

**Nombre de alumno: Paulina
Cárdenas Guillén**

**Nombre del profesor: Karina
Pérez Guillén**

Nombre del trabajo: Ensayo

PASIÓN POR EDUCAR

**Materia:
Relaciones Públicas**

Grupo: Turismo

ORGANIZACIÓN DE LA FUNCIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Las relaciones publicas son de gran importancia para todas las empresas su objetivo es transmitir una imagen positiva clara y coherente para el público objetivo, la comunidad, hasta las empresas asociadas. Las Relaciones Públicas en una empresa tienen una de las funciones más importantes y centrales para que la empresa construya su prestigio y logre sus objetivos, la correcta utilización de las relaciones publicas en las empresas causa efectos positivos dentro y fuera de esta ya que ayudan a obtener más clientes, mejorar la marca entre otras.

Otras de las funciones que tienen las relaciones publicas de acuerdo a la investigación, planificación, comunicación, y evaluación son: Gestión de las comunicaciones internas: es de suma importancia conocer a los recursos humanos de la institución y que éstos a su vez conozcan las políticas institucionales, ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce, Gestión de las comunicaciones externas: toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado. Esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones, tanto industriales como financieras, gubernamentales y medios de comunicación, Funciones humanísticas: resulta fundamental que la información que se transmita sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional, Análisis y comprensión de la opinión pública: Edward Bernays, considerado el padre de las relaciones públicas, afirmaba que es necesario persuadir (no manipular) a la opinión pública para ordenar el caos en que está inmersa, Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas: el trabajo de toda relación pública debe tener una sólida base humanista con formación en psicología, sociología y relaciones humanas. Se trabaja con personas y por ende es necesario comprenderlas.

Es muy importante que todas estas estrategias y en conjunto con las relaciones publicas tengan una estrecha relación con la mercadotecnia y la publicidad, pues los fines de la mercadotecnia y la publicidad tienen un enfoque en los fines comerciales emiten mensajes para el público y atraer más clientes, dan una idea más clara respecto a los objetivos que pretende alcanzar una empresa y las herramientas de estas tienen funciones muy diversas. Las relaciones publicas también trabajan con diversos intangibles los cuales son la cultura, la identidad, la filosofía, la imagen, la reputación, todo aquello que el público percibe de una organización.

Se llaman relaciones públicas negativas, al proceso de destrucción de la reputación basado en desprestigiar a la contraparte (una empresa, organización, político, etc.). Para realizar este tipo de campañas puede ser crucial el acceso a información sensible reservada, para

conseguir su objetivo por ejemplo se puede generar un rumor que desprestigie al objetivo el cual puede ser falso, verdadero o con verdades a medias, otra alternativa es actuar directamente con pruebas, abarcando siempre la mayor cantidad de medios de comunicación en un principio para así establecer un único mensaje hacia la comunidad.

El Turismo vincula distintos tipos de públicos, los cuales son parte activa no sólo de dicha industria sino de las Relaciones Públicas. Desde el turista que elige el producto turístico hasta Secretarías de Turismo de todo el país, operadores y agencias de turismo, industria hotelera, guías especializadas, líneas aéreas – transportes terrestres, servicios de alimentos y bebidas, prensa especializada, compañías de seguros, federaciones, asociaciones, etc, la importancia que para la empresa hotelera tienen las relaciones públicas es precisamente, al hablar de un hotel, se habla de sus instalaciones, sus servicios, su gente, su localización y los beneficios que, en comparación con otros hoteles, proporciona a sus huéspedes. Las relaciones públicas no son exclusivamente una nota informativa publicada en un periódico, alabando instalaciones o elogiando la atención recibida; son el resultado positivo de esas instalaciones y esa atención, por lo que para una empresa hotelera las relaciones públicas y el servicio a clientes se unen y complementan.

El objetivo de la función de las relaciones públicas es ayudar o apoyar los esfuerzos de ventas y de operación de cada uno de los hoteles, haciendo notar a los huéspedes los servicios e instalaciones con que cuenta el hotel y atendiendo personalmente a cada uno, si esto es posible, creando así una imagen de atención, cordialidad y servicio personal. Para que la función de las relaciones públicas cumpla con el objetivo descrito, debe existir total coordinación y cooperación entre diferentes departamentos del hotel directamente relacionados con la comodidad, estancia, y actividades de los huéspedes.

La eficacia publicitaria se debe definir en función de los objetos publicitarios. Por lo tanto, una acción publicitaria será eficaz siempre y cuando cumpla los objetivos para los que fue ideada.