

Gestión De La Comunicación En El Sector De Turismo: Estado Del Conocimiento

Almaguer Covarrubias Ramón*
Moreno Velazco Fausto*
Navarro Celis Fabiola*
Hernández Rocha Norma Patricia*

Resumen

El presente estudio tiene como propósito presentar la gestión de la comunicación en el sector turístico, de manera que le permita al lector conocer lo que se ha investigado al respecto. Dicha revisión y análisis permitió identificar que dentro de los estudios se encontraran lo que es la gestión en forma general, los tipos de gestión, la planificación, la organización y las características de la gestión. La metodología utilizada es descriptiva de campo. Los hallazgos demuestran que la gestión de la comunicación se apoya en dos procesos que son clave para la gestión como lo es la planificación y la organización y para el sector de turismo en América Latina la comunicación y su gestión es fundamental. Se concluye que la gestión de la comunicación se convierte en procesos que vienen a fortalecer y a darle sistematización acciones que legitiman y crean condiciones al sector de turismo.

Palabra clave: Gestión, comunicación, sector turístico.

Communication Management in the Tourism Sector: State of Knowledge

* Universidad Autónoma de Tamaulipas, ralmague@docentes.uat.edu.mx, <https://orcid.org/0000-0003-4297-5669>

* Universidad Autónoma de Tamaulipas, fmoreno@docentes.uat.edu.mx, <https://orcid.org/0000-0002-0626-247X>

* Universidad Autónoma de Tamaulipas, fcelis@docentes.uat.edu.mx, <https://orcid.org/0000-0001-8108-9008>

* Universidad Autónoma de Tamaulipas, pattyhrocha@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-4213-9049>

Recibido: 2021-04-08. **Aceptado:** 2021-06-21

Como citar APA: Almaguer R., Moreno F., Navarro F., Hernández N. (2021) Gestión De La Comunicación En El Sector De Turismo: Estado Del Conocimiento. *Repique*, 3(2), 51-61

Abstract

The purpose of this study is to present the management of communication in the tourism sector, in a way that allows the reader to know what has been investigated in this regard. Said review and analysis made it possible to identify that management in general, types of management, planning, organization and management characteristics were found within the studies. The methodology used is descriptive of the field. The findings show that communication management is supported by two processes that are key to management, such as planning and organization, and for the tourism sector in Latin America, communication and its management are fundamental. It is concluded that communication management becomes processes that come to strengthen and systematize actions that legitimize and create conditions for the tourism sector.

Key word: Management, communication, tourism sector.

INTRODUCCIÓN

La comunicación es el proceso de transmisión de información entre un emisor y un receptor que decodifica e interpreta un mensaje en específico. El vocablo comunicación también se utiliza en el sentido de conexión entre dos puntos, por ejemplo, el medio de transporte que realiza la comunicación entre dos ciudades o los medios técnicos de comunicación (telecomunicaciones).

(Gutiérrez Benítez y Acuña Gamboa, 2022) Si bien la gestión consiste en hacer referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, que hay que decir que gestionar es llevar a fin diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación. En cuanto al turismo consiste en el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria. Gracias al turismo aumenta visiblemente la inversión en construcciones de infraestructura, y edificaciones que genera un mayor nivel de desarrollo en las áreas involucradas.

Este trabajo se plantea con el fin de hacer una indagación sobre: “La gestión de la comunicación en el sector turístico”, tomando en consideración a la gestión. La metodología utilizada es descriptiva documental.

METODOLOGÍA

Consiste en hacer referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, que hay que decir que gestionar es llevar a fin diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación. La noción de gestión, de igual manera, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. Además la gestión es también la dirección o administración de una compañía o de un negocio.

Por otra parte es importante resaltar que la gestión tiene como objetivo fundamental el conseguir aumentar los resultados óptimos de una industria o compañía.

Existe una tipología de la gestión, la misma refiere a la gestión social consiste en la ejecución de diferentes espacios para promover y hacer posible la interacción entre distintos actores de una sociedad.

La gestión de proyectos por su parte, es la disciplina que se encarga de organizar y de administrar los recursos de manera tal que se pueda concretar todo el trabajo requerido por un proyecto dentro del tiempo y del presupuesto disponible.

La gestión del conocimiento trata de un concepto aplicado en las organizaciones, que se refiere a la transferencia del conocimiento y de la experiencia existente entre sus miembros. De tal manera, que ese acervo de conocimiento puede ser utilizado como un recurso disponible para todos los integrantes de una misma organización.

La gestión ambiental el grupo de tareas enfocadas al control del sistema ambiental en base al desarrollo sostenible. La gestión ambiental es una táctica por medio de la cual se establecen acciones de perfil antrópico que afecta sobre el ambiente a fin de conseguir una calidad de vida óptima.

La gestión de la comunicación es la planificación, implementación, monitoreo y revisión sistemático de todos los canales de comunicación dentro de una organización y entre organizaciones; también incluye la organización y difusión de nuevas directivas de comunicación relacionadas con una organización, red o tecnología de comunicaciones. Los aspectos de la gestión de las comunicaciones incluyen el desarrollo de estrategias de comunicación corporativa, el diseño de directivas de comunicaciones

internas y externas y la gestión del flujo de información, incluida la comunicación en línea.

a) Planificación

La planificación, la planeación o el planeamiento, es el proceso diseñado para obtener un objetivo determinado. En el sentido más universal, implica tener uno o varios objetivos a realizar junto con las acciones requeridas para concluirse exitosamente. En otras palabras, la planificación es un método que permite realizar planes de forma directa, los cuales serán realizados y supervisados en función del planeamiento.

Crear un plan tiene muchos beneficios, pero sobre todo clarifica muchas dudas acerca del trabajo a realizar:

Define necesidad de recursos para conseguir objetivos, clarifica las actividades y las dudas respecto a objetivos buscados, cuantifica los niveles de desempeño para tener éxito, establece prioridades y clarifica debilidades y fortalezas para conseguir objetivos. Las caracterizaciones de la planificación, es un proceso permanente y continuo que no se agota en ningún plan de acción, sino que se realiza continuamente en la empresa.

La planificación está siempre orientada hacia el futuro entonces se puede decir que la planificación se halla ligada a la previsión, la misma busca la racionalidad en la toma de decisiones y al establecer esquemas para el futuro, la planificación funciona como un medio orientador del proceso decisorio, que le da mayor racionalidad y disminuye la incertidumbre inherente en cualquier toma de decisión.

La planificación busca seleccionar un curso de acción entre varias alternativas, la planificación conforma un curso de acción escogido entre varias alternativas de caminos potenciales.

b) Organización

Se tiene que la organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas. En otras palabras, una organización es un conjunto social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos. Cabe destacar que una organización sólo puede existir cuando hay personas que se comunican y están dispuestas a actuar en forma coordinada para lograr su misión. Las organizaciones funcionan mediante normas que han sido establecidas para el cumplimiento de los propósitos.

En cuanto a las estructuras de las organizaciones, sólo tenemos dos tipos que diferenciar:

Organizaciones formales, que son las que intentan de manera deliberada establecer un patrón de relaciones entre sus componentes, el que conducirá al logro eficaz del objetivo.

Organizaciones informales, que surgen espontáneamente en las actividades e interacciones de los participantes.

Es el proceso de transmisión de información entre un emisor y un receptor que decodifica e interpreta un mensaje en específico. El vocablo comunicación también se utiliza en el sentido de conexión entre dos puntos, por ejemplo, el medio de transporte que realiza la comunicación entre dos ciudades o los medios técnicos de comunicación (telecomunicaciones). Además que, la comunicación humana se caracteriza por tener diferentes niveles de significados y formas de expresarnos.

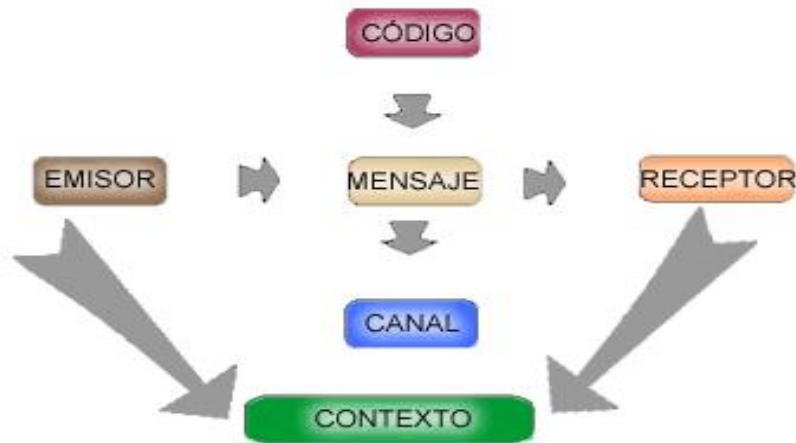
La comunicación surge ya que los primeros métodos de comunicarse entre las personas surgieron en la Prehistoria, así mismo, los hombres de esos tiempos se comunicaban a través de símbolos y de ciertas representaciones que plasmaron en las pinturas rupestres y no fue hasta la Edad Antigua que se inventó la escritura, la cual estuvo basada principalmente en símbolos e inmortalizadas en tablillas de arcilla. A partir de este punto en la historia, comenzaron a avanzar las técnicas empleadas en la comunicación, llegando hasta la invención del papel, pasando por los papiros y jeroglíficos, y posteriormente, de la imprenta.

Entonces fue hasta el Siglo XX recién que la electricidad revolucionó las formas de comunicación, seguido por la revolución de los medios informáticos que se fusionaron con las telecomunicaciones. Todos estos avances desembocaron en lo que actualmente se conoce como globalización. Sin embargo, la comunicación es importante ya que a través de ella los seres humanos comparten información diferente entre sí, haciendo del acto de comunicar una actividad esencial para la vida en la sociedad.

Un mensaje puede estar codificado en lenguajes diferentes como: Sistemas de signos como el lenguaje corporal de gestos, sonidos, proximidad y sonidos sin palabras. Idiomas: español, portugués, inglés, francés, entre otros. Códigos con significado, como por ejemplo, los colores del semáforo.

En un proceso de comunicación se puede reconocer los siguientes elementos: Un emisor, un receptor, código (combinación de sistemas de signos), mensaje, canal de comunicación (medio físico como carta, teléfono, televisión, Internet, etc.) ruido, también llamado perturbaciones en la recepción del mensaje original y la retroalimentación es así mismo la respuesta hacia el primer mensaje.

Cuadro N 1. Dinámica de los elementos de la comunicación



Fuente: Elaboración propia (2019).

La comunicación se puede dividir en dos tipos, los cuales son:

La comunicación verbal: Este tipo de comunicación se lleva a cabo por medio de una lengua hablada o escrita. Es una forma de comunicación exclusiva de los seres humanos y la más importante en las comunidades humanas.

La comunicación no verbal: Este otro tipo de comunicación se lleva a cabo cuando se expresa a través del lenguaje corporal, la proximidad, signos no lingüísticos y sonidos sin palabras.

Comunicación asertiva, específicamente, la comunicación asertiva es aquella que logra expresar de forma simple, oportuna y clara lo que se desea a otro individuo. La comunicación asertiva es el equilibrio entre una comunicación agresiva y una comunicación pasiva. Trata de una habilidad social importante asociada a la inteligencia emocional y a la comunicación no verbal.

Áreas de la comunicación, la comunicación se estudia y aplica en varias áreas de conocimiento. Algunas de ellas es: La teoría de la información, la cual es la teoría que define la comunicación. Por otra parte la comunicación intrapersonal, es el diálogo con uno mismo, la comunicación interpersonal, sucede entre personas físicamente próximas. La mercadotecnia o marketing, define modos de comunicar las necesidades creadas. La publicidad: qué lenguaje usar para vender. Las relaciones públicas es el lenguaje asertivo para un público y objetivo. El análisis del discurso, es la creación de discursos inspiradores y elocuentes. Las telecomunicaciones hace referencia transmisión de datos e información física. El periodismo su objetivo es explicar claramente lo que sucede.

RESULTADOS

El turismo consiste en el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria. Gracias al turismo aumenta visiblemente la inversión en construcciones de infraestructura, y edificaciones que genera un mayor nivel de desarrollo en las áreas involucradas.

Desde el punto de vista cultural resulta muy útil ya que no solo permite la apreciación de cultura, tradiciones, geografía, artesanías y otros aspectos de miembros ajenos a la comunidad, sino que también permite la valorización y la concientización dentro de la misma comunidad. Además en un medio de intercambio cultural, donde personas de diversos orígenes conviven y comparten ideas y costumbres.

La infraestructura turística, es un conjunto de instalaciones e instituciones que conforman la base material y organizacional para el desarrollo del turismo. Está conformada por servicios básicos, sistema vial, transportes, alojamiento, gastronomía, servicios para actividades culturales y lúdicas, red de comercios, servicios de protección al turista y otros. Además el turismo se ha convertido en una industria de gran auge a nivel mundial, anualmente más de mil millones de personas se desplazan fuera de su lugar habitual para visitar lugares de gran atractivo, con el fin de pasar sus vacaciones, entretenerse, o realizar otras actividades de ocio.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo, el turismo ocupa el tercer lugar de exportación de servicios y bienes a nivel mundial, con un

crecimiento mayor en los últimos cinco años que el comercio internacional. Las atracciones turísticas forman la base primaria para atraer turistas, dándole a éstos un itinerario espacio-temporal. Sin embargo, son necesarias acciones orientadas a proteger y adaptarse a estas atracciones para así poder generar el movimiento turístico.

Entonces se tiene que los recursos turísticos complementarios que sirven para este propósito se definen como infraestructura turística.

Así mismo, la infraestructura turística hace posible que el turismo se desarrolle, por lo cual debe haber tanto un plan estratégico como una buena gestión para que cada destino turístico pueda darle un mantenimiento efectivo a dicha infraestructura, de tal manera que el turista se sienta satisfecho y cómodo tanto con las instalaciones como con los servicios requeridos.

La infraestructura turística de un país, está conformada por los elementos interconectados que permitan a los turistas llegar, permanecer y disfrutar del atractivo turístico de su destino, haciendo que su viaje sea placentero, entre los cuales están: a) Servicios básicos, los cuales son el suministro de agua, electricidad, telecomunicaciones, recolección de desechos, salud e higiene, seguridad y protección. b) Sistema vial que está conformado por las autopistas, carreteras, caminos y senderos. c) Transporte también conformado por los aeropuertos, puertos marítimos, embarcaciones fluviales, redes ferroviarias, autobuses, taxis. d) Alojamiento, constituido por hoteles, posadas, apartamentos, campamentos. Gastronomía: Restaurantes, establecimientos de comida rápida, tabernas, cafés. Servicios para actividades culturales: arte y entretenimiento, museos, reservas naturales, parques zoológicos.

Servicios para actividades deportivas y recreativas: alquiler de artículos deportivos y recreativos, salas de juego y apuestas, parques de atracciones, campos de golf, canchas deportivas, buceo, esquí.

Otros servicios: información al turista, alquiler de equipos y vehículos, servicios bancarios. Red de tiendas y comercios en general y Servicios de seguridad/protección al turista. El turismo se clasifica de la siguiente manera:

Turismo de compras, este tipo de turismo se caracteriza por estar organizado con el fin de recorrer los centros comerciales y espacios donde el viajero puede consumir comprando.

Barros-Bastidas, Turpo (2020) El turismo cultural, se encuentra centrado en visitas a museos, exposiciones, y demás lugares propios del lugar donde el viajero puede conocer más sobre la historia y la vida cultural del sitio que visita. Turismo rural, hace referencia a cualquier actividad turística que se encuentre en un medio rural, cerca de áreas naturales, litorales y que permiten actividades relacionadas con el trabajo del sector rural. El turismo formativo tiene como objetivo ofrecer al viajero conocimientos sobre una materia determinada, objetivo de su viaje.

El turismo gastronómico tiene como fin, que los viajeros conozcan las comidas autóctonas del lugar y realicen degustaciones y actividades relacionadas con la cocina. El agroturismo consiste en actividades en medios rurales donde los turistas se alojan y pueden participar de las actividades propias del lugar, colaborando en la restauración de granjas o cortijos. El ecoturismo es el que se realiza en medios de protección natural, donde suelen participar de esta actividad los residentes del lugar que reciben a los turistas y les presentan el espacio. En el ecoturismo tiene prioridad la preservación de la naturaleza.

El turismo de aventura, consiste en una serie de actividades que se realizan en un entorno rural y cuyo objetivo es ofrecer sensaciones de descubrimiento, poner a prueba los límites de supervivencia de los turistas, además se realiza en espacios que hayan sido escasamente explotados a nivel turístico.

Cabe destacar que no todos los turistas tienen las mismas características u objetivos. A grandes rasgos pueden ser definidos cuatro grandes grupos los cuales son:

Sectores populares, se considera que en nuestro país el fomento para el turismo de estos sectores comenzó en la década de los cuarenta, muchas veces obtiene beneficios por parte del estado u otras instituciones en las que trabajan. Suelen ser viajes más bien cortos, con fines exclusivamente

vacacionales. No suele haber agencias de viajes de por medio, son realizados por cuenta propia. Muchas veces son utilizados alojamientos creados por el estado y no suelen variar el lugar de su estadía.

Clase media, El segundo grupo está compuesto por personas pertenecientes a la clase media, es decir trabajadores estatales, profesionales y empleados de altas categorías. Generalmente suelen movilizarse por medios propios, en tiempos de vacaciones. Sin embargo, utilizan gran parte de sus ahorros en servicios de buena calidad. Los lugares visitados suelen ser turísticos y las estancias se caracterizan por ser breves.

Clase alta, este tercer grupo está compuesto por los miembros de las clases más altas. Como son sectores con medios necesarios muchas veces no se limitan a sus países de origen. Además sus estadías suelen ser prolongadas y diariamente realizan muchos gastos. Suelen utilizar diversos servicios como tours que incluyan guías o traductores en caso de no conocer el idioma. Este tipo de viajes suele estar organizados por agencias de turismo.

Jóvenes, este cuarto y último grupo está compuesto por jóvenes, en su gran mayoría estudiantes. Es para estos turistas que muchas veces son diseñados otros lugares para la estadía tales como, hostels, albergues, etc. Incluso muchos jóvenes optan por utilizar los campings. Además en ciertos países disfrutan de privilegios en cuanto al precio de los medios de transporte o en la comida. Estos viajes suelen ser muy económicos y muchos optan por la espontaneidad. Es decir que no tienen un destino fijo sino que cambian rápidamente su lugar de estadía. Es por ello que no son utilizadas ni agencias ni guías turísticas.

CONCLUSIONES

La gestión tiene por finalidad hacer posible la realización de una operación comercial o de una operación cualquiera. Así mismo administrar abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar y organizar una determinada situación. La gestión social se encarga de hacer ejecuciones en diferentes espacios para promover y hacer posible la interacción en distintos actores. La gestión de proyectos se basa en organizar y

administrar los procesos de manera que se pueda concretar todo el trabajo. En la planificación se lleva a cabo el diseño para obtener un objeto determinado donde el sentido más universal implica tener uno o varios objetivos o realizar junto con las acciones requeridas para concluirse exitosamente. La organización es un conjunto social formado por personas que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.

La comunicación es la que se encarga de transmitir información. La comunicación surge a través de los primeros métodos de comunicarse estos surgieron en la prehistoria, donde los hombres de esos tiempos se comunicaban mediante símbolos y por ciertas representaciones. El turismo consiste en el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria. Donde gracias a este aumenta visiblemente la inversión en construcciones de infraestructuras y edificaciones.

REFERENCIAS

- Barros-Bastidas, C., & Turpo, O. (2020). La formación en investigación y su incidencia en la producción científica del profesorado de educación de una universidad pública de Ecuador. *Publicaciones*, 50(2), 167–185. doi:10.30827/publicaciones.v50i2.13952
- Julián Pérez Porto y Maria Merino. Concepto de gestión: (<https://definicion.de/gestion/>)
- Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Definición de turismo (<https://definicion.de/turismo/>)
- Gutiérrez Benítez, J. G. y Acuña Gamboa, L. A. (2022). Evaluación estandarizada de los aprendizajes: Una revisión sistemática de la literatura. *CPU-E. Revista de Investigación Educativa*, ene-jun (34), 321-351. <https://doi.org/10.25009/cpue.v0i34.2800>
- María Estela Raffino. Para: Concepto.de Disponible en: <https://concepto.de/turismo/>.