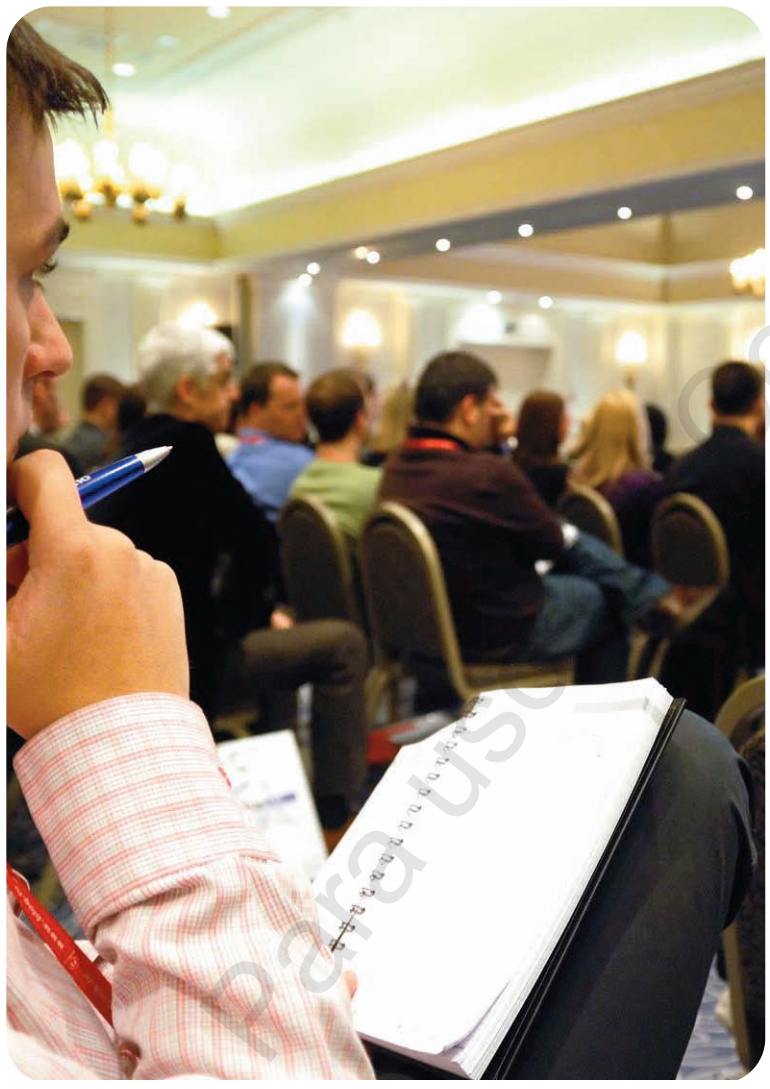
RELACIONES públicas

Las relaciones humanas, arte y estrategia

Dado que la empresa y su entorno están compuestos por personas y que de su eficaz interacción depende el desarrollo de la actividad empresarial, se debe acudir a expertos para desarrollar estrategias y herramientas que coadyuven en la creación de canales ágiles de comunicación y de creación de imagen.

Este tipo de profesionales son los relacionistas públicos y su trabajo incluye tanto al público interno (funcionarios) como externos (medios de comunicación, clientes, proveedores, etc.). Su trabajo lo realiza en coordinación con otros comunicadores: publicistas, periodistas, etc.

En primera instancia, el profesional en relaciones públicas debe, mediante un proceso científico, obtener información sobre los diferentes públicos: percepciones sobre la empresa, motivaciones y necesidades, ideas, etc. Luego, con base en este material genera los planes de comunicación, el objetivo general es que la empresa sea percibida en la forma en que ésta desea y que las personas relacionadas con la misma se sientan identificados con ella.



¿Dónde puede laborar?

Un profesional en Relaciones Públicas podría ejercer sus funciones tanto en la empresa privada como en instituciones públicas, así como montar su propia empresa.

- En agencias de relaciones públicas y en agencias de publicidad.
- En departamentos de prensa o de comunicación en las instituciones públicas.
- En departamentos de mercadeo o de comunicación en empresas privadas.
- En secciones de protocolo e imagen.
- Como staff en departamentos de recursos humanos.

También podría montar una empresa o trabajar en forma liberal desarrollando:

- Seminarios o congresos, ferias, festivales, etc.
- Asesoría en relaciones públicas (como empresa foránea).
- Proyectos en comunidades: fundraising (buscando financiamiento para organizaciones de bien social).
- Asesoría en imagen corporativa o personal (propaganda política).

Existen muchas opciones para desarrollarse, depende del área en la que prefiera colocarse, del entusiasmo y la creatividad con que realice su trabajo.

Funciones del (a) profesional en Relaciones Públicas

a) Asesorar a los sectores políticos y ejecutivos de la organización en materia de comunicación. Por ejemplo, les pueden ayudar a determinar el impacto que tendría una determinada política de una empresa en la comunidad y desarrollar acciones para que éste fuese lo más positivo posible. Las actuaciones de la empresa, como las de cualquier individuo en una sociedad, generan ideas y conductas que afectan a otras personas o empresas; el trabajo del profesional en relaciones públicas es velar por que éstas mantengan una disposición favorable con la empresa y evitarle problemas.

b) Investigar cómo se percibe a la empresa, tanto a nivel interno entre sus funcionarios como externo: la comunidad donde se encuentra, los clientes, los proveedores. Para realizar estas investigaciones se cuenta con varias herramientas, no obstante, según cada caso el profesional deberá utilizar su creatividad y sus conocimientos para desarrollar una metodología.
El departamento de relaciones públicas de una empresa es como un termómetro que le avisa a los ejecutivos que se avecina un problema o una gran oportunidad para la empresa. No obstante, para ello necesita estar en constante intercambio, investigar y monitorear es un trabajo fundamental para brindar una asesoría eficaz y oportuna.

c) Planificar la comunicación de la empresa: objetivos, estrategias y tácticas a diferentes plazos, por ejemplo: coordinar qué tipo de campañas de publicidad se desean realizar, establecer una relación directa con medios de comunicación, etc.
Debe definir la estrategia de imagen corporativa y asesorar a todos los departamentos de la empresa para darle unidad a la estrategia y mayor credibilidad para la organización.

d) Organizar, según las necesidades de los empleados de la empresa u organización, diferentes actividades para su capacitación, motivación, etc. Desarrollar planes de incentivos en servicio al cliente para los proveedores y los consumidores.

e) Participar en el desarrollo de programas de bienestar social o estimular su ejecución, como un mecanismo adecuado para proyectarse en la comunidad y generar una opinión favorable.

Perfil profesional

a) Alto nivel cultural e interés por manejar acontecimientos sociales, económicos y políticos.

b) Habilidad para comprender e interpretar diferentes ideas: causas y consecuencias, ello le ayudará a prever y entender las actuaciones de las personas que componen los segmentos con quienes se relacione.

c) Capacidad de persuasión. Habilidad para comprender en poco tiempo las necesidades y motivaciones de las personas y desarrollar su discurso a partir de ello.

d) Respeto y conocimiento por otras áreas de la comunicación con el fin de coordinar estrategias integrales para la empresa.

e) Excelentes relaciones humanas, carácter sociable, respetuoso pero firme en sus Ideales.

f) Considerando las necesidades del entorno, en general, sería conveniente tener conocimientos en computación e Idiomas.

Para uso educativo