



Nombre del alumno: Julia Rodriguez Bustos

Nombre del profesor:

Karina Maricruz Pérez Guillen

Nombre del trabajo: Súper Nota

Materia: Relaciones Públicas

Grado: 7mo. Cuatrimestre

Grupo: A

Comitán de Domínguez, Chiapas a 12 de noviembre de 2021.

EJEMPLO DE PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS

Ejemplo:

Caso hipotético de programa anual de relaciones públicas, en el cual se incluye no sólo el programa en sí, sino también algunos datos y antecedentes tomados en cuenta para su elaboración, que servirán tanto para comprender el contexto en el cual se da el programa, como para ilustrar objetivos y políticas de relaciones públicas.



Datos generales.

- La Compañía Tequilera el Alambique, S. A., fue fundada en el año 1935, y hasta la fecha ha operado sin contar con un programa definido de relaciones públicas; el programa que se presenta para el año 1979 por lo tanto es el primero de que dispone.
- El programa se basa fundamentalmente en la información obtenida a través de una serie de encuestas de opinión, entrevistas con diversos funcionarios y empleados y la investigación en diversos archivos de la empresa.
- Estas investigaciones se realizaron en 1977 y tuvieron como fin primordial definir la situación de las relaciones internas y externas de la empresa, así como su imagen en general ante sus diversos públicos.

RESUMEN DE LOS RESULTADOS

Públicos de la empresa.

En primer lugar se definieron y clasificaron los públicos importantes para la empresa.

- Público interno.

1. Personal directivo
2. Personal operativo

- Públicos externos

1. Accionistas y organizaciones financieras
2. Clientes actuales y potenciales. a) Distribuidores (detallistas y mayoristas) b) Consumidores
3. Gobierno
4. Comunidad
5. Empresas competidoras
6. Proveedores
7. Medios masivos de comunicación

Situación de las relaciones con los diferentes públicos.

- Por medio de las investigaciones realizadas se descubrió la existencia de problemas y deficiencias importantes en las relaciones con cuatro públicos (personal, clientes, gobierno y empresas competidoras) que requerían de una acción inmediata.
- En lo que se refiere a las relaciones con los públicos restantes, se llegó a la conclusión de que, si bien podían y debían ser mejoradas, no presentaban problemas graves que implicaran la necesidad de atenderlos con el mismo énfasis y urgencia que a los primeros.
- Razón por la cual sólo se presenta la parte del programa y los resúmenes de la situación de las relaciones, que se refieren a los cuatro públicos antes citados.



RELACIONES CON EL PERSONAL



- a) Existen elevados índices de rotación, retardos y ausentismo de personal.
- b) En general predomina gran apatía y falta de iniciativa entre el personal, ocasionada por una baja motivación.
- c) Con relativa frecuencia se realizaron despidos por actos indisciplinarios.
- d) Todo lo mencionado hasta ahora ha contribuido a una baja productividad.
- e) Los sistemas de comunicación con el personal establecidos hasta ahora (buzones de sugerencias, periódico privado y tablero de anuncios) han fracasado totalmente.

f) Se puede asegurar que los empleados tanto a nivel directivo como intermedio y operativo, están bien remunerados.

- En general los sueldos y salarios pagados en la empresa son más elevados, o por lo menos iguales, a los pagados en puestos similares en otras empresas, según muestra una encuesta regional de sueldos y salarios realizada recientemente.



Con objeto de definir con más exactitud la situación de las relaciones con el personal, y detectar las razones en que se fundaban, se llevó a cabo una encuesta de opinión entre dicho personal, que arrojó los siguientes resultados:

a) Existe gran desconocimiento y, por tanto, desaprovechamiento por parte del personal, sobre todo operativo, acerca de las prestaciones otorgadas por la empresa (ya sea por cuenta propia o por mediación del I.M.S.S.) Por ejemplo, el 61% de los entrevistados desconoce que con sólo solicitarlo pueden ser inscritos, junto con su familia, en cierto club deportivo, cubriendo sólo el 30% del importe total de la cuota, dado que la empresa ofrece absorber el pago del 70% restante. Asimismo el 18% de los entrevistados no sabe que existe atención médica a domicilio por parte del I.M.S.S.



b) Un elevado porcentaje del personal operativo (27% de los entrevistados) conserva la creencia de que los descuentos para la creación del "fondo de pensión" y para el seguro de vida personal son realmente artificios de la empresa para pagarles sueldos más bajos de los convenidos. Lo mismo sucede, aunque no tanto (12% del personal operativo), en cuanto a los 68 descuentos por concepto de cuotas al I.M.S.S., ya que creen que es obligación de la empresa cubrir la totalidad de estas cuotas.



c) Gran número de empleados considera que la empresa despide trabajadores injustificadamente. Se encontró que la razón primordial de tal creencia la constituye el hecho de que en meses pasados hubo necesidad de realizar un despido colectivo de ocho obreros por causas no imputables a ellos, sino por razones administrativas, pero nunca se hizo saber al personal afectado las verdaderas razones del despido; éstas se mantuvieron un tanto encubiertas propiciándose la propagación de rumores.