

# Comisión de Ámbito Público

Manifiesto de buenas prácticas



CONSEJO PROFESIONAL DE  
**RELACIONES PUBLICAS**  
DE LA REPUBLICA ARGENTINA

## QUIÉNES SOMOS

### Qué es el Consejo

El Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina es una entidad sin fines de lucro que desde hace más de 60 años reúne a los profesionales de la actividad. Somos el referente de las Relaciones Públicas en nuestro país y el ámbito natural de representación e interrelación para los profesionales.

Nuestro objetivo es ofrecer un espacio de intercambio y conocimiento, que se traduzca en capital intangible para el crecimiento de nuestra profesión.

Brindamos a nuestros asociados cursos, seminarios y actividades relacionadas con la profesión.

### Filosofía

El Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina es en esencia, una institución que estimula el diálogo, el entendimiento y la comprensión en nuestra sociedad.

#### *Misión*

*El Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina congrega a los profesionales de la actividad estableciendo estándares éticos, velando por el profesionalismo, promoviendo la investigación y desarrollo de la actividad en el mercado, defendiendo los intereses de sus miembros.*

#### *Visión*








*Llegar a ser el referente de las Relaciones Públicas en la Argentina y centro de encuentro para profesionales, ofreciéndoles un espacio de intercambio y conocimiento, que se traduzca en capital intangible para el crecimiento de la profesión.*

## Alcances

El Consejo Profesional de Relaciones Públicas entiende como alcances de la profesión los siguientes:

- a** Determinar objetivos, diseñar estrategias, investigar, planificar, seleccionar tácticas, ejecutar la comunicación y generar vínculos institucionales, entre organizaciones o personas de existencia física o jurídica con sus diferentes públicos de interés, y evaluar sus resultados, con el fin de mantener o mejorar la imagen de una organización o persona.
- b** Actuar como perito y árbitro en la especialidad: produciendo dictámenes técnico-administrativos a ser presentados ante autoridades judiciales o administrativas. Este alcance tiene carácter exclusivo para la profesión.
- c** Diseñar e implementar auditorías de identidad, imagen y/o reputación de cualquier organización o persona de existencia física o jurídica. Elaborar "rankings" de imagen y reputación.
- d** Diseñar e implementar auditorías de comunicación para cualquier organización de existencia física o jurídica.
- e** Diseñar e implementar todo tipo de estudios de públicos, mapas de públicos, de grupos o segmentos de públicos de interés recíproco, de cualquier organización o persona de existencia física o jurídica.
- f** Diseñar y ejecutar planes o campañas de relaciones públicas para la comunicación referida a áreas o circunstancias específicas, como por ejemplo: gestión de riesgos, gestión de crisis, gestión de intereses, asuntos públicos, comunicación política y de bien público, y comunicación interna, entre otras; aplicables a todos los sectores o industrias, como por ejemplo: agropecuaria, financiera, ambiental, salud y de turismo, entre otras, para cualquier organización de existencia física o jurídica.
- g** La planificación, ejecución y/o supervisión de la utilización de medios de comunicación gráficos y/o audiovisuales para la emisión de mensajes destinados a los distintos públicos de las organizaciones.
- h** Planificar y ejecutar campañas de prensa, actividades de gerenciamiento de tópicos organizacionales, entrenamiento y capacitación para el trabajo con medios de comunicación y vocería como también programar la difusión de información de

carácter institucional, generada por cualquier persona de existencia física o jurídica y destinada a sus públicos, a través de todos los medios de comunicación técnicos disponibles: tradicionales, teleinformáticos y digitales.

-  Gestionar las relaciones y contenido institucional y de marca, a través de los medios interactivos, como por ejemplo las redes sociales entre otras. Desempeñar las funciones de "Community Manager" y "Social Media Manager".
-  Participar en el diseño y la implementación de estudios de clima interno, clima comunitario y opinión pública para cualquier organización de existencia física o jurídica.
-  Entender en la programación, coordinación, ejecución y evaluación del ceremonial y protocolo, la organización de eventos y acontecimientos especiales con fines institucionales, conforme a la normativa vigente.
-  Asesorar, brindando información obtenida legítimamente, a los miembros del Poder Legislativo, así como a otros funcionarios del orden nacional, provincial o municipal, en representación de intereses sectoriales o particulares que pudieran verse afectados como consecuencia de sus decisiones.
-  Participar en las comunicaciones integradas y brindar apoyo táctico de Relaciones Públicas a las campañas de Marketing y Publicidad.
-  Programar y ejecutar políticas respecto del impacto social y/o ambiental, para cualquier organización de existencia física o jurídica, como también confeccionar y firmar los reportes de responsabilidad social y balance social.
-  Evaluar y controlar la ejecución de los planes y/o campañas relacionales, comunicacionales y/o de opinión pública, así como también interpretar y difundir los resultados de las mismas. Definir índices de calidad, cobertura y frecuencia comunicacional y de Relaciones Públicas de cualquier persona de existencia física o jurídica. Las Relaciones Públicas son la función del management que, mediante el uso de la comunicación, tiene como fin contribuir a generar las condiciones organizacionales, regulatorias y de opinión pública que hagan posible lograr los objetivos de una institución en el mediano y largo plazo.









# BUENAS PRÁCTICAS EN LA COMISIÓN DE ÁMBITO PÚBLICO

## Objetivos

- ✓ Definir las responsabilidades de los Directivos y socios de la Institución, así como las normas éticas en la relación con todos los públicos que interactuamos.
- ✓ Establecer las normas que son las guías para el comportamiento ético de las personas que son parte del Consejo.
- ✓ Suministrar un espacio de consulta/denuncia, a través del Tribunal de Ética, ante cualquier incumplimiento o comportamiento inapropiado, que no se apegue a lo dispuesto en el presente Código.
- ✓ Establecer un marco de referencia para todos nuestros Asociados y públicos relacionados.

## Buenas prácticas para la gestión pública

- > Comprometerse con el cuidado de la democracia, la lealtad al país y el respeto por la Constitución Nacional.
- > Privilegiar la búsqueda del bien común. Respetar la libertad de opinión. impulsar la generación de consensos y mantener independencia de criterio.
- > Actuar de acuerdo con los principios de legalidad, eficacia, celeridad, equidad y eficiencia y vigilar siempre la consecución del interés general y el cumplimiento de los objetivos del Estado.
- > Garantizar que la gestión pública tenga un enfoque centrado en el servicio al ciudadano, en mejorar continuamente la calidad de la información, de la atención y de los servicios prestados.
- > Colaborar en la generación de espacios de diálogo centrado en los temas de interés público, involucrando la mayor cantidad de actores tanto del sector privado y público como de la sociedad civil.

-  Administrar los recursos materiales y financieros del Estado con honradez y austeridad, evitando cualquier tipo de uso impropio. Proteger el patrimonio cultural y el ambiente en el marco de sus competencias.
-  Impulsar procesos y políticas de transparencia en la gestión de intereses privados. Promover la generación, la mejora de la calidad y el uso compartido de estadísticas, bases de datos, portales de gobierno y todo aquello que facilite la labor interna de sus empleados, impulse la transparencia de la gestión y el mejor acceso de la ciudadanía a la información y los servicios públicos.
-  Velar por el resguardo del ejercicio de la prensa libre y la protección de las fuentes de información. Atender los requerimientos informativos de la prensa mediante la entrega de información pertinente en forma rápida, fluida, veraz y oportuna.
-  Dar un trato adecuado, digno y respetuoso a los funcionarios y empleados públicos, involucrándolos en la definición y logro de los objetivos y resultados de la organización.
-  Promover una administración receptiva y accesible, utilizando un lenguaje administrativo claro y comprensible para todas las personas. Atender eficazmente y contestar oportuna y fundadamente todos los escritos, solicitudes y reclamaciones que se reciban.
-  Garantizar la protección de los datos personales, y la adecuada clasificación, registro y archivo de los documentos oficiales, reconociendo, además, el derecho de cada ciudadano a conocer y actualizar los datos personales que obren en poder del Estado.
-  Promover la capacitación y actualización los empleados públicos a su cargo, asegurando la evolución permanente de sus capacidades y competencias.
-  Garantizar el traspaso de sus funciones en condiciones de transparencia y eficiencia. Evitar que los recambios de gobierno o cambios políticos afecten tanto la calidad de los servicios brindados a la ciudadanía, como la gestión de los equipos de colaboradores que le fueran asignados para el ejercicio de la función.



CONSEJO PROFESIONAL DE  
**RELACIONES PUBLICAS**  
DE LA REPUBLICA ARGENTINA

BUENOS AIRES

Paraná 754, 5° B

+54 11 4811-5405

[consejo@rrpp.org.ar](mailto:consejo@rrpp.org.ar)