

Acacio, Ivanna y Fuenmayor, Andrea. Análisis de las Relaciones Públicas aplicadas a través de las Redes Sociales por la empresa Comercial Mi Mene, C.A. en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín. Facultad de Humanidades y Educación. Escuela de Comunicación Social. Mención Publicidad y Relaciones Públicas. Trabajo Especial de Grado. Maracaibo, 2023.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar las relaciones públicas aplicadas a través de las redes sociales por la empresa Comercial Mi Mene, C.A. en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Para la elaboración de este análisis se estudiaron algunos conceptos e ideas de autores especialistas en el área de relaciones públicas y/o redes sociales, tales como; Monferrer (2013), Ureña, Ferrari, Blanco y Valdecasa (2011), Rojas y Redondo (2019), Arceo (2012), O'Guinn, Allen y Semenik (2013), entre otros. El tipo de investigación se calificó como analítico, descriptivo, de campo, documental, bajo un diseño no experimental descriptivo transeccional, puesto que se recogió una vez la información conforme al objeto de estudio. La población estuvo conformada por el gerente general de la empresa y por treinta (30) publicaciones en Instagram y Facebook del perfil de la empresa. Por su parte, la técnica de recolección de datos utilizada fue la observación por encuesta mediante una entrevista dirigida al gerente general, la cual contaba con veintidós (22) preguntas abiertas y una guía de observación para las publicaciones en redes sociales conformada por veintidós (22) preguntas abiertas. Los instrumentos fueron validados por el Comité Académico de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín. Los resultados obtenidos fueron analizados cualitativamente. De este modo, se obtuvo que la situación actual de la empresa es estable, sin embargo, se requiere la implementación de nuevas herramientas en materia de gestión de relaciones públicas para optimizar e innovar sus procesos. Los elementos están claramente definidos, así como las estrategias y las tácticas van acordes con los objetivos de la marca y los deseos del público, lo cual logra una mejora continua y diferenciación de la competencia. Se recomendó el establecimiento formal de los procesos de relaciones públicas que actualmente se llevan a cabo de forma positiva.

Palabras clave: Relaciones Públicas, Redes Sociales, Interacción, Contenido, Tácticas.