

PROPUESTA:

CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS PARA LOS ALMACENES EL CHOCHO Y EL CAMPEÓN

Cómo sabemos cada día las empresas se enfrentan a un mundo globalizado, con retos empresariales, políticos y socioeconómicos que demandan atención y comunicación. Esto implica el hecho de que el público, el consumidor exige mayor información del producto o servicio que se ofrece.

En toda empresa es importante la comunicación interna y externa con los clientes, proveedores y opinión pública en general.

Las Relaciones Públicas modernas representan hoy día para toda empresa u organización una revolución del pensamiento de la dirección de dichas relaciones, la cual se inicia con la creación de satisfacciones para el público, al igual que beneficios para la empresa.

Para toda organización o empresa es importante mantener un ambiente sano dentro de la misma, por tanto las RR.PP es una disciplina que sirve de apoyo y soporte en toda compañía, colaborando a través de sus conocimientos y técnicas comunicacionales, brindando así un compendio de actividades para sus diversos públicos.

Cabe señalar que en nuestro país las relaciones públicas se encuentran entre las más nuevas funciones de la administración; sin embargo, ya se está tomando conciencia de su importancia dentro de cualquier estructura empresarial o institucional. Se han convertido en parte vital del proceso de comunicación, tanto interno como externo, proceso que es indispensable en los trabajos y actividades que realizan las empresas y organizaciones.

Muchas empresas por más grandes o pequeñas que sean confían a otras oficinas o departamentos como publicidad, ventas, recursos humanos, para que manejen todas las funciones de relaciones públicas. Dicha posición trae consigo resultados desventajosos, ya que las relaciones públicas se manejan a un nivel secundario y sin la importancia debida.

Por estas razones, nuestra propuesta está enfocada en la necesidad de un departamento de RR.PP para los Almacenes El Chocho y El Campeón.

Los Almacenes El Chocho y El Campeón carecen de una oficina de RR.PP que promueva y atienda a su público, tanto interno como externo, a su vez que la misma fortalezca la imagen empresarial y el prestigio de la empresa y que esta oficina sirva de vocero en la divulgación de las labores que ellos llevan a cabo.

Esta oficina de RR.PP dentro de la estructura organizacional de los Almacenes El Chocho y El Campeón beneficiará a toda la empresa, tanto a su identidad e integridad empresarial, como en su comunicación organizacional.

Nuestra propuesta está fundamentada en que los Almacenes El Chocho y El Campeón dirigen ciertos principios de RR.PP, pero no cuentan con una asesoría especial dentro de la empresa. Es decir, que a lo interno de ella no la compone una oficina de RR.PP que le brinde a los diversos públicos informaciones sobre la empresa.

Cabe destacar que para cada empresa le es indispensable, mantenerse con un liderazgo en todas las ramas, tanto económica, tecnológica y de servicios, porque de ello dependerá la imagen favorable de la misma, ya

que de ésta se obtendrá una gran parte del funcionamiento eficaz y exitoso de la empresa.

Los directivos sencillamente no tienen tiempo ni la capacidad de manejar las relaciones públicas. En consecuencia dichas funciones no son atendidas en forma adecuada.

Evidentemente no todas las organizaciones necesitan de un Departamento de Relaciones Públicas, ni todas cuentan con los recursos para ello. No obstante, podemos asegurar que todas ellas sin excepción, cualquiera que sea su tipo o tamaño, necesitan mantener relaciones cordiales con su medio y cuidar que estas sean armoniosas, si desea allanar el camino hacia la consecución de sus objetivos. Por tanto la función de las RR.PP debe existir en toda organización o empresa.

Por lo expuesto anteriormente el problema radica en que las RR.PP dentro y fuera de los Almacenes El Chocho y El Campeón, son ejercidas por la gerencia de mercadeo y de recursos humanos, siendo esto un problema de comunicación, ya que cuando una persona solicita algún tipo de información sobre la empresa, esta persona se encuentra con diversos obstáculos para obtener información y se da cuenta a la vez que esta empresa no cuenta, ni existe un departamento u oficina que le brinde la información de forma rápida, sino que debe esperar a que se le de una cita previa para que lo puedan atender, lo que hace tedioso a su público el investigar sobre dicha empresa, ya que muchas veces se muestran herméticas.

Por las razones anteriores es que proponemos la creación de un Departamento de Relaciones Públicas para los Almacenes El Chocho y El Campeón.

PROPUESTA

A. Creación de la Oficina de Relaciones Públicas

Tomando en consideración los conceptos de RR.PP citados por diversos autores, además de la ausencia de una oficina de RR.PP, dentro de los Almacenes El Chocho y El Campeón, en donde estas funciones son atendidas por otras gerencias, señalaremos un modelo de un Departamento de Relaciones Públicas que contribuya al desarrollo eficaz de esta empresa.

• Estructura

El Departamento de Relaciones Públicas deberá estar ubicado dentro de su estructura y organización bajo la gerencia general o la alta dirección para darle a las RR.PP el lugar que le corresponde dentro de la empresa como disciplina, que es la asesoría en lo administrativo, principalmente en el área de comunicación.

La conformación de dicho departamento varía dependiendo del tamaño, ocupación y presupuesto de la empresa. Por ello las diferentes secciones, como las diferentes ocupaciones del personal varía, por lo que se requiere de profesionales idóneos, tales como: relacionistas públicos, secretarias, fotógrafos, publicistas, mensajeros, para lograr los objetivos trazados por el departamento de RR.PP y la empresa.

En general los objetivos de este departamento están dirigidos a desarrollar una serie de programas y actividades de la empresa en materia de comunicación.

Dentro de este departamento se debe contar con un aproximado de 6 empleados, para el buen funcionamiento de la misma. Entre los funcionarios que allí laboren contaremos con:

- El jefe del departamento de RR.PP
- Asistente de RR.PP
- 1 Secretaria
- 1 Periodista

- 1 Fotógrafo

- **Objetivos del Departamento de Relaciones Públicas (a corto y mediano plazo).**

- ◆ Servir de apoyo a los programas de mercadeo, incluyendo la publicidad del producto, como el de su proceso en los desplegados de prensa, y la utilización audiovisual de radio y televisión.
- ◆ Implementar comunicaciones internas con los empleados en la realización de publicaciones para la compañía, y a su vez ejecutar programas de información para los empleados acerca de las utilidades, aspectos económicos de la empresa, control de calidad y operaciones gerenciales de la empresa.
- ◆ Efectuar estudios de opinión pública con el objetivo de analizar en detalle los públicos, actitudes y formación de su opinión hacia la empresa.
- ◆ Realizar una evaluación ambiental y social como medio para tratar a los públicos de la empresa.
- ◆ Realización de planes y programas de RR.PP para la empresa que les permita incrementar su funcionamiento interno como externo y las operaciones generales de la organización.
- ◆ Mantener relaciones cordiales con los públicos a través de comunicaciones de doble dirección, de puertas abiertas con todas aquellas personas que de alguna manera están conectadas con la empresa.
- ◆ Velar que se mantengan tratos cordiales con los diferentes públicos que se acerquen a la empresa brindar todo tipo de acceso, desde una llamada telefónica hasta brindar la información que requieran.
- ◆ Proporcionar información a los visitantes, como al personal en cuanto a reuniones, seminarios y proyectos de la misma.
- ◆ Divulgar a través de medios de comunicación (radio, televisión, prensa) de las actividades que realicen los Almacenes El Chocho y El Campeón.

- **Funciones del Departamento de RR.PP de los Almacenes El Chocho y El Campeón.**

- ◆ Elaborar publicaciones dentro de la empresa para mantener informado al personal.
- ◆ Desarrollar propaganda de tipo empresarial hacia los públicos.
- ◆ Ejecutar principalmente una actividad de recaudación de información por medio de una medición y análisis de opinión pública, que servirá de apoyo para todo proyecto o programa de RR.PP para la empresa.
- ◆ Trabajar en conjunto con otros departamentos de la empresa para ejecutar buenos programas de RR.PP y a su vez tener conocimientos de los mismos para diseñar técnicas de comunicación (boletines informativos, folletos, brochurs, etc.) que informen sobre las diversas funciones a su público externo.

- **Papel y lugar de la RR.PP en la Empresa.**

El departamento de RR.PP va a jugar un papel importante dentro de los Almacenes El Chocho y El Campeón al igual que en sus diferentes departamentos, ya que va a contar con personal especializado, capaz de poder desarrollar sus funciones a través de mecanismos de investigación que puedan dar como resultado la buena imagen de la empresa.

Este departamento, debido a sus funciones, debe tener una relación directa con la alta gerencia, colocándose dentro de la estructura organizacional como asesoría, dándose así una comunicación eficaz entre ambas partes.

Todo se llevará a cabo si el departamento es considerado como parte importante par la empresa y sus ejecutivos.

• **Ventajas del Departamento de RR.PP**

La creación de un departamento de RR.PP tiene ventajas para la empresa, entre las que podemos mencionar las siguientes:

- ◆ Se brinda información sobre la empresa u organización a cualquier persona que requiera de la misma.
- ◆ Se pueden estudiar a los públicos, además de investigar a través de técnicas científicas de comunicación las conductas y actitudes de la misma.
- ◆ Sirva de vocero oficial, es decir, el departamento encargado de difundir, por medio de las diversas técnicas de comunicación, todas las actividades, eventos y promociones propias de la empresa.
- ◆ Es importante que el departamento de RR.PP para los Almacenes El Chocho y El Campeón, al igual que los otros departamentos cuenten con un personal especializado, capaz de poder desarrollar sus funciones a través de mecanismos de investigación que puedan dar como resultado la buena imagen de la empresa.

Una vez expuesta la estructura organizacional de nuestra propuesta para la creación de un departamento de RR.PP para los Almacenes El Chocho y El Campeón, podemos decir que detectamos algunos problemas de tipo comunicacional que tienen estos almacenes. Esto se debe a que dentro de su estructura organizacional no cuenta con un departamento que se encargue de tratar este tipo de situaciones comunicacionales.

Por tal motivo nuestra conclusión principal es que es necesario que se incluya un departamento de RR.PP dentro de estos almacenes. Esta afirmación la hacemos, ya que al tener un departamento de RR.PP con personal idóneo, están en capacidad e evaluar actividades y opiniones del público, con la finalidad de determinar a quienes van dirigidas las actividades e investigar a quienes van dirigidos los objetivos. De esta forma establece un ambiente favorable para todos (empresa, empleados, clientes), tratando de ver los intereses y beneficios comunes.

Además, la empresa debe brindar la información que solicite el público, sea éste cliente o no, sin encontrar tantos obstáculos al momento de llegar a la empresa a solicitar una cita con algunos de los empleados que allí laboran. Si bien es cierto, una empresa no sólo depende de vender un buen producto, sino también debe emplear mecanismos esenciales de RR.PP, ya que tiene como escenario de trabajo la sociedad que la rodea, y éste tiene el compromiso de basar sus actividades en programas y planes ricos en una comunicación continua hacia ambos sentidos, mirando siempre el beneficio de la comunidad que va desde (usuarios, clientes, personas particulares y público en general), tratando de que exista una afinidad y comprensión con el público.

La empresa debe utilizar diferentes técnicas de comunicación, las cuales deben ser sencillas y atractivas que

interesen al público, tanto interno como externo de la empresa.

Finalmente, debemos señalar que las RR.PP no son casuales, sino que llevan a cabo una función continua de transmisión empresarial, por tanto es muy importante analizar el rol que juegan en una empresa u organización.