

**UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE RELACIONES PÚBLICAS**



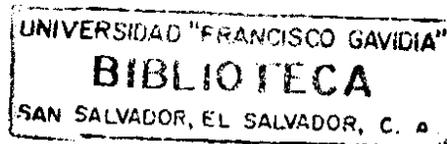
**TRABAJO DE GRADUACION :
"PROPUESTA DEL DISEÑO DE UN DEPARTAMENTO
DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN
PARA PROPORCIONAR UNA BUENA ATENCION Y
SERVICIO AL CLIENTE DE RIVERA HOOVER Y
ASOCIADOS S.A. DE C.V. EN EL MUNICIPIO DE SAN
SALVADOR"**

**PRESENTADO POR :
ROXANA ADELAIDA HERNANDEZ PORTILLO
MARITZA MELANY MARINERO ASCENCIO**

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

NOVIEMBRE DE 1998

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA



**UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE RELACIONES PUBLICAS**

AUTORIDADES

**RECTOR
ING. MARIO ANTONIO RUIZ RAMIREZ**

**SECRETARIA GENERAL
LIC. TERESA DE JESUS MENDOZA**

**DECANO
LIC. JOSE MARIA MELGAR CALLEJAS**

DEDICATORIA

A DIOS: POR QUE A EL LE DEBO LA VIDA, LA SALUD, EL TRABAJO Y SOBRE TODO, LA OPORTUNIDAD DE HABER CULMINADO MIS ESTUDIOS SATISFACTORIAMENTE.

A MIS PADRES: A QUIENES LES EXPRIMO MI MAS PROFUNDO Y SINCERO AGRADECIMIENTO, PUES SON ELLOS LOS QUE HASTA EL FINAL DE MI CARRERA NUNCA DEJARON DE APOYARME.

A MIS HERMANAS: LOS CUALES ME PROPORCIONARON SU ALEGRÍA Y SU CALOR, EN TODO MOMENTO.

A MIS MAESTROS: POR SUS ENSEÑANZAS Y CONSEJOS QUE ME BRINDARON EN ESTOS AÑOS.

AL EQUIPO DE TESIS: PORQUE EN NINGÚN MOMENTO FUIMOS UN GRUPO DE TRABAJO SI NO REALIZAMOS TODO CON UN SOLO FIN...!!! TRIUNFAR!!!

A TODOS MIS AMIGOS: QUE CONFIARON EN MI

*"PODRÁ SER ARDUO Y DIFÍCIL EL CAMINO PERO LA VISTA DESDE LA CIMA,
VALE EL ESFUERZO"*

ROXANA ADELAIDA

DEDICATORIA

A DIOS, POR QUE A EL LE DEBO LA VIDA, LA SALUD, EL TRABAJO Y, SOBRE TODO, LA OPORTUNIDAD DE HABER CULMINADO MIS ESTUDIOS SATISFACTORIAMENTE.

A LA VIRGENSITA SANTÍSIMA, POR SU NUESTRA MADRE QUE NOS CUIDA Y NOS PROTEGE.

A MI MADRE; A QUIEN LE DOY MI MÁS PROFUNDO Y SINCERO AGRADECIMIENTO, PUES ES ELLA QUE HASTA EL FINAL DE MI CARRERA NUNCA DEJO DE APORTARME.

A MIS HERMANOS; QUE ME PROPORCIONARON SU ALEGRÍA Y APOYO EN TODO MOMENTO.

A MIS FAMILIARES; Y QUE NUNCA DUDARON EN EL LOGRO DE MI CARRERA.

AL EQUIPO DE TESIS; PORQUE EN NINGÚN MOMENTO FUIMOS UN GRUPO DE TRABAJO, SI NO QUE REALIZAMOS TODO CON UN SOLO FIN ¡TRIUNFAR!

A TODOS MIS AMIGOS; QUE CONFIARON EN MI.

**“PODRÁ SER ARDUO Y DIFÍCIL EL CAMINO PERO LA VISTA DESDE
LA CIMA, VALE EL ESFUERZO”**

SINCERAMENTE MELANY.

AGRADECIMIENTO

AL LIC. GEMAN CHICAS; POR HABERNOS GUIADO EN EL DESARROLLO DE NUESTRO TRABAJO DE INVESTIGACIÓN; LE AGRADECEMOS SU PACIENCIA, APOYO Y LOS CONOCIMIENTOS QUE NOS BRINDO DURANTE EL TIEMPO QUE COMPARTIMOS.

QUEDAMOS DE USTED MUY AGRADECIDAS SUS ALUMNAS:

ROXANA HERNANDEZ

MELANY MARINERO.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA DEL SECTOR	
SERVICIO.	
GENERALIDADES	1
ANTECEDENTES	3
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA DE SERVICIOS EN EL SALVADOR	4
IMPORTANCIA DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS Y SE VEN DESDE	5
CUATRO ASPECTOS FUNDAMENTALES:	
✓ ECONÓMICO	
✓ POLÍTICO	
✓ SOCIAL	
✓ CULTURAL	
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	9
MARCO LEGAL	10
CAPITULO II : MARCO TEÓRICO SOBRE EL DISEÑO DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES	
PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN SOBRE EL SERVICIO A SUS CLIENTES.	
✓ DISEÑO	12
CONCEPTUALIZACIÓN	12
IMPORTANCIA	13
ESTRUCTURA DE UN DISEÑO	14
MODELOS DE DISEÑOS	15
✓ DEPARTAMENTO	16
CONCEPTUALIZACIÓN	16
IMPORTANCIA	16
TIPOS DE DEPARTAMENTO	17
ELEMENTOS DE UN DEPARTAMENTO	23

✓ RELACIONES PÚBLICAS	23
CONCEPTUALIZACIÓN	23
IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	24
OBJETIVOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	25
FUNCIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	26
LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA ORGANIZACIÓN	28
LAS RELACIONES PÚBLICAS EXTERNAS	30
LAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS	31
LAS RELACIONES PÚBLICAS COMO UN SERVICIO	31
LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL ENTORNO SOCIAL	32
LA COMUNICACIÓN EN LA PRÁCTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	33
✓ LA COMUNICACIÓN	34
CONCEPTUALIZACIÓN	34
IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN	35
PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN	35
QUE ELEMENTOS SON NECESARIOS PARA LA COMUNICACIÓN	36
FUENTES DE LA COMUNICACIÓN	37
MODELOS DE COMUNICACIÓN	38
TIPOS DE COMUNICACIÓN	42
LA COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN	46
LA COMUNICACIÓN Y LA PERSUASIÓN	46
✓ SERVICIO AL CLIENTE	46
CONCEPTUALIZACIÓN	46
EL CLIENTE	47
SERVICIO	49
LA EMPRESA ORIENTADA HACIA EL CLIENTE	49
EL COSTO DE UN MAL SERVICIO AL CLIENTE	50
LAS ACTIVIDADES DEL SERVICIO AL CLIENTE	52

LAS EMPRESAS QUE DAN SERVICIO AL CLIENTE_____	53
---	----

CAPITULO III: INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LA EXISTENCIA DE UN DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA.

GENERALIDADES_____	55
OBJETIVOS_____	56
✓ OBJETIVO GENERAL	
✓ OBJETIVO ESPECIFICO	
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN_____	56
DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO_____	57
TAMAÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA_____	58
ÁMBITO Y ALCANCE_____	59
PRUEBA PILOTO_____	61
LIMITANTES_____	61
CONCLUSIONES_____	76
RECOMENDACIONES_____	77

CAPITULO IV: PROPUESTA DEL DISEÑO DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN PARA DAR UN SERVICIO A SUS CLIENTES DE LA EMPRESA RIVERA HOOVER Y ASOCIADOS S.A. DE C.V. EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR.

GENERALIDADES_____	78
IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA_____	79
OBJETIVOS DE LA PROPUESTA_____	79
VENTAJAS DE LA PROPUESTA_____	80
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PROPUESTA PARA EL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN_____	81
ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN_____	82

OBJETIVOS DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES	85
POLÍTICAS DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES	85
ESTRATEGIAS DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES	85
MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTO DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES	88
PROPUESTA DEL MOBILIARIO Y EQUIPO DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES	96
RECURSO FINANCIERO DEL PERSONAL QUE INTEGRA EL DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES	97
PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES	95
GENERALIDADES	97
OBJETIVOS	98
LINEAMIENTOS GENERALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN	98
ACCIONES INMEDIATAS A SEGUIR EN LA PROPUESTA	99
REQUISITOS PARA IMPLANTAR LA PROPUESTA	100
CRONOGRAMA PARA EL PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	101

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de estudio contiene la información y lineamientos fundamentales obtenidos a través de un investigación bibliográfica y de tipo concluyente (investigación de campo), la cual permitió establecer los requerimientos necesarios para llevar a cabo el desarrollo de la propuesta que posee un carácter de tipo académico y científico, por contar con un metodología de investigación y de aplicación práctica.

La información se ha dividido en cuatro capítulos los cuales son :

CAPITULO I: Trata de los aspectos generales de la empresa del sector servicio; las generalidades; antecedentes; situación actual de la empresa de servicios en El Salvador; la importancia tanto en el sector económico, político, social y cultural; estructura organizativa y el marco legal.

CAPITULO II: Comprende el marco teórico; sobre el diseño del Departamento de Relaciones Públicas y comunicación sobre el servicio a sus clientes; donde se incluye; conceptualización de diseño, Departamento de Relaciones Públicas, Comunicación, servicio al cliente; como también su importancia, objetivos, función, propósito y otros apartados no menos importantes.

CAPITULO III: Corresponde a la investigación de campo, sobre la existencia de un Departamento de Relaciones Públicas y Comunicación en la empresa; que incluye una investigación de tipo exploratoria como punto de partida para este apartado, una investigación concluyente que es compuesta por sus objetivos, fuentes de información, determinación del universo, tamaño y distribución de la muestra, ámbito y alcance, diseño y herramienta de la investigación, limitaciones, tabulación y análisis de la investigación, sus respectivas e importantes conclusiones y recomendaciones y recomendaciones para darle un soporte científico al Capítulo IV.

CAPITULO IV: Contiene el diseño de la propuesta del Departamento de Relaciones Publicas y Comunicación para proporcionar una buena atención y servicio al cliente de Rivera Hoover y Asociados S.A. de C.V. en el municipio de San Salvador. Lo cual constituye la propuesta del grupo en donde se incluyen los lineamientos necesarios para su desarrollo; generalidades, importancia objetivos, ventajas de la propuesta así como el organigrama general propuesto; estructura organizativa del departamento propuesto. También sus objetivos, políticos, estratégicos manual de descripción de puestos, propuesta de mobiliario y equipo, recursos financieros, plan de implementación.

Como parte complementaria de este trabajo se presenta la bibliografía utilizada y una serie de anexos para ser más amplio y entendible este documento.