‘La gestión de las Relaciones Institucionales vinculada a la Comunicación’

ATUC Comisión de Comunicación y RRII

Barcelona, marzo 2025

¿Hay algún licenciado o diplomado en Relaciones Institucionales en la sala?



¿¿¿Alguien que gestione Relaciones Institucionales en la sala???



¿Qué son y qué entendemos por Relaciones Institucionales?



¿Qué son y qué entendemos por Relaciones Institucionales?



Definición de Relaciones Institucionales Sector Transportes Públicos

- Las Relaciones Institucionales en el transporte público hacen referencia a la interacción y coordinación entre diversas instituciones, organismos y actores involucrados en la planificación, ejecución y regulación del transporte. En el contexto español, estas relaciones involucran tanto entidades públicas como privadas y son fundamentales para la gestión eficaz del sistema de transporte público.
- El transporte público en España desempeña un papel crucial en la movilidad de las personas, contribuyendo a la reducción de la congestión, la mejora de la calidad del aire y el fomento de la sostenibilidad. Las relaciones institucionales en este sector son fundamentales para garantizar la eficiencia, la accesibilidad y la calidad de los servicios. Estas relaciones abarcan interacciones entre operadores privados, públicos, gobiernos locales, autonómicos y nacionales, así como con otros actores clave.

RRII - Sector Transporte Público

- Actores Clave en las Relaciones Institucionales del Transporte Público en España
  - • Operadores de Transporte Público: Empresas o consorcios encargados de gestionar el servicio de transporte en las ciudades y regiones, tanto en modalidad urbana (tranvías, autobuses, metros) como interurbana (autobuses de largo recorrido, trenes).
  - • Gobiernos Locales, Autonómicos y Nacionales: Las administraciones públicas juegan un rol crucial en la regulación, financiación y planificación del transporte. A nivel local, las ciudades son responsables de la gestión directa del transporte urbano. A nivel autonómico y nacional, se regulan aspectos más amplios del sistema de transporte.
  - • Usuarios del Transporte Público: Los ciudadanos y colectivos que utilizan el transporte público de forma diaria. Su experiencia, expectativas y necesidades son claves para la planificación de rutas, tarifas y horarios.
  - • Organismos Reguladores: Entidades que establecen y supervisan las normativas y estándares relacionados con la calidad, seguridad y tarifas del transporte público. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) juega un papel importante, así como los Consorcios Regionales de Transporte.
  - • Proveedores de Tecnología y Infraestructura: Empresas que aportan soluciones tecnológicas para la gestión del transporte (como sistemas de pago, aplicaciones móviles, gestión de flotas) y la infraestructura (estaciones, líneas de metro, autobuses eléctricos).

***__**La Comunidad**__: Especial atención a ‘Colectivos especiales’: entornos cercanos a las vías del transporte, colectivos de la Discapacidad, etc

Importancia de las Relaciones Institucionales

- Mejora del Servicio: La coordinación entre operadores, gobiernos y organismos reguladores permite una planificación eficaz de rutas, horarios y tarifas, lo que optimiza la calidad del servicio.
- Seguridad y Accesibilidad: Las relaciones institucionales son clave para garantizar un transporte público seguro, accesible y eficiente. La normativa establece estándares de seguridad y accesibilidad para personas con movilidad reducida.
- Sostenibilidad y Eficiencia: La integración de políticas de transporte sostenible, con la utilización de energía verde en el transporte guiado, como la electrificación de las flotas de autobuses y la consiguiente reducción de emisiones de CO2, es posible gracias a la colaboración entre los operadores y las autoridades públicas.

¿Cómo se plantean las Relaciones Institucionales?

Las Relaciones Institucionales están por encima de las personas y sus relaciones, son un proceso multidisciplinar que engloba actividades de relaciones públicas, así como servicios integrales de comunicación que fortalecen y mejoran la reputación de los clientes. La gestión de las relaciones institucionales requiere la capacidad de análisis y síntesis para conocer al cliente y sus objetivos, pudiendo consolidar así su perfil institucional.



Relaciones Institucionales, de qué tratan

1. Posicionamiento de empresas, marcas y personas
2. Elaboración de relatos institucionales
3. Presencia en los calendarios y circuitos institucionales
4. Creación de agendas institucionales
5. Gestión de proyectos institucionales
6. Gestión de recursos institucionales
7. Diseño y desarrollo de acciones institucionales

Posicionamiento

1 Posicionamiento de empresas, marcas y personas

- Elaboración del mapa institucional.
- Visibilización del cliente por parte de las instituciones.
- Fortalecimiento de la identidad del cliente en las instituciones.

Relato

2 Elaboración de relatos institucionales

- Diseño de relatos Institucionales
- Sinergias entre los objetivos del cliente y los de las instituciones.

Actos

3 Presencia en los calendarios y circuitos institucionales

- Identificación de actos institucionales.
- Seguimiento de la presencia.

Agendas

4 Creación de agendas institucionales

C Diseño y seguimiento de la agenda institucional del proyecto.

Proyectos

5 Gestión de proyectos institucionales

- Diseño de proyectos institucionales.
- Seguimiento y gestión del proyecto.

Gestión de recursos

6 Gestión de recursos institucionales

- Gestión de espacios singulares.
- Gestión de soportes de comunicación.
- Gestión de permisos y trámites.

Diseño acciones

7 Diseño y desarrollo de acciones institucionales

- Diseño y gestión de acciones institucionales para el posicionamiento de nuestros clientes.
- Diseño y ejecución de acciones institucionales para el desarrollo de proyectos.
- Diseño y desarrollo de acciones institucionales en la gestión de la ***Responsabilidad Social Corporativa*** de las empresas.

Metodología

Metodología:

- Elaboración y actualización del dossier institucional.
- Diseño del calendario encuentros institucionales y gestión de la agenda institucional.
- Seguimiento de las acciones desarrolladas.
- Servicio de protocolo: convocatoria, recepción y atención a las autoridades en los eventos.

… y el apretón de manos!



Concept Agency, agencia de Relaciones Institucionales



Las relaciones institucionales en nuestra gestión. Comunicación Integral



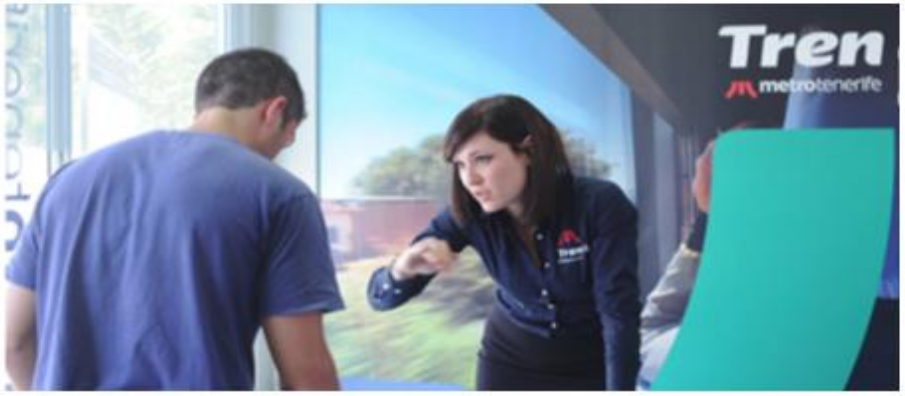
Relaciones institucionales. ¿Para qué?
Crear relaciones mutuamente beneficiosas entre la organización y sus públicos. Generar prescriptores.



Oficinas de información, participación en Ferias y Foros, encuentros, etc.







En qué se traduce…



Relaciones Institucionales, Asuntos Públicos, Lobby / Relaciones Públicas

- El objeto de estas materias suele confundirse a menudo.
- Asuntos Públicos y Lobby se usan como sinónimos de las relaciones institucionales, aunque, son conceptos con significado propio.
- El de **Lobby** es el concepto más estrecho de los tres e incluso puede tener connotaciones negativas: está relacionado con la idea de influir de manera directa en la regulación de un asunto concreto o de un organismo público para conseguir modificar su posición. ¿Cómo… ?
- Por otro lado, el concepto de **Relaciones Institucionales**, que no sólo hace referencia a la capacidad de influir sino también al establecimiento de una interlocución fluida con todos los actores que componen el ecosistema de relación de una organización, aunque no se incida de manera directa en ellos.

Relaciones Institucionales, Asuntos Públicos, Lobby

- Por encima de ambos conceptos está el de **Asuntos Públicos,** de carácter más estratégico y que busca integrar las dos realidades anteriores en un modelo sinérgico que reconoce la complejidad del ecosistema público y de las lógicas que lo conforman.
- En el ámbito de los **Asuntos Públicos**, por lo tanto, el objetivo es entender los intereses y necesidades de los clientes y **generar una narrativa clara y coherente enfocada al ecosistema público**.
- Debemos asumir que en **sociedades heterogéneas** como las nuestras no sólo no hay problemas objetivos que resolver, sino que tampoco tienen respuestas únicas (ni definitivas-ninguna sociedad ha terminado con los grandes problemas-) exige un elevado grado de madurez por parte de todos los actores. Los problemas no se resuelven, sino que se gestionan, y para gestionarlos bien hay que escuchar a todas las partes, y establecer unas mínimas garantías en la relación entre las organizaciones y los decisores públicos como, por ejemplo, la transparencia, la participación de todos y el acceso a los decisores. Sólo así las sociedades modernas avanzan en la mejor dirección posible.

Fuente: MANUEL MOSTAZA BARRIOS, DIRECTOR DE ASUNTOS PÚBLICOS DE ATREVIA

Conclusiones

- Las Relaciones Institucionales, como parte de la gestión de nuestra Comunicación, en el sector del transporte público en España son fundamentales para el funcionamiento eficiente del sistema de movilidad. La colaboración efectiva entre los operadores, las administraciones públicas y otros actores clave es esencial para garantizar un transporte público seguro, accesible, sostenible y de calidad.
- Sigamos avanzando…

¡Muchas gracias por su atención!