



TITULO

Las Relaciones Públicas como Herramienta de Gestión en la Industria Hotelera
Public Relations as a Management Tool in the Hotel Industry of Panama

Autor

Fidelina Yabell Martínez Lobos

Universidad de Panamá, Chepo, Panamá.

Centro Regional Universitario Panamá Este

ORCID 0009-0004-3742-092X

fidelina.martinez@up.ac.pa

INTRODUCCION

La industria hotelera en Panamá ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas, impulsada por el aumento del turismo nacional e internacional. Sin embargo, ha enfrentado fluctuaciones en su actividad debido a factores económicos y recientes impactos como la pandemia de COVID-19. En este contexto, las relaciones públicas se han convertido en una herramienta estratégica esencial para mejorar la competitividad y la gestión empresarial en este sector. Pese a su importancia, existe una carencia de estudios que analicen de manera específica el papel de las relaciones públicas en la industria hotelera panameña y su influencia en la competitividad. El presente estudio tiene como objetivo analizar la importancia de las relaciones públicas como herramienta de gestión en la industria hotelera de Panamá, y cómo estas contribuyen a la competitividad en un entorno turístico dinámico y competitivo.

RESULTADOS

Los datos muestran que, a pesar de las fluctuaciones en la llegada de turistas y ocupación hotelera entre 2015 y 2021, la industria hotelera sigue siendo un generador importante de empleo y un contribuyente clave a la economía panameña. La oferta de habitaciones ha incrementado, principalmente en la provincia de Panamá, reflejando una demanda creciente. Las relaciones públicas emergen como una herramienta fundamental para que los hoteles logren visibilidad, mejoren su reputación online, conecten eficazmente con su público objetivo, promocionen productos y gestionen crisis comunicacionales. Entre sus ventajas destacan el bajo costo relativo y la capacidad de construir imagen de marca y fidelidad. Sin embargo, se identifican desafíos como la dificultad para medir su impacto directo y el tiempo requerido para que los resultados sean evidentes.

Figura 1

Empresas turísticas dedicadas al hospedaje 2015-2021.



Nota: Autoridad de Turismo de Panamá 2021

CONCLUSIÓN

El estudio concluye que las relaciones públicas son un factor competitivo clave en la gestión hotelera en Panamá, contribuyendo significativamente a la mejora de la imagen y posicionamiento de los hoteles. Sin embargo, requiere planificación a largo plazo, capacitación adecuada y uso efectivo de tecnologías para maximizar sus beneficios.

METODOLOGÍA

Se aplicó un enfoque documental basado en la revisión exhaustiva de información secundaria proveniente de fuentes oficiales como la Autoridad de Turismo de Panamá, informes estadísticos y literatura especializada. Se utilizaron técnicas de búsqueda y análisis crítico documental para identificar patrones y sintetizar datos relevantes relacionados con la actividad hotelera, el uso de relaciones públicas y su impacto en el sector.

BIBLIOGRAFÍA

Rodríguez, J. E. (2023). Gestión de la Industria Hotelera en Panamá, en el Marco de las Relaciones Públicas como Factor Competitivo en las Operaciones empresariales. *Revista de Investigación Turística*, 2(1), 1-12.
ATP. (2021). Información correspondiente a los hoteles de la ciudad de Panamá, años: 2015- 2021.
García, M., & Pérez, J. (2023). El crecimiento de la industria hotelera en Panamá: un análisis de las últimas tendencias. *Revista de Turismo y Desarrollo*, 23(2), 123-142.
Rodríguez, A. (2022). La industria hotelera en Panamá: un estudio de caso. Tesis doctoral, Universidad de Panamá.

