



Comunicación Asertiva con turistas



INTRODUCCIÓN

"El desarrollo de la actividad como guía de turismo no es una tarea muy fácil de realizar, al tener que establecer relaciones interpersonales con personas que hace pocos segundos ha conocido. Y es ahí en donde la comunicación como proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes, entra en acción al ser el requisito que permitirá durante todo el recorrido la interacción entre el turista y el guía de turismo." (Blanco Amaya, 2011)

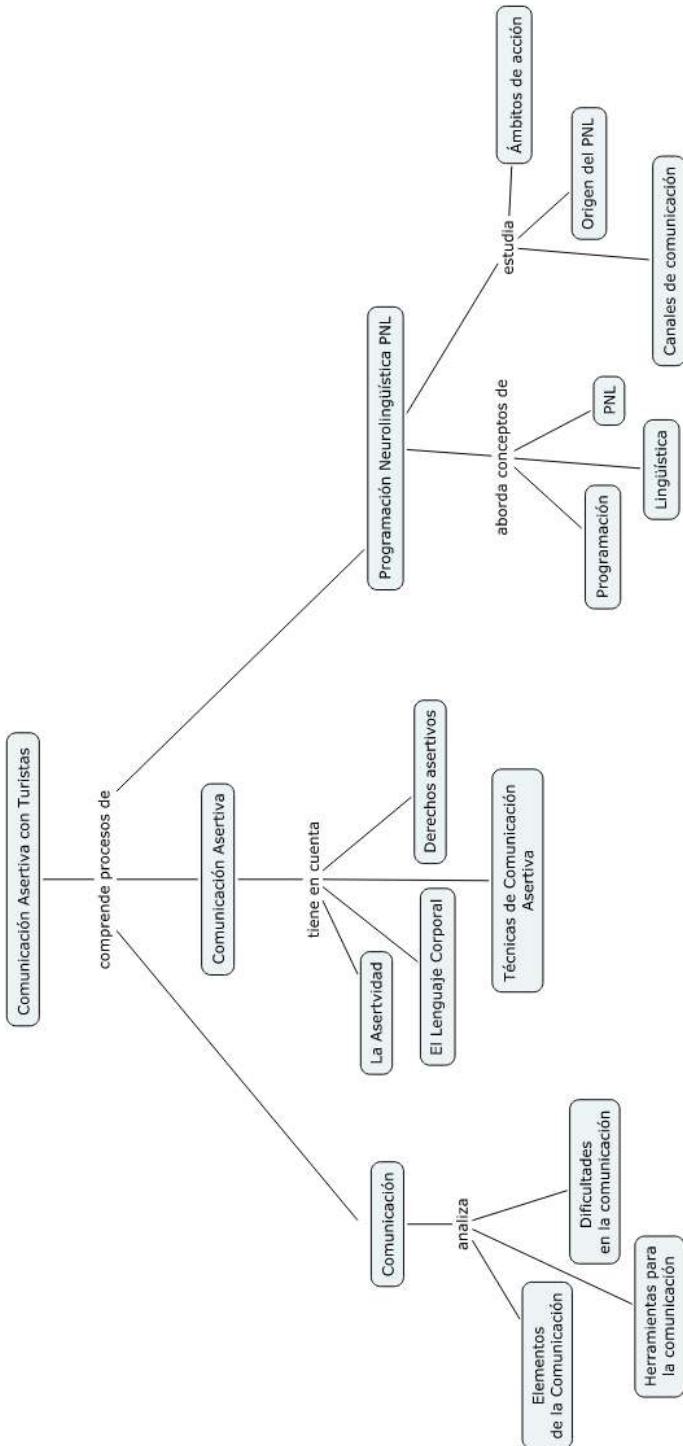
La comunicación asertiva en la prestación del servicio de guianza turística, permite que se promuevan y se presenten los atractivos turísticos de cada región, demostrando que existen valores de identidad, sentido de pertenencia hacia todos los elementos que son parte de la riqueza que posee la región; el guía al comunicar dicha información debe ser coherente y demostrar respeto por los espacios que presenta a los visitantes.

ESTRUCTURA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	2
MAPA CONCEPTUAL.....	5
1. LA COMUNICACIÓN.....	6
Concepto.....	6
1.1 Elementos de la comunicación.....	6
1.2 ¿Qué es Comunicar?.....	7
1.3 Herramientas para la Comunicación.....	7
1.4 Dificultades en la Comunicación.....	8
2. COMUNICACIÓN ASERTIVA.....	9
2.1 ¿Qué es Asertividad?.....	9
2.2. El Lenguaje Corporal.....	10
2.3 Técnicas de la Comunicación Asertiva.....	11
2.4 Derechos Asertivos.....	12
3. PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA PNL.....	14
3.1 ¿Qué es Programación?.....	14
3.2 ¿Qué es Lingüística?.....	15
3.3 ¿Qué es Programación Neurolingüística?.....	15
3.4 Origen de la programación Neurolingüística.....	16
3.5 Canales de Comunicación.....	16

3.6 Ámbitos de aplicación más usuales de la PNL.....	18
GLOSARIO.....	21
BIBLIOGRAFÍA.....	23
CONTROL DE DOCUMENTO.....	25

MAPA CONCEPTUAL



1. LA COMUNICACIÓN

"La comunicación es un fenómeno social; un proceso de interacción social que se produce a través de símbolos y sistema de mensajes, en el cual participan un emisor (guía turístico) y un receptor (cliente, viajero, turista) los cuales pueden expresar sus diferentes puntos de vista mutuamente."

Concepto

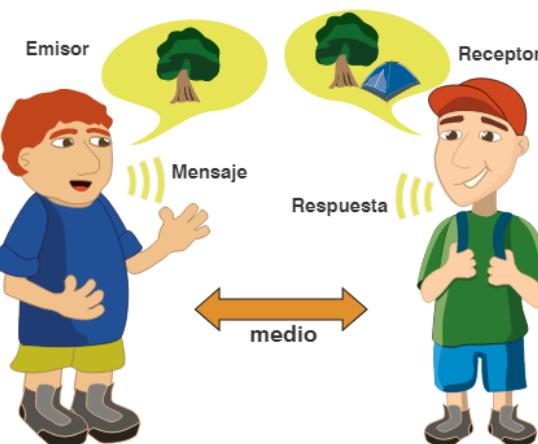
"La comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.



1.1 Elementos de la comunicación

Para determinar los elementos de la comunicación, es importante entender que ésta es:

- Un proceso que (en general) incluye los siguientes pasos: a) el deseo de un emisor de transmitir un mensaje a un receptor, b) la codificación de ese mensaje para que sea comprensible, c) el envío del mensaje mediante un canal, d) la recepción y decodificación del mensaje por parte del receptor, y e) la respuesta o retroalimentación del receptor al emisor.
- Está conformada por un emisor y un receptor que están predisuestos a enviar y/o recibir un mensaje entre ellos.
- Un medio que establece una conexión entre el emisor y el receptor en un momento dado y en un espacio físico o virtual determinado.
- Es utilizada para transmitir, intercambiar o compartir mensajes. Por tanto, puede ser un proceso dinámico de ida y vuelta entre el emisor y el receptor o solamente una transmisión del emisor al receptor.
- Hace que las ideas, información o significados que son comprensibles



tanto para el emisor como para el receptor fluya entre ambos." (Thompson, 2012)

1.2 ¿Qué es Comunicar?

Para (Ongallo, 2007), comunicar es entregar a alguien algo propio, por lo general, una información; que puede estar enfocada hacia diversas temáticas que pueden ser de interés para los demás.



El comunicar brinda la oportunidad a las personas para que se relacionen mediante el intercambio de mensajes que tratan de ser entendidos, o que estos puedan incidir en el otro de manera que se produzcan resultados positivos.

1.3 Herramientas para la Comunicación

(Valdés & Ruiz, 1996). Los medios de comunicación son las vías o canales que permiten hacer llegar el mensaje del emisor (empresa de turismo) al receptor (su público efectivo). Estos canales de comunicación pueden ser agrupados en dos tipos principales:



1. Los canales de comunicación personales, en los que existe un contacto personal directo entre el emisor y el receptor del mensaje.

2. Los canales de comunicación impersonales, formados por los diferentes medios de comunicación masiva, que no suponen contacto personal entre emisor y receptor.

Cada uno de estos medios de comunicación tiene unas características específicas que los hacen más o menos adecuados a las comunicaciones turísticas.

En la prestación del servicio de guianza turística la comunicación puede ser:

Intrapersonal: En ella se realiza una interiorización a pensamientos y se usa en todo momento; por estar informado, el guía de turismo normalmente debe ir un paso adelante de los visitantes para comunicar qué acción se va a realizar.

Interpersonal: Se da con quienes están alrededor del guía turístico; antes, durante o al final del recorrido, esta comunicación puede ser oral o escrita.

1.4 Dificultades en la Comunicación

"Los problemas de comunicación son el obstáculo más común en la mayoría de los grupos, familias, compañías o amistades. A pesar de las buenas intenciones, la gente encuentra obstáculos para comunicarse con otros eficazmente. Entre el emisor y el receptor algo se pierde en el camino. Los eslabones débiles de la comunicación pueden ser debido a un propósito poco claro, mensajes truncados, barreras (tales como una agenda escondida, diferencias culturales, lenguaje, idioma, entre otros.) y poca o nula retroalimentación." (Bone & Griggs, 1992)



Para una comunicación efectiva, el proceso debe continuar hasta que se alcance el entendimiento mutuo en el tema de discusión.

Para mantener un adecuado proceso de comunicación es necesario:

- Determinar el propósito real de su mensaje
- Considerar la percepción de su audiencia
- Utilizar el canal apropiado para expresarse
- Obtener retroalimentación para cerciorarse de un mutuo entendimiento
- Ejercitarse continuamente sus habilidades comunicativas
- Reforzar y recompensar la buena comunicación

2. COMUNICACIÓN ASERTIVA

La comunicación asertiva facilita el flujo de información entre las partes de manera clara, precisa y concisa, a tal punto de sentirse identificado con el facilitador de la información; porque mantiene coherencia y cohesión en lo que transmite, demuestra seguridad y es consciente de los derechos de los otros, como son el de escuchar y respetar las opiniones; la comunicación asertiva permite expresar sentimientos, emociones, a presentar desacuerdos, a pedir información que aclare dudas y en el momento requerido poder cambiar de opinión o maneras de actuar.

2.1 ¿Qué es Asertividad?

(Vieira, 2007). La palabra “asertividad” proviene del verbo inglés to assert y quiere decir “afirmar”, “declarar positivamente”, “defender”.

La comunicación asertiva se fundamenta en el derecho inalienable de todo ser humano a expresarse, a afirmar su ser y a establecer límites en las relaciones con las demás personas. Así se aumentan las posibilidades de que las relaciones interpersonales se lesionen menos y sea más sencillo abordar los conflictos.

En relación con la comunicación, una persona asertiva es la que dice lo que piensa o siente de manera libre y adecuada a la situación. Según Sam Lloyd (1993), el comportamiento asertivo “no es más que ser directo, honesto y respetuoso al interactuar con los demás”.

La libre expresión de las emociones es uno de los aspectos que hay que tener en cuenta cuando se habla de comunicación asertiva. Las cinco emociones o sentimientos auténticos identificados por el análisis son:



Saber expresar sinceramente estas emociones y adecuadas a las distintas situaciones cotidianas es una de las tareas de la comunicación asertiva.

2.2. El Lenguaje Corporal

Para una buena comunicación no solo es suficiente tener las palabras apropiadas, también es importante las actitudes que demuestre el guía turístico para con el grupo; sus gestos, expresiones físicas, sus movimientos, el tono de la voz, entre otros aspectos, son fundamentales para brindar información y mostrar a visitantes los sitios de interés turístico, de tal manera que se les anime, se informe, se oriente y contribuya a generar expectativas frente a las bondades del recorrido a realizar y los sitios a visitar.

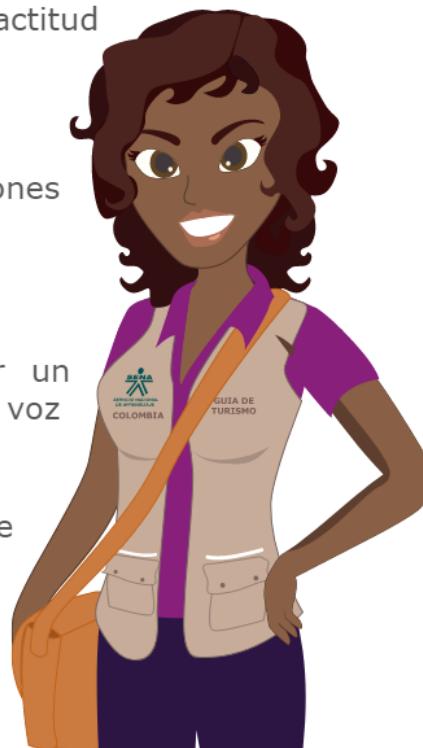
"Los gestos de la cara o el cuerpo comunican tanto o más que las palabras. En todo momento el guía debe mantener una adecuada comunicación visual con los turistas. El lenguaje corporal debe ser coherente con el oral y viceversa, las expresiones con las manos, los brazos, las piernas, la mirada en fin todos los movimientos del guía deben ser acordes, ambos tienen que avanzar en el mismo sentido para lograr una buena comunicación con los turistas." (Camargo Corredor, 2011)

Algunas señales típicas que caracterizan la actitud asertiva son:

- Hombros rectos
- Relación muscular
- Cabeza levemente erguida, con inclinaciones ocasionales
- Sonrisa auténtica
- Voz clara, firme y agradable

Comunicarse asertivamente implica utilizar un discurso coherente con la postura, el tono de voz y los gestos.

"Un guía de turismo debe manejar un lenguaje adecuado ante el turista, la información en forma oral que aparte de ser clara también debe ser precisa, lo que se diga debe ser con originalidad y verídica."



2.3 Técnicas de la Comunicación Asertiva

Ruiz, M.(2009). Considera que existen algunas habilidades verbales que podrán ayudar a conseguir nuestros derechos asertivos y a evitar la manipulación emocional.

● Disco rayado

Consiste en decir “no” de forma clara, firme y sin excusas. Será necesario repetir los argumentos las veces que sea necesario, sin enojos, irritación, ni levantar la voz, acabando las frases siempre con un objetivo.

● Banco de niebla

Es una técnica que puede utilizarse cuando alguien lanza una crítica con algo sobre lo que usted no está de acuerdo, sin enfrentamientos directos. Con esta técnica lo que se hace es dar la razón a lo que usted considera es cierto, o puede serlo, pero sin entrar en más argumentos ni discusión. Con esta técnica se reduce la angustia que se siente cuando se recibe una crítica.

● Mensajes yo

Consisten hablar en primera persona de sus sentimientos y pensamientos, con lo que no se responsabiliza a la otra persona de ellos, por lo que es más fácil expresar las diferencias y desacuerdos.

● Acuerdo parcial, acuerdo asertivo o aserción negativa

Cuando está de acuerdo con lo que le dicen porque es cierto, pero la forma de decirlo no es la adecuada. En este caso aceptar que se ha cometido un error pero no dejar que se generalice.

● Aplazamiento asertivo

Consiste en aplazar la respuesta a una crítica a un momento en el que se esté más tranquilo.

● Ignorar

Si la otra persona está enfadada y no puedes aplazar el momento es importante centrarte en controlar tu tono de voz y no entrar en los contenidos.

- **Técnica para procesar el cambio**

Cuando recibimos una crítica consiste en ignorar el contenido y dirigir el foco a la forma.

- **Pregunta asertiva**

Consiste en pensar bien cuando el otro nos hace una crítica. Obligamos a la otra persona a darnos más información y a que nos diga lo que quiere que cambiemos. En las críticas mal intencionadas se quedan sin argumentos y en las otras nos dan más para mejorar.

2.4 Derechos Asertivos

“Ser asertivo es tener la capacidad para expresar o transmitir lo que se quiere, lo que se piensa o se siente sin incomodar, agreder o herir los sentimientos de la otra persona.





3. PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA PNL

La Programación Neurolingüística PNL hace referencia a la capacidad del ser humano para promover y utilizar programas relacionados con el comportamiento, mediante este proceso se definen estilos únicos y personales.

La PNL tiene que ver con el arte y la ciencia; es un arte, ya que cada persona tiene una manera propia de mostrar sus logros o creaciones; es una ciencia, puesto que los resultados obtenidos a través de técnicas aplicadas permiten que una persona se destaque en el campo laboral.

En la guianza turística la programación neurolingüística, asiste y motiva a cada persona en la consecución de resultados anhelados, también es útil para la optimización de las relaciones a nivel laboral y personal.

3.1 ¿Qué es Programación?

Bavister S. y Vickers A. (2011). Proviene de la ciencia del proceso de información, bajo la premisa de que es la manera en que se almacena, se codifica y se transforma la experiencia, es similar a como funciona el software en un PC. Suprimiendo, actualizando o instalando nuestro software mental, podemos cambiar la manera de pensar y, como resultado, la manera de actuar.

3.2 ¿Qué es Lingüística?

Tiene relación con el uso de los sistemas del lenguaje (no sólo las palabras, sino todos los sistemas de símbolos, incluyendo gestos y posturas) para codificar, organizar y atribuir significados a nuestras representaciones internas del mundo, y para comunicarnos interna y externamente.

La Programación Neurolingüística (PNL) es una herramienta de trabajo para todas las personas que trabajan con o para las personas. Consiste en una serie de técnicas destinadas a analizar, codificar y modificar conductas, por medio del estudio del lenguaje, tanto verbal, como gestual y corporal.

3.3 ¿Qué es Programación Neurolingüística?

El concepto de PNL hace referencia a la unión de tres términos: Programación (aptitud para implementar programas de comportamiento), Neuro (percepciones sensoriales que marcan el estado emocional de un individuo) y Lingüística (medios verbales y no-verbales que utilizamos los seres humanos para comunicarnos); de dicha unión puede extraerse el siguiente significado.

Programación Neurolingüística no es un concepto exclusivo de los ordenadores, se refiere a un tipo de terapia a través del cual se puede comprender la forma en la que una persona procesa los datos que ingresan en su cerebro a través de las experiencias sensoriales.

De otro lado, "La Programación Neurolingüística PNL es el estudio de lo que percibimos a través de nuestros sentidos (vista, oído, olfato, gusto y tacto), cómo organizamos el mundo tal como lo percibimos y cómo revisamos y filtramos el mundo exterior mediante nuestros sentidos." (Capital Emocional, 2012)

3.4 Origen de la programación Neurolingüística

Tuvo su origen en las investigaciones de Richard Bandler y John Grinder, auténticos padres de la PNL, que trataban de averiguar por qué determinados tratamientos de tres terapeutas en Estados Unidos (Satir, Erickson y Perls) conseguían mayor éxito que el resto de sus colegas.

Comenzó a utilizarse por pedagogos y psicólogos, los primeros para mejorar los procesos enseñanza-aprendizaje, los segundos como una forma de terapia eficaz y rápida. De este modo, la PNL se extendió al ámbito empresarial y al autodesarrollo de la mano de directivos y otros profesionales.

Así, profesionales de otras disciplinas (economía, recursos humanos, comunicación, turismo, industria, etc.) la utilizan como herramienta eficaz y de demostrada utilidad en entrevistas personales, comunicación, negociación, resolución de conflictos, otros.

3.5 Canales de Comunicación

De acuerdo con el modelo de PNL se identifica la asimilación de información a través de los sentidos corporales, presentando una clasificación de los métodos y canales de comunicación que las personas utilizan de acuerdo al sentido que más predomina en la recepción y comprensión de información.

Fundamentalmente la PNL opera a través de los sentidos, cada persona, en función de su estructura mental usará prioritariamente uno u otro. Según los verbos, adjetivos y adverbios utilizados por las personas en su lenguaje, se puede identificar el sistema sensorial que la persona utilizó cuando vivió la experiencia.

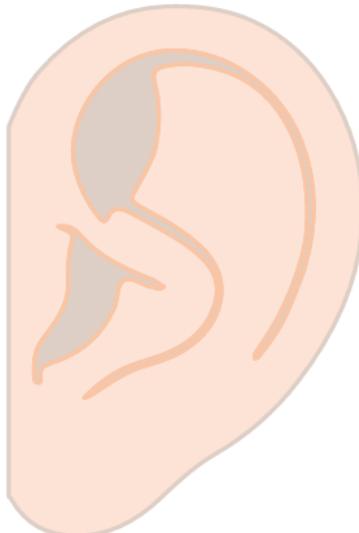
● Los Visuales



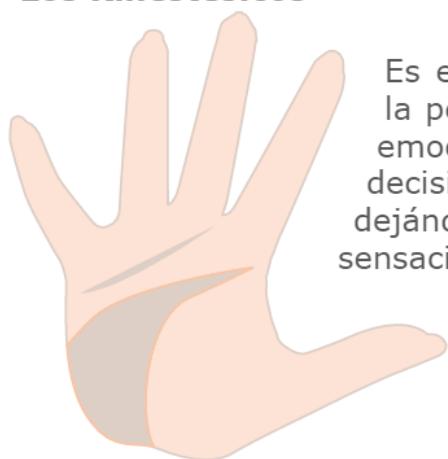
El canal visual se usa para obtener y describir todo lo que ocurre en el mundo interno y externo. Estas personas comprenden mucho mejor algo si pueden verlo. Si se le presenta una idea en términos visuales, con palabras pintorescas y descriptivas, seguramente sonreirán, les brillarán los ojos como muestra de que están comprendiendo y captando perfectamente todo lo que se le dice.

● Los Auditivos

Este canal es el preferido por personas que perciben el mundo a través de las palabras, los sonidos, la narración y descripción hablada o escrita. Escuchan todo lo que sucede a su alrededor y mandan sus respuestas basándose en aquello que escuchan, más que en lo que ven. A los auditivos les gusta mucho hablar por teléfono y prefieren hacer negocios a través de él que en persona, piensan en voz alta, les gusta hablar consigo mismos, prestan atención al volumen y tono de su voz y se toman su tiempo para decir las cosas.



● Los Kinestésicos



Es el canal de las sensaciones, el táctil, el de la percepción a través del movimiento, tacto y emoción. Las personas Kinestésicas basan sus decisiones en sus instintos e intuiciones, actúan dejándose llevar por lo que sienten y por las sensaciones que experimentan.

El éxito que se pueda lograr en las relaciones interpersonales dependerá en gran parte de la efectividad para

comunicar nuestras ideas utilizando un estilo comunicativo que le permita al interlocutor procesar mejor la información.

(Capital Emocional, 2012) "La PNL investiga los procesos que hacen que transmitamos nuestra representación del mundo a través del lenguaje. Es por tanto una aplicación práctica que nos permite, mediante técnicas y herramientas precisas, reconocer y desarrollar habilidades para el crecimiento personal y la mejora de las relaciones interpersonales.", de acuerdo con esta afirmación se observa como la PNL puede aportar herramientas al guía de turismo para comunicarse y entenderse mejor con el grupo de visitantes a cargo en cualquier recorrido, toda vez que, la mayor parte de su trabajo depende de la comunicación asertiva que logre tener con los turistas y de los turistas con él.

3.6 Ámbitos de aplicación más usuales de la PNL

La PNL contribuye ampliamente a que la efectividad de la comunicación entre guías de turismo y turistas sea clara, precisa y comprensible, teniendo en cuenta que la comunicación en la prestación del servicio de guianza es fundamental para el desarrollo de esta actividad.



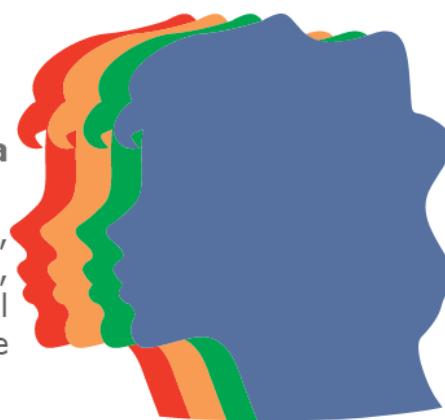
Dentro de las aplicaciones en diversos ámbitos, están:

- **Salud**

En patologías relacionadas con el estrés, somatizaciones, alergias, como coadyuvante de terapia tradicional, disfunciones en las que se requiera de un especial autocontrol.

- **Psicoterapia**

Para la cura de fobias, estrés postraumático, conflictos internos, desórdenes de personalidad, esquizofrenia, depresión, compulsiones, control emocional, desórdenes sexuales y manejo de adicciones a sustancias.



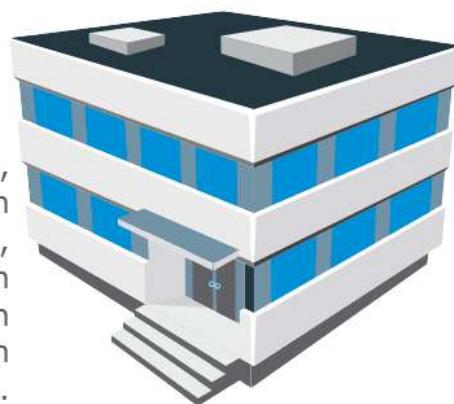


- **Deportes**

Para deportistas, permite mejorar el rendimiento deportivo. También en escuela deportiva para el aprendizaje de diversos deportes como tenis, golf, tiro, ciclismo y atletismo; entre otros.

- **Empresas**

Aportes para lograr trabajo en equipo, solución de conflictos, administración de personal, liderazgo, motivación, comunicación, creatividad, planificación estratégica, toma de decisiones, adaptación al cambio, selección de personas, evaluación de desempeño y ventas, entre muchos otros.



- **Desarrollo y mejora personal**

La PNL se mueve con soltura en ámbitos específicos como autoestima, asertividad, relaciones de pareja, relaciones interpersonales, conflictos, manejo de crisis personales y orientación hacia el éxito, otros.





- **Educación**

En la relación enseñanza-aprendizaje en un contexto práctico y dirigido a resultados y a solucionar problemas de aprendizaje, Por otro lado en la mejora de las relaciones en el aula: solución de conflictos en el aula y mejora de la eficacia docente; entre otros.

- **Otros campos**

Como la política, las relaciones públicas, las ventas o la comunicación se benefician de las aplicaciones de este modelo.



GLOSARIO

Actividad Comunicación: Es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado.

Técnica: Técnica proviene de téchne, un vocablo de raíz griega que se ha traducido al español como "arte" o "ciencia". Esta noción sirve para describir a un tipo de acciones regidas por normas o un cierto protocolo que tiene el propósito de arribar a un resultado específico, tanto a nivel científico como tecnológico, artístico o de cualquier otro campo. En otras palabras, una técnica es un conjunto de procedimientos reglamentados y pautas que se utiliza como medio para llegar a un cierto fin.

Emisor: Es uno de los conceptos de la comunicación, de la teoría de la comunicación y del proceso de información. Técnicamente, el emisor es aquel objeto que codifica el mensaje y lo transmite por medio de un canal o medio hasta un receptor, perceptor y/u observador. En sentido más estricto, el emisor es aquella fuente que genera mensajes de interés o que reproduce una base de datos de la manera más fiel posible sea en el espacio o en tiempo. La fuente puede ser el mismo actor de los eventos o sus testigos. Una agencia que se encarga de reunir noticias puede ser llamada fuente, así como cualquier base de datos que sea considerada fiable y creíble.

Receptor: El Receptor será aquella persona a quien va dirigida la comunicación; realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos elegidos por el emisor; es decir, decodifica el mensaje.

Traducción: es una actividad que consiste en comprender el significado de un texto en un idioma, llamado texto origen o «texto de salida», para producir un texto con significado equivalente, en otro idioma, llamado texto traducido o «texto meta». El resultado de esta actividad, el texto traducido, también se denomina traducción. Cuando la traducción se realiza de manera oral se conoce como interpretación. La disciplina que estudia sistemáticamente la teoría, la descripción y la aplicación de la

traducción y la interpretación se denomina traductología.

Canal: El proceso de comunicación que emplea ese código precisa de un canal para la transmisión de las señales. El Canal sería el medio físico a través del cual se transmite la comunicación. Ejemplo: El aire en el caso de la voz y las ondas Hertzianas en el caso de la televisión

BIBLIOGRAFÍA

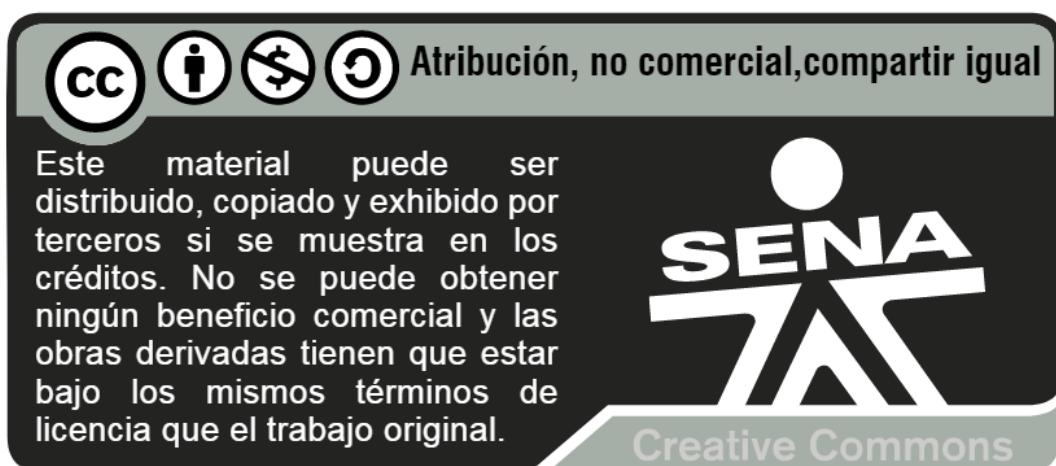
- Bavister, A., & Vickers, S. (2001). Programación Neurolingüística (PNL) Las claves para una comunicación más efectiva. Barcelona: Editorial Amat.
- Blanco Amaya, J. A. (Abril de 2011). LA COMUNICACIÓN: UN REQUISITO PARA EL GUIA DE TURISMO. Recuperado el 15 de Marzo de 2013, de ximejhon-guianza.blogia.com: <http://ximejhon-guianza.blogia.com/2011/040101-la-comunicacion-un-requisito-para-el-guia-de-turismo.php>
- Bone, D., & Griggs, R. (1992). La Calidad en el Trabajo. Editorial Iberoamérica: Editorial Iberoamérica.
- Camargo Corredor, F. (Marzo de 2011). Importancia de la comunicacion en la guianza turistica. Recuperado el Marzo de 2013, de mayerlyfernando-guia.blogia.com: <http://mayerly-fernando-guia.blogia.com/2011/033102-importancia-de-la-comunicacion-en-la-guianza-turistica.php>
- Capital Emocional. (26 de Enero de 2012). capitalemocional.com. Recuperado el Marzo de 2013, de Programación Neurolingüística aplicada: Un complemento a desarrollar junto al capital emocional: <http://www.capitalemocional.com/Pnl/pnl.htm>
- García, L. (1996). La Comunicación. Una Experiencia de la Vida: Manual del trabajo en grupo. México: Plaza y Valdés Editores.
- Knight, S. (1999). La programación neurolingüística en el trabajo . Málaga: Editorial Sirio, S.A.
- Ongallo, C. (2007). Manual de comunicación: Guía para gestionar el conocimiento, la información. España: Editorial Dykinson.
- Thompson, I. (2012). ¿ Qué es Comunicación ? Recuperado el 15 de Marzo de 2013, de promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/comunicacion/que-es-comunicacion.html>
- Valdés, A., & Ruiz, L. (1996). Turismo y Promoción de Destinos Turísticos: Implicaciones Empresariales. España: Mercantil de Asturias S.A.

Vieira, H. (2007). La comunicación en el aULA. España: Narcea, S.A. de Ediciones.

Wikipedia. (Marzo de 2013). Wikipedia.org. Recuperado el Marzo de 2013, de Asertividad: <http://es.wikipedia.org/wiki/Asertividad>



Control de documento	
Construcción Objeto de Aprendizaje	
Comunicación Asertiva con Turistas	
Desarrollador de contenido Experto temático	Nelsy del C. Luna Pérez
Asesor pedagógico	Rosa Elvia Quintero Guasca
Producción Multimedia	Tirso Fernán Tabares Carreño Vanessa Alejandra Rivera Merchán
Programador	Francisco Lizcano Reyes
Líder expertos temáticos	José Armando Díaz Londoño
Líder línea de producción	Santiago Lozada Garcés



Este material puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos. No se puede obtener ningún beneficio comercial y las obras derivadas tienen que estar bajo los mismos términos de licencia que el trabajo original.



Creative Commons