

# Relaciones públicas con el gobierno

## EL GOBIERNO COMO ÓRGANO REGULADOR

El gobierno regula ciertas actividades de las organizaciones por medio de leyes que emite.1 Por ejemplo, a través de la Ley Federal del Trabajo, la Ley del Impuesto sobre la Renta y las leyes que regulan actividades mercado lógicas, como las relativas a precios, marcas, pesos y medidas y la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Este hecho pone de relieve la importancia de que, a través de las relaciones con el gobierno, la organización esté al tanto constantemente de las nuevas leyes o a las modificaciones a las actuales, que puedan afectarle de cualquier modo (ya sean leyes federales, estatales o municipales).

## EL GOBIERNO COMO ÓRGANO IMPOSITIVO

Se ha reconocido al gobierno la capacidad y autoridad para crear y hacer cumplir un sistema tributario. Al planear el sistema impositivo nacional, estatal o municipal, los legisladores pueden cometer errores. Aquellas organizaciones que hayan desarrollado un inteligente programa de relaciones públicas con el gobierno, podrán lograr, con mayor facilidad, ser escuchadas

## EL GOBIERNO COMO FUENTE DE CRÉDITO

Las relaciones con el gobierno considerado como fuente de crédito cobraron mayor importancia a partir del primero de septiembre de 1982, fecha en que entró en vigor el decreto por el cual se nacionalizó la banca privada, ya que con ello el Estado se convirtió en la principal fuente de financiamiento para un mayor número de organizaciones.

Es importante que cada organización aplique los preceptos de relaciones con las organizaciones financiadoras recomendados en el capítulo correspondiente, en sus relaciones con aquellas sociedades nacionales de crédito2 que puedan llegar a financiarla, a fin de facilitar el proceso de obtención de créditos.

## EL GOBIERNO COMO COORDINADOR

Los tres aspectos del gobierno mencionados hasta ahora convierten a éste en un coordinador de la economía y actividades nacionales, función que realiza con el fin de lograr un desarrollo armónico y equilibrado del país.

Los medios masivos de información especialmente la prensa, facilitan a las organizaciones estar al tanto de las decisiones y tendencias del gobierno en sus cuatro aspectos expuestos hasta ahora (aspectos regulador, impositivo, crediticio y coordinador)

## EL GOBIERNO COMO COORDINADOR

nanos públicos que muestren las inclinaciones del gobierno en cuanto al impulso o restricción de ciertas actividades.

## EL GOBIERNO COMO COMPETIDOR

El gobierno compite con la iniciativa privada en muy diversas ramas de las actividades económicas, a través de empresas descentralizadas principalmente, así como de otros organismos oficiales.

Existe gran número de ejemplos, entre los cuales podemos citar los siguientes: La Compañía Nacional de Subsistencias Populares, S. A. (CONASUPO), que compite a través de sus tiendas de autoservicio (CONASUPER) y de sus empresas filiales, tales como Rehidratadora de Leche Conasupo, S. A. y Panificadora Conasupo; las tiendas del IMSS, del ISSSTE y del Departamento del Distrito Federal; la Compañía Industrial de Abastos (IDA); las instituciones nacionales de crédito; el canal 13 de televisión, etcétera.

## EL GOBIERNO COMO FUENTE DE INFORMACIÓN

A través de entidades tales como la Secretaría de Programación y Presupuesto, el Banco de México, Nacional Financiera, S. A., el Banco Nacional de Comercio Exterior y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, el gobierno realiza censos, investigaciones y estudios que constituyen una valiosa información para organizaciones de muy diversos tamaños y tipos, que pueden ser de utilidad,

por ejemplo, para la realización de investigaciones de mercado, encuestas de opinión, estudios sobre proyectos de inversión, etc.

## CÁMARAS DE COMERCIO Y DE INDUSTRIA COMO MEDIOS DE COMUNICACIÓN

con el gobierno, ya que hace verdaderamente representativa la corriente de opinión de tales sectores privados ante los organismos gubernamentales, imprimiéndole aún más fuerza. Las citadas cámaras se encuentran regidas por la Ley de Cámaras de Comercio y de las de Industria y corresponde a la Secretaría de Comercio ejercer sobre ellas los controles fijados en esta ley.

Las cámaras de Comercio se constituyen de acuerdo con un criterio de distribución geoeconómico establecido por la Secretaría de Comercio, y a ellas deben afiliarse todos los comerciantes de la localidad donde funcionan, sin importar la rama del comercio a que se dediquen.5

## INFORMACIÓN QUE DEBE PROPORCIONARSE AL GOBIERNO

Las organizaciones deberán procurar dar a conocer y destacar ante los sectores gubernamentales con los cuales tengan más nexos, información respecto a la forma en que contribuyen al desarrollo socioeconómico de la comunidad, local o nacional.

Por ejemplo, como fuente de trabajo, mediante la generación y pago de impuestos, como promotoras de actividades económicas, a través de la creación de divisas por exportaciones, propugnando la elevación del nivel de vida de sus recursos humanos, colaborando con el gobierno en la realización de obras de infraestructura, por medio de medidas para mejorar la situación ambiental, etcétera.