



**Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
Campus Estado de México.**

Profesor: Dr. Octavio Islas C.

Materia: Relaciones Públicas.

Equipo 6.

Actividad 5.

1. Deberán elegir una institución REAL (pública, privada, ONG).

Academia de artes UP STAGE.

Dirección: Calzada de Los Jinetes 47, Fraccionamiento Las Arboledas, 54026 Tlalnepantla, Méx. Teléfono: 01 55 4336 9000

2. Deberán identificar -a partir de su sitio web- el mayor número de públicos.

Sitio Web: <http://www.upstage.com.mx>

No se restringe a un target específico de clientes, el 80% de los alumnos son niños y jóvenes de los municipios de Tlalnepantla y Atizapán que se interesan en realizar actividades artísticas relacionadas con música, danza, canto y teatro musical, sin embargo los padres resultan ser también un público importante ya que son quienes generalmente pagan por el servicio. Pertenecen también a un público interno el director, los subdirectores, administrador, coordinadores de áreas, consejo técnico, responsables de programas, personal académico, personal administrativo y de servicios, y alumnos.

3. Deberán reconocer posibles grupos de presión.

Los posibles grupos de presión son todas las academias de la zona que se enfocan en dar clases de las mismas artes que Up Stage. Por ejemplo sobre Jinetes había una pequeña

academia de Ballet cuyos intereses se afectan debido a que compartían un sector en el mercado (personas interesadas en que sus bebés tomen clases de ballet). Cerca del Tec de Monterrey Campus Estado de México hay una academia de baile que se centra en montar coreografías para XV años; pero también dan clases de baile similares a las impartidas en Up Stage, por lo que también es un posible grupo de presión. Si bien este tipo de grupos comparten intereses con los de la academia han tomado un rol indiferente respecto a ésto, por lo que vale la pena tenerlos ubicados; pero no hace falta generar una estrategia específica enfocada en ellos.

4. Deberán clasificar a los públicos.

PÚBLICOS INTERNOS	PÚBLICOS EXTERNOS	CIBERAUDIENCIAS
Alumnos, el director, los subdirectores, administrador, coordinadores de áreas, padres de familia, consejo técnico, responsables de programas, personal docente, personal administrativo y de servicios.	Patrocinadores, público en general que gusta de la cultura y las artes.	Personas de los alrededores de la academia localizadas en Tlalnepantla y Atizapán que tengan intereses artísticos. Usuarios de Redes Sociales que tengan tendencias culturales y con amigos en la zona antes mencionada que aumentan el alcance de las redes sociales de la academia.

Las Ciberaudencias: es un público que busca de cursos o actividades recreativas que se encuentran cercanas a su domicilio, o afines a sus intereses, que mantenga una página

actualizada con información relevante como son los horarios, costos, método de enseñanza y/o certificaciones. Este público puede ser espectador o potenciales clientes.

Vale la pena mencionar que como una estrategia interna la Academia Up Stage cuenta con una distinción de su público externo, en donde se tienen listas con las personas que han manifestado un interés en particular y cuando hay promociones o publicidad respecto a ese tema en específico se manda en general a la zona pero en particular a las personas en sus listas. De esta manera ofrecen atención más personalizada, lo que les permite atraer a más clientes.

5. Deberán establecer cuáles son los públicos más importantes para esa organización.

Personas que gusten de la danza, canto, música y teatro que como ya mencionó se dirige a un grupo de jóvenes y niños. También enfocado a todos aquellos que gusten de aprender referente al arte. Incluso se podría decir que los padres de familia, o adultos jóvenes de la zona son potenciales clientes, porque hay algunas clases en las que no hay un límite de edad.