de los cuadros, mediante su participación en iniciativas de interés general, seminarios, conferencias, etc.

Exaltar el sentimiento de Patria e interesar a toda la comunidad en los planes generales de la Defensa Nacional.

Medios de comunicación

Para que el programa planteado por las Relaciones Públicas, las Fuerzas Armadas utilizará los medios de comunicación.

4. Relaciones públicas en la gestión de crisis

Independientemente del tipo de crisis que se produzca y de que esta pueda haber resultado más o menos previsible, toda crisis es inesperada y, por tanto, juega con el factor sorpresa. Siempre implica una pérdida de equilibrio y de control de la organización y unas consecuencias negativas. Además, habitualmente la información que se posee en los momentos iniciales de caos es insuficiente.

Por otra parte, si la organización implicada no facilita la información que los medios requieren, estos deberán buscarla donde sea. Como consecuencia, aumentará la percepción de riesgo por parte de los públicos, crecerá la desconfianza y surgirán los rumores infundados. Por ello, se recomienda que

la organización evite los rumores, demuestre control de la situación y trate de infundir seguridad con sus actuaciones.

Existen dos fases en la gestión de las crisis:¹⁰

1. La fase preventiva, que engloba todas las acciones que se realizarán antes de que se produzca una crisis:

- Análisis de los posibles puntos débiles de la organización que pueden llegar a producir una crisis (o análisis de las situaciones de riesgo).

- Análisis de las crisis que se pueden producir, teniendo en cuenta su nivel de gravedad, así como las consecuencias y los posibles daños. Esto se puede realizar a través de sondeos internos y externos, mediante la creación de equipos de control que comprueben los diferentes factores de riesgo y la entrega de recompensas a los que detecten posibles crisis.

Normalmente se trata de un trabajo en equipo en el que suelen intervenir trabajadores de los diferentes departamentos de la organización.

- Evaluación de las posibles acciones preventivas para disminuir la probabilidad de que se produzcan estas crisis. Esta evaluación supone el

¹⁰ <http://www.emagister.com/curso-redaccion-relaciones-publicas-gestion-crisis-empresa/gestion-crisis-organizaciones-relaciones-publicas>

análisis de las acciones y de sus costes, y la posterior selección de las medidas preventivas.

— La gestión de conflictos potenciales. La minimización de sorpresas y la resolución de temas potencialmente conflictivos es lo que se conoce con el nombre de gestión de conflictos potenciales y evita muchas situaciones de crisis, que ya nunca se llegarán a producir.

— Las relaciones públicas deben gestionar y tratar de evitar los aspectos potencialmente conflictivos antes de que acaben convirtiéndose en una crisis y esta comporte daños y pérdidas para la organización. A pesar de ello, todas las crisis no se pueden prevenir o evitar, y por eso en la fase preventiva también son necesarias una serie de acciones:

— La formación de un comité de crisis y la selección de un portavoz oficial. Los comités de crisis los forman personas de diversos departamentos. Deben estar siempre localizables y contar todos con un suplente, para que se pueda convocar el comité de crisis cuando se requiera.

— La realización de un plan de gestión de crisis.

— La elaboración de un manual de crisis, que es la redacción y la concreción en un documento del plan de gestión de crisis.

¹¹**2. La fase reactiva.** Supone todas las acciones que se realizan con posterioridad a la crisis. Entre ellas, la implementación del manual de crisis.

Ante el desencadenamiento de una crisis es necesario reaccionar, lo que implica tres tipos de acciones:

— Resolver el conflicto y tomar medidas para solucionar el problema y compensar los daños causados.

— Comunicar correctamente la descripción del incidente, las causas, el estado actual de la situación y las medidas que se tomarán para solucionar el problema. Es necesario tener presente quién lo comunicará, a quién, a través de qué medios, cómo y cuándo. Diversos académicos (Bradford y Garrett, 1995; Coombs, 1995; Härtel et al., 1998; Stockmyer, 1996) relacionan las crisis con la Teoría de la Atribución, según la cual los públicos quieren conocer las causas y los responsables de los hechos, así como asignar la responsabilidad de las crisis a alguien.

— Actuar para recuperar la imagen y la reputación de la empresa, que se deteriora con la crisis. Muchos autores han afirmado que las crisis son creadoras de oportunidades (Hurst, 1995; Mitroff, 2005; Ulmer *et al.*, 2007b; Witt y Morgan, 2002). Ulmer, Sellnow y Seeger (2007a); además, añaden las características que deberían cumplir las comunicaciones post crisis para

¹¹ <http://www.emagister.com/curso-redaccion-relaciones-publicas-gestion-crisis-empresa/gestion-crisis-organizaciones-relaciones-publicas>

recuperar y mejorar la imagen dañada de las organizaciones. Por un lado, la comunicación debe ser prospectiva en lugar de retrospectiva; por otro, los líderes han de transmitir a los diversos públicos una visualización optimista de la crisis, como una oportunidad de mejora.

A pesar de lo inevitables que resultan la mayor parte de las crisis que se producen, la realidad demuestra que muchas empresas y organizaciones todavía no poseen programas de gestión de crisis. Por un lado, muchos comunicadores y directivos creen que nunca se producirá una crisis en su empresa, con lo cual ahorran en su planificación y gestión. Por otro lado, la prevención y la gestión de crisis comportan tratar temas desagradables en las reuniones, que en muchas ocasiones pretenden ser evitados simplemente para no ser imaginados o vistos por los propios trabajadores o públicos más próximos. Pero evitar la gestión de crisis no supone evitar las propias crisis, que de producirse sin una planificación previa, pueden comportar resultados muy perjudiciales para las organizaciones.

Terminologías básicas referentes a las relaciones publicas:

Crisis: Problema que se presenta puede ser económico, social, político y más que amenaza la estabilidad y solides.

Relaciones Públicas: las relaciones públicas son las encargadas de velar por la buena imagen de una organización, mejorarla o mantenerla.

Estrategias: forma en que pretendemos alcanzar nuestros objetivos.

Tácticas: método que utilizaremos para lograr lo que queremos.

Manual: documento donde hay información importante.

Gestión de crisis: capacidad que tienen las organizaciones para enfrentarse ante una crisis.

Métodos: modo para obtener un resultado.

Las relaciones públicas son las encargadas de crear o mantener la buena imagen de una organización; en momentos cuando la empresa atraviesa por una Crisis y la empresa se ve afectada se debe hacer lo posible para que los impactos de dicha crisis no destruyan la buena imagen de la empresa y sus públicos (stakeholders) no salgan tan afectados.

La organización tiene dos opciones en casos de crisis: dar a conocer la información o reservársela; aunque debe hacerse lo mejor para la empresa.

Para situaciones de crisis se emplea un manual llamado “manual de crisis” el cual nos permite identificar los tipos de crisis potenciales que pueden darse en la organización y así trata de evitarlos o minimizar su impacto.

En el manual de crisis se encuentra información interna de la organización, dentro del mismo encontramos el barómetro el cual nos da información sobre las crisis que están más propensas a darse en la empresa; en base a esto son implementadas las estrategias y tácticas.

El manual de crisis es un conjunto de recomendaciones que deben seguirse para la resolución de la crisis, se crean estrategias las cuales nos dan las tácticas a desarrollarse para que la empresa no se vea tan afectada.

5. Opinión Pública.

Etimológicamente el término OPINION viene del latín (*opinio*). La Real Academia Española (1950) da dos acepciones.

- Es el concepto o parecer que se forma de una cosa cuestionable.

- Fama o concepto en que se tiene a una persona o caso.

¹²Por lo que se refiere al adjetivo PÚBLICA que aquí la califica procede del latín (*publicus*) y significa “notorio, patente, manifiesto, visto o sabido por todos”.

Al unir los dos términos el concepto de OPINION PUBLICA, se entiende como “el sentir o estimación en que coincide la generalidad de las personas acerca de asuntos determinados.

Con esto podemos apreciar con más claridad a lo que nos referimos cuando hablamos de opinión pública.

Y es que la opinión pública es del diario vivir, en todo momento se utiliza este recurso un ejemplo básico es la opinión que se tiene del deporte salvadoreño comparado con el de otros países este recurso normalmente se utiliza en la comparación de dos o mas objetos, situaciones o entidades.

¹² Real Academia de la Lengua Española <http://lema.rae.es/drae/?val=opinion>

El deporte salvadoreño ha sufrido embates de parte de la población por su bajo nivel de juego aun cuando se le ha dado mucho apoyo de parte del gobierno y la sociedad, todos se preguntan qué es lo que sucede , cual es el problema, quien tiene la culpa entre otras preguntas y mas que preguntas son reclamos,

Esta situación ha provocado una imagen negativa de la selecta Salvadoreña al grado de crear un prejuicio en el que está siempre perderá los partidos cuando juega con equipos de nivel medio y altos.

La opinión pública como hemos visto puede ser negativa pero a la vez puede ser muy positiva dependiendo las circunstancias y abrir muchas puertas para quienes manejan bien este recurso, un ejemplo de este es la selecta de playa de nuestro país por su clasificación a la ¹³semifinal en el Mundial de Playa que se celebra en Rávena, Italia, que organiza la Federación Internacional de Fútbol FIFA en el 2011, fue tanto el poder positivo de la opinión publica y de orgullo al representar a El Salvador en Italia que estos recibieron ayuda tanto del gobierno como de empresas las cuales se

¹³ El País por el desarrollo integral de El Salvador (2011) <http://elpais.com.sv/elsalvador/?p=6839>

ofrecieron como patrocinadores de la selecta de playa otorgándoles presentes y beneficios especiales en los servicios que ellos ofrecían.

La opinión pública normalmente es activada cuando existen acciones como la injusticia o justicia de o para una entidad o persona por ejemplo fraudes a el estado de parte de alguna entidad pública o privada , algún acto heroico o de provecho para el país, daño físico, moral, económico hacia alguien o un grupo de personas especificas, un ejemplo claro puede ser cuando un grupo significativo de personas mueren por un acto delictivo como fue el acto delictivo efectuado el ¹⁴domingo 20 de junio del 2010 hacia un microbús del transporte colectivo de la ruta 47 en mejicanos el cual fue incinerado con 13 personas dentro las cuales murieron calcinados, este acto atroz despertó la opinión pública en contra de la policía nacional civil y su débil control ante la delincuencia poniendo en entre dicho la eficacia de sus acciones anti delincuencia, esto iso que la policía nacional civil y el gobierno tomara medidas con el fin de proteger al ciudadano que diariamente usa el transporte público, incrementando el patrullaje de policías en las diferentes rutas con mayor índice de ataques delictivos y minimizar el impacto de la opinión pública en contra de las entidades gubernamentales pertinentes

¹⁴ El Salvador Noticias. Net (2010)

<http://www.elsalvadornoticias.net/2010/06/21/matan-a-13-personas-al-incendiar-microbus-en-mejicanos/>

6. Descripción del problema.

Actualmente y desde ya hace muchos años las relaciones públicas tomaron auge en ciertas empresas con acciones de comunicación estratégica, coordinadas y sostenidas a largo tiempo para fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos e informándolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y futuras.

Por ello es vital para todas las organizaciones utilizar las relaciones públicas como un medio para potenciar los resultados de las instituciones ya sea de carácter público y privado.

En el caso de las instituciones gubernamentales existe una necesidad diaria de mantener una estrategia de comunicación y de relaciones públicas que permita mantener la credibilidad ante los contribuyentes y de esa forma asegurar la lealtad de los votantes actuales y potenciales.

Cabe la duda de que si estas estrategias de relaciones públicas son lo suficientemente capaces de lograr que el estado mantenga una imagen

aceptable al grado de que no genere crisis en alguno de los sectores que este conforma.

Sin embargo a pesar de que en el sector gubernamental las relaciones públicas es uno de los campos más fértiles para los profesionales graduados en esta rama, surge la duda sobre la forma o métodos que este tipo de organizaciones maneja un fenómeno que no está ajeno a sufrir, la crisis.

Según los conceptos que se han investigado se definirá la crisis como una situación que amenaza los objetivos de la organización, altera la relación existente entre estas y sus públicos y precisa de una intervención extraordinaria de los responsables de la empresa para minimizar o evitar consecuencias negativas. Basando en esta situación resulta interesante ver que en nuestro país es algo que se ve tanto en el sector gubernamental como el privado, y podemos ver que muchas instituciones de carácter público han atravesado diferentes etapas de crisis como el ejemplo siguiente en el sector salud.

El desabastecimiento de medicamentos para los asegurados y los paros de labores que este ha sufrido.

1) Esta crisis generó descontento de los salvadoreños los cuales no recibieron los medicamentos necesarios para su mejora de salud obligándoles a comprar en farmacias el caro ypreciado medicamento sin mencionar quienes los que no pudieron adquirirla por el elevado precio de estos.

2) El paro de labores también afectó en gran manera ya que La pérdida de muchas consultas, consultas las cuales se habían dado cita meses atrás y las cuales no pudieron darse por el paro, este paro de labores con el fin de hacer presión al gobierno y mejorar los servicios que sector salud da a los usuarios pero no dejó de afectar en gran manera a gran parte de los salvadoreños quienes descontentos esperaban se restableciera el servicio de este sector.

El manejo con los medios de comunicación es de gran importancia ya que este es conocido como el cuarto poder en el país y es que su influencia sobre las personas es enorme y en una crisis la empresa afectada depende de gran manera de la opinión positiva de los medios para salir lo menos perjudicado posible y es que un medio de comunicación puede apoyar a la empresa en crisis como perjudicarle, el manual de crisis muestra las acciones que se deben seguir para con los medios en estas circunstancias entre las cuales están:

- Aceptar los errores si es que se han cometido ya que el peor error de una empresa es negarlo ya que si este es comprobado la empresa pierde su credibilidad con la población
- Tratarlos como uno quisiera ser tratado para mantener una línea de comunicación sana y respetuosa con ellos
- Responder su llamado lo antes posible y con cortesía para que el medio sienta que es de importancia para la empresa.
- Darles la información que no puedan conseguir con otras fuentes para evitar las especulaciones y el amarillismo

Normalmente las acciones más perjudiciales se muestran en los programas televisivos de dialogo en los que profesionales del tema dan su opinión sobre dicha crisis por la cual está atravesando la organización.

En estos programas normalmente se pide la opinión pública referente al tema y es aquí cuando el pueblo es el encargado de juzgar según la información dada por estos.

Para las organizaciones que atraviesan una crisis es importante la opinión pública y es que no se pueden dar el lujo de dañar esa imagen que sus

consumidores mantienen de ellos, he ahí donde las relaciones publicas juegan un papel importante para mantener o mejorar la imagen por medio de el bombardeo informativo.

Ya cuando se ha actuado con los medios de comunicación y este esté a favor de la empresa es mucho más fácil actuar con la opinión pública ya que esta suele ser fuertemente influenciada por los medios. En momentos de crisis las acciones

El mal manejo de parte del gobierno ante esta crisis y la falta de comunicación y posibles soluciones ante el desabastecimiento y de dialogo hacia los empleados del sector salud para llegar a un acuerdo genero una crisis a nivel nacional afectando a cientos de Salvadoreños, mostrando a un gobierno impotente para accionar con prontitud.

Es por esto que es necesaria en el Gobierno Salvadoreño una guía de prevención para evitar incidentes nocivos en la imagen del país por medio de un conocimiento general de estas acciones y procedimientos y he ahí del estudio del plan de crisis a nivel gubernamental en la cual podremos observar las fallas o faltas en su procedimiento.

Considerando lo planteado surge la necesidad de realizar un estudio serio que permita responder a la interrogante siguiente:

¿Cuál es el porcentaje de instituciones públicas en el salvador que poseen un manual de crisis que les permita responder de forma sistematizada ante estos fenómenos?

7. Justificación de la investigación

Consideramos que nuestra investigación se convertirá un aporte para los futuros estudiantes del área de las Relaciones Publicas que estén interesados en conocer cómo es que se manejan las crisis en el sector gubernamental.

Contribuiremos a que la universidad Tecnológica de El Salvador tenga un aporte sustancial en estos temas del cual no se encuentra información en estos momentos según los sondeos que se han realizado en las bibliotecas

En términos de sector gobierno, se considera que será un valioso aporte para el país ya que las instituciones que regularmente se ven mas afectadas con el manejo de crisis pertenecen a este sector, por lo tanto considerando que puede ser una guía para la sensibilización del tema para que pueda ser tomada con mayor importancia.

CAPITULO II

INVESTIGACION DE CAMPO

1. Objetivos de la investigación.

1.1. Objetivo general

Conocer como se gestiona la crisis y posibles crisis en el sector gubernamental.

1.2. Objetivos específicos.

- 1) Investigar cuales instituciones gubernamentales cuentan o no con un manual de crisis

- 2) Conocer las razones por las cuales dichas organizaciones gubernamentales no cuentan con un manual de crisis

- 3) Indagar cuales son los métodos más comunes utilizados para afrontar las crisis en el sector gubernamental.

2. Metodología de la investigación:

Aleatoria Simple

3. Determinación de la Muestra

Temporal: Del 23 de julio hasta el 23 de noviembre.

Geográfica: Zona Metropolitana de San Salvador.

Cobertura: Instituciones Gubernamentales

4. Instrumento y Técnicas de Investigación

4.1 Instrumento

Encuesta

4.2 Técnicas

Por medio de una investigación en diferentes fuentes se localizan las instituciones gubernamentales con el fin de lograr un contacto telefónico y obtener el nombre de las personas encargadas en el área, que es el de relaciones públicas, esto con el fin de enviar una carta a la institución dirigida al representante de dicha área, la carta llevara la finalidad de pedir una cita para hacer una entrevista referente al tema de tesis que es "Las relaciones públicas en la gestión de crisis en el sector gubernamental", y adjuntado las preguntas de la entrevista para el estudio previo del entrevistado, por lo mismo las direcciones para concordar la cita hora y día que esta le parezca oportuno.

5. Tabulación y Análisis de Datos

Este se desarrollara por medio de **Variables cualitativas**.

Consistirá en la grabación de las entrevistas a los encargados del área de relaciones públicos de las diferentes Organizaciones Gubernamentales que nos permitan desarrollar dicha grabación.

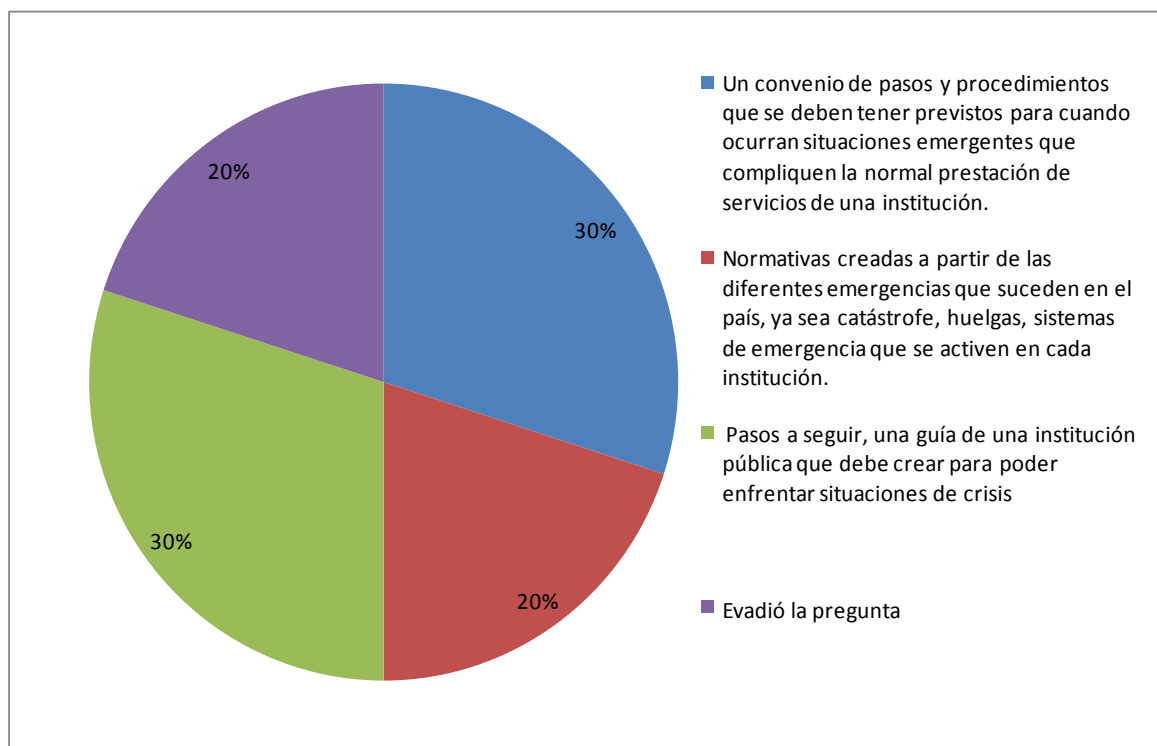
La información recopilada será analizada y presentada de manera agrupada, tabulada y ordenada con un resumen de las cualidades y atributos de los entrevistados, de esta manera podemos agrupar cuales son las tendencias en la forma del manejo de crisis dentro de las instituciones

Estas serán ordenadas en clases individuales

1. ¿Podría darnos una definición de manual de crisis?

Opc	Respuesta	F	%
1	Un convenio de pasos y procedimientos que se deben tener previstos para cuando ocurran situaciones emergentes que compliquen la normal prestación de servicios de una institución.	3	30
2	Normativas creadas a partir de las diferentes emergencias que suceden en el país, ya sea catástrofe, huelgas, sistemas de emergencia que se activen en cada institución.	2	20
3	Pasos a seguir, una guía de una institución pública que debe crear para poder enfrentar situaciones de crisis	3	30
4	Evadió la pregunta	2	20
	Total	10	100

ANALISIS: Según los datos de investigación obtenidos y basándonos en nuestro marco teórico podemos ver que: Un convenio de pasos y procedimientos que se deben tener previstos para cuando ocurran situaciones emergentes que compliquen la normal prestación de servicios de una institución, es la respuesta más acertada según dichos parámetros investigados de lo que es un manual de crisis, el otro 50% muestra un conocimiento con menor acercamiento a nuestro marco teórico y el 20% evadió la pregunta, dando así la pauta para saber que este porcentaje desconocen la importancia de contar con un manual de crisis, aumento así las consecuencias y el impacto de la misma ya que contar con un manual reduce las consecuencias de la propia crisis.

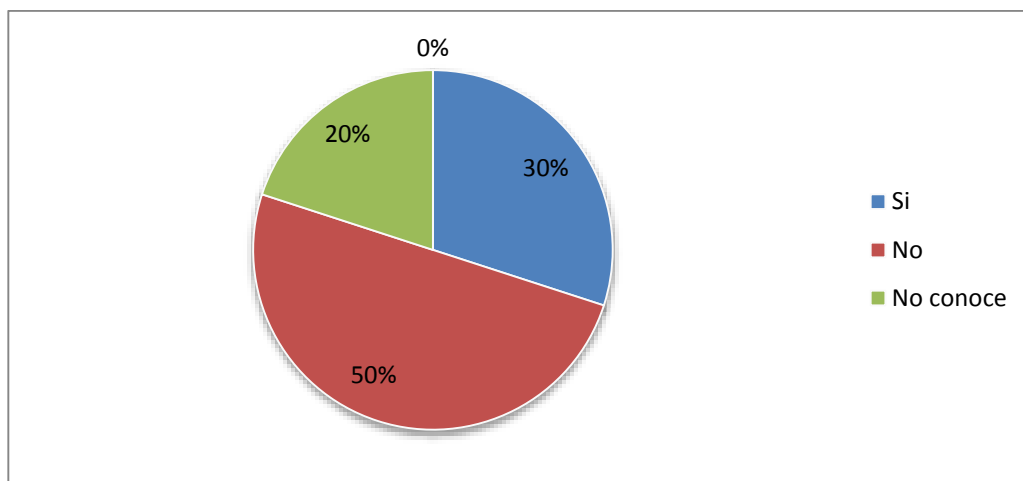


2) ¿Posee la institución un manual de crisis?

Opc	Respuesta	F	%
1	Si	3	30
2	No	5	50
3	No conoce	2	20
	Total	10	100

ANALISIS:

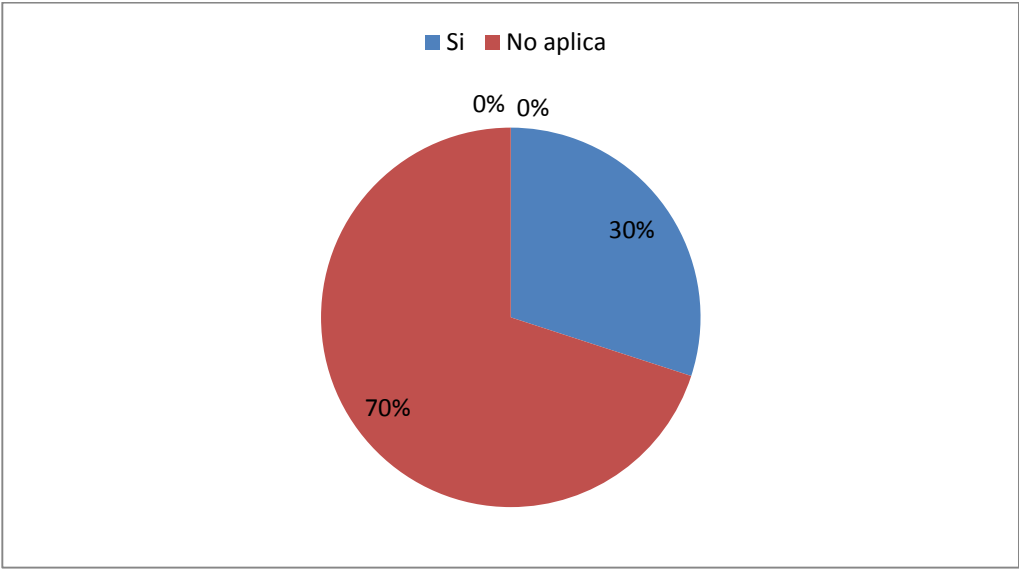
Según nuestra investigación de campo el 30% de las instituciones gubernamentales cuentan con un manual tangible para prevenir las posibles crisis, mientras que el 50% de las organizaciones entrevistadas no cuentan con un manual de crisis y el 20% restante no conocen si existe o no un manual de crisis dentro de la organización; lo cual es de preocupación ya que prácticamente el 70% están desprovistos de una guía anti crisis y expuestos a no reaccionar correctamente cuando esta se presente dañando así no solamente la imagen de la organización



3) ¿Si posee un manual de crisis este se encuentra por escritos en la institución?

Opc	Respuesta	F	%
1	Si	3	30
2	No aplica	7	70
	Total	10	100

ANALISIS: La investigación realizada en el área de relaciones públicas de las organizaciones gubernamentales revelan que solo el 30% de las organizaciones poseen un manual de crisis mientras que el restante 70% no poseen manual, y quienes lo poseen conocen el mínimo de su desarrollo podemos ver por estos datos que existe un enorme vacío en términos de prevención de crisis en nuestro actual Gobierno.

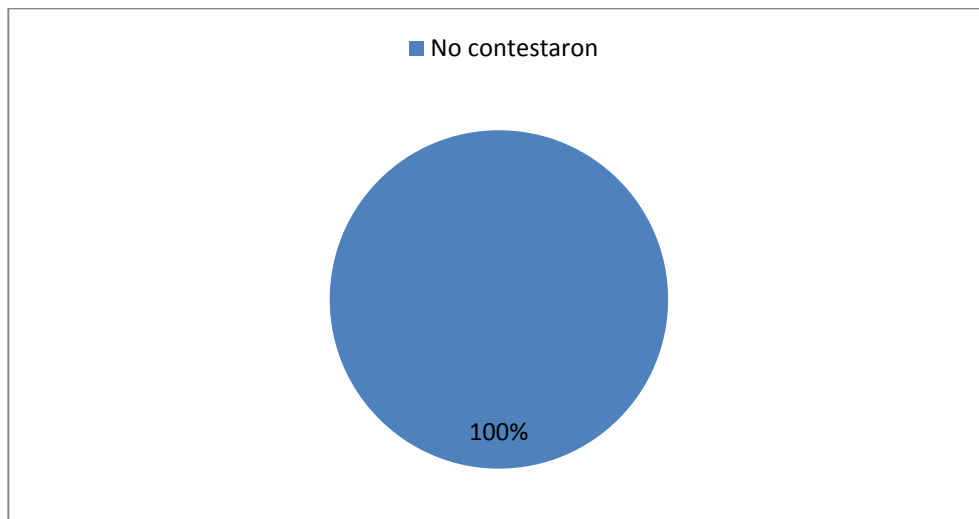


4) ¿Si posee un manual de Crisis nos podría describir los componentes que lo conforman?

Opc	Respuesta	F	%
1	No contestaron	10	100
	Total	10	100

ANALISIS:

Los resultados arrojados por la investigación de campo muestran que el 100% de las organizaciones gubernamentales que cuentan con un manual de crisis no conocen las partes que conforman dicho manual, mostrando así que estas organizaciones al momento de afrontar alguna crisis no sabrían como actuar ante tal situación, siendo de esta forma más vulnerables a sufrir daños.

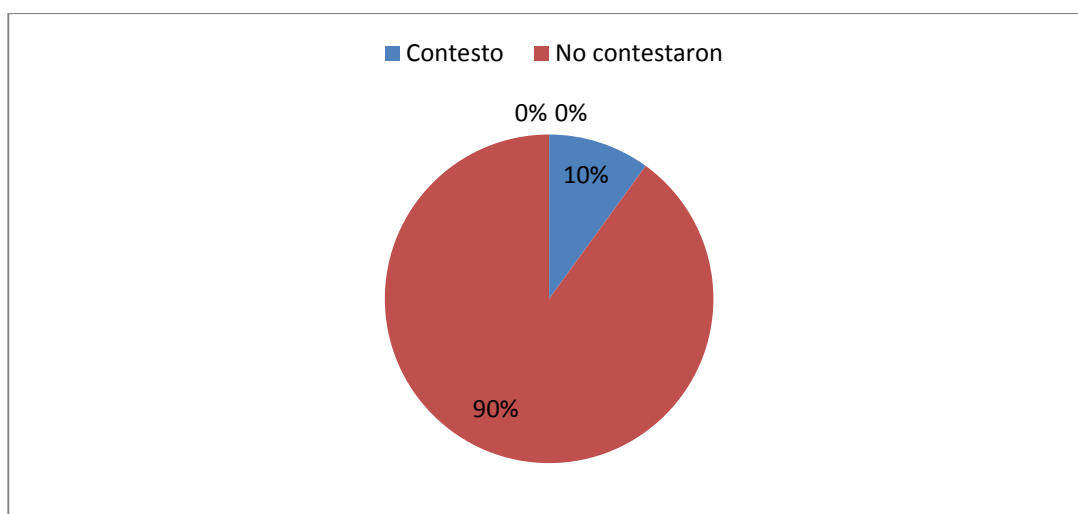


5) ¿Que miembros de la institución y departamentos tienen participación directa en el manual de crisis en su organización?

Opc	Respuesta	F	%
1	Contesto	1	10
2	No contestaron	9	90
	Total	10	100

ANALISIS:

Con la investigación realizada los datos expresan que solo el 10% del área de Relaciones Publicas de las organizaciones entrevistadas conocen quienes son los participantes directos con el manual de crisis y el otro 90% desconoce de quienes son los participantes y ejecutores de este. Debiendo el Departamento de Relaciones Publicas tener el mejor manejo de este manual y así estar preparados a la hora de afrontar la crisis, no solo economía o de infraestructura sino también de imagen y procurar que la misma cause en lo menor posible daños irreversibles.

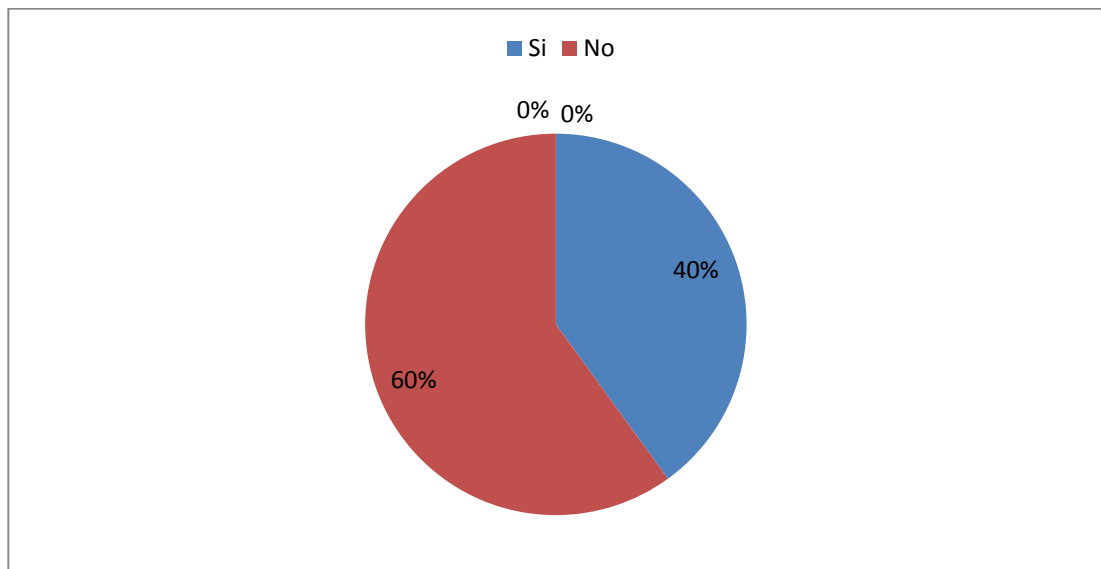


6) ¿Han experimentado situaciones de crisis en el último año?

Opc	Respuesta	F	%
1	Si	4	40
2	No	6	60
	Total	10	100

ANALISIS:

La información obtenida por medio de las entrevistas demuestra que el 40% de las organizaciones ha tenido situaciones de emergencia durante el último año y sabido afrontarlas de la mejor manera mientras que el 60% restante comentaron que no han experimentado crisis en el año anterior.

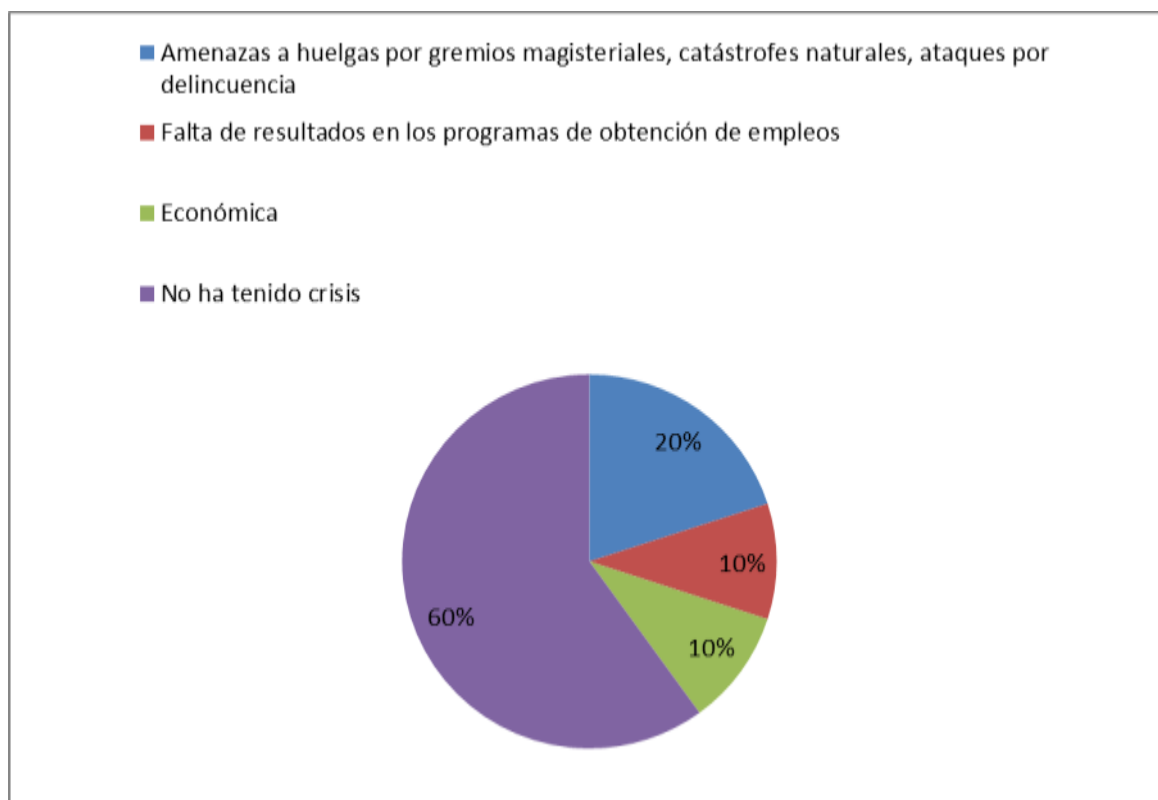


7) ¿Cuáles son las crisis que ha afrontado la institución el último año?

Opc	Respuesta	F	%
1	Amenazas a huelgas por gremios magisteriales, catástrofes naturales, ataques por delincuencia	2	20
2	Falta de resultados en los programas de obtención de empleos	1	10
3	Económica	1	10
4	No ha tenido crisis	6	60
	Total	10	100

ANALISIS:

Los datos obtenidos indican que el 60% de las organizaciones de gobierno no ha experimentado crisis, tomando en cuenta que son acciones fuera de control, siendo esto un logro ya que muchas organizaciones en este tiempo tienen que enfrentarse contra situaciones que vienen a dañar, mientras que el 20% de las organizaciones de gobierno muestran que han sufrido crisis en áreas como: huelgas, catástrofes y ataques por la delincuencia, el 20% restante tuvo que enfrentarse a crisis de nivel económico y falta de provisión de empleos.

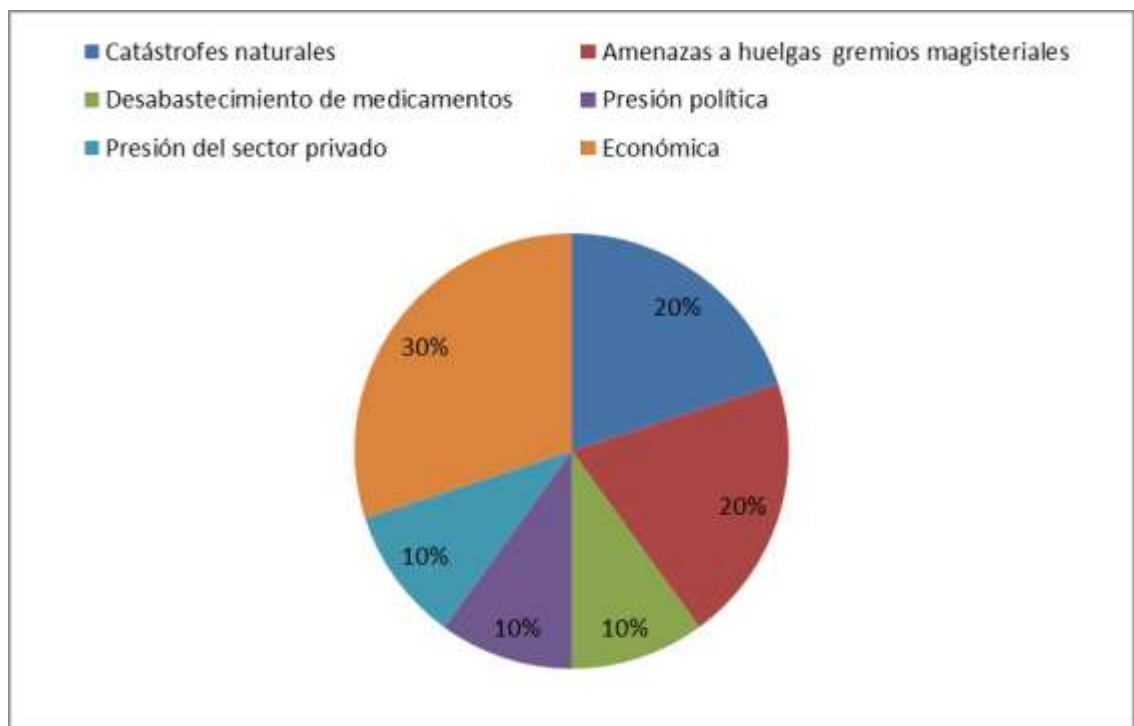


8) ¿Cuáles son las potenciales crisis que considera que puedan presentar según las amenazas que posee en el entorno de su institución?

Opc	Respuesta	F	%
1	Catástrofes naturales	2	20
2	Amenazas a huelgas gremios magisteriales	2	20
3	Desabastecimiento de medicamentos	1	10
4	Presión política	1	10
5	Presión del sector privado	1	10
6	Económica	3	30
	Total	10	100

ANALISIS:

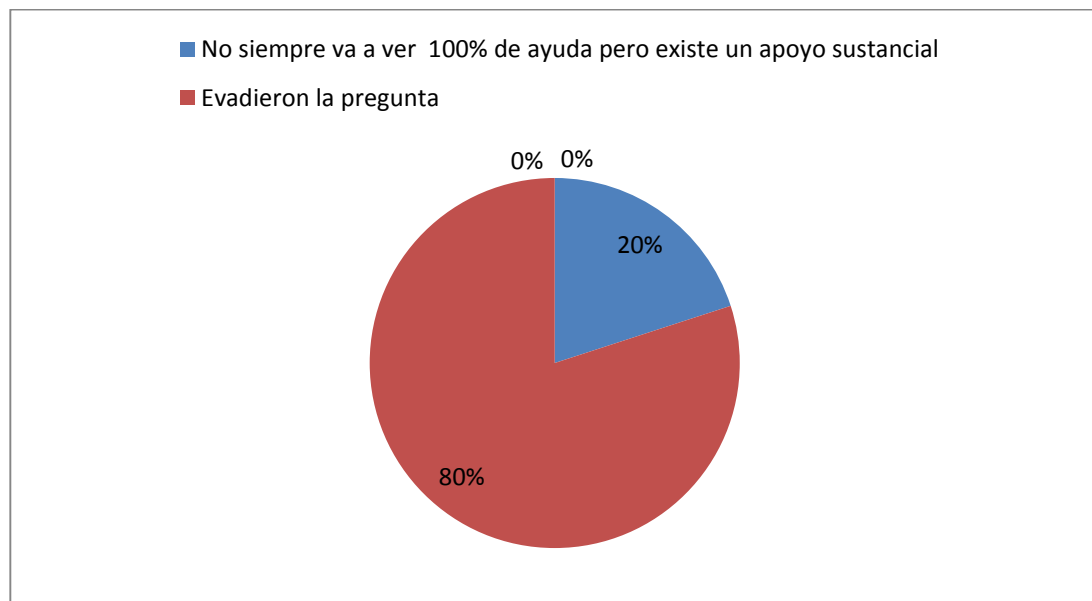
Según las investigaciones la principal amenaza de crisis que pueden presentar las organizaciones y que genera alto grado de preocupación sería la: crisis económica, ya que en la actualidad muchas empresas tienen que enfrentarse a este tipo de crisis y han venido a quiebra, como segundo indicador encontramos las Catástrofes naturales, Amenazas a huelgas de parte de gremios magisteriales, y en tercera instancia estaría presión de empresas grandes en toma de decisiones, desabastecimiento de medicamentos, presión política y presión del sector privado.



9) ¿El área de relaciones públicas ha recibido el apoyo necesario en sus opiniones para proveer decisiones que pueden ser desencadenantes de una crisis?

Opc	Respuesta	F	%
1	No siempre va a ver el 100% de ayuda o apoyo pero existe un apoyo sustancial	2	20
2	Evadieron la pregunta	8	80
	Total	10	100

ANALISIS :La investigación realizada en las organizaciones de gobierno arroja que solo el 20% de las entidades comentaron que la atención recibida al área de relaciones públicas para prever una crisis no siempre será suficiente pero si existe un apoyo sustancial y el otro 80% evadieron la pregunta sin comentar las razones del caso, por lo cual nos atreveríamos a cuestionar que tienen un problema de comunicación interna, en cuanto a comunicarse al momento de prevenir una crisis lo cual es sumamente preocupante, ya que esto indica que no se encuentran lo suficientemente preparados para salir bien librados de esta amenaza que se sabe que toda organización puede sufrir.



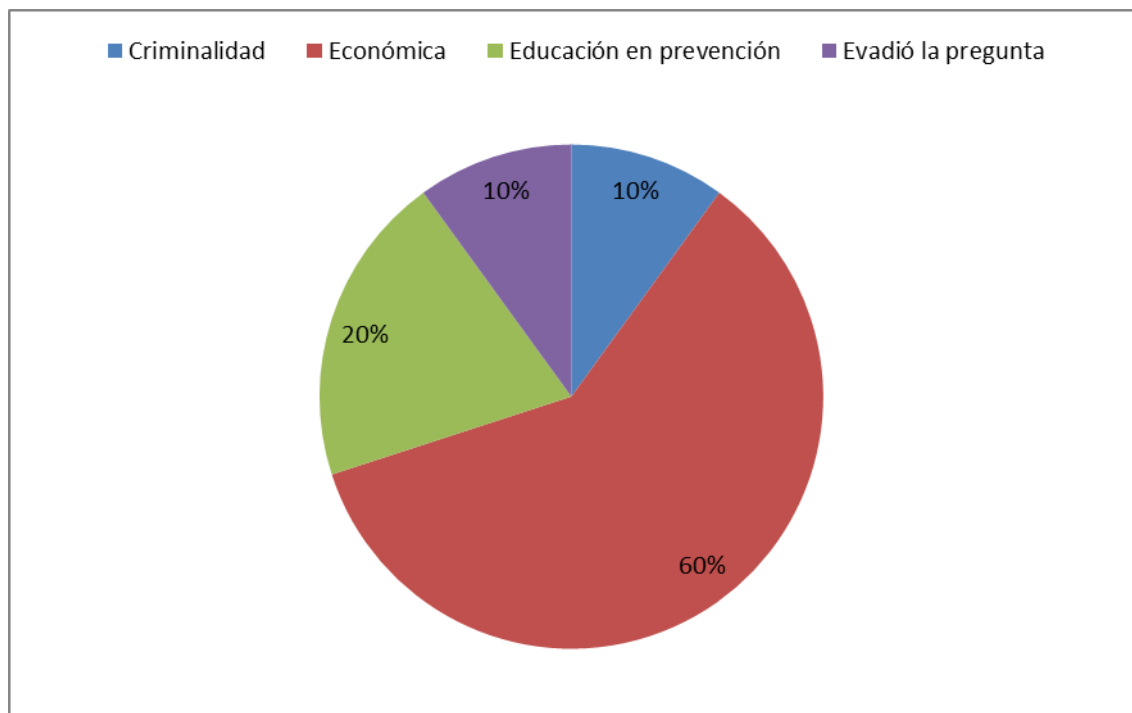
10) ¿A qué área se le da mayor trato para evitar una crisis en esta entidad gubernamental?

Opc	Respuesta	F	%
1	Criminalidad	1	10
2	Económica	6	60
3	Educación en prevención	2	20
4	Evadió la pregunta	1	10
	Total	10	100

ANALISIS:

La investigación realizada en el área de relaciones públicas de las organizaciones de gobierno muestra que el 60% de las organizaciones se enfoca en el tema economía para prever crisis, ya que esta se convierte en la mayor amenaza para

las organizaciones, mientras que el 20% se basa en educación de prevención, lo cual también es muy importante ya que se pretende contrarrestar la crisis con sus efectos y consecuencias, el 10% restante de las organizaciones se enfoca en Criminalidad un mientras que un 10% evadió la pregunta.

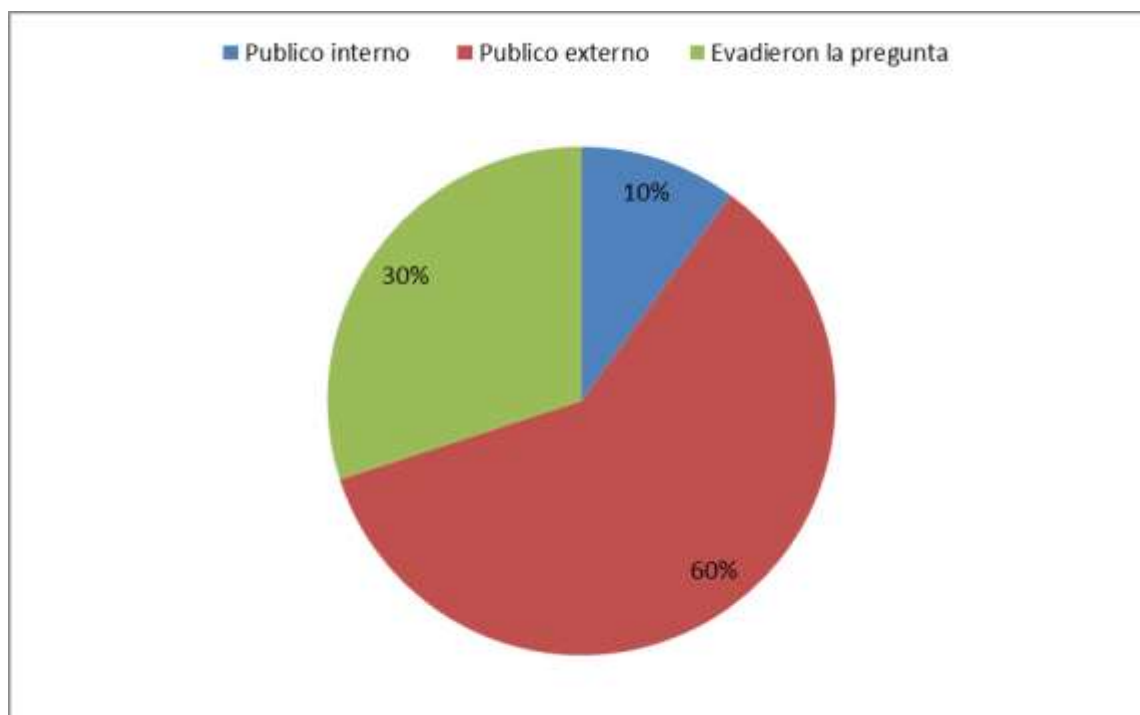


11) ¿En qué sectores se presentan más una crisis en su institución?

Opc	Respuesta	F	%
1	Publico interno	1	10
2	Publico externo	6	60
3	Evadieron la pregunta	3	20
	Total	10	100

ANALISIS:

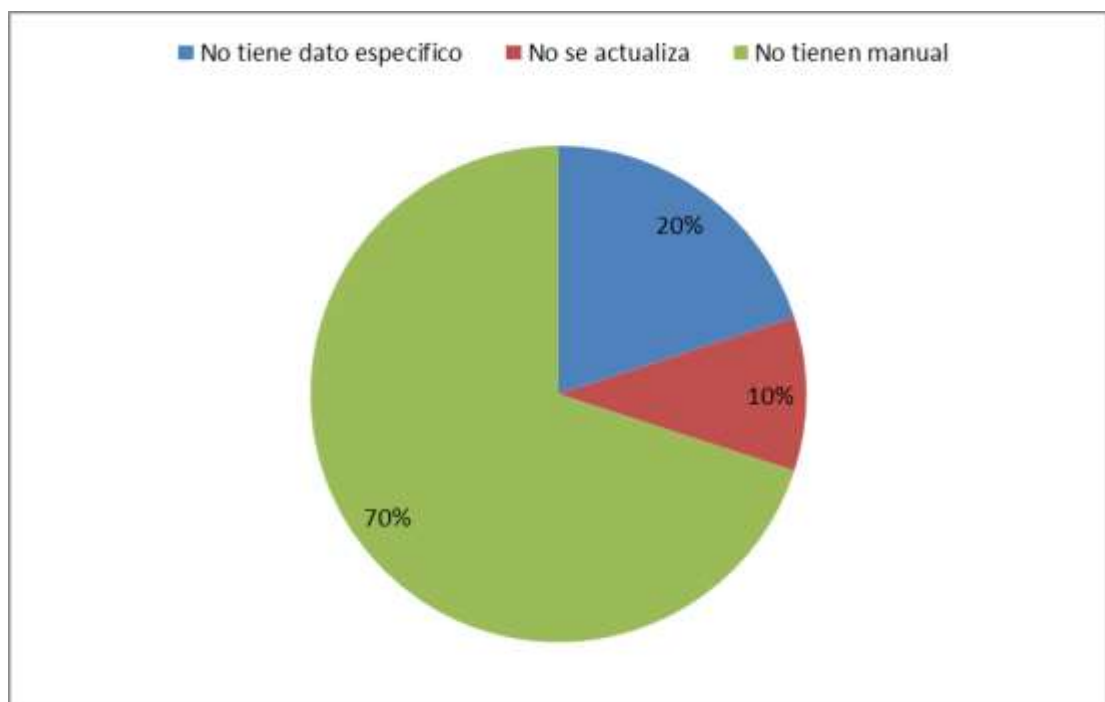
Según los resultados de la investigación las organizaciones gubernamentales tienden a sufrir en el sector externo más crisis o amenaza de crisis, por diferentes razones entre las cuales destaca la buena o mala imagen de la organización, Si la organización posee una mala reputación tendría pocos clientes, menos proveedores y distribuidores, la opinión de las personas ajenas a la organización seria negativa y los medios de comunicación comenzarían a cuestionar el accionar de dicha organización. El restante 10% nos indica los públicos internos que también podrían mostrar algún descontento con la organización y que de igual forma son de suma importancia para la misma.



12) ¿Cada cuánto tiempo actualizan el manual de crisis?

Opc	Respuesta	F	%
1	No tiene dato específico	2	20
2	No se actualiza	1	10
3	No tienen manual	7	70
	Total	10	100

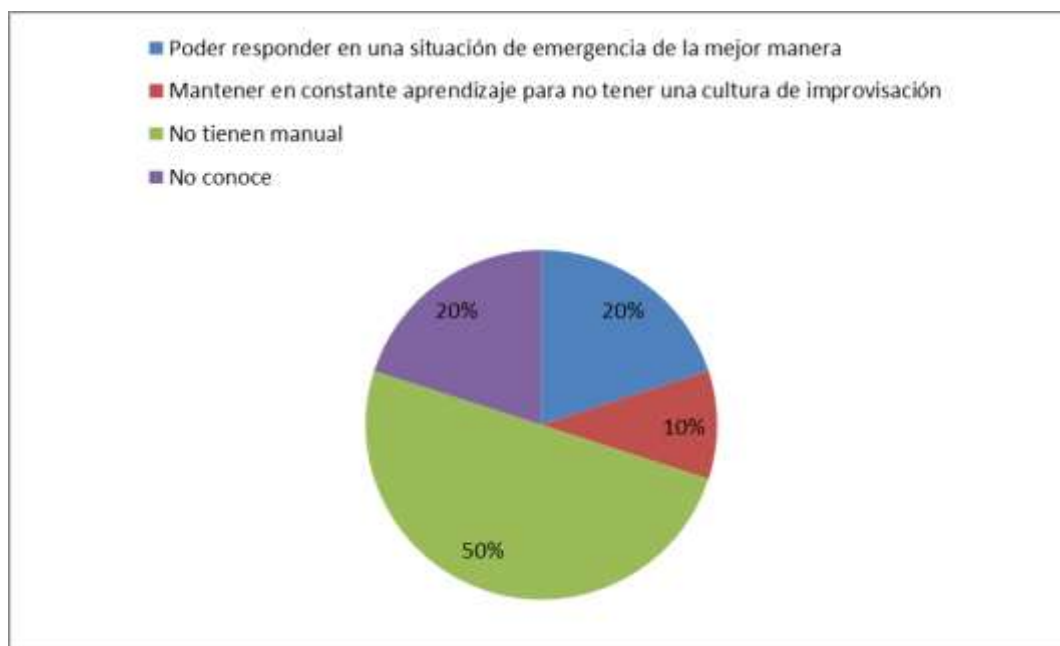
ANALISIS: El 70% de las organizaciones gubernamentales están predispuestas ya que no cuentan con un manual de crisis elaborado, el 20% nos indica que no poseen el dato específico sobre cada cuanto tiempo se actualiza el manual de crisis institucional, el 10% expresa que el manual no se actualiza.



13) ¿Cuáles son las metas a alcanzar con la ejecución de un manual de crisis?

Opc	Respuesta	F	%
1	Poder responder en una situación de emergencia de la mejor manera	2	20
2	Mantener en constante aprendizaje para no tener una cultura de improvisación	1	10
3	No tienen manual	5	50
	No conoce	2	20
	Total	10	100

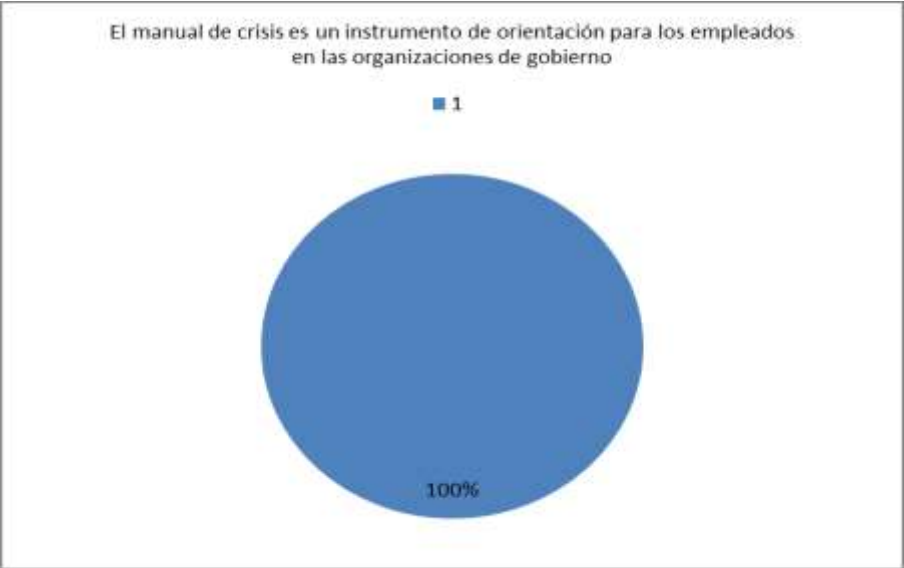
ANALISIS: Como resultado de la investigación realizada el 20% nos indica que la meta a alcanzar con la ejecución de un manual de crisis es poder responder en una situación de emergencia de la mejor manera, y poder minimizar el impacto de la misma el 10% nos indica que desean Mantenerse en constante aprendizaje para no tener una cultura de improvisación y que la crisis no pueda tomarlos por sorpresa, un 20% no sabría indicar cuáles son las metas a alcanzar con el manual de crisis y el 50% no cuenta con el mismo



14) Cree usted que el manual de crisis es un instrumento orientador para los empleados?

Opc	Respuesta	F	%
1	El manual de crisis es un instrumento de orientación para los empleados en las organizaciones de gobierno	10	100
	Total	10	100

ANALISIS: El 100% de las organizaciones gubernamentales considera que el manual de crisis es un instrumento orientador para los empleados, sin embargo no todos los empleados saben de la existencia de dicho manual y menos conocen de qué trata o en qué casos pueden utilizarlo y así contribuir a minimizar una crisis al momento que esta se presente. Los empleados deberían conocer acerca de las acciones a las cuales la organización puede recurrir al momento de la crisis o las crisis que también afectan a los públicos internos (empleados).

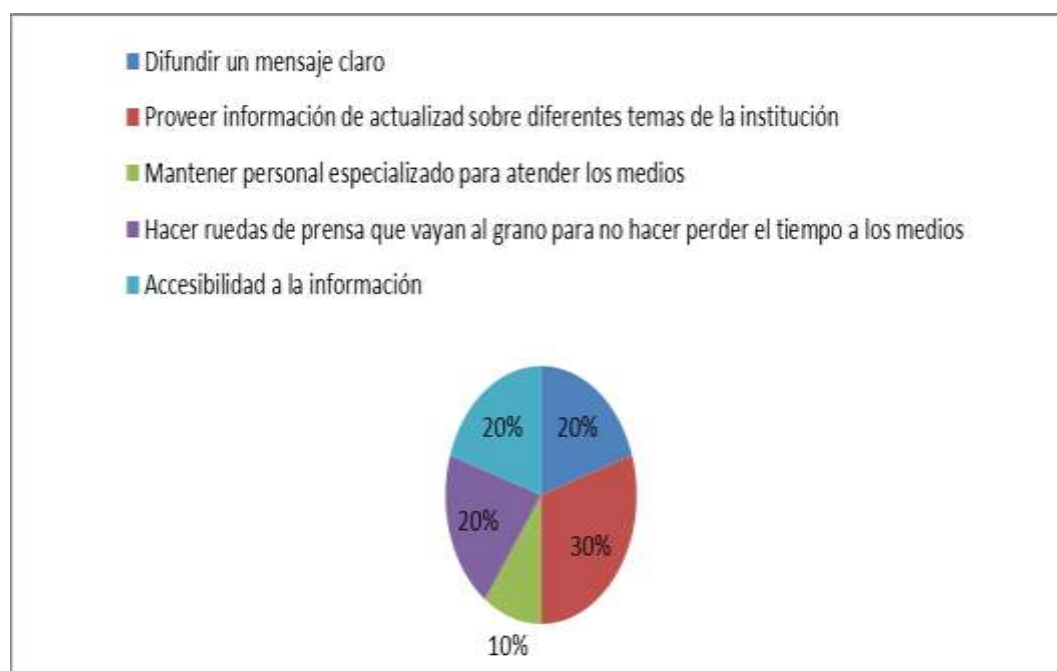


15) ¿Según su experiencia como se deben manejar los medios de comunicación para evitar una crisis?

Opc	Respuesta	F	%
1	Difundir un mensaje claro	2	20
2	Proveer información de actualizad sobre diferentes temas de la institución	3	30
3	Mantener personal especializado para atender los medios	1	10
4	Hacer ruedas de prensa que vayan al grano para no hacer perder el tiempo a los medios	2	20
5	Accesibilidad a la información	2	20
	Total	10	100

ANALISIS:

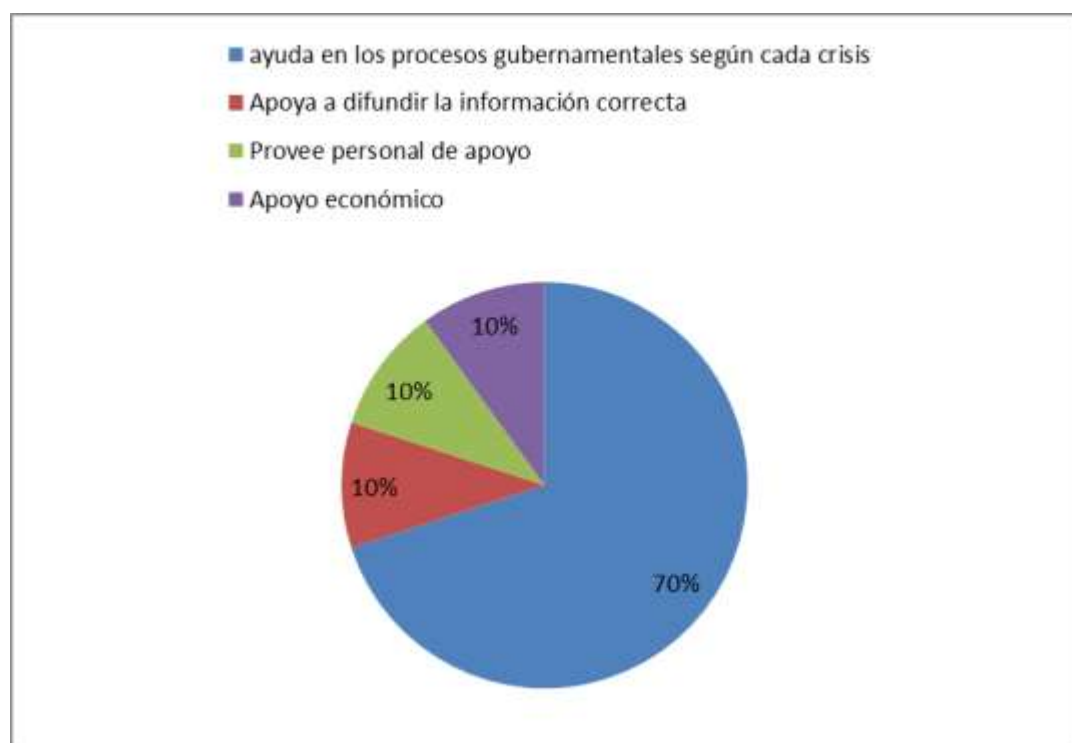
Un 30% de las organizaciones considera que a los medios de comunicación debe proveérseles información de actualidad sobre diferentes temas de la institución, Un 20% piensa que debe permitírseles acceder a la información de la organización, 20% difundir un mensaje claro, un 20% difundir un mensaje claro y un 10% mantener personal especializado para atender los medios de comunicación.



16) ¿De qué manera los aliados logran ayudar a solventar y minimizar el impacto de una crisis gubernamental?

Opc	Respuesta	F	%
1	ayuda en los procesos gubernamentales según cada crisis	7	70
2	Apoya a difundir la información correcta	1	10
3	Provee personal de apoyo	1	10
	Apoyo económico	1	10
	Total	10	100

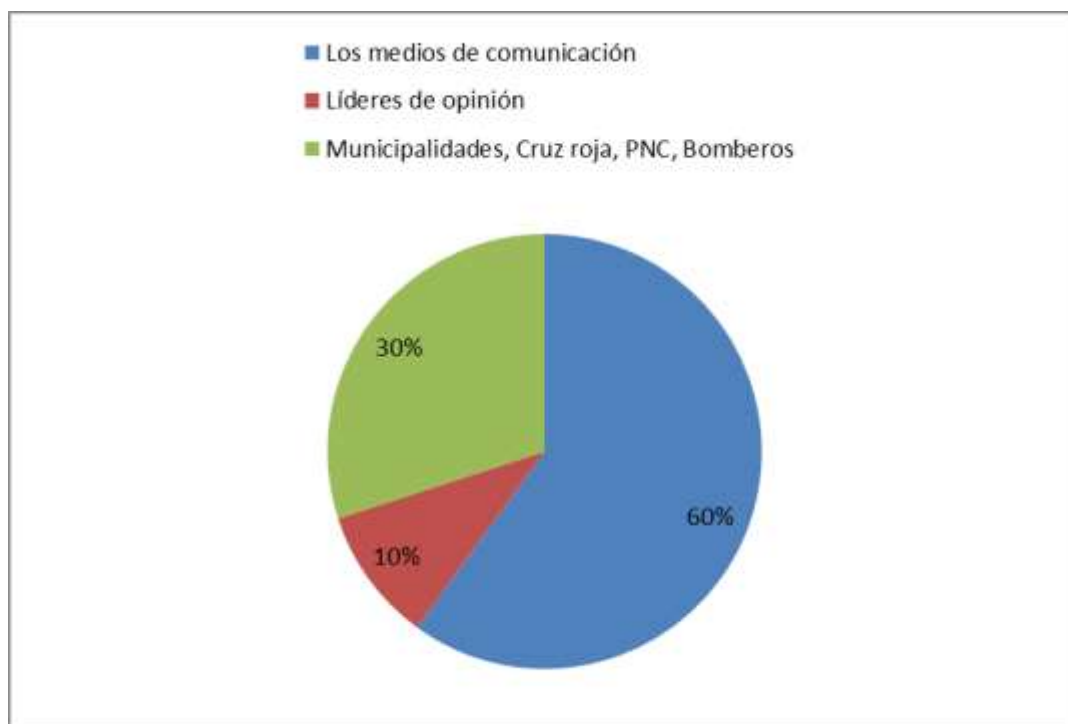
ANALISIS: Contar con aliados en momentos de crisis es de suma importancia para las organizaciones, según investigaciones realizadas el 70% de las organizaciones consideran que ayuda en los procesos gubernamentales según cada crisis, un 10% considera que los aliados apoyan al momento de difundir la información correcta, 10% consideran que les provee de personas que apoyen a la organización y un 10% muestran o dan aportes económicos a la organización para que esta pueda buscar alternativas y accionar ante la crisis.



17) ¿Cuáles son sus aliados para enfrentar una crisis?

Opc	Respuesta	F	%
1	Los medios de comunicación	6	60
2	Líderes de opinión	1	10
3	Municipalidades, Cruz roja, PNC, Bomberos	3	30
	Total	10	100

ANALISIS: Las organizaciones gubernamentales consideran en un 60% que su aliado para enfrentar la crisis de la mejor manera son los medios de comunicación, siempre y cuando sean utilizados y manejados de la mejor manera y puedan ayudarles a levantar su imagen y su prestigio, es por ello que las organizaciones deben tener una buena relación con los medios, un 30% considera que las municipalidades, cruz roja, PNC, y bomberos también juegan un papel importante a la hora de una crisis más que todo si se trata de catástrofes naturales, y un 10% indica que los líderes de opinión en el país podrían ayudar en el momento que la crisis se presente.

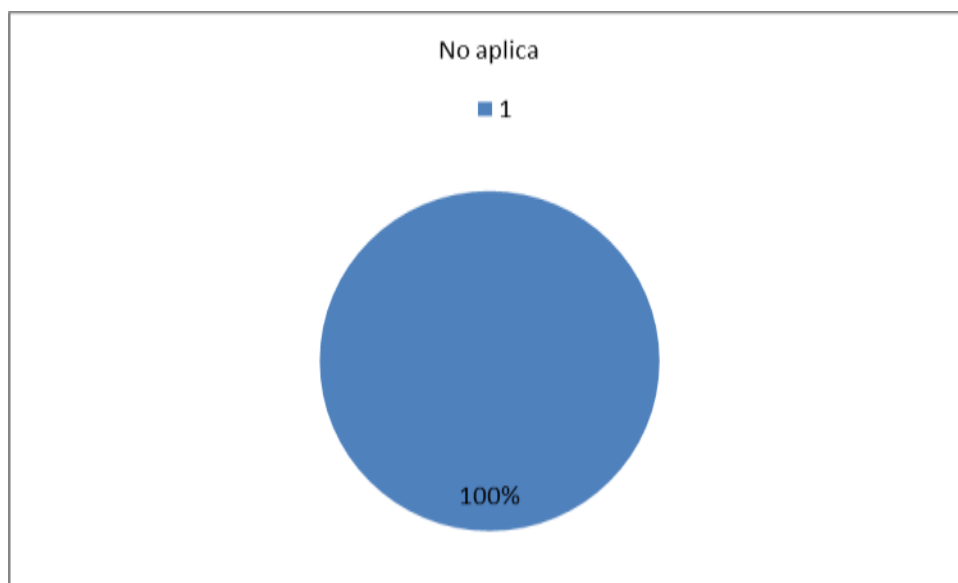


18) ¿El área de relaciones públicas y comunicaciones, en esta área de gobierno maneja en su totalidad las acciones anti crisis o buscan de una empresa especializada para tratar estas acciones?

Opc	Respuesta	F	%
1	No aplica	10	100
	Total	10	100

ANALISIS:

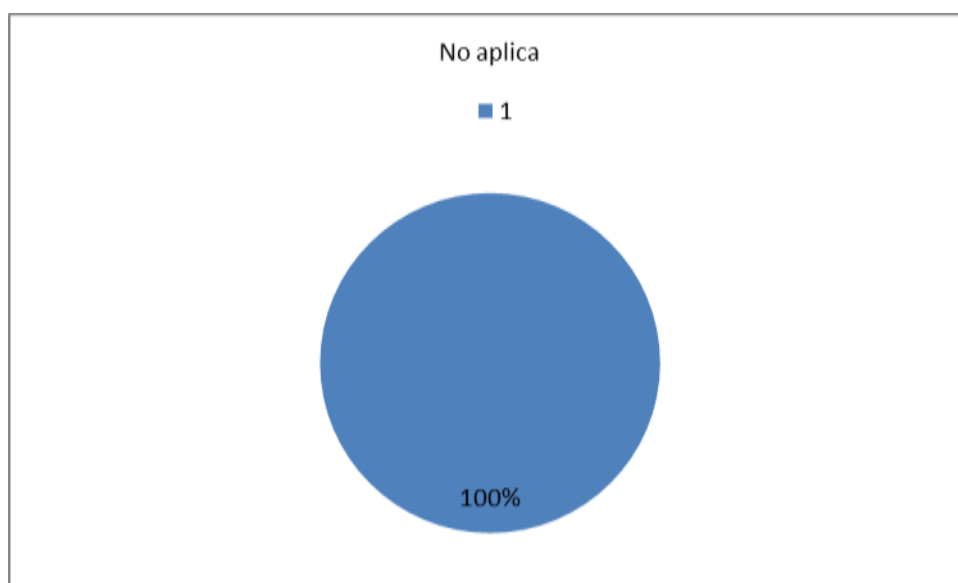
No aplica en un 100% dado que las organizaciones de gobierno todas hacen su trabajo de relaciones públicas por si mismas, sin intervención de ninguna otra organización



19) ¿Cuáles son las acciones específicas en la que las empresas especializadas manejan las acciones anti crisis en este sector del gobierno?

Opc	Respuesta	F	%
1	No aplica	10	100
	Total	10	100

ANALISIS: El 100% de las organizaciones gubernamentales no aplica ya que no cuentan con organizaciones especializadas que ayuden a manejar las relaciones públicas de la organización.



6. Conclusión.

- 1) Con base a los resultados de la investigación podemos asegurar que existe poco conocimiento sobre el tema de Manual de Crisis, esta aseveración es producto de como ellos manejan el tema a lo largo de las entrevistas realizadas en la investigación.
- 2) Los datos resultantes de la investigación realizada muestran que de las organizaciones entrevistadas del sector gobierno son pocas las que poseen un manual de crisis, y una parte de esta no conoce su existencia lo que conmueve y formula una pregunta del porque o el motivo de esta falta de interés en esta área de prevención de crisis en estos sectores gubernamentales.
- 3) Basándonos en los datos resultantes podemos decir que el área de relaciones públicas de las organizaciones de gobierno entrevistadas la gran mayoría no tiene un manual de crisis tangible y basándonos en la investigación podemos aseverar que las pocas organizaciones que lo tienen no conocen los componentes que le conforman, y a su vez no conocen de los miembros que tienen participación de dichos

manuales, en este sentido podemos decir que todas las organizaciones entrevistadas no están preparadas de una manera sistemática ante una crisis.

- 4) Los datos resultantes de la investigación a los miembros encargados del área de relaciones públicas de las organizaciones de gobierno entrevistados nos muestran que la mitad de las organizaciones consideraron que no se ha suscitado crisis en el último año, teniendo esto en cuenta y la investigación, se logra identificar que la mayoría de las organizaciones no tienen un claro conocimiento de lo que es crisis y si le es conocido mantienen una postura de no aceptación ante estos hechos defendiendo y respaldando la imagen de la organización .
- 5) Tomando en cuenta los datos de las entrevistas a los relacionistas públicos de las organizaciones de gobierno, un 40% han tenido crisis; la mayor parte de estos es por amenazas a huelgas por gremios magisteriales, catástrofes naturales y ataques por delincuencia, expresando su vulnerabilidad primero con su público interno, acciones de índole naturales como terremotos e inundaciones y delincuencia, mostrando su falta de control ante este tipo de crisis por falta de acciones de prevención que existen en un manual de crisis.

El 60% restante de entidades de gobierno tienen un mayor problema con el público externo, por su falta de trato ya sea con medios, empresas o clientes ya que no tienen una base o un plan para tratar correctamente en sus diferentes casos.

- 6) Basándonos en los resultados podemos plantear que el área de relaciones públicas de las organizaciones de gobierno entrevistadas, conocen de las posibles crisis que por su entorno podrían darse, ante este hecho nos planteamos la interrogante: ¿Por qué entonces no existe una guía ante estas posibles amenazas? Y esto es por la mala cultura de prevención que las organizaciones muestran en este sentido.
- 7) Con la información obtenida podemos asegurar que la falta de interés en la creación de un manual de crisis en las organizaciones de gobierno, es por la falta de apoyo que la alta gerencia y de parte de las diferentes áreas que este le conforma; aun así estos demuestran un enorme interés por evitar en alto grado las posibles crisis económicas pero basándose en planes previamente establecidos del momento, según sea la situación o hechos.

8) Según datos obtenidos, a los relacionistas públicos de las organizaciones de gobierno entrevistados podemos aseverar que el poco porcentaje de organizaciones que tienen manual de crisis no lo actualizan ni tienen datos específicos de cuándo puede ser mejorado, es así, que entendemos que el manual de crisis en estas organizaciones no tiene un fundamento claro ni una función importante para estas organizaciones.

9) La investigación realizada a los relacionistas públicos de las organizaciones de gobierno entrevistados revelan la falta de conocimiento de la importancia y ventajas que pueden recibir de un manual de crisis en sus organizaciones , ejemplo de esto la orientación para los empleados , y el manejo con los medios de comunicación, y sobre todo el trato con los aliados y posibles aliados, es por ello que solo el 30% de estas tienen un indicio o idea de las metas a alcanzar con la ejecución de este, ahí la deficiencia en el trato con el público externo en situaciones antes, durante y después de una crisis, y de esto depende el impacto que la organización llegue a tener o prever.

10) A pesar de existir conciencia que uno de los públicos aliados fundamentales son los medios de comunicación, no se visualiza un sistema o programa serio que no sea la gestión de las entrevistas o coberturas para la generación de publicity, especialmente para mantener una base que permita reaccionar ante la crisis.

11) Los datos obtenidos de los entrevistados del área de relaciones públicas del sector gobierno indican, que las pocas organizaciones que tienen manual de crisis, trabajan esta área sin buscar empresas especializadas en este rubro pero; no se basan en manuales sino más en tácticas del momento.

7. Recomendaciones.

- El área de relaciones públicas de las organizaciones de gobierno debería de proponer a la junta directiva de dichas organizaciones y concientizarles la importancia de la implementación de programas de información referentes a crisis y manual de crisis.
- Proponer y concientizar a la junta directiva de las organizaciones de gobierno, la creación de un manual de crisis, con un enfoque especial hacia la razón de ser de la organización y sus beneficios.
- El área de relaciones públicas de las organizaciones debería de promover información referente a Crisis en el sector gobierno, para mostrar los parámetros en los que se puede llamar crisis a ciertos eventos e indicadores de posibles crisis.
- Preocuparse por la capacitación del personal del área de relaciones públicas, para el manejo de la crisis, ya que esto permitiría sistematizar lo que haga el manual para afrontar la crisis

- En especial a las organizaciones gubernamentales, la actualización de personal en el área de relaciones públicas, para que puedan manejar de forma profesional y sistemática las crisis que se presentan interna y externamente.
- Buscar apoyo especializado, si el presupuesto lo permite para poder afrontar la crisis de mejor manera tanto interna como externamente, esto solamente si el personal que poseen en el área de relaciones públicas no posee las competencias para afrontar este tema.
- Para instituciones educativas en general, opten por la carrera de relaciones públicas buscar la manera de incluir en sus programas de estudios áreas que permitan tecnificar de una forma efectiva el tema de crisis.
- Crear un plan específico para el acercamiento con los medios de comunicación; ya que son los principales aliados en la reducción de crisis y estos también pueden ser sus máximos detractores.

- Generar ambientes de dialogo entre públicos internos y externos, en los cuales el personal pueda solventar y nivelar las opiniones en cada punto de vista, como acciones de prevención.
- Hacerse apoyar de otras organizaciones de gobierno y tener un registro con información general de cada uno de ellos, para poder acudir en caso de emergencia nacional, ya sea por terremoto u otro evento natural o por algún acontecimiento de criminalidad que atente con la organización.
- Proponer a la junta directiva la creación de planes de acción y no solo de conocimiento, nombrando una junta que haga accionar dichos planes que en el manual de crisis comprenden.
- Mantener un constante estudio de campo para conocer el tiempo en el que se debe actualizar el manual de crisis, y no permitir que este tenga información desfasada o excluirle de información relevante y de importancia para la organización.

- A los estudiantes de relaciones públicas en general buscar la mayor formación respecto esta área, ya que como se puede observar es un punto débil en la mayoría de profesionales que se han entrevistado.

8. Bibliografía

Carreras Martínez, R. y Serpas, A. (1998) *Antecedentes de*

las Relaciones Públicas. Recuperado

<http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/17157/capitulo%201.pdf>

Cruz, O. y Martínez, I (noviembre, 2012). [Entrevista con Darío

Alejandro Chicas, Diputado por la fracción del FMLN: *Las relaciones públicas en la gestión de crisis en el sector gubernamental*] Grabación en audio.

Cruz, O. y Martínez, I (Octubre, 2012). [Entrevista con Nathaly

Villalobos, Jefa de relaciones públicas del Instituto Salvadoreño del Seguro Social: *Las relaciones publicas en la gestión de crisis en el sector gubernamental*.] Grabación en audio.

Cruz, O. y Martínez, I (noviembre, 2012). [Entrevista con Vilma

Elizabeth Morales, Relacionista público de Instituto Salvadoreño de Turismo: *Las relaciones públicas en la gestión de crisis en el sector gubernamental.*] Grabación en audio.

Cruz, O. y Martínez, I (noviembre, 2012). [Entrevista con Julio Cesar

Fabiano, diputado de la fracción de ARENA: *Las relaciones públicas en la gestión de crisis en el sector gubernamental.*] Grabación en audio.

Cruz, O. y Martínez, I (noviembre, 2012). [Entrevista con Víctor

Flores, Gerente de comunicaciones del Ministerio de Educación: *Las relaciones públicas en la gestión de crisis en el sector gubernamental.*] Grabación en audio.

Cruz, O. y Martínez, I (Octubre, 2012). [Entrevista con Manuel Corea

Payan, Jefe de comunicaciones del Ministerio de trabajo: *Las relaciones públicas en la gestión de crisis en el sector gubernamental.*] Grabación en audio.

Cruz, O. y Martínez, I (noviembre, 2012). [Entrevista con Carlos

Morales, Técnico especialista de Ministerio de Protección Civil: *Las relaciones públicas en la gestión de crisis en el sector gubernamental.*] Grabación en audio.

Cruz, O. y Martínez, I (Octubre, 2012). [Entrevista con Xiomara de

Ochoa, Jefe de comunicaciones de la Superintendencia de Competencias: *Las relaciones públicas en la gestión de crisis en el sector gubernamental.*] Grabación en audio.

Cruz, O. y Martínez, I (noviembre, 2012). [Entrevista con Elena Cerna,

Jefa de relaciones públicas y comunicaciones del Tribunal Supremo Electoral: *Las relaciones públicas en la gestión de crisis en el sector gubernamental.*] Grabación en audio.

elpais.com.sv (2011). *Felicitaciones Selecta de playa.* Recuperado de

<http://elpais.com.sv/elsalvador/?p=6839>

elsalvadornoticias.net (2010), *Matan a 13 personas al incendiar*

microbús en mejicanos. Recuperado de

<http://www.elsalvadornoticias.net/2010/06/21/matan-a-13-personas-al-incendiar-microbus-en-mejicanos/>

Ivispagoda. (2011) *Rrpp Gubernamentales*. Recuperado de

<http://www.buenastareas.com/ensayos/RrppGubernamentales/2525773.html>

MailxMail.com (2010), *Gestión de Crisis en Las Relaciones Públicas*.

Recuperado de <http://www.emagister.com/curso-redaccion-relaciones-publicas-gestion-crisis-empresa/gestion-crisis-organizaciones-relaciones-publicas>

Publicitado.com (2009) *Publicidad, Marketing y Comunicaciones*.

Recuperado de <http://publicitado.com/historia-de-las-rrpp/>

Real academia española (2009) *Opinión Pública*. Recuperado de

<http://lema.rae.es/drae/?val=opinion>

UNESCO (2012), *Función de los Medios de Comunicación*

Comunitarios. Recuperado de

<http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/flagship-project-activities/world-press-freedom-day/previous-celebrations/worldpressfreedomday2009001/themes/the-role-of-community-media/>

Wikipedia,(2011) *Historia de las Relaciones Pública*.

Recuperado de

http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p%C3%BAblicas#Historia_de_las_relaciones_p.C3.BAblicas

Wikipedia, (2011) *Historia de las Relaciones Públicas, “Hitos de*

Las Relaciones Públicas”. Recuperado de

http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p%C3%BAblicas#Historia_de_las_relaciones_p.C3.BAblicas

Wikipedia, (2011) *Las Relaciones Públicas como ciencia*.

Recuperado de

[http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p%C3%BAblicas#Las_r
elaciones_p.C3.BAblicas_como_ciencia](http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p%C3%BAblicas#Las_relaciones_p%C3%BAblicas_como_ciencia)

9. ANEXOS

8.1 ANEXO #1 GUIA DE ENTREVISTA



**Universidad Tecnológica
de El Salvador**

Facultad de Ciencias Sociales

Investigación de tesis para optar a título de Técnico en Relaciones

Públicas

Objetivo de la entrevista: A continuación se le presenta una serie de preguntas las cuales algunas tienen que ser tratadas de forma oral y otras de manera escrita en el instrumento que a continuación se le presenta

Preguntas generales

Nombre del funcionario:	Institución:	Cargo:	Tiempo en la institución:
Área de formación académica:		Años de experiencia profesional:	

Preguntas de contenido					
1	¿Podría darnos una definición que es un manual de crisis?		2	¿Posee la institución un manual de crisis?	a) Si b) No d)S/O
	Observaciones:			Observaciones:	
3	¿Si posee un manual de crisis, este se encuentra por escrito en la institución?	a) Si b) No	4	Si posee con un manual de crisis Podría describir los componentes que lo conforman?	
	Observaciones:			Observaciones:	
5	¿Qué miembros de la institución y departamentos tienen participación directa en el manual de crisis de su organización?		6	¿Han experimentado situaciones de crisis en el último año.?	a)Si b)No c)S/O
	Observaciones:			Observaciones:	

7	¿Cuáles son las crisis que ha afrontado la institución en el último año?				8	¿Cuáles son las potenciales crisis que considera que se puedan presentar según las amenazas que posee el entorno de su institución?	
	Observaciones:					Observaciones:	
9	¿El área de relaciones públicas ha recibido el apoyo necesario en sus opiniones para proveer decisiones que pueden ser desencadenantes de una crisis?				10	¿A qué áreas se le da mayor trato para evitar una crisis en esta entidad gubernamental?	

	Observaciones:	
11	¿En qué sectores se presentan más una crisis en su institución: a nivel de empleados, nivel de instituciones o personas fuera de la organización?	
	Observaciones:	
13	¿Cuáles son las metas a alcanzar con la ejecución de un manual de crisis?	
	Observaciones:	

	Observaciones:	
12	¿Cada cuánto actualizan un manual de crisis?	
	Observaciones:	
14	¿Cree usted que el manual de crisis es un instrumento orientador para los empleados?	
	Observaciones:	

15	¿Según su experiencia cómo se deben manejar los medios de comunicación para evitar una crisis?				16	¿De qué manera los aliados logran ayudar a solventar y minimizar el impacto de una crisis gubernamental?	
	Observaciones:					Observaciones:	
17	¿Cuáles son sus aliados para enfrentar una crisis?				18	¿El área de relaciones públicas y comunicaciones en esta área del gobierno maneja en su totalidad las acciones anti	

					crisis o busca de una empresa especializada para tratar estas acciones?	
	Observaciones:			Observaciones:		
19	¿Cuáles son las acciones específicas en las que las empresas especializadas manejan las acciones anti crisis en este sector del gobierno?					
	Observaciones:					

Firma y sello de la institución

8.2. ANEXO # 2 ENTREVISTAS

	San Salvador 10 de octubre del 2012	
Universidad Tecnológica de El Salvador		
Facultad de Ciencias Sociales		
Escuela de Comunicaciones, Departamento de Relaciones Públicas, Publicidad y Audiovisuales.		
Institución: Superintendencia de Competencia		
Lic: Xiomara de Ochoa Relacionista Publico		
Reciba un cordial saludo, deseándole éxito en sus labores diarias, nos dirigimos a usted y a la institución que preside, en calidad de estudiantes egresados en la carrera Técnico en Relaciones Públicas; con el propósito de solicitar una entrevista a la hora y fecha que usted crea conveniente con el fin, de que a través de su experiencia, comentarios y formación profesional pueda enriquecer nuestro trabajo de tesis que tiene por tema: "Las Relaciones Publicas y la Gestión de Crisis en el Sector Gubernamental". Entre los resultados que deseamos obtener será un diagnostico a nivel general de como las instituciones gubernamentales reaccionan ante la crisis y los métodos que frecuentemente se usan. Estamos seguros que el desarrollo de esta investigación será un excelente aporte para las personas que deseen saber más sobre el tema y su experiencia es vital para el éxito de este proyecto, nos despedimos de usted agradeciendo su tiempo y esperando poder contar con su apoyo, anexamos el cuestionario con las preguntas que deseamos realizarle en una entrevista. Agradecería su amabilidad si pudiese confirmar la fecha y hora de la cita por cualquiera de estos medios,		
Atentamente:	E-mail:	Teléfonos:
Carlota Isamar Martínez	isamar.18_@hotmail.com	7578-9907
Oscar cruz	oscar.cruz_6@live.com	7233-0531
		



Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias Sociales
Investigación de tesis para optar a título de Técnico en Relaciones
Públicas

Objetivo de la entrevista: A continuación se le presenta una serie de preguntas las cuales algunas tienen que ser tratadas de forma oral y otras de manera escrita en el instrumento que a continuación se le presenta			
Preguntas generales			
Nombre del funcionario:	Institución:	Cargo:	Tiempo en la institución:
Dic. Ximara d'Olivera	Superintendencia de	Jefe de	6 años
Área de formación académica:		Años de experiencia profesional:	
Preguntas de contenido			
1	¿Podría darnos una definición que es un manual de crisis?		a) Si b) No d) S/O
Observaciones:		Observaciones:	
3	¿Si posee un manual de crisis, este se encuentra por escrito en la institución?	a) Si b) No	
Observaciones:		Observaciones:	
2	¿Posee la institución un manual de crisis?		
Observaciones:		Observaciones:	
4	Si posee con un manual de crisis Podría describir los componentes que lo conforman?		
Observaciones:		Observaciones:	



17	¿Cuáles son sus aliados para enfrentar una crisis?		18	¿El área de relaciones públicas y comunicaciones en esta área del gobierno maneja en su totalidad las acciones anti crisis o busca de una empresa especializada para tratar estas acciones?	
	Observaciones:			Observaciones:	
19	¿Cuáles son las acciones específicas en las que las empresas especializadas manejan las acciones anti crisis en este sector del gobierno?				
	Observaciones:				


 Firma y sello de la institución
 



San Salvador 3 de octubre del 2012

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**

Facultad de Ciencias Sociales

**Escuela de Comunicaciones, Departamento de Relaciones Públicas, Publicidad y
Audiovisuales.**

Institución: Ministerio de Trabajo
Área: Relaciones Públicas y Comunicaciones
Encargado: Lic. Manuel Corea Payan

Reciba un cordial saludo, deseándole éxito en sus labores diarias, nos dirigimos a usted y a la institución que preside, en calidad de estudiantes egresados en la carrera Técnico en Relaciones Públicas; con el propósito de solicitar una entrevista a la hora y fecha que usted crea conveniente con el fin; de que a través de su experiencia, comentarios y formación profesional pueda enriquecer nuestro trabajo de tesis que tiene por tema: "Las Relaciones Públicas y la Gestión de Crisis en el Sector Gubernamental".

Entre los resultados que deseamos obtener será un diagnóstico a nivel general de como las instituciones gubernamentales reaccionan ante la crisis y los métodos que frecuentemente se usan.

Estamos seguros que el desarrollo de esta investigación será un excelente aporte para las personas que deseen saber más sobre el tema y su experiencia es vital para el éxito de este proyecto, nos despedimos de usted agradeciendo su tiempo y esperando poder contar con su apoyo, anexamos el cuestionario con las preguntas que deseamos realizarle en una entrevista. Agradecería su amabilidad si pudiese confirmar la fecha y hora de la cita por cualquiera de estos medios.

Atentamente:

E-mail:

Teléfonos:

Carlota Isamar Martínez
Oscar cruz

isamar.18@hotmail.com
oscar.cruz_6@live.com

7578-9907
7233-0531



Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias Sociales Investigación de tesis para optar a título de Técnico en Relaciones Públicas

Objetivo de la entrevista: A continuación se le presenta una serie de preguntas las cuales algunas tienen que ser tratadas de forma oral y otras de manera escrita en el instrumento que a continuación se le presenta			
Preguntas generales			
Nombre del funcionario: <i>Lic. Manuel</i>	Institución: <i>Ministerio</i>	Cargo: <i>Jefe de</i>	Tiempo en la institución: <i>3.5 años</i>
Area de formación académica:		Años de experiencia profesional:	
Preguntas de contenido			
1	¿Podría darnos una definición que es un manual de crisis?		
	Observaciones:		
2	¿Posee la institución un manual de crisis?		a) Si b) No d) S/O
	Observaciones:		
3	¿Si posee un manual de crisis, este se encuentra por escrito en la institución?		a) Si b) No
	Observaciones:		
4	Si posee con un manual de crisis Podría describir los componentes que lo conforman?		
	Observaciones:		
5	¿Qué miembros de la institución y departamentos tienen participación		
6	¿Han experimentado situaciones de crisis en el último año.?		a) Si b) No c) S/O

					en esta área del gobierno maneja en su totalidad las acciones anti crisis o busca de una empresa especializada para tratar estas acciones?	
	Observaciones:			Observaciones:		
19	¿Cuáles son las acciones específicas en las que las empresas especializadas manejan las acciones anti crisis en este sector del gobierno?					
	Observaciones:					

[Firma manuscrita]

Firma y sello de la institución





San Salvador 10 de octubre del 2012.

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones, Departamento de Relaciones Públicas, Publicidad y
Audiovisuales.

Institución: Instituto Salvadoreño del Seguro Social

Área: Relaciones públicas y comunicaciones

Reciba un cordial saludo, deseándole éxito en sus labores diarias, nos dirigimos a usted y a la institución que preside, en calidad de estudiantes egresados en la carrera Técnico en Relaciones Públicas; con el propósito de solicitar una entrevista a la hora y fecha que usted crea conveniente con el fin; de que a través de su experiencia, comentarios y formación profesional pueda enriquecer nuestro trabajo de tesis que tiene por tema: "Las Relaciones Públicas y la Gestión de Crisis en el Sector Gubernamental".

Entre los resultados que deseamos obtener será un diagnóstico a nivel general de como las instituciones gubernamentales reaccionan ante la crisis y los métodos que frecuentemente se usan.

Estamos seguros que el desarrollo de esta investigación será un excelente aporte para las personas que deseen saber más sobre el tema y su experiencia es vital para el éxito de este proyecto, nos despedimos de usted agradeciendo su tiempo y esperando poder contar con su apoyo, anexamos el cuestionario con las preguntas que deseamos realizarle en una entrevista. Agradecería su amabilidad si pudiese confirmar la fecha y hora de la cita por cualquiera de estos medios,

Atentamente:

Carlota Isamar Martínez
Oscar cruz

E-mail:

isamar.18@hotmail.com
oscar.cruz_6@live.com

Teléfonos:

7578-9907
7233-0531





Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias Sociales Investigación de tesis para optar a título de Técnico en Relaciones Públicas

Objetivo de la entrevista: A continuación se le presenta una serie de preguntas las cuales algunas tienen que ser tratadas de forma oral y otras de manera escrita en el instrumento que a continuación se le presenta			
Preguntas generales			
Nombre del funcionario: <i>Nataly Maria Anaya Vellalobos</i>	Institución: <i>ISSS</i>	Cargo: <i>Jefe de Relaciones Públicas</i>	Tiempo en la institución: <i>7 años</i>
Área de formación académica:		Años de experiencia profesional:	
Preguntas de contenido			
1	¿Podría darnos una definición que es un manual de crisis?		2 ¿Posee la institución un manual de crisis? a) Si b) No d) S/O
Observaciones:		Observaciones:	
3	¿Si posee un manual de crisis, este se encuentra por escrito en la institución? a) Si b) No	4	Si posee con un manual de crisis Podría describir los componentes que lo conforman?
Observaciones:		Observaciones:	
5	¿Qué miembros de la institución y departamentos tienen participación	6	¿Han experimentado situaciones de crisis en el último año? a) Si b) No c) S/O

					en esta área del gobierno maneja en su totalidad las acciones anti crisis o busca de una empresa especializada para tratar estas acciones?
	Observaciones:			Observaciones:	
19	¿Cuáles son las acciones específicas en las que las empresas especializadas manejan las acciones anti crisis en este sector del gobierno?				
	Observaciones:				


 Firma y sello de la institución



San Salvador 7 de noviembre del 2012

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones, Departamento de Relaciones Públicas, Publicidad y
Audiovisuales.

Institución: Tribunal Supremo Electoral
Lic: Elena Cerna
Área: Relaciones Públicas

Reciba un cordial saludo, deseándole éxito en sus labores diarias, nos dirigimos a usted y a la institución que preside, en calidad de estudiantes egresados en la carrera Técnico en Relaciones Públicas; con el propósito de solicitar una entrevista a la hora y fecha que usted crea conveniente con el fin; de que a través de su experiencia, comentarios y formación profesional pueda enriquecer nuestro trabajo de tesis que tiene por tema: "Las Relaciones Públicas y la Gestión de Crisis en el Sector Gubernamental".

Entre los resultados que deseamos obtener será un diagnóstico a nivel general de como las instituciones gubernamentales reaccionan ante la crisis y los métodos que frecuentemente se usan.

Estamos seguros que el desarrollo de esta investigación será un excelente aporte para las personas que deseen saber más sobre el tema y su experiencia es vital para el éxito de este proyecto, nos despedimos de usted agradeciendo su tiempo y esperando poder contar con su apoyo, anexamos el cuestionario con las preguntas que deseamos realizarle en una entrevista. Agradecería su amabilidad si pudiese confirmar la fecha y hora de la cita por cualquiera de estos medios,

Atentamente:

E-mail:

Teléfonos:

Carlota Isamar Martínez
Oscar cruz

isamar.18@hotmail.com
oscar.cruz_6@live.com

7578-9907
7233-0531



Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias Sociales
Investigación de tesis para optar a título de Técnico en Relaciones
Públicas

Objetivo de la entrevista: A continuación se le presenta una serie de preguntas las cuales algunas tienen que ser tratadas de forma oral y otras de manera escrita en el instrumento que a continuación se le presenta					
Preguntas generales					
Nombre del funcionario:	Institución:	Cargo:	Tiempo en la institución:		
Elena Cerna Pineda	TSE	Jefe de Comunicaciones	2 años		
Área de formación académica:		Años de experiencia profesional:			
Área de Comunicaciones					
Preguntas de contenido					
1	¿Podría darnos una definición que es un manual de crisis?		2	¿Posee la institución un manual de crisis?	a) Si b) No d) S/O
Observaciones:			Observaciones:		
3	¿Si posee un manual de crisis, este se encuentra por escrito en la institución?	a) Si b) No	4	Si posee con un manual de crisis Podría describir los componentes que lo conforman?	
Observaciones:			Observaciones:		

17	¿Cuáles son sus aliados para enfrentar una crisis?				18	¿El área de relaciones públicas y comunicaciones en esta área del gobierno maneja en su totalidad las acciones anti crisis o busca de una empresa especializada para tratar estas acciones?	
Observaciones:					Observaciones:		
19	¿Cuáles son las acciones específicas en las que las empresas especializadas manejan las acciones anti crisis en este sector del gobierno?						
Observaciones:							



Firma y sello de la institución



San Salvador 13 de noviembre del 2012

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones, Departamento de Relaciones Públicas, Publicidad y
Audiovisuales.

Institución: Ministerio de Protección Civil

Área: Relaciones Públicas y Comunicaciones.

Reciba un cordial saludo, deseándole éxito en sus labores diarias, nos dirigimos a usted y a la institución que preside, en calidad de estudiantes egresados en la carrera Técnico en Relaciones Públicas; con el propósito de solicitar una entrevista a la hora y fecha que usted crea conveniente con el fin; de que a través de su experiencia, comentarios y formación profesional pueda enriquecer nuestro trabajo de tesis que tiene por tema: "Las Relaciones Públicas y la Gestión de Crisis en el Sector Gubernamental".

Entre los resultados que deseamos obtener será un diagnóstico a nivel general de como las instituciones gubernamentales reaccionan ante la crisis y los métodos que frecuentemente se usan.

Estamos seguros que el desarrollo de esta investigación será un excelente aporte para las personas que deseen saber más sobre el tema y su experiencia es vital para el éxito de este proyecto, nos despedimos de usted agradeciendo su tiempo y esperando poder contar con su apoyo, anexamos el cuestionario con las preguntas que deseamos realizarle en una entrevista. Agradecería su amabilidad si pudiese confirmar la fecha y hora de la cita por cualquiera de estos medios,

Atentamente:

E-mail:

Teléfonos:

Carlota Isamar Martínez
Oscar cruz

isamar.18@hotmail.com
oscar.cruz_6@live.com

7578-9907
7233-0531



Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias Sociales Investigación de tesis para optar a título de Técnico en Relaciones Públicas

Objetivo de la entrevista: A continuación se le presenta una serie de preguntas las cuales algunas tienen que ser tratadas de forma oral y otras de manera escrita en el instrumento que a continuación se le presenta					
Preguntas generales					
Nombre del funcionario:	Institución:	Cargo:	Tiempo en la institución:		
Carlos Morales	D. G. P. C.	Técnico Especialista III			
Área de formación académica:		Años de experiencia profesional:			
		24 años / 2 gubernamental			
Preguntas de contenido					
1	¿Podría darnos una definición que es un manual de crisis?		2	¿Posee la institución un manual de crisis?	a) Si b) No d) S/O
Observaciones:			Observaciones:		
3	¿Si posee un manual de crisis, este se encuentra por escrito en la institución?	a) Si b) No	4	Si posee con un manual de crisis Podría describir los componentes que lo conforman?	
Observaciones:			Observaciones:		

17	¿Cuáles son sus aliados para enfrentar una crisis?			18	¿El área de relaciones públicas y comunicaciones en esta área del gobierno maneja en su totalidad las acciones anti crisis o busca de una empresa especializada para tratar estas acciones?	
Observaciones:				Observaciones:		
19	¿Cuáles son las acciones específicas en las que las empresas especializadas manejan las acciones anti crisis en este sector del gobierno?					
Observaciones:						


 Firma y sello de la institución



San Salvador 13 de noviembre del 2012

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**

Investigaciones de tesis para optar a título de Licenciado en Relaciones

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones, Departamento de Relaciones Públicas, Publicidad y
Audiovisuales.

Institución: Ministerio de Educación

Área: Relaciones Públicas y Comunicaciones.

Reciba un cordial saludo, deseándole éxito en sus labores diarias, nos dirigimos a usted y a la institución que preside, en calidad de estudiantes egresados en la carrera Técnico en Relaciones Públicas; con el propósito de solicitar una entrevista a la hora y fecha que usted crea conveniente con el fin; de que a través de su experiencia, comentarios y formación profesional pueda enriquecer nuestro trabajo de tesis que tiene por tema: "Las Relaciones Públicas y la Gestión de Crisis en el Sector Gubernamental".

Entre los resultados que deseamos obtener será un diagnóstico a nivel general de como las instituciones gubernamentales reaccionan ante la crisis y los métodos que frecuentemente se usan.

Estamos seguros que el desarrollo de esta investigación será un excelente aporte para las personas que deseen saber más sobre el tema y su experiencia es vital para el éxito de este proyecto, nos despedimos de usted agradeciendo su tiempo y esperando poder contar con su apoyo, anexamos el cuestionario con las preguntas que deseamos realizarle en una entrevista. Agradecería su amabilidad si pudiese confirmar la fecha y hora de la cita por cualquiera de estos medios,

Atentamente:

E-mail:

Teléfonos:

Carlota Isamar Martínez

isamar.18@hotmail.com

7578-9907

Oscar cruz

oscar.cruz.6@live.com

7233-0531



Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias Sociales Investigación de tesis para optar a título de Técnico en Relaciones Públicas

Objetivo de la entrevista: A continuación se le presenta una serie de preguntas las cuales algunas tienen que ser tratadas de forma oral y otras de manera escrita en el instrumento que a continuación se le presenta

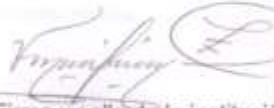
Preguntas generales

Nombre del funcionario:	Institución:	Cargo:	Tiempo en la institución:
Víctor Flores	MINKD	Gerente de Comunicaciones	4 años
Área de formación académica:		Años de experiencia profesional:	

Preguntas de contenido

1	¿Podría darnos una definición que es un manual de crisis?			2	¿Posee la institución un manual de crisis?	a) Si b) No d) S/O
Observaciones:				Observaciones:		
3	¿Si posee un manual de crisis, este se encuentra por escrito en la institución?	a) Si b) No		4	Si posee con un manual de crisis Podría describir los componentes que lo conforman?	
Observaciones:				Observaciones:		
5	¿Qué miembros de la institución y departamentos tienen participación			6	¿Han experimentado situaciones de crisis en el último año.?	a) Si b) No c) S/O

					en esta área del gobierno maneja en su totalidad las acciones anti crisis o busca de una empresa especializada para tratar estas acciones?	
	Observaciones:				Observaciones:	
19	¿Cuáles son las acciones específicas en las que las empresas especializadas manejan las acciones anti crisis en este sector del gobierno?					
	Observaciones:				Observaciones:	


 Firma y sello de la institución
 



San Salvador 6 de noviembre del 2012

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**

Facultad de Ciencias Sociales

**Escuela de Comunicaciones, Departamento de Relaciones Públicas, Publicidad y
Audiovisuales.**

Institución: Instituto Salvadoreño de Turismo
Encargada: Lic Vilma Elizabeth Morales
Área: Relaciones Públicas

Reciba un cordial saludo, deseándole éxito en sus labores diarias, nos dirigimos a usted y a la institución que preside, en calidad de estudiantes egresados en la carrera Técnico en Relaciones Públicas; con el propósito de solicitar una entrevista a la hora y fecha que usted crea conveniente con el fin; de que a través de su experiencia, comentarios y formación profesional pueda enriquecer nuestro trabajo de tesis que tiene por tema: "Las Relaciones Públicas y la Gestión de Crisis en el Sector Gubernamental".

Entre los resultados que deseamos obtener será un diagnóstico a nivel general de como las instituciones gubernamentales reaccionan ante la crisis y los métodos que frecuentemente se usan.

Estamos seguros que el desarrollo de esta investigación será un excelente aporte para las personas que deseen saber más sobre el tema y su experiencia es vital para el éxito de este proyecto, nos despedimos de usted agradeciendo su tiempo y esperando poder contar con su apoyo, anexamos el cuestionario con las preguntas que deseamos realizarle en una entrevista. Agradecería su amabilidad si pudiese confirmar la fecha y hora de la cita por cualquiera de estos medios,

Atentamente:

E-mail:

Teléfonos:

Carlota Isamar Martínez
Oscar cruz

isamar.18@hotmail.com
oscar.cruz_5@live.com

7578-9907
7233-0531



Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias Sociales Investigación de tesis para optar a título de Técnico en Relaciones Públicas

Objetivo de la entrevista: A continuación se le presenta una serie de preguntas las cuales algunas tienen que ser tratadas de forma oral y otras de manera escrita en el instrumento que a continuación se le presenta					
Preguntas generales					
Nombre del funcionario: <i>Lic. Vilma Elizabeth morales</i>		Institución: <i>ISTU</i>		Cargo: <i>Encargada de RRHH</i>	
				Tiempo en la institución: <i>2 años</i>	
Área de formación académica:			Años de experiencia profesional:		
Preguntas de contenido					
1	¿Podría darnos una definición que es un manual de crisis?			2	¿Posee la institución un manual de crisis?
					a) Si b) No d) S/O
Observaciones:				Observaciones:	
3	¿Si posee un manual de crisis, este se encuentra por escrito en la institución?	a) Si b) No		4	Si posee con un manual de crisis Podría describir los componentes que lo conforman?
Observaciones:				Observaciones:	

17	¿Cuáles son sus aliados para enfrentar una crisis?			18	¿El área de relaciones públicas y comunicaciones en esta área del gobierno maneja en su totalidad las acciones anti crisis o busca de una empresa especializada para tratar estas acciones?	
Observaciones:				Observaciones:		
19	¿Cuáles son las acciones específicas en las que las empresas especializadas manejan las acciones anti crisis en este sector del gobierno?					
Observaciones:						



Firma y sello de la institución



San Salvador 6 de noviembre del 2012

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones, Departamento de Relaciones Públicas, Publicidad y
Audiovisuales.

Institución: Palacio Legislativo
Funcionario: Darío Alejandro Chicas

Reciba un cordial saludo, deseándole éxito en sus labores diarias, nos dirigimos a usted y a la institución que preside, en calidad de estudiantes egresados en la carrera Técnico en Relaciones Públicas; con el propósito de solicitar una entrevista a la hora y fecha que usted crea conveniente con el fin; de que a través de su experiencia, comentarios y formación profesional pueda enriquecer nuestro trabajo de tesis que tiene por tema: "Las Relaciones Públicas y la Gestión de Crisis en el Sector Gubernamental".

Entre los resultados que deseamos obtener será un diagnóstico a nivel general de como las instituciones gubernamentales reaccionan ante la crisis y los métodos que frecuentemente se usan.

Estamos seguros que el desarrollo de esta investigación será un excelente aporte para las personas que deseen saber más sobre el tema y su experiencia es vital para el éxito de este proyecto, nos despedimos de usted agradeciendo su tiempo y esperando poder contar con su apoyo, anexamos el cuestionario con las preguntas que deseamos realizarle en una entrevista. Agradecería su amabilidad si pudiese confirmar la fecha y hora de la cita por cualquiera de estos medios,

Atentamente:

E-mail:

Teléfonos:

Carlota Isamar Martínez
Oscar cruz

isamar.18@hotmail.com
oscar.cruz_6@live.com

7578-9907
7233-0531

17	¿Cuáles son sus aliados para enfrentar una crisis?		18	¿El área de relaciones públicas y comunicaciones en esta área del gobierno maneja en su totalidad las acciones anti crisis o busca de una empresa especializada para tratar estas acciones?	
Observaciones:			Observaciones:		
19	¿Cuáles son las acciones específicas en las que las empresas especializadas manejan las acciones anti crisis en este sector del gobierno?				
Observaciones:					



 Firma y sello de la institución
 Darío A. Chaves



San Salvador 6 de noviembre del 2012

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**

Facultad de Ciencias Sociales

**Escuela de Comunicaciones, Departamento de Relaciones Públicas, Publicidad y
Audiovisuales.**

Institución: Palacio Legislativo
Funcionario: Julio Cesar Fabiano

Reciba un cordial saludo, deseándole éxito en sus labores diarias, nos dirigimos a usted y a la institución que preside, en calidad de estudiantes egresados en la carrera Técnico en Relaciones Públicas; con el propósito de solicitar una entrevista a la hora y fecha que usted crea conveniente con el fin; de que a través de su experiencia, comentarios y formación profesional pueda enriquecer nuestro trabajo de tesis que tiene por tema: "Las Relaciones Públicas y la Gestión de Crisis en el Sector Gubernamental".

Entre los resultados que deseamos obtener será un diagnóstico a nivel general de como las instituciones gubernamentales reaccionan ante la crisis y los métodos que frecuentemente se usan.

Estamos seguros que el desarrollo de esta investigación será un excelente aporte para las personas que deseen saber más sobre el tema y su experiencia es vital para el éxito de este proyecto, nos despedimos de usted agradeciendo su tiempo y esperando poder contar con su apoyo, anexamos el cuestionario con las preguntas que deseamos realizarle en una entrevista. Agradecería su amabilidad si pudiese confirmar la fecha y hora de la cita por cualquiera de estos medios.

Atentamente:

E-mail:

Teléfonos:

Carlota Isamar Martínez
Oscar cruz

isamar.18@hotmail.com
oscar.cruz_6@live.com

7578-9907
7233-0531



Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias Sociales
Investigación de tesis para optar a título de Técnico en Relaciones
Públicas

Objetivo de la entrevista: A continuación se le presenta una serie de preguntas las cuales algunas tienen que ser tratadas de forma oral y otras de manera escrita en el instrumento que a continuación se le presenta

Preguntas generales

Nombre del funcionario:	Institución:	Cargo:	Tiempo en la institución:
Diputado Julio Fabiano	Palacio Legislativo	Diputado (Arena)	
Área de formación académica:		Años de experiencia profesional:	

Preguntas de contenido

1	¿Podría darnos una definición que es un manual de crisis?		2	¿Posee la institución un manual de crisis?	a) Si b) No d) S/O
	Observaciones:			Observaciones:	
3	¿Si posee un manual de crisis, este se encuentra por escrito en la institución?	a) Si b) No	4	Si posee con un manual de crisis Podría describir los componentes que lo conforman?	
	Observaciones:			Observaciones:	

17	¿Cuáles son sus aliados para enfrentar una crisis?			18	¿El área de relaciones públicas y comunicaciones en esta área del gobierno maneja en su totalidad las acciones anti crisis o busca de una empresa especializada para tratar estas acciones?	
Observaciones:				Observaciones:		
19	¿Cuáles son las acciones específicas en las que las empresas especializadas manejan las acciones anti crisis en este sector del gobierno?					
Observaciones:						



Firma y sello de la institución