



Nombre de alumno: Cristian Jerónimo Guzmán Moreno.

Nombre del profesor: Ing. Sandra Gálvez Monterroza.

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Relaciones Publicas

Grado: 7° Cuatrimestre

Grupo: Contaduría Publica

Introducción

hoy en día toda empresa, sin importar el tamaño, está expuesta a los riesgos que ofrece la globalización y no pueden vivir sin el apoyo estratégico que ofrecen las relaciones públicas. La mejor forma de hacer promoción estratégica es mediante las relaciones públicas. Es una herramienta eficaz en la búsqueda de clientes y una de las mejores armas y herramientas que pueden ayudar a un negocio.

Cualquier esfuerzo que haga una empresa para generar una mejor imagen es bueno y eso se ve reflejado en un retorno en la inversión de este medio. Es importante reconocer actualmente todo mundo quiere estar en los medios y tratar de acercarse a consumidores específicos. Así que la labor de las relaciones de RP. Es ayudar a las empresas a llegar a estos consumidores.

Primeramente, para comenzar a tratar el tema de las relaciones públicas tenemos que hablar de las relaciones de las personas entre si. Las relaciones humanas son las interesadas en crear y mantener entre los individuos relaciones cordiales, vínculos amistosos, basados en ciertas reglas aceptadas por todos y, fundamentalmente, en el reconocimiento y respecto de la personalidad humana.

Las relaciones publicas por su parte, buscan insertar a las organizaciones dentro de la comunidad, haciéndose comprender, tanto por sus públicos internos como externos, de sus objetivos y procedimiento a fin de crear vinculaciones provechosas para ambas partes mediante la concordancia de sus respectivos intereses.

Las relaciones Humanas y Relaciones Públicas: Relaciones Humanas son vinculaciones entre los seres humanos o personas. Entre las relaciones publicas se establecen relaciones entre las personas (individuo) o una organización (grupo).

Quiere decir, que en las Relaciones Públicas uno de los extremos de la relación es siempre grupo. Mientras que, en el caso de las relaciones humanas, en ambos extremos de la relación existe una persona individual. En tanto que Relaciones Humanas, son vinculaciones entre seres humanas o personas.

Antecedentes

Relaciones Públicas. Su nombre está compuesto por dos vocablos Relaciones y Publicas; que significan vinculaciones con los públicos.

Las Relaciones Publicas se hace mención que datan desde de los primeros tiempos de existencia de la humanidad, puesto que, en cualquier tiempo y lugar, había ya en mayor o menor grado de relaciones públicas. La técnica primitiva de esta se desarrolló en el campo de la ciencia política. Los griegos y otros pueblos conocían perfectamente las técnicas de la propaganda y la información, así como la necesidad de muestreo constituyen un nuevo campo que ha llegado a ser gradualmente un conjunto organizado de conocimientos, reconocidos en una prospera vida mercantil.

La definición dada por la internacional Public Relations Association que define: “Las Relaciones Publicas son una función directiva de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual organizaciones y organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones públicas y privadas tratan de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar vinculados a través de la evaluación de la opinión pública sobre la obra propia, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones y procedimientos propios y obtener por medio de una información amplia y difundida, una cooperación productiva y una realización más eficaz de los intereses comunes”. Son un esfuerzo para estimular o influir en las personas, principalmente por medio de la comunicación, para hacer juzgar favorablemente una organización¹.

Relaciones publicas

¿Qué son las relaciones públicas?

Son comunicaciones corporativas que proponen una imagen clara y transparente. Las acciones de esta disciplina también son de confianza con su público externo (clientes potenciales y reales, proveedores, medios de comunicación, accionistas) e interno (todas las personas que forman parte de la empresa).

Sus funciones de un profesional en relaciones publicas

Las RRPP se basan en un proceso de investigación y técnicas de comunicación para poder anticiparse a la opinión pública. No obstante, los profesionales en relaciones publicas pueden especializarse en diferentes campos y las siguientes actividades:

¹ (Itoiz, 2021)

Planes estratégicos: Su función consiste en analizar la organización en sus diversas dimensiones y posibilidades para construir una estrategia global y transmitir el mejor mensaje e imagen de la empresa.

Medios de comunicación: Actividades integradas por un gabinete de prensa. Es decir, es donde se dónde se gestionan publicaciones y entrevistas en los medios de comunicación. En este caso, se tiene como objetivo proteger, mantener y/o crear una imagen a traes de los medios para el público.

Organización del evento: El profesional debe controlar que se ejecuten correctamente y que la organización de toda logística funcione como es debido.

Estudios de mercado: Consiste en entender el comportamiento de los consumidores y clientes potenciales que interactúan con la marca.

Producción de contenido: Escribir y crear contenido forma parte de la rutina de las relaciones públicas. Para llevar a cabo se necesita comprender el lenguaje y posicionamiento de la marca. De esta manera, se pude transmitir en diferentes canales, tanto interno e externo; es decir, blogs, redes sociales, sitios web, videos, etc.

Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas

Ahora vemos qué relaciones publicas internas y externas de una empresa. Son las encargadas de ofrecer soporte comunicacional a una compañía para proyectarla en el mercado nacional e internacional. Su objetivo es gestionar, impulsar y mantener una excelente comunicación dentro y fuera de la organización, para garantizar una imagen pública de alto nivel.

Relaciones publicas internas: “Son aquellas que se concentran en fortalecer los vínculos entre la empresa y sus empleados, facilitando un buen ambiente comunicacional y reforzando los valores en cada una de las actividades que se realicen”².

Funciones:

a).- Estructurar una red comunicacional masiva y efectiva. El Intranet es una buena opción, ya que se crea una red interna de fácil y rápido acceso.

² (Sy Corvo, 2021)

b).- Organizar y ejecutar grupos de discusión, donde de manera voluntaria se reúnan las personas a conversar sobre temas relacionados con el funcionamiento de la empresa o necesidades del grupo.

c).- Planificar actividades de esparcimiento con la integración de varios departamentos: celebración de cumpleaños, encuentros deportivos, etc.

d).- Organizar talleres o charlas motivacionales sobre crecimiento personal.

e).- Implementar un buzón de opiniones o sugerencias, el cual debe revisarse con periodicidad a fin de recibir la información, corroborarla y canalizar al departamento relacionado con la misma.

f).- Elaborar y distribuir material informativo como revistas, folletos o carteleras.

Relaciones públicas externas: se encargan de tomar acciones relacionadas con las posiciones, valores, lineamientos y actuaciones de la empresa hacia diversos entes y grupos humanos que hacen vida en la sociedad.

Su objetivo “es el de promover la compañía e incrementar sus ingresos”³. Es por ello que se busca desarrollar una comunicación efectiva entre la empresa y los diferentes entes con los que esta se relaciona: clientes, medios de comunicación, industrias, comunidad, gobierno, entidades financieras, proveedores y público en general.

Importancia de las Relaciones Públicas

Las Relaciones Públicas son una función directiva, de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones públicas y privadas, tratan de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar vinculados, a través de la evaluación de la opinión pública sobre la propia, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones, procedimientos propios y obtener por medio de una información amplia y difundida, una cooperación productiva y una realización más eficaz de los intereses comunes.

En tiempos anteriores las Relaciones Públicas no eran muy tomadas en cuenta ya que las consideraban un gasto innecesario y no las consideraban como herramientas básicas para las organizaciones. Hoy en día se ha venido transformado ese concepto que tenían antes, ahora las organizaciones consideran que el éxito o el fracaso de una compañía va a

³ Ibid.

dependen en gran medida de la imagen que proyectemos, tanto hacia el exterior como hacia el interior. Proyectar una buena imagen de empresa no es ni más ni menos que el mercado tenga conocimiento, una opinión y valoración positiva de nuestra organización y, por lo tanto, de los productos y servicios que ofrecemos.

Selección de mensajes y vehículos de Relaciones Públicas

A continuación, la organización selecciona los principales temas de sus mensajes y las herramientas que usará. Los temas que deben guiarse por las estrategias de marketing y comunicaciones generales de la organización. Las relaciones públicas son una parte importante del programa integrado de comunicaciones de marketing de la compañía, por ello, los mensajes correspondientes deben integrarse cuidadosamente a las comunicaciones publicitarias, de ventas personales, de marketing directo y de otro tipo de la organización.

En algunos casos, los mensajes y herramientas de relaciones públicas serán obvios. En otros la organización tendrá que crear noticias, más que encontrarlas. La creación de ventas es importante sobre todo cuando se desea hacer publicidad a las campañas de recaudación de fondos de organizaciones no lucrativas. Los recaudadores han desarrollado un amplio repertorio de eventos especiales como exhibiciones de arte, subastas, veladas caritativas, ventas de libros, concursos, bailes, cenas, ferias, desfiles de modas, etc.

Conclusión

El programa de relaciones públicas que finalmente se plantee tiene que establecer las herramientas tácticas que se utilizarán en secuencia en un tiempo determinado. Así mismo debe considerar todos los recursos, tanto humanos como materiales y el acceso a las altas instancias de la organización.

Durante la implementación es importante no descuidar el seguimiento de todos los recursos, de cumplir los plazos establecidos y recopilar los resultados. En el pasado las empresas podían darse el lujo de estar mudas, escondida o desinteresarse de lo que no fuera su producto y su ganancia. El ambiente en el que se desenvuelven hoy los negocios es otro, es la oportunidad de crear una imagen de algo tan intangible como una marca, porque mientras el departamento de marketing se ocupa de facilitar la venta, el de RR.PP. se ocupa de lograr una buena percepción en la mente de las personas.

Bibliografía

Itoiz, C. (2021). *Conceptos Objetivos. Introducción a las Relaciones Públicas*. RRPPNET. Obtenido de RRPPNET: Recuperado: <https://www.rrppnet.com.ar/introduccion-a-las-relaciones-publicas.php> el día 08/11/2022

MARKETING, C. Y. (07 de Junio de 2021). *¿Qué son las relaciones públicas y para qué sirven?*: *escuelaselect.com*. Obtenido de *escuelaselect.com*: <https://escuelaselect.com/que-son-las-relaciones-publicas-y-para-que-sirven/> el día 08-11-2021

Rlco Hernandez, K. (12 de octubre de 2018). *relaciones publicas: kars's Weblog*. Obtenido de Karh's weblog: recuperado: <https://karh.wordpress.com/2008/10/12/ensayo-de-relaciones-publicas/>

Sy Corvo, H. (14 de Abril de 2021). *Relaciones publicas internas y externas de una empresa: Lifeder*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/relaciones-publicas-internas-externas-empresa/> el día 16/11/2022

UDS. (2022). *Relaciones Públicas: facultad de Licenciatura en Contaduría Pública*. Ocosingo: Campus Ocosingo.