



Mi Universidad

Nombre de la Alumna: LITZI BELEN ROBLERO ESCALANTE

Nombre del tema: RELACIONE PÚBLICAS EN ORGANIZACIONES TURISTICAS

Parcial: I

Nombre de la Materia: RELACIONES PUBLICA

Nombre del profesor: MIGUEL ANGEL VILLATORO AGUILAR

Nombre de la Licenciatura: CONTADURÍA PÚBLICA

Cuatrimestre: 7

FRONTERA COMALAPA CHIAPAS; 03/12/2023

Al hablar de Relaciones Públicas es poco lo que se puede decir con respecto al papel fundamental que juega dentro de determinados sectores que no sean el de representar una organización o ayudar a una campaña publicitaria a promover un producto o como desarrollar la nueva imagen de una empresa. Podríamos decir que hay muchos tipos de turismo como; el turismo de negocios, turismo de países, turismo de políticas, histórico, intelectual, etc. Entendiéndose turismo como aquellos viajes que realizamos por el placer mismo de viajar, se entiende como la actividad, que implica viajar o hospedarse por un tiempo determinado en una zona no habitual al que uno habita, en busca de descanso, entretenimiento o nuevas experiencias. Todas estas categorías plantean problemas para las relaciones públicas en relación a la comunicación multi-cultural, ética, seguridad, responsabilidad social y globalización, así como los aspectos funcionales más evidentes como la promoción y el apoyo comercial donde las relaciones públicas desarrollan un papel en la construcción de imágenes de lugares, actividades e identidades (estilo de vida).

Para iniciar debemos tener en cuenta que las relaciones públicas desempeñan un papel fundamental en las organizaciones turísticas, ya que son las encargadas de gestionar y promover la imagen de la empresa frente a sus diferentes públicos, tanto internos como externos.

En el sector turístico, donde la competencia es alta y la satisfacción del cliente es crucial, contar con una estrategia de relaciones públicas bien diseñada puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de una organización. Una de las principales funciones de las relaciones públicas en las organizaciones turísticas es crear una imagen positiva y una reputación estable. Esto se obtiene a través de acciones y comunicaciones que transmiten los valores y propiedades de la empresa de una manera coherente y atractiva. También son responsables de gestionar la comunicación con los medios de comunicación, organizar eventos, participar en ferias y exposiciones, entre otras acciones, para dar a conocer y promover los productos y servicios turísticos de la organización. Asimismo, las relaciones públicas en las organizaciones turísticas son fundamentales para establecer y mantener buenas relaciones con los clientes. A través de una comunicación efectiva, las relaciones públicas pueden generar confianza y lealtad en los clientes, lo que se traduce en un mayor número de visitantes repetitivos y una mejor reputación. Además, las relaciones públicas también son responsables de gestionar las quejas y reclamaciones de los clientes, asegurándose de resolver los problemas de manera rápida y eficiente. Otro aspecto importante de las relaciones públicas en las organizaciones turísticas es la de gestionar la comunicación interna. Ya que es fundamental que todos los miembros del equipo estén

adaptados y compartan los mismos valores y objetivos de la empresa. Las relaciones públicas son responsables de crear un ambiente de trabajo positivo y motivador, promover la participación y fomentar la comunicación interna. Esto no solo mejora el clima laboral, sino que también se refleja en el trato y la atención que los empleados brindan a los clientes. Ahora bien, si nos preguntamos ¿cómo intervienen las Relaciones Públicas en la venta de un destino turístico? Pues nos explica que en la venta de un destino turístico van a existir tres tipos de relaciones públicas, una de ellas es la imagen, esta es una forma de influir en el conocimiento que se cuenta del producto turístico, es decir para crear una imagen de oportunidad, la segunda es de rutina esto es para los clientes tenga la confianza en el mercado de origen, la tercera y última es de crisis es una de las peores gestiones y es en donde entran los medios de comunicación para cambiar la mala visión que tienen los turistas de un destino esto nos lleva a la importancia de las relaciones públicas en la industria hotelera que para ellos las relaciones públicas son una parte importante para su estrategia de marketing, porque su objetivo es destacar entre la competencia ya sea hablando de sus instalaciones, sus servicios, su gente, su locación y sus servicios que en comparación a con otros hoteles proporciona a sus clientes.

Como sabemos un organismo representativo en una agrupación que cuenta con personas, instituciones u organizaciones con un fin común, su propósito es el de obtener beneficios para sus socios al igual que proporcionar su bienestar social. Existen varios organismos representativos en los cuales los más conocidos son las cámaras industriales, los organismos de representación sindical y empresarial y las asociaciones profesionales. De igual forma es de mucha importancia conocer los públicos principales de un organismo representativo. Los miembros o socios, el personal de la organización, los miembros o socios potenciales, los clientes reales y potenciales de los productos y servicios ofrecidos por socios, los funcionarios de gobierno y de instituciones, los profesores y estudiantes de materias a fines a la asociación, los proveedores de productos y servicios de los miembros de la asociación y el público en general. En estructura y funcionamiento del departamento en organismos típicos del turismo podemos decir principalmente que no existe ninguna diferencia entre una empresa hotelera y el resto de las empresas así que sea cual sea la empresa es un sistema abierto en la cual puedan diferenciarse sin dificultad los subsistemas de producción, comercial, administrativo y financiero. Como último punto, pero no menos importante abarcaremos sobre los medios publicitarios, para eso lo primero que debemos tener en cuenta es que los medios publicitarios son todos aquellos lugares de los cuales la publicidad puede hacer uso para colocar anuncios, como sabemos esto con el tiempo se ha

evolucionado con el tiempo principalmente con acceso a la tecnología. Para darnos una idea de los medios publicitario que han servido como estrategia de marketing daremos uno ejemplos como lo es el periódico, las revistas, televisión, radio, internet, publicidad exterior, etc.

A la vez otras formas de publicidad son la publicidad por contenido, publicidad por anunciante. Publicidad por localización, etc.

En conclusión, podemos decir que la publicidad es de mucha importancia ya que fomenta la acción y elección provocando así mismo, el interés en nuevos productos bienes o servicios. Como nos hemos dado cuenta existen una gran variedad de tipos de publicidad.

En si la finalidad de la publicidad es estimular la demanda de un producto, los tres objetivos principales son el informar, persuadir y recordar. Este ensayo nos ayudó a conocer con más claridad sobre las relaciones publicas, como por ejemplo las empresas turísticas que requieren departamentos de relaciones públicas, así como también los organismos turísticos que requieren del departamento de relaciones públicas, la estructura y funcionamiento del departamento en organismos típicos del turismo y a su vez definición de medios publicitarios y ejemplos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Almeida, Acosta Leticia, (1995) Analisis de casos, programa master dirección de empresas, IPADE

Borhino, Mario, (1994) Administración a través de equipos. IPADE

Forsyce Jack K., (1976), Metodos de Desarrollo Organizacional para Ejecutivos., Fondo Educativo Interamericano.