

Prólogo

La base de las relaciones personales se encuentra en la comunicación, y la referencia a esta herramienta fundamental de interacción humana es hoy lugar común cuando de conseguir eficiencia en las empresas se habla.

El empleo apropiado de los recursos de comunicación garantiza el cumplimiento de los objetivos organizacionales y el éxito de los intercambios con los clientes, al interior y al exterior de las empresas.

Comunicarse implica no sólo un conocimiento de la lengua sino de la situación en la que ésta se emplea y de las características de los hablantes, en los que influye, entre otras condiciones, la cultura de la que forman parte.

Por ello en la industria de la hospitalidad, en el marco de la globalización, se ha profundizado en el concepto de las diferencias culturales. Un mayor acercamiento al cliente implica, por lo tanto, conocer sus costumbres y estilo de vida, sus valores y creencias, para cumplir con sus expectativas.

La cultura determina el modo en que percibimos la realidad y nuestras respuestas ante los estímulos del entorno; en suma, la forma en la que nos relacionamos con los demás y con todo lo que nos rodea. En la actualidad la garantía de éxito en el intercambio con los clientes estriba en la consideración de las peculiaridades propias de las distintas culturas. Entre mayor sea el respeto a los modos de pensar y actuar de los individuos mayor será el beneficio entre las partes que integran las relaciones y los intercambios sociales y de negocios.

Marcela González-Garza Ducoing

Copyright of Hospitalidad ESDAI is the property of Universidad Panamericana. The copyright in an individual article may be maintained by the author in certain cases. Content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.