

**Nombre de alumno: Paulina
Cárdenas Guillén**

**Nombre del profesor: Karina
Pérez Guillén**

Nombre del trabajo: Ensayo

PASIÓN POR EDUCAR

**Materia:
Relaciones Publicas**

Grupo: Turismo

Relaciones públicas

Las relaciones públicas son una herramienta más de la comunicación empresarial. Su importancia hace que se sitúen como función directiva dentro del entorno empresarial. En las grandes empresas, el director de comunicación es el encargado de acometer y desarrollar esta serie de estrategias para lograr una base de las comunicaciones coherente y de forma integrada. Así también las relaciones públicas actúan un papel muy importante dentro de una empresa, ya que en mucho de los casos se emplean estrategias para lograr los objetivos de dicha organización y afianzar su imagen de marca.

Una de las tareas más importantes de las relaciones publicas es analizar de manera detallada el comportamiento del público, evalúa e identifica el conjunto de políticas y procedimientos para poder ejecutar un programa de acción y comunicación para lograr persuadir a los clientes cuando se tiene la necesidad de dar a conocer una empresa. La práctica de las relaciones públicas es el arte y la ciencia social de analizar tendencias, predecir consecuencias y asesorar a los líderes de las organizaciones, con un mercado tan competitivo y amplio como el actual, con una gran similitud de servicios y productos, y con la publicidad sufriendo una crisis de credibilidad, se hace necesario una buena **estrategia de relaciones públicas** con la que poder posicionarnos en la mente del consumidor para lograr mejores resultados que la competencia mediante la diferenciación. De esta forma, se consigue no solo sobrevivir sino también ser líderes. En las relaciones públicas está de más decir que cada departamento cuenta con un líder que lleva a cabo tareas específicas para incrementar ventas y hacer de la empresa la favorita de los consumidores, la ventaja que posee el estar encargado de las relaciones públicas radica en que la relación es estrecha con el departamento de mercadotecnia, de comunicación, de ventas, de publicidad, entre otros. Los Gerentes de Relaciones Públicas planifican, organizan, dirigen, controlan y evalúan actividades de su especialidad en negocios comerciales, industriales y electrónicos. Asimismo, pueden trabajar para entidades gubernamentales, agencias de Publicidad, Mercadeo y Relaciones Públicas o para consultoras, algunas de las funciones que realiza un gerente de relaciones públicas son las siguientes:

Dirigir y evaluar los departamentos de la empresa que desarrollen e implementen estrategias de comunicación y programas de información

- Desarrollar y mantener la imagen e identidad corporativa del cliente, lo cual comprende el uso de logos y anuncios.
- Observar tendencias sociales, económicas y políticas que puedan afectar a la organización o a los clientes y recomendar maneras de mejorar su imagen en base a ellas.
- Trabajar en conjunto con los Gerentes de Mercadeo y Publicidad para garantizar que las campañas estén alineadas con la imagen que la empresa o el cliente quieran proyectar.

Muchas organizaciones se dan cuenta de la importancia de las relaciones públicas hasta que experimentan las inconveniencias de no haberlas empleado antes, de la misma manera que un enfermo valora realmente la salud hasta que sufre por la falta de ella. Claro está que en ambos casos resulta mejor aplicar las medidas preventivas que esperar hasta que aparezca el mal. Entenderemos mejor la importancia de las relaciones públicas si la explicamos en función de los logros que pueden alcanzarse con su correcto empleo, de los cuales daremos algunos ejemplos: Es frecuente encontrar en las organizaciones que las huelgas han surgido a raíz de deficientes relaciones públicas con el personal, que ha provocado la falta de una comunicación fluida con el mismo. En otras ocasiones, problemas tales como altos índices de ausentismo y de rotación de personal, falta de iniciativa y de colaboración por parte de los empleados, apatía por los nuevos sistemas o procedimientos, alto grado de retardos, etc. (que redundan en bajos índices de producción y elevación de los costos) podrían ser evitados si se contara con un efectivo programa de relaciones públicas con el personal. Las relaciones públicas internas, o sea las que se establecen entre directivos y los empleados, buscan una comunicación recíproca entre ambos, que tienda a lograr que el personal de la organización colabore satisfecho con ella y, por tanto, sus actitudes hacia la empresa sean positivas mediante la aportación de todo su apoyo. Estas actitudes favorables del personal hacia la organización son indispensables para que ésta pueda lograr sus objetivos. Otro factor que resalta la importancia de las relaciones públicas con el personal es el hecho de que este último es un importantísimo trasmisor de la imagen de la organización hacia otros públicos, a quienes lógicamente transmitirá la misma imagen que él reciba. De aquí la importancia de que la organización empiece por establecer unas buenas relaciones públicas internas, antes de iniciar las externas. Unas malas relaciones internas no pueden originar unas buenas relaciones externas. Incluso, cuando las primeras sean buenas y la organización se disponga a emprender el programa de relaciones con el

exterior, su personal debe ser el primero en saber lo que va a emprender, cómo se va a realizar y el por qué.

La comunicación con los empleados es elemental, esto les permite estar bien informados acerca de sus instituciones y a la vez fomentará que le digan a los directivos lo que piensan. Así pues los empleados bien informados tienden a ser personas satisfechas, se desempeñan mejor en su trabajo además son los principales transmisores de su institución fuera del trabajo, de esta forma se influye positivamente en las relaciones con los clientes, inversionistas, medios de comunicación entre otros. La principal función de relaciones públicas con respecto a las relaciones de trabajo es la de armonizar los intereses de éste con los de la institución; tiene que tratar de mantener las relaciones en un plano que reconozca los derechos de los demás. El especialista de relaciones públicas que practica esta profesión procura mejorar las relaciones con los empleados y las condiciones del trabajo, logra el mejoramiento por medio de programas adecuados de relaciones en las que incluirán garantías de seguridad y planes educacionales, los directores de relaciones públicas se encargan de construir y gestionar la imagen de una empresa de cara al público en general y a los medios de comunicación. Sus funciones pueden ser la redacción de comunicados de prensa, la preparación de declaraciones de prensa, la organización de visitas, exposiciones y eventos varios.

El uso de las Redes Sociales se ha incorporado de manera bastante positiva en las Relaciones públicas ya que a través de ellas podemos posicionar la empresa, lanzar ofertas, saber que piensan nuestros públicos y también como nos comparan con la competencia, como las Redes Sociales son un medio tan utilizado hoy en día , la organización tiene el beneficio que las respuestas en los públicos casi siempre, son inmediatas lo que favorece de manera notable para gestionar nuevas ideas o corregir errores.

En cuanto a planes de Marketing, esta labor se gestiona a través de las Relaciones públicas, hoy en día ya que aquí se trabaja directamente para determinar si es factible y auspicioso llevar a cabo un nuevo servicio o producto y para esto se necesita un previo estudio que se realiza a través de los planes de marketing , también esto sirve para determinar cuáles son las mayores preferencias y a raíz de eso idear un nuevo servicio o producto y bueno en la fase final a través de las Relaciones públicas en conjunto con el marketing promocionar y hacer conocido lo que se esté lanzando al mercado.