

universidad del sureste.



Mi Universidad

SUPER NOTA

Nombre del alumno: Leticia mayo López

Materia: Relaciones públicas.

*Nombre del profesor: Violeta Mabridis Mérida
Velázquez.*

*Licenciatura: Administración y estrategia de
negocios*

7° cuatrimestre

Relaciones Públicas orientadas a potenciar el turismo.

Las relaciones públicas son consideradamente estratégica ya que cuenta con misión y visión de una empresa que va relacionada con el turismo en cuanto a la visión perfeccionan y promueven los principios y valores que dan fundamento al ser y al hacer. Las Relaciones Públicas aportan calidad al mensaje institucional y calidez al relacionamiento con el turista. Las relaciones entre superiores y subalternos, entre ejecutivos y clientes o entre turistas y nativos deben atender hacia la excelencia y la plena realización y convivencia armoniosa.

El área de Relaciones Públicas debe tener relación directa con las más altas autoridades de la institución, por lo que la función de “Staff” resulta muy conveniente. Esta modalidad permite llevar adelante nuestra labor de asesoramiento y gestión en forma directa.

Empresas turísticas que requieren departamento de relaciones públicas.

Las empresas turísticas son aquellas que buscan mejorar su imagen y comunicación con el público para lograr objetivos.

Las relaciones públicas son un proceso estratégico de comunicación que ayuda a las empresas a construir relaciones beneficiosas con su público. En el sector turístico, las relaciones públicas son fundamentales para que las empresas puedan gestionar la percepción del público sobre el hotel, promover el negocio, mejorar la comunicación con los clientes, aumentar la competitividad.

Acciones de relación pública en un hotel son:

- Organizar eventos de caridad con la comunidad local.
- Gestionar campañas de medios para promocionar nuevas instalaciones.
- Responder a las opiniones de los clientes en línea.

Las relaciones públicas cumplen un rol fundamental en la industria turística, entendiendo a la disciplina como un proceso estratégico de comunicación que construye relaciones mutuamente beneficiosas entre organizaciones y sus públicos para lograr objetivos. Es por ello que el impacto que tienen las Relaciones Públicas en la industria turística es precisamente el poder gestionar de forma efectiva la comunicación de la marca y la imagen de un destino en conjunto con su oferta turística.

¿Quiénes son los públicos en Turismo?, el Turismo vincula distintos tipos de públicos, los cuales son parte activa no sólo de dicha industria sino de las Relaciones Públicas. En ello interviene en la venta de un destino turístico ya que suelen existir tres tipos de relaciones públicas en ello son:

De imagen: esta es una forma de hacer relaciones públicas para influir en el conocimiento que se tiene del Producto turístico para crear una imagen de modernidad.

De rutina: para ayudar a que exista confianza en el mercado de origen, presencia permanente en los medios de comunicación.

De crisis: la peor estrategia de gestión de crisis es el silencio, es por ello que es aquí en donde los medios de comunicación juegan un papel importante para cambiar la percepción que tienen los turistas de un destino.

La importancia de las relaciones públicas en la industria hotelera

Las relaciones públicas (RRPP) son una herramienta fundamental en la industria hotelera para generar visibilidad, crear una imagen positiva y fortalecer la presencia en el mercado. Se ha destacado su importancia en la promoción de la industria hotelera, ya que permite generar visibilidad, mejorar la reputación en línea, conectar con el público objetivo, entre otras.

Las RRPP en un hotel se centran en:

- Comunicación
- Imagen pública
- Fidelización de clientes
- Recuperación de imagen

Las RRPP son una herramienta de marketing efectiva para, generar visibilidad, conseguir nuevos negocios, conectar con el público objetivo, contar la historia de la marca de forma creativa, promocionar nuevos productos, gestionar crisis de comunicación. Para que la función de las relaciones públicas cumpla con el objetivo descrito, debe existir total coordinación y cooperación entre diferentes departamentos del hotel directamente relacionados con la comodidad, estancia, y Actividades de los huéspedes, así como con las actividades cívicas y sociales de los residentes de cada una de las ciudades donde actúa la empresa.

Organismos turísticos que requieren del departamento de relaciones públicas.

Un organismo es una asociación que agrupan a personas, instituciones, corporaciones y organizaciones que tienen intereses comunes, con el propósito de obtener beneficios para sus agremiados, también propiciar el bienestar social. Los órganos de representación empresarial se ocupan de realizar acciones en representación de las empresas que forman parte de un sector productivo.

Los organismos representativos se distinguen de las empresas y organizaciones que tienen los fines comerciales o lucrativos, ya que entre sus funciones principales no está la de obtener utilidades para sus socios, sino ejercer la representatividad de éstos ante diversas entidades oficiales y privadas.

Las ventajas que han mostrado los organismos representativos –también conocidos como organismos intermedios- superan cualquier limitación o desventaja de su funcionamiento. Las actividades que desarrollan los organismos representativos en nuestro país ya que ocupa una amplia gama y varían desde el simple registro de los asociados hasta negociaciones con poder legislativo y la presidencia de la república.

A continuación se presentan 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 o servicios ofrecidos por los socios.
- ❖ Los funcionarios de gobierno y de las instituciones
- ❖ Los profesores y estudiantes de materias afines a la asociación.
- ❖ Los proveedores de productos y servicios de los miembros de la asociación.
- ❖ El público en general.

Estructura y funcionamiento del departamento en organismos típicos del turismo.

La función básica de la empresa es PRODUCIR DE FORMA COMPETITIVA. Ello implica que dentro del segmento de mercado en que ofrece su producto, tiene que dotar a éste de la calidad suficiente y de elementos diferenciadores del resto de productos que se manejan en el mismo segmento de mercado.

El sistema turístico está conformado por cinco subsistemas:

1. la demanda turística
2. la oferta
3. la superestructura
4. la infraestructura
5. la comunidad receptora

Por lo tanto, la estructura se divide en 3 o 5 áreas básicas

1. ventas: venta directa al cliente (agente de mostrados).
2. auxiliar: trabajo burocrático.
3. producto: elaboración producto turístico (estudio de la demanda, diseño de control).
4. comercial: promoción y comercialización del producto turístico.

A empresa hotelera, como cualquier otra, es un sistema abierto, con una organización habitualmente lineal, en la que pueden diferenciarse sin dificultad los subsistemas de aprovisionamiento, de producción, comercial, administrativo y financiero.

La organización como función administrativa se clasifica en realizar las tareas en la empresa como el agrupamiento de estas y la asignación de unos administrados a cada agrupamiento con la suficiente autoridad para supervisarlos y para coordinar el grupo. Por lo tanto, el diseño organizativo se puede definir como el conjunto de actividades ya que influyen variables como:

- ✓ el entorno de la compañía
- ✓ su estrategia y objetivos genéricos
- ✓ la tecnología que utiliza
- ✓ el tipo de actividad principal que desarrolla.
- ✓ su dimensión, entre otras.

“Staffs”: Los componen un conjunto de individuos u órganos cuya función consiste en asesorar, no pudiendo tomar decisiones, sino sólo aconsejar al directivo, que será quien las tome estructuras complejas de organización.

Coordinación de las relaciones públicas con las actividades de la organización turística.

La importancia que para la empresa hotelera tienen las relaciones públicas es precisamente, al hablar de un hotel, se habla de sus instalaciones, sus servicios, su gente, su localización y los beneficios que, en comparación con otros hoteles, proporciona a sus huéspedes. Las relaciones públicas no son exclusivamente una nota informativa publicada en un periódico, alabando instalaciones o elogiando la atención recibida; son el resultado positivo de esas instalaciones y esa atención, por lo que para una empresa hotelera las relaciones públicas y el servicio a clientes se unen y complementan

Las funciones de las relaciones públicas en el turismo ya que se encargan de gestionar la comunicación, la imagen y la reputación de las organizaciones turísticas, así como de establecer vínculos con los diferentes públicos/audiencias del entorno, como los medios de comunicación, los clientes, los proveedores, los socios, las autoridades, los líderes de opinión y la sociedad en general.

La coordinación turística esta función implica que el/la coordinador/ra está capacitado para asistir a los pasajeros durante los distintos momentos del viaje, atender sus consultas y demandas, velar por la tranquilidad y seguridad de los pasajeros y aplicar medidas para la prevención de riesgos en la realización del viaje. Para que la función de las relaciones públicas cumpla con el objetivo descrito, debe existir total coordinación y cooperación entre diferentes departamentos del hotel directamente relacionados con la comodidad, estancia, y Actividades de los huéspedes, así como con las actividades cívicas y sociales de los residentes de cada una de las ciudades donde actúa la empresa.

Las siguientes actividades que deben existir son:

- Instrumentos
- Programación
- Guía de actividades de relaciones públicas

Por lo tanto, en los hoteles pequeños, el gerente es el responsable de las relaciones públicas, en los hoteles medianos cumple esta función el gerente de ventas, y en hoteles grandes generalmente se cuenta con gerentes de relaciones públicas.