



Cómo, cuándo y dónde contratar su Consultora de Comunicación y Relaciones Públicas

*Guía de sugerencias
prácticas editada por la
Comisión de Consultoras
del Consejo Profesional de
Relaciones Públicas de la
República Argentina*



CONSEJO PROFESIONAL DE
RELACIONES PÚBLICAS
DE LA REPUBLICA ARGENTINA

La comunicación es una de las herramientas más importantes que una organización tiene para emitir sus mensajes, relacionarse con sus públicos y alcanzar sus objetivos de posicionamiento.

Para ello, los profesionales de comunicación y relaciones públicas asisten al management de miles de instituciones alrededor del mundo para que puedan diseñar e implementar de forma eficaz estrategias de comunicación.

El Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina es una institución sin fines de lucro que reúne y representa a los profesionales de la actividad de todo el país. Creado en 1958 cuenta con más de 500 miembros, entre ellos académicos, consultores, responsables de áreas de comunicación de empresas, profesionales independientes y estudiantes.

En 2001 fue constituida la Comisión de Consultoras, un espacio de trabajo conjunto para compartir conocimientos y experiencias. Su objetivo es promover la actividad, difundiendo los alcances profesionales de las consultoras de comunicación y relaciones públicas, y elevar el nivel profesional y de servicios que se brinda en el mercado.

Con este fin, realiza diferentes actividades a lo largo del año, entre las que se destacan:

1. Reuniones con periodistas de medios de comunicación.
2. Reuniones con referentes y líderes de opinión.
3. Alianzas con proveedores del sector (medición, encuestas, productos y servicios).
4. PR Coffees: Encuentros en los que se presentan y debaten temas y prácticas del sector.
5. Formación y actualización permanente a través de cursos, seminarios y reuniones especiales.
6. Participación y apoyo a los ámbitos académicos de diversas universidades.
7. Organización de la Maratón Solidaria, como acción comunitaria del sector como apoyo a la sociedad.
8. Representación sectorial ante otras asociaciones similares en el mundo.



¿Cuándo es necesario contratar una consultora de comunicación y relaciones públicas?

Si su organización desea profesionalizar o complementar su estructura actual para mejorar su comunicación y/o imagen entre:

- . *El público interno*
- . *El sector político*
- . *Los medios de comunicación*
- . *Sus clientes (actuales y potenciales)*
- . *La comunidad en general*



¿Dónde buscar?

Si usted no conoce ninguna consultora para convocar, el Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina le ofrece a través de la Comisión de Consultoras un listado de empresas de consultoría en comunicación y relaciones públicas.

Para buscar referencias de las consultoras puede contactarse con:

- *Empresas u organizaciones que hayan sido clientes de las consultoras preseleccionadas.*
- *La Comisión de Consultoras del Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina.*
- *Periodistas con los que tenga contacto.*
- *Las guías o publicaciones especializadas.*

! Recuerde que dar con la consultora indicada es vital para desarrollarse en el mundo de los negocios. En la empresa todo comunica: su publicidad, acciones, notas periodísticas, papelería industrial, su atención al público o cómo responde a los periodistas. Todo esto construye una imagen en el público que desea alcanzar.

La confianza del público se gana con años de buen trabajo, y se puede perder con sólo defraudarlo una vez, con una situación imprevista o una crisis mal administrada.

¿Qué tipo de consultora seleccionar?

Es importante elegir una consultora que:

- *Comparta sus objetivos.*
- *Conozca la industria en la que usted se desarrolla.*
- *Comulgue con su estilo de trabajo.*

Si su empresa necesita:

- Definir su personalidad empresarial, mensajes y públicos clave.
- Encontrar o elevar su perfil.
- Posicionarse o mejorar su presencia dentro de su sector.
- Convertirse en un referente en su materia.
- Profesionalizar la comunicación con sus diferentes públicos.
- Mantener relaciones con los medios de comunicación.
- Gerenciar una crisis o minimizar sus efectos negativos
- Optimizar su comunicación interna.

Entonces debe contar con los **servicios** de especialistas en Comunicación y Relaciones Públicas

Algunos servicios que pueden ofrecer las consultoras en comunicación:

- Auditoría de imagen y diagnóstico de situación.
- Estrategias de comunicación interna y externa
- Campaña de posicionamiento institucional y de marca.
- Relaciones con los medios y líderes de opinión.
- Relaciones con la comunidad y responsabilidad social corporativa.
- Asuntos Públicos y relaciones con el gobierno. Lobby.
- Entrenamiento de voceros
- Consultoría y asesoramiento en las comunicaciones.
- Desarrollo de publicaciones.
- Apoyo a la gestión de marketing.
- Organización de eventos.

Para tener en cuenta Una consultora de comunicaciones cumple funciones diferentes a una agencia de publicidad, una agencia de promoción, o una empresa de encuestas de opinión. Incluso, difiere con el trabajo de una persona independiente que basa sus servicios únicamente en el trabajo de Prensa.

¿Cómo elegir una consultora?

La elección de una consultora puede depender de su perfil, de si se trata de una consultora local, regional o internacional, o por su experiencia en determinada industria o tipo de servicios que brinda.

Una empresa o institución puede contratar a una consultora de comunicación en forma directa o también puede convocar a un concurso de consultoras en comunicación. Aquí le sugerimos algunos aspectos importantes a considerar en este proceso:



Convocando a un concurso de Consultoras:

1. Seleccione cuatro o cinco consultoras, infórmeles que van a participar en un proceso competitivo y solicite sus antecedentes y un primer informe básico que incluya:
 - Listado de servicios.
 - Listado de clientes actuales y pasados.
 - Descripción de staff: profesionalismo y experiencia.
 - Cultura de la organización.
 - Experiencia en trabajos de consultoría (relaciones públicas, prensa, asuntos públicos, etc.)
 Si en esta etapa le atrae un candidato puede entrevistarle y adjudicarlo directamente.
2. Establezca los criterios objetivos para realizar la preselección de candidatos. Estos criterios pueden ser: su trayectoria, el sector de especialización, el tamaño, experiencia e idoneidad de su staff, entre otros.
3. A partir de esa instancia deberá haber elegido tres candidatos para solicitarles una propuesta de acción, que incluya:
 - Enfoque básico de estrategia sugerida y acciones acordadas (tenga en cuenta que el Plan de Trabajo es parte del servicio que contratará y no debe solicitarlo en la presentación).
 - Tiempos estimados.
 - Presentación del equipo de atención de la cuenta y esquema de trabajo.
 - Honorarios y gastos estimados.
4. Ofrezca a las consultoras preseleccionadas información suficiente acerca de su empresa y la situación del mercado en el que actúa. Por lo tanto, entregue a los candidatos un resumen (brief) con la descripción de su principal inquietud a resolver, sus objetivos, la situación actual, los medios de que dispone, entre otros detalles.
5. La elaboración de propuestas por parte de las consultoras implica una tarea de diseño a medida. Éstas deberían incluir, como mínimo, aspectos tales como *desarrollo estratégico, planificación y creatividad*. Por este motivo, se evita el cobro de honorarios básicos a establecer de común acuerdo entre la consultora y el cliente.
6. Califique a las consultoras luego de cada presentación, cuando todavía están frescas las ideas. Aquí será oportuno llevar a cabo tres tipos de evaluación:
 - a. Evaluación técnica. En forma de ranking argumentado, por parte de los usuarios- Presidente de la compañía, Gerente de Comunicaciones, etc.- Organizar esas fundamentaciones y armar su ranking oficial.
 - b. De acuerdo a la cotización de honorarios. Es importante tener en cuenta la relación precio-calidad y profesionalismo. Si existen marcadas diferencias en los valores, es posible que haya una calidad inferior en ciertos aspectos operativos, menor atención de la cuenta y des seniority.
 - c. Empatía. Su gente y la de la consultora deben ser capaces de llevar adelante una relación positiva, para lograr los mejores resultados en el trabajo cotidiano.
7. Seleccionada la consultora con la que se trabajará, debe transmitirle la decisión y agendar una reunión de inicio de trabajo.
8. Llame a todas las consultoras convocadas en la "short list" antes de que la noticia se conozca en el mercado, e infórmeles cuál ha sido la decisión final, agradeciendo su participación en el proceso.
10. Evite el traspaso de la creatividad y propuestas de las diferentes presentaciones a la consultora finalmente elegida, puesto que ello no se corresponde con la ética.

Encuadre legal

La Comisión de Consultoras del Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina sugiere que se suscriba un contrato entre las partes, que contemple los lineamientos generales del trabajo junto a los derechos y obligaciones de cada una. Por este motivo, disponemos de un contrato modelo que incluye detalles básicos sobre el tipo de actividades a realizar, plazos, horas dedicadas al asesoramiento estratégico, metodología de trabajo, sistema de reuniones, estilo de los informes de resultados, operatoria para los adelantos por gastos con terceros, etc. que ha sido homologado por la Comisión.

Para los programas a mediano y largo plazo, y en caso de rescisión, es frecuente acordar un período mínimo de aviso escrito previo de 30 a 60 días como mínimo por cualquiera de las partes, sin necesidad de indicar causa.

Código de Ética

Las consultoras que integran la Comisión adhieren al "Código de Ética Profesional" del Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina y, a la vez, han creado su propio "Código de Ética para Consultoras en Comunicación". Este doble compromiso las diferencia de otras empresas que proveen servicios similares pero no son socias de la Comisión ni del Consejo Profesional.

Algunos puntos resumidos del Código de Ética para Consultoras en Comunicación:



- Transparencia en las acciones que las consultoras encaren ante terceros y el rechazo al pago de sumas de dinero o comisiones en cualquiera de sus formas.
- Difusión de hechos, productos y servicios verdaderos y comprobables, evitando tergiversaciones que puedan engañar a la opinión pública.
- No utilización de auspicios o pautas publicitarias como medio de presión ante los medios de comunicación.
- Las acciones de lobby se realizarán dentro del marco constitucional y del "derecho a peticionar ante las autoridades".
El tráfico de influencias o presión mal intencionada ante poderes públicos son consideradas como prácticas desleales.
- Hacia los clientes: respeto por la confidencialidad en las tareas realizadas, aún cuando el cliente haya dejado de serlo. No se puede representar clientes con intereses conflictivos u opuestos.
- Hacia los empleados: los empleados de las consultoras deberán, asimismo, respetar el Código de Ética al que suscriben las consultoras. No se podrá exigir a un empleado que realice acto alguno que contradiga su voluntad, creencias o convicciones personales.
- Hacia otras consultoras: en concursos, mantener el respeto mutuo y abstenerse de realizar juicios o apreciaciones sobre sus competidores. No recurrir a prácticas desleales para interesar al cliente de otra consultora. Si un empleado cambia de consultora no se le podrá pedir que revele cuestiones de la consultora anterior, ni podrá pedírsele que retenga o traspase clientes a su cargo.

AB Comunicaciones

Moreno 1195, 2º Piso "C"
C1091AAW - Buenos Aires
Tel. (5411) 5031-8020/8011
info@abcomunicaciones.net
www.abcomunicaciones.com.ar

Alurralde, Jasper + Asociados

Callao 1046 - 4º Piso C1023AAQ
- Buenos Aires
Tel. (5411) 5278-6800
info@alurraldejasper.com
www.alurraldejasper.com

Atravia

Esmeralda 950 -17 Dpto 120-
C1007ABL Buenos Aires, Tel.
(5411) 5365-7452
mgimenez@atrevia.com
www.atrevia.com

Ballero, Landoni y Asociados

Av. Santa Fe 1231, Entre
Piso C1059ABD - Buenos
Aires Tel. (5411) 4811-
6388
contacto@bl.digital
bl.digital/es/

Baraldo Comunicación Institucional

La Pampa 2326 P.2 Oficina
"206" - C1428EAP- Buenos Aires
Tel. (5411) 4804-2235
baraldo@baraldocom.com
www.baraldocom.com

Bonaparte 48

Av. Belgrano 510, 2º Piso "A"
C1092AAS - Buenos Aires
Tel. (5411) 4334-7676
bonaparte48@bonaparte48.com.ar
www.bonaparte48.com.ar

Burson-Marsteller Argentina

Arévalo 1880, 3er piso
C1414CQL - Buenos Aires
Tel. (5411) 5365-7777
bmba@ar.bm.com
www.latam.bm.com

Carvajal PR Team

Juncal 2377, PB
C1125ABE - Buenos Aires
Tel. (5411) 4823-4471
info@carvajalpr.com
www.carvajalprteam.com.ar

Diego Serrano & Asociados
Comunicación

Arenales 3426 . P.B. "D"- C1425
Buenos Aires
Tel. (5411) 4824-3888
info@serranoyasociados.com.ar
www.serranoyasociados.com.ar

Edelman

Paraguay 610, 29º Piso
C1057AAH - Buenos Aires
Tel. (5411) 4315-4020
buenos.aires@edelman.com
www.edelman.com.ar

Feedback PR

Miñones 1856 CP1428- Buenos Aires
Tel. (5411) 5554-7218
info@feedback-press.com.ar
www.feedbackpr.com.ar

Full PR

Marcelo T. de Alvear 548 8º "A", CP
C1006 - Buenos Aires
Tel. (5411) 4311-0901
info@fullpr.com.ar
www.fullpr.com.ar/

Identia PR

Tucumán 637, 5º Piso
C1049AAM - Buenos Aires
Tel. (5411) 5032-6300
info@identiapr.com
www.identiapr.com

Jeffrey Group

San Martín 674, 3º A
C1004AAN - Buenos
Aires Tel. (5411) 4328-
3354
dcampal@jeffreygroup.com
www.jeffreygroup.com

Ketchum Argentina

Nicaragua 4356
C1414BVB - Buenos Aires
Tel. (5411) 4832-7700
gustavo.averbuj@ketchum.com.ar
www.ketchum.com

Llorente & Cuenca Argentina

Avenida Corrientes 222,
piso 8 - C1043AAP - BsAs
Tel. (5411) 5556-0700
mvila@llorenteycuenca.com
www.llorenteycuenca.com

Mauro & Estomba

Av. Corrientes 1680, 5º Piso
C1042 - Buenos Aires
Tel. (5411) 5031-4546/49
lmauro@mauroyestomba.com.ar
www.mauroyestomba.com.ar

Mazalán Comunicaciones

Alicia Moreau de Justo
1230, Piso 2 H C1107AFJ
- BsAs. Tel. (5411) 6091-
8220
cmazalan@mazalan.com
www.mazalan.com/es/

Nardelli & Asociados

Florida 686 - 1º Piso ofic. "B"
C1005AAN - Buenos Aires
Tel. (5411) 5237-3020
info@nardelliasociados.com.ar
www.nardelliasociados.com.ar

Nueva Comunicación S.A

Esmeralda 288, 5º Piso
C1035ABF - Buenos Aires
Tel. (5411) 4393-3214
info@nuevacom.com.ar
www.nuevacom.com.ar

Open-Group Cons. En Comunicación

Juncal 1350, P.B. "C" C1062ABP -
Buenos Aires. Tel. (5411) 4816-7777
rodrigofm@open-group.com
www.open-group.com

Salem Viale-Gonzalez Villanueva

Loyola 1637 C1414AVI - Buenos Aires.
Tel. (5411) 5295-4114
ignacio@salemviale.com.ar
www.salemviale.com.ar

SPE-PR + MKT

Riobamba 1236 - 7º Piso "A"
C1116ABJ - Buenos Aires
Tel. (5411) 4811-7075
repcion@spesa.com.ar
www.spesa.com.ar

Urban Grupo de
Comunicación

Castillo 637, C1414AWM -
Buenos Aires
Tel. (5411) 5670-6500
hola@urbancom.co
www.urbancom.co

Ver y Comunicar

Zabala 1531, C1426DQA - BsAs
Tel. (5411) 4787 4818
vanesa@verycomunicar.com.ar
www.verycomunicar.com.ar

Verbo Comunicación

Viamonte 448, 4º Piso
C1053ABJ - Buenos Aires
Tel. (5411) 4314-1038
mariela@verbocomunicacion.com.ar
www.verbocomunicacion.com.ar

Consultoras Adherentes

Fernández Ivern Comun.

Juncal 2377, C1125ABE
Buenos Aires
Tel. (5411) 4821-3994
info@ficpr.com.ar
www.ficpr.com.ar

Marisa Koifman Comunicación

Av. Santa Fe 1821, 5º Piso
Buenos Aires
Tel. (5411) 5031-5529
infomk@marisakoifman.com.ar
www.marisakoifman.com.ar

Zelmira K Comunicación

Paraguay 4230 - 2º Piso "C"
C1425 - Buenos Aires
Tel. (5411) 4878-1803/04
info@zelmirakconsultora.com
www.zelmirakconsultora.com



CONSEJO PROFESIONAL DE
RELACIONES PUBLICAS
DE LA REPUBLICA ARGENTINA

*Paraná 754, 5° B
C1017-C.A.B.A.*

Tel.(5411) 4811-5405

www.rrpp.org.ar

consejo@rrpp.org.ar

