

Universidad Católica de Salta

Facultad de Artes y Ciencias



Canales de comunicación en el despacho de aviación ejecutiva: Ventajas, Desventajas y Propuestas de mejora

Alumno: Ricardo Funes

Director de Tesis: Agustín Fernández Jiménez

Lugar y Fecha: Salta, Mayo de 2024

Tribunal:

- 1) Lic. Laura Copa Torres
- 2) Lic. Matías Zampedri
- 3) Lic. Luis Portelli

Autoridades

Gran Canciller: S.E.R. Mons. Mario Antonio Cargnelo

Rector: Ing. Rodolfo Gallo Cornejo

Vicerrectora Académica: Mg. Constanza Diedrich

Vicerrector Administrativo: CPN. Juan José Zitelli

Decana de la Facultad de Artes y Ciencias: Lic. María Dolores Medina Bouquet

Secretaria Académica: Abg. Adriana Ibarguren

Secretaria Técnica: Guía Nac. de Turismo Marcela Eugenia Ferrari

Área de Extensión: Abg. Antonella Checa

Área de Investigación: Dra. María Eugenia González

Jefe del Departamento de Comunicaciones Sociales: Dr. Gustavo A. Iovino

Agradecimientos

A mis padres por su esfuerzo y por alentarme a siempre seguir adelante,

A mis hermanos por motivarme y aconsejarme

A mis profesores por todo lo enseñado y todo el tiempo aplicado,

A mis amigos por acompañarme siempre

Gracias

RESUMEN/ABSTRACT:

El siguiente trabajo de investigación tuvo como propósito determinar las ventajas y desventajas de los diferentes canales de comunicación utilizados por los operadores en el área de despacho de la aviación ejecutiva, con el fin de identificar los canales más efectivos para la transmisión de información. En particular, pretendió establecer cuál es el canal más eficiente para asegurar una comunicación rápida, clara y precisa en las operaciones de vuelo, lo cual es clave para la coordinación de servicios y la seguridad operacional en el sector.

The objective of the following investigation was to find out which are the advantages and disadvantages of the different communication channels frequently used by the private aircraft dispatch operators. Its objective was centered in establishing the most efficient channel in securing fast, clear, and precise communications for each flight operation, which is key to the coordination of services and the operational security present of this sector.

Palabras Clave: WhatsApp – Email – Seguridad Operacional – Información Operacional – Comunicación Organizacional – Formalidad – Retroalimentación – Comunicación Fluida

INDICE DE CONTENIDOS

Resumen / Abstract	4
Tema de Tesis - Fundamentación	6
Problema de Tesis.....	7
Estados del Arte	8
Capítulo 1: Marco Teórico	10
Capítulo 2: Marco Metodológico	17
Alcances y Limitaciones	20
Supuestos	25
Capítulo 3: Recopilación, Análisis e Interpretación de Datos	26
Capítulo 4: Conclusiones.....	31
Bibliografía.....	34
Anexo	36
Desgravación de la Entrevista	45

Tema de Tesis

El presente trabajo se centra en el análisis de las ventajas, desventajas y posibles soluciones vinculadas al uso de los distintos canales de comunicación empleados en las operaciones de despacho de la aviación ejecutiva durante el año 2023, delimitando el estudio a la empresa de despacho internacional Aerowise.

Fundamentación

La presente investigación se centró en la necesidad de analizar los procesos comunicacionales que intervienen en las operaciones de despacho de la aviación ejecutiva dentro del contexto organizacional de Aerowise, empresa dedicada a la gestión de vuelos privados internacionales. En este ámbito, la comunicación constituye un factor central para garantizar la coordinación eficiente entre operadores, proveedores, pilotos y clientes, ya que permite transmitir información precisa en contextos altamente dinámicos.

Diversos autores destacan que la elección del canal influye directamente en la claridad, velocidad y efectividad del proceso comunicacional (Pratima, 2014; Sanina, 2017). No obstante, la literatura también advierte que los canales utilizados con mayor frecuencia en la práctica —principalmente WhatsApp y correo electrónico— presentan limitaciones vinculadas a la trazabilidad, la formalidad y la seguridad en la gestión de la información (Arribas, 2018; Luhmann, 2017). Estas tensiones se vuelven especialmente relevantes en sectores donde la precisión comunicacional es determinante para minimizar errores operativos.

Desde el campo de la comunicación organizacional, este estudio adquiere relevancia porque contribuye a comprender cómo se estructuran los flujos de información en organizaciones complejas caracterizadas por tareas simultáneas, toma de decisiones en tiempo real y coordinación interdependiente (Davenport & Kirby, 2016; Nonaka & Takeuchi, 1999). Analizar los canales de comunicación utilizados por los despachantes de Aerowise permite observar cómo se construyen los mensajes, cómo circulan y qué dificultades emergen en un entorno crítico como la aviación ejecutiva.

El aporte específico de esta investigación radica en que no se limita a describir los canales utilizados en la aviación ejecutiva en general, sino que se enfoca en un caso organizacional concreto, aportando evidencia empírica sobre las prácticas comunicacionales reales de los operadores. Esto permite identificar problemáticas propias del contexto operativo de Aerowise y proponer estrategias de mejora basadas en las necesidades, dinámicas y características de esta organización en particular.

Asimismo, esta tesis contribuye a la disciplina al integrar conceptos de comunicación organizacional, comunicación digital, comunicación intercultural y seguridad operacional, aplicados a un sector poco explorado desde las ciencias sociales. De este modo, se ofrece un análisis que combina teoría y práctica en un entorno donde la precisión comunicacional resulta esencial para la eficiencia y la seguridad de las operaciones aéreas.

Problema

¿Qué características presentan los canales de comunicación utilizados por los operadores de despacho de Aerowise y cómo influyen en la eficiencia y coordinación de las operaciones en la aviación ejecutiva?

Estados del Arte

- Francisco Romero, R.P. (2019), *La Comunicación como una herramienta estratégica para afianzar la relación entre empresa y cliente*. Tesis de Grado. Universidad Católica de Salta.

Resumen: El presente trabajo tiene como finalidad analizar las estrategias de comunicación digital para lograr la interactividad de una pequeña y mediana empresa con sus clientes, estudiando para este fin a la empresa Alto Andina Soluciones Modulares.

El tesista desarrolla su investigación centrándose en la interacción de los clientes con la página web de la empresa y sus diversos “plugin” mediante un registro de observación que determina qué aspectos de la página web son los más utilizados por los clientes. Mediante este estudio y el análisis de las encuestas realizadas a los clientes, el tesista determina que los clientes tienen la preferencia de contactarse con el área de ventas a través de las vías de comunicación presentes en la empresa: teléfono, email, redes sociales y página web. Así mismo se pudo conocer cuál era la opinión postventa del cliente sobre la experiencia con el vendedor y el producto obtenido.

Aporte: De esta investigación se tendrá en cuenta el análisis de los medios de comunicación entre proveedor y cliente, y la importancia de la efectividad a la hora de la comunicación para obtener la compra o venta de un producto.

- Florencia Machargo, M. (2018) *El empleo de mailing como herramienta de comunicación interna en un centro de atención telefónica*. Tesis de Grado. Universidad Católica de Salta.

Resumen: El presente trabajo tiene como finalidad el análisis de la herramienta digital e-mail para la comunicación interna y la transmisión de información entre los empleados de un centro de atención telefónica.

La tesista realiza un análisis del uso del e-mail para transmitir información relevante entre superiores y empleados, y para la comunicación de empleado a empleado

mediante una entrevista a la gerente de la empresa, así como también una encuesta a todos los usuarios de la herramienta. Es aquí donde se determina la importancia de un uso eficiente del e-mail para obtener resultados favorables para la empresa, así como también se evidencia la falta de conocimiento que se tiene sobre esta herramienta y la relevancia que puede tener para lograr una comunicación más rápida y efectiva.

Aporte: De esta investigación se tendrá en cuenta el análisis del e-mail como método de comunicación para lograr una comunicación fluida y efectiva entre Emisor y Receptor del mensaje, así como también la importancia del e-mail como herramienta de trabajo en una empresa.

- Lorente Páramo, A.J. (2020) *La efectividad en el email marketing: Modelo Teórico Unificado y Estudio de las Influencias Culturales*. Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Madrid.

Resumen: El presente trabajo tiene como finalidad el estudio del E-mail como herramienta de uso creciente para el marketing digital, inserto en un mundo de constantes cambios e influencias culturales.

El tesista examina en el presente trabajo el constante avance que ha tenido el e-mail como herramienta de uso cotidiano para la transmisión de información, suplantando en el espacio y tiempo al papel como método para presentar o vender un determinado tema o producto a una gran cantidad de usuarios. Es en este contexto en el que el tesista analiza la influencia que tiene el email en la venta de productos de diversas compañías y los factores que influyen para conseguir una mayor efectividad en el email marketing, analizando los factores intrínsecos y extrínsecos del canal que permiten determinar su importancia absoluta y relativa con respecto a los demás medios.

Aporte: De esta investigación se tendrá en cuenta el análisis realizado sobre el contexto en el que se utiliza el e-mail, así como también las influencias culturales que permiten establecer el e-mail como herramienta de gran importancia para la transmisión de información tanto de forma local como internacional, destacando su utilidad por encima de otros medios de comunicación.

Capítulo 1: Marco Teórico

La Aviación Ejecutiva

La aviación ejecutiva se entiende como el segmento de la aviación civil destinado al transporte aéreo privado y corporativo, mediante aeronaves pequeñas o medianas que operan fuera del transporte aéreo comercial regular. Según la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI, 2015), este tipo de aviación se caracteriza por la flexibilidad, rapidez y adaptabilidad en la prestación de servicios, lo que implica vuelos a medida de los requerimientos de empresas o individuos, muchas veces en aeropuertos secundarios y con itinerarios personalizados.

En este contexto, la comunicación se vuelve un elemento estratégico, ya que cada operación presenta particularidades específicas (cantidad de pasajeros, permisos aeroportuarios, coordinación de servicios en tierra, horarios de operación). La interacción entre despachantes, proveedores, pilotos y clientes requiere canales de comunicación efectivos que aseguren precisión, inmediatez y formalidad. Por tanto, el análisis de los canales utilizados y de sus características resulta fundamental para optimizar la seguridad y eficiencia en las operaciones.

Canales de Comunicación

La comunicación organizacional necesita de canales a través de los cuales circule la información (Pratima, 2014). El canal constituye el medio físico, tecnológico o simbólico por el cual se transmite el mensaje, y su elección influye directamente en la claridad, velocidad y efectividad del proceso. En las operaciones de despacho, el canal no solo fue un medio de transmisión, sino también un factor estratégico para garantizar que los mensajes llegaran a destino de manera precisa y oportuna.

En este sentido, la correcta selección de un canal permitió la coordinación eficiente de servicios y evitó retrasos o malentendidos que pudieran comprometer una operación aérea. La aviación ejecutiva exige rapidez y exactitud en la comunicación: un mensaje enviado tarde, incompleto o por un canal inadecuado puede implicar demoras, sobre costos e incluso riesgos operativos.

Estructura organizacional de los canales

(Pratima, 2014) distingue entre canales formales e informales.

Comunicación formal: Se transmitió siguiendo protocolos, jerarquías y normas establecidas por la empresa. Se utilizó principalmente en las interacciones con clientes, proveedores y organismos oficiales. En este caso, predominó el correo electrónico como medio idóneo por su trazabilidad y la posibilidad de documentar cada intercambio.

Comunicación informal: Se dio de manera espontánea entre trabajadores, ya sea dentro de la misma empresa o entre despachantes de distintas compañías con lazos de confianza. Aunque menos estructurada, cumplió un papel importante en agilizar procesos y resolver imprevistos en tiempo real.

En la aviación ejecutiva, ambas formas convivieron: la formalidad garantizó orden y seriedad en la relación institucional, mientras que la informalidad aportó flexibilidad para la resolución de problemas urgentes.

Dirección de la comunicación

La dirección de los flujos comunicativos dentro de una organización puede ser ascendente, descendente o transversal (Pratima, 2014).

Descendente: Se dio de superiores a subordinados (ejemplo: un jefe de despacho hacia los operadores).

Ascendente: Se desarrolló en el sentido inverso (ejemplo: un despachante informando novedades a su superior).

Transversal: Se produjo entre actores de un mismo nivel jerárquico, o bien entre organizaciones distintas pero equivalentes en su rol operativo.

En el área de despacho, la comunicación transversal fue la predominante, especialmente entre operadores de distintas empresas, proveedores de servicios aeroportuarios y autoridades. Esta dirección favoreció la coordinación horizontal, indispensable para operaciones rápidas y seguras. Sin embargo, cuando faltó claridad en los roles o formalidad en los intercambios, surgieron errores de coordinación que afectaron la calidad del servicio.

Formas de expresión

Los canales de comunicación se materializaron en tres formas principales: oral, escrita y no verbal.

La oral incluyó llamadas telefónicas, mensajes de voz y conversaciones presenciales. Su principal ventaja fue la inmediatez, aunque podía presentar riesgos de pérdida de trazabilidad.

La escrita, fundamentalmente a través de correo electrónico y mensajería digital, aseguró registro documental y formalidad. Sin embargo, la rapidez de respuesta fue en ocasiones insuficiente para contextos de urgencia.

La no verbal, en menor medida, estuvo presente en gestos, actitudes y comportamientos que acompañaron la interacción profesional.

En la aviación ejecutiva, las tres formas se complementaron. La oral fue vital en emergencias, la escrita aseguró formalidad y la no verbal fortaleció la confianza entre equipos de trabajo.

Características de los canales de comunicación

Sanina (2017) identificó tres características fundamentales: fiabilidad, velocidad y efectividad.

Fiabilidad: Se vinculó a la precisión del mensaje y a la seguridad en la entrega. En aviación, un canal poco confiable puede poner en riesgo la operación.

Velocidad: Resultó determinante en entornos donde cada segundo cuenta. La comunicación en tiempo real se transformó en un requisito operativo.

Efectividad: Se relacionó con la capacidad del canal para lograr que la información fuese comprendida y utilizada correctamente.

En las operaciones de despacho, estos tres factores estuvieron interrelacionados. Por ejemplo, WhatsApp ofreció velocidad, pero careció de trazabilidad, mientras que el correo electrónico fue confiable y formal, aunque más lento.

Decodificación del mensaje

Según Berlo (2000), la comunicación no se limitó a la emisión del mensaje, sino que involucró la capacidad del receptor para decodificarlo a través de los sentidos. Un mensaje mal decodificado, aun transmitido por un canal adecuado, podía generar errores graves.

En la aviación ejecutiva, donde la coordinación depende de instrucciones precisas, la decodificación fue central. El uso de un lenguaje claro, estandarizado y carente de ambigüedades redujo la posibilidad de interpretaciones erróneas.

El feedback en la comunicación operacional

Schramm (1954) sostuvo que el proceso comunicacional fue bidireccional y que el feedback resultó indispensable para confirmar la correcta comprensión del mensaje.

En el área de despacho, la retroalimentación permitió asegurar que las instrucciones fueran entendidas y aplicadas de forma precisa. Este intercambio redujo la posibilidad de errores críticos y fomentó un ambiente de confianza, donde los operadores pudieron solicitar aclaraciones sin temor a represalias. La ausencia de feedback, en cambio, generó malentendidos que afectaron directamente la eficiencia y seguridad de las operaciones.

Comunicación digital

Arribas (2018) destacó que la digitalización transformó los procesos comunicacionales en las organizaciones. Internet, plataformas colaborativas y aplicaciones de mensajería se consolidaron como herramientas que ofrecieron rapidez, bidireccionalidad y trazabilidad.

En la aviación ejecutiva, el uso de internet fue vital para la gestión de vuelos, la coordinación de servicios y el acceso a información en tiempo real. Plataformas como WhatsApp y correo electrónico se convirtieron en medios habituales, aunque también se planteó la necesidad de implementar sistemas más robustos (por ejemplo, software de gestión de operaciones) que aportaran mayor control y seguridad en el manejo de la información.

Comunicación intercultural

Hofstede (2011) señaló que las diferencias culturales influyen en la forma en que se interpretan los mensajes. En la aviación ejecutiva, donde despachantes interactuaron con colegas y clientes de distintas nacionalidades, estas diferencias cobraron especial relevancia.

El uso de un lenguaje profesional, estandarizado y libre de modismos fue fundamental para minimizar malentendidos. La capacitación en habilidades interculturales fortaleció las relaciones laborales y permitió una comunicación más eficaz en contextos internacionales.

Comunicación en situaciones de crisis

Coombs (2007) afirmó que la gestión comunicacional en una crisis determina la percepción pública y la confianza a largo plazo. En el área de despacho, situaciones como demoras, cancelaciones o emergencias exigieron respuestas inmediatas, claras y verificadas.

La implementación de protocolos específicos, con designación de portavoces y uso de canales exclusivos para crisis, permitió mejorar la coordinación. La simulación de escenarios críticos fue una herramienta clave para preparar a los operadores a mantener la calma y la precisión en contextos de alta presión.

Seguridad operacional

Reason (1997) planteó que la seguridad operacional es un proceso continuo basado en la identificación y mitigación de riesgos, y que debe integrarse en la cultura organizacional.

En la aviación ejecutiva, la comunicación tuvo un rol fundamental en este aspecto. Reportar incidentes, compartir información sobre riesgos y coordinar tareas entre despachantes, pilotos y proveedores redujo la posibilidad de fallos humanos y técnicos. La seguridad no dependió solo de protocolos escritos, sino de la existencia de un flujo comunicacional abierto, constante y confiable.

Medios alternativos de comunicación

Finalmente, autores como Marquet (2020), González y Ruiz (2021) y Torres (2018) destacaron el potencial de herramientas colaborativas como Microsoft Teams, Slack, Trello, SharePoint o Zello. Estas plataformas aportaron ventajas respecto de WhatsApp y correo electrónico, al ofrecer trazabilidad, organización de la información, interacción en tiempo real y almacenamiento compartido.

En el área de despacho, su incorporación podría reducir la pérdida de datos, mejorar la supervisión de las operaciones y permitir un mayor control en situaciones críticas. Estas herramientas se posicionaron como alternativas viables para profesionalizar la comunicación en la aviación ejecutiva.

Capítulo 2: Marco Metodológico

Paradigma de investigación:

La investigación se enmarcó en el paradigma cualitativo–interpretativo, dado que se partió de la percepción de situaciones particulares para alcanzar interpretaciones generales. Según Kuhn (1993), los paradigmas constituyen marcos teóricos y metodológicos que orientan la selección del objeto de estudio, los objetivos y las estrategias de investigación.

En este sentido, se adoptó una perspectiva inductiva, propia de los enfoques cualitativos, donde el análisis se realizó a partir de las experiencias y percepciones de los operadores de despacho. Mendicoa (2003) explicó que la construcción de enunciados desde lo particular hacia lo general exige una interpretación profunda de la realidad observada, lo que se adecuó a los fines del presente estudio.

Enfoque metodológico:

La elección del enfoque metodológico respondió a la necesidad de comprender cómo los operadores de despacho significaron, interpretaron y experimentaron el uso de los canales de comunicación durante las operaciones de aviación ejecutiva. Este propósito se relaciona con la perspectiva interpretativa, que busca reconstruir la experiencia subjetiva de los actores involucrados.

En esta línea, el enfoque cualitativo se apoyó en fundamentos fenomenológicos y hermenéuticos. Según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista (2014), los estudios cualitativos permiten explorar los significados atribuidos por los sujetos a sus prácticas cotidianas. La fenomenología, por su parte, se orienta a comprender la experiencia vivida tal como es percibida por quienes la realizan, mientras que la hermenéutica se centra en la interpretación de los discursos producidos por los actores.

En este estudio, la entrevista en profundidad permitió acceder a las percepciones y vivencias de los operadores respecto de los canales utilizados, mientras que la encuesta funcionó como un complemento cuantitativo que permitió identificar

tendencias generales en el sector. Esto es coherente con lo planteado por Sabino (1992), quien sostiene que la combinación de técnicas puede enriquecer la comprensión del fenómeno. Asimismo, Sautu (2003) y Yuni y Urbano (2006) destacan que la integración de métodos es pertinente cuando se busca acceder tanto a los significados subjetivos como a patrones de comportamiento. De este modo, la metodología adoptada se construyó en coherencia con el paradigma interpretativo, priorizando la comprensión profunda de las prácticas comunicacionales y complementando esta mirada con datos cuantificables que permitieron reforzar la interpretación general del fenómeno.

Unidad de análisis:

La unidad de análisis fueron los procesos comunicacionales desarrollados por los operadores de despacho de Aerowise, entendidos como los mensajes, flujos de información y herramientas utilizadas para coordinar tareas vinculadas a las operaciones de vuelos ejecutivos dentro de la organización.

Población y muestra:

La población estuvo conformada por los 47 operadores de despacho de la empresa Aerowise. De acuerdo con Hernández Sampieri (2014), la población se define como el conjunto de todos los casos que cumplen con determinadas características.

La muestra consistió en 20 operadores, seleccionados de manera intencional en función de su experiencia y rol en la coordinación de operaciones. Esta estrategia se correspondió con lo señalado por Sabino (1992), quien sostiene que la selección intencional resulta válida cuando se busca obtener información de actores que poseen un conocimiento profundo sobre el fenómeno estudiado.

Técnicas de recolección de datos:

Para la recolección de datos se utilizaron dos técnicas principales:

1. Entrevista en profundidad

Se realizó una entrevista semiestructurada a un encargado de comunicación del área de despacho. Según Taylor y Bogdan (1986), la entrevista cualitativa busca comprender las perspectivas de los participantes en sus propios términos. La elección de esta técnica permitió obtener información detallada sobre las percepciones, dificultades y fortalezas en el uso de los canales de comunicación.

2. Encuesta con escala Likert

Se aplicó un cuestionario estructurado a los 20 operadores de la muestra, con preguntas cerradas y respuestas en escala Likert. Según Yuni y Urbano (2006), la encuesta constituye una herramienta útil para obtener información estandarizada de un grupo de individuos y permite sistematizar tendencias en las respuestas.

La combinación de ambas técnicas favoreció la triangulación de datos, aumentando la validez del estudio (Sautu, 2003).

Justificación de la metodología:

El uso de técnicas cualitativas y cuantitativas permitió abordar el problema de manera integral. Hernández Sampieri (2014) sostiene que los enfoques mixtos resultan útiles cuando se requiere comprender en profundidad un fenómeno y, al mismo tiempo, cuantificar ciertos aspectos para identificar patrones.

Asimismo, Salinas (2012) resalta que en las investigaciones sociales resulta imprescindible combinar la interpretación de significados con el análisis de datos empíricos, a fin de construir un marco de comprensión sólido. En este estudio, la entrevista aportó profundidad interpretativa y la encuesta permitió generalizar percepciones en un grupo más amplio de operadores.

Alcances y limitaciones

Alcances:

El estudio permitió analizar las características de los canales de comunicación utilizados en la coordinación de operaciones en la aviación ejecutiva, así como identificar percepciones y experiencias por parte de los operadores de despacho. La incorporación de un enfoque interpretativo posibilitó comprender de qué modo los actores significaron estas prácticas y cómo influyeron en la dinámica operativa.

Limitaciones:

Los resultados se circunscriben al contexto operativo específico en el que se realizó la recolección de datos, por lo que no se busca generalizar conclusiones a la totalidad del sector. Asimismo, algunas respuestas dependieron de la disponibilidad y disposición de los operadores para participar, lo que pudo limitar el acceso a ciertos testimonios. Finalmente, la investigación se desarrolló en un marco temporal concreto, por lo que futuras modificaciones en protocolos, tecnologías o dinámicas laborales podrían generar variaciones en los resultados.

Entrevista

La entrevista es, según Taylor y Bogdan (1986) el reiterado encuentro cara a cara entre el entrevistador y los informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones tal y como las expresa con sus propias palabras.

Modelos de preguntas para la entrevista:

1. ¿Cómo ves la comunicación de tu empresa?
2. ¿Cuáles son los problemas frecuentes en la comunicación interna de la empresa?
3. ¿Qué soluciones se podría dar a esta problemática de la comunicación interna?
4. ¿Qué elementos considerarías como importantes para una comunicación eficiente?
5. ¿Qué pasos recomendarías para una comunicación fluida?

En este caso se tomó una entrevista realizada a Mariano García, encargado de la comunicación del área de despacho de Aviación Ejecutiva para la empresa Aerowise, entrevista que sirvió no solo como guía, sino también tuvo como función determinar las principales fallas de la comunicación dentro de la empresa.

El día 25 de agosto de 2023 se realizó la entrevista a Mariano García. La misma tuvo lugar en las oficinas de la empresa Aerowise, ubicadas en el Aeropuerto Internacional de San Fernando, Buenos Aires.

La entrevista tuvo una duración de 32 minutos y una dinámica semiformal, siendo el objetivo de esta conocer la perspectiva que se tiene con respecto a la comunicación dentro y fuera de la empresa, así como también los puntos fuertes y débiles de las herramientas de comunicación utilizadas.

Esta entrevista reveló varios aspectos claves. Podemos destacar los siguientes puntos:

1. **Importancia de la Comunicación:** La comunicación en Aerowise es considerada fundamental tanto en el trato con los clientes como en el desarrollo de las operaciones. Una comunicación eficiente permite una mejor atención y respuesta a las necesidades del cliente, lo que a su vez influye positivamente en el desarrollo de las operaciones.
2. **Desafíos en la Comunicación Interna:** La falta de tiempo y la complejidad de las operaciones fueron los principales problemas que afectaron la comunicación interna. Las múltiples variables que intervienen en cada vuelo dificultan la transmisión de información oportuna, lo que puede llevar a errores y comprometer la seguridad operacional.
3. **Elementos para una Comunicación Eficiente:** Se destacó la importancia de transmitir información de manera rápida y clara, utilizando mensajes concisos. La claridad y la precisión son esenciales para evitar malentendidos y asegurar que la información sea recibida y comprendida correctamente.
4. **Problemas en la Comunicación Externa:** Se destacó la diferencia horaria y la falta de compromiso en la atención de comunicaciones como los principales problemas en la comunicación externa. Esto puede llevar a retrasos y complicaciones en la gestión de vuelos.
5. **Herramientas y Métodos Preferidos:** El celular y WhatsApp se destacaron como las herramientas más efectivas para la comunicación, proporcionando inmediatez y capacidad de compartir información crítica en tiempo real. La falta de disposición de algunas personas para compartir números de contacto limita su uso efectivo en las operaciones.
6. **Manejo de Situaciones de Estrés:** La empresa tiene un procedimiento claro para manejar situaciones de emergencia, incluye notificar al jefe de turno y a todos los involucrados en la operación. Utilizar múltiples canales de comunicación (teléfono, WhatsApp, email) asegura que la información se transmita de manera efectiva y se documente adecuadamente.

En resumen, la comunicación es un pilar esencial en Aerowise, pero enfrenta retos significativos que requieren atención. Mejorar la preparación, la gestión del tiempo y el uso de herramientas adecuadas pueden contribuir a una comunicación más efectiva, tanto interna como externamente.

Encuesta

Por otro lado, la encuesta según Cea D' Ancona (1996) es la aplicación de un procedimiento estandarizado para recopilar la información de una muestra acerca de los aspectos estructurales, ya sean ciertas características sociodemográficas u opiniones acerca de algún tema específico.

Modelos de preguntas para la encuesta

1. ¿Qué tan necesario consideras el uso de herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación en las operaciones? (Nada Necesario / Poco Necesario / Necesario / Muy Necesario / Extremadamente Necesario)
2. ¿Qué tan útil consideras que es la formación en el uso de herramientas de comunicación para mejorar la eficiencia en las operaciones? (Nada Útil / Poco Útil / Útil / Muy Útil / Extremadamente Útil)
3. ¿Qué tan importante consideras la capacitación continua en habilidades de comunicación para el personal? (Nada Importante / Poco Importante / Importante / Muy Importante / Extremadamente Importante)
4. ¿Qué tan útil consideras que es la comunicación a través de email para las operaciones aeronáuticas? (Nada Útil / Poco Útil / Útil / Muy Útil / Extremadamente Útil)
5. ¿Qué tan útil consideras que es la comunicación a través de WhatsApp para las operaciones aeronáuticas? (Nada Útil / Poco Útil / Útil / Muy Útil / Extremadamente Útil)

Las encuestas fueron realizadas a 20 operadores de Aerowise, seleccionados intencionalmente según su experiencia y rol operativo. Estas encuestas nos dieron un panorama general del uso de la comunicación entre operadores y de la velocidad y efectividad con el que se recibe una información y se la procesa para poder realizar los servicios relacionados con la misma. Las encuestas fueron realizadas con el modelo de escala de Likert, para poder medir de esta forma el grado de satisfacción o insatisfacción gradual en las respuestas.

Teniendo en cuenta el objetivo de determinar la utilidad de los canales de comunicación más utilizados por los despachantes de aeronaves, así como también su eficacia para la transmisión, recepción y retroalimentación de la información, se realizó una investigación que permitió establecer en primer lugar que tan necesario es para los despachantes el uso herramientas tecnológicas como método para la comunicación, así como también que tan importante es para ellos la formación y preparación para el uso de los diferentes canales de comunicación por parte del personal a cargo de las operaciones aeronáuticas.

Una vez establecido lo anteriormente propuesto, se determinó qué tan útiles fueron los mencionados canales de comunicación y que tanto afectó a las operaciones y a los despachantes la falta de preparación en el uso de estos, así como también en la transmisión y/o recepción incompleta o poco clara de la información pertinente a cada operación.

Las encuestas fueron realizadas a los despachantes de forma online por medio de Google Forms, con 20 participantes pertenecientes a la muestra seleccionada.

Supuestos

1. La incorporación de plataformas colaborativas digitales podría complementar los canales tradicionales de comunicación, mejorando la organización y trazabilidad de la información en las operaciones de despacho.
2. El predominio de herramientas de mensajería instantánea como WhatsApp podría generar ventajas en cuanto a rapidez, pero también podría implicar riesgos relacionados con la falta de formalidad y pérdida de registros oficiales.
3. La utilización del correo electrónico como canal principal podría asegurar la formalidad y trazabilidad de los mensajes, aunque podría resultar menos eficiente en contextos que requieran inmediatez.
4. Una capacitación específica en el uso de canales digitales y en protocolos de comunicación intercultural podría favorecer la reducción de errores y malentendidos entre los operadores de despacho.
5. La implementación de protocolos de retroalimentación sistemática podría contribuir a la mejora de la seguridad operacional y a la coordinación efectiva de los servicios asociados a la aviación ejecutiva.

Capítulo 3: Recopilación, Análisis e Interpretación de Datos

Figura 1.

¿Qué tan necesario consideras el uso de herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación en las operaciones?

20 responses

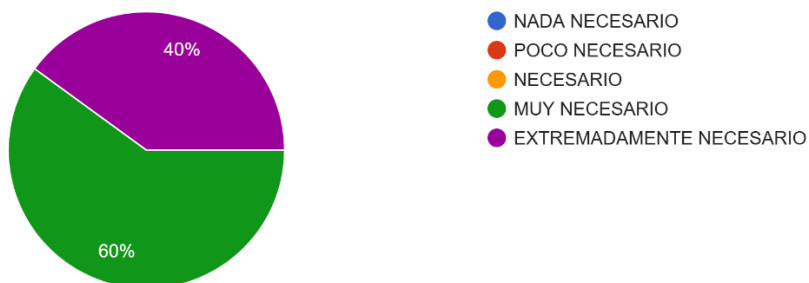
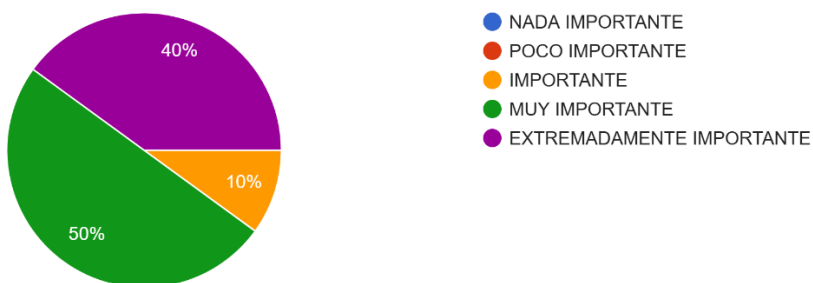


Figura 2.

¿Qué tan importante consideras la capacitación continua en habilidades de comunicación para el personal?

20 responses



La primera pregunta permitió determinar qué tan necesario es para los despachantes tanto el uso de herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación, como el uso de herramientas de comunicación para mejorar la eficiencia de las operaciones aéreas. La segunda pregunta determinó, por otro lado, la importancia que refleja para los despachantes el mantener una capacitación de las habilidades comunicativas del personal.

Figura 3.

¿Qué tan útil consideras que es la comunicación a través de email para las operaciones aeronáuticas?

20 responses

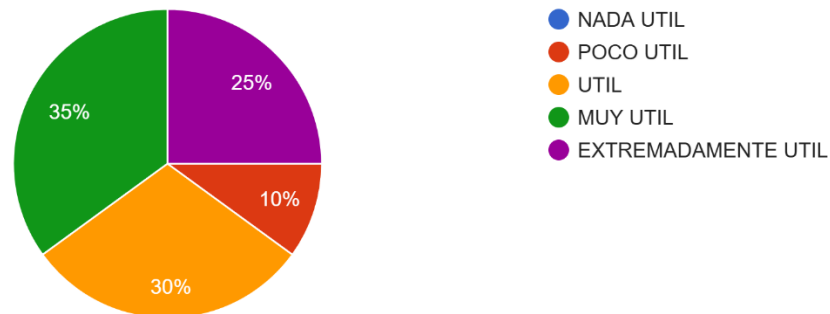
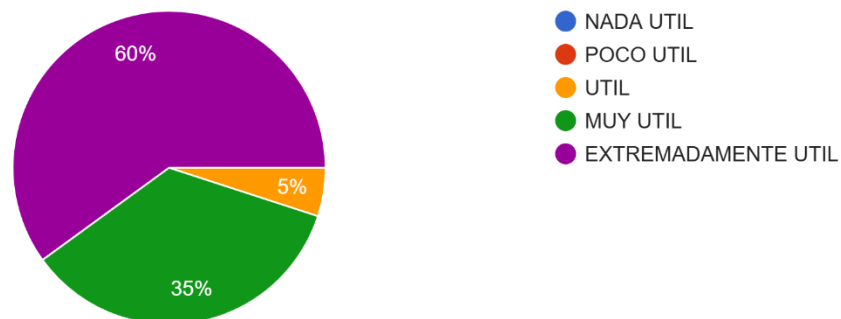


Figura 4.

¿Qué tan útil consideras que es la comunicación a través de WhatsApp para las operaciones aeronáuticas?

20 responses



Las preguntas tres y cuatro permitieron establecer a ciencia cierta qué tan útiles son los canales de comunicación más utilizados por los despachantes, siendo estos WhatsApp y Email. El resultado permitió determinar que el Email es considerado mayoritariamente entre muy útil y útil, con un 25% considerándolo extremadamente útil y un 10% considerándolo poco útil. Cabe destacar que ninguno de los operadores considero el Email como inútil, pero un 40% lo considera poco eficiente.

Por otro lado, el WhatsApp se consideró en todos los casos como muy útil o extremadamente útil, salvo un único caso que lo considero únicamente como útil. El 60% de los encuestados lo determinó extremadamente útil. Esto mostró una preferencia en el uso del WhatsApp por sobre el uso del Email para realizar los trabajos pertinentes a las operaciones.

Figura 5.

¿Qué tan frecuentemente crees que se presentan malentendidos en la comunicación escrita en tu empresa?

20 responses

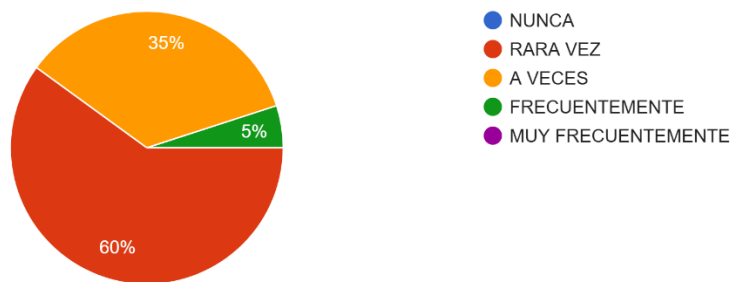


Figura 6.

¿Qué tan bien crees que se gestionan las comunicaciones de emergencia en tu empresa?

20 responses

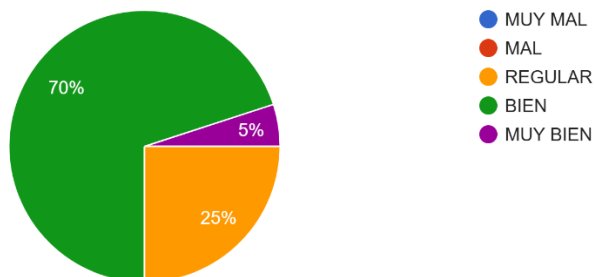
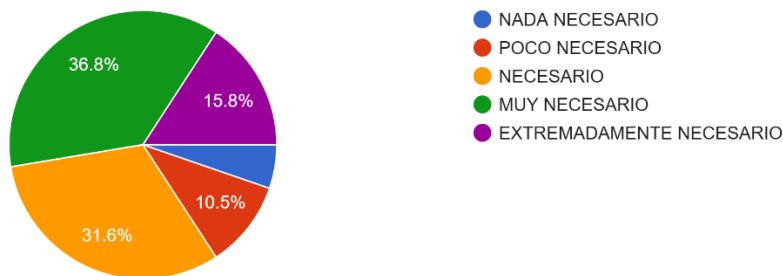


Figura 7.

¿Qué tan necesario consideras el uso de informes diarios para mantener a todos informados sobre el estado de las operaciones aeronáuticas?

19 responses



Las preguntas cinco, seis y siete establecieron cómo resolver la comunicación interna en algunas de las tareas más comunes del despachante, siendo estas la comunicación interna, la gestión de las comunicaciones de emergencia y los informes periódicos. Con esto se buscó determinar cuán importante es mantener una comunicación clara y eficiente entre los despachantes a cargo de los vuelos, así como también que tan fluida es dicha comunicación.

Figura 8.

¿Qué tan importante consideras que es la claridad de la información provista para evitar errores en las operaciones?

20 responses

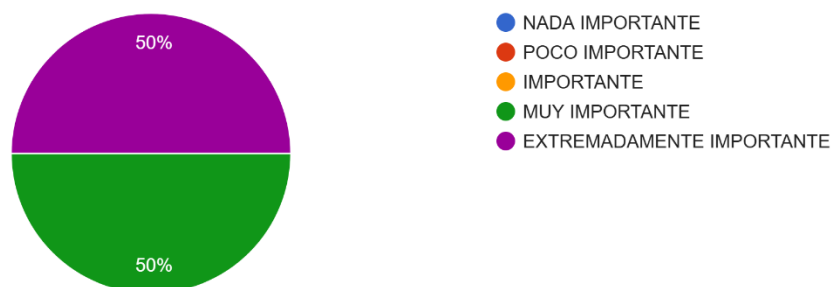
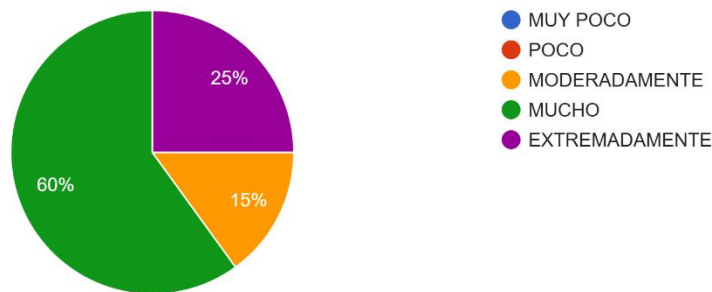


Figura 9.

¿A tu parecer, qué tanto complica las operaciones el no recibir información a tiempo?

20 responses



Las preguntas ocho y nueve permitieron establecer que tan importante es el tiempo y la claridad de la información para el éxito de una operación aérea, y cómo cualquier demora puede complicar la totalidad del vuelo. El 60% de los despachantes consideró que recibir la información a destiempo complica mucho la operación y el 25% considera que esa demora puede ser crítica. En cuanto a la claridad de la información, el 50% de los despachantes consideró que es extremadamente importante que la información transmitida para realizar un vuelo sea lo más clara posible, y el otro 50% la considera muy importante. Cabe aclarar que ningún despachante consideró que la claridad de la información sea menos que muy importante.

A partir de las respuestas recolectadas se pudo observar una marcada preferencia por canales de comunicación instantánea, aunque se detectó también una preocupación creciente por la trazabilidad, la claridad del mensaje y la demora en ciertas respuestas por email. Esto reforzó la necesidad de generar herramientas que combinen inmediatez con estructura formal.

Capítulo 4: Conclusiones

A lo largo de esta tesis se abordó de manera profunda y sistemática el análisis de los canales de comunicación utilizados por los operadores del área de despacho en la aviación ejecutiva, haciendo especial foco en los más frecuentes: WhatsApp y correo electrónico. A partir del estudio teórico y de campo, se pudo observar que ambos canales presentan fortalezas innegables, pero también limitaciones operativas que afectan directamente la eficiencia, la seguridad y la calidad del servicio.

WhatsApp se consolidó como una herramienta clave por su velocidad, accesibilidad e inmediatez, características que lo hacen prácticamente indispensable en contextos donde cada segundo cuenta. Sin embargo, su uso conlleva riesgos importantes: falta de trazabilidad, pérdida de formalidad, escasa integración documental y, en muchos casos, la dependencia de dispositivos personales. Por otro lado, el email, tradicionalmente valorado por su formalidad y capacidad de estructurar información extensa, resultó en ocasiones lento, poco interactivo y propenso a la dispersión de datos entre cadenas extensas de mensajes.

La investigación de campo confirmó que estos dos canales, aunque efectivos en conjunto, no cubren todas las necesidades del entorno operativo actual, especialmente en situaciones complejas o críticas donde la coordinación debe ser precisa, multidimensional y colaborativa. Se detectaron puntos críticos como la falta de claridad en la información, la demora en las respuestas y la imposibilidad de asegurar que todos los actores involucrados accedan en tiempo real a la misma información.

Ante este panorama, se propusieron medios alternativos capaces de complementar o incluso reemplazar a WhatsApp y al email según la situación. Herramientas como Microsoft Teams, Slack, Trello, SharePoint, Confluence y Zello se presentaron como soluciones viables, adaptables al entorno aeronáutico por su capacidad de ofrecer trazabilidad, acceso colaborativo, notificaciones en tiempo real y

centralización de la información. Cada una de ellas fue analizada en función de sus ventajas comparativas y su viabilidad de implementación, considerando las necesidades del sector y la cultura operativa de los despachantes.

De esta forma y partiendo de lo desarrollado en el Marco Teórico bajo el título Plan de mejora para la comunicación, se propone una estrategia progresiva y estructurada que permite implementar herramientas digitales complementarias o sustitutivas de manera ordenada, realista y eficaz.

Esta estrategia se compone de tres fases principales:

1. Fase de aceptación: Iniciar una prueba piloto limitada en operaciones reales, utilizando plataformas como Microsoft Teams y Trello en paralelo a los canales actuales, observando ventajas, dificultades y nivel de adopción.
2. Fase de capacitación: Desarrollar instancias formativas enfocadas no solo en el uso técnico de las herramientas, sino en el desarrollo de habilidades comunicacionales. Simulaciones, ejercicios prácticos y acompañamiento continuo serán clave.
3. Fase de evaluación e integración: Evaluar el impacto de las herramientas a través de indicadores medibles y la percepción del equipo. A partir de esos datos, implementar su adopción formal como parte del flujo operativo, con reemplazo parcial o total de WhatsApp o email según corresponda.

A lo largo de todo el proceso, debe fomentarse una cultura de retroalimentación continua, donde los operadores puedan expresar libremente dudas, dificultades y sugerencias. Este enfoque asegura una evolución constante del modelo comunicacional y una mayor apropiación por parte del equipo.

En resumen, el desafío no está únicamente en identificar fallas o en proponer nuevas herramientas, sino en entender la comunicación como un proceso humano, estratégico y estructurador del trabajo en equipo. La clave está en transformar los hábitos comunicacionales mediante una propuesta que integre tecnología, formación, organización y escucha activa.

La solución no radica solo en qué herramientas se usan, sino en cómo se usan y

por qué. Es allí donde el rol profesional del comunicador toma fuerza: diseñando procesos de comunicación claros, empáticos, proactivos y alineados con la cultura de la organización. En el caso del área de despacho de la aviación ejecutiva, esta visión es esencial para garantizar operaciones seguras, eficientes y con una experiencia positiva tanto para el equipo como para el cliente.

Desde esta perspectiva, esta tesis no solo aporta un análisis crítico de los canales actuales, sino que ofrece una propuesta concreta y aplicable para rediseñar la comunicación en una industria que exige, más que nunca, precisión, velocidad y profesionalismo.

Bibliografía

- **Ariza, M.** (2018). Comunicación organizacional: canales formales e informales. Editorial Académica Española.
- **Arribas, L.** (2018). La comunicación digital en las organizaciones modernas. Ediciones UOC.
- **Argenti, P.** (2009). Corporate Communication. McGraw-Hill.
- **Berlo, D. K.** (2000). El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y a la práctica. Holt, Rinehart and Winston.
- **Castells, M.** (2012). La era de la información: economía, sociedad y cultura. Alianza Editorial.
- **Coombs, W. T.** (2007). Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding. SAGE Publications.
- **Davenport, T., & Kirby, J.** (2016). Only Humans Need Apply: Winners and Losers in the Age of Smart Machines. Harper Business.
- **González, R., & Ruiz, M.** (2021). Gestión de tareas y productividad empresarial. Editorial Cívitas.
- **Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P.** (2014). Metodología de la investigación (6.ª ed.). McGraw-Hill
- **Hofstede, G.** (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. Online Readings in Psychology and Culture.
- **Kotler, P., & Keller, K.** (2016). Dirección de marketing. Pearson Educación.
- **Kuhn, T. S.** (1993). La estructura de las revoluciones científicas. Fondo de Cultura Económica.
- **Lorente Páramo, A. J.** (2020). La efectividad en el email marketing: Modelo teórico unificado y estudio de las influencias culturales. Tesis Doctoral. Universidad Politécnica de Madrid.
- **Luhmann, N.** (2017). La realidad de los medios de comunicación. Editorial Herder.

- **Marquet, C.** (2020). Trabajo colaborativo y transformación digital. Paidós Empresa.
- **Mendicoa, G.** (2003). Fundamentos de la investigación social. Editorial Brujas.
- **Nonaka, I., & Takeuchi, H.** (1999). La organización creadora de conocimiento. Oxford University Press.
- **Pratima, D.** (2014). Organizational Communication and Culture. Sage Publications.
- **Reason, J.** (1997). Managing the Risks of Organizational Accidents. Ashgate Publishing.
- **Romero, F. R. P.** (2019). La comunicación como herramienta estratégica para afianzar la relación entre empresa y cliente. Tesis de grado, Universidad Católica de Salta.
- **Sabino, C.** (1992). El proceso de investigación. Panapo
- **Sanina, A.** (2017). Corporate Communication in Modern Enterprises. Palgrave Macmillan.
- **Salinas, P.** (2012). Investigación social y metodología. Editorial Universitaria.
- **Sautu, R.** (2003). Todo es teoría: Objetivos y métodos de investigación. Lumiere.
- **Schramm, W.** (1954). How Communication Works. In The Process and Effects of Mass Communication. University of Illinois Press.
- **Taylor, S. J., & Bogdan, R.** (1986). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Paidós.
- **Torres, L.** (2018). Innovación en comunicación operativa para entornos críticos. Editorial Alfaomega.
- **Yuni, J., & Urbano, C.** (2006). Métodos de investigación: Aplicaciones en educación y ciencias sociales. Editorial Brujas.

Anexo

Resultado de Encuestas

Pregunta 1.

¿Qué tan necesario consideras el uso de herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación en las operaciones?

[View options](#) 

☒ MUY NECESARIO

[12 responses](#)

☒ EXTREMADAMENTE NECESARIO

[8 responses](#)

Pregunta 2.

¿Qué tan importante consideras la capacitación continua en habilidades de comunicación para el personal?

[View options](#) ▼

☒ MUY IMPORTANTE

10 responses

☒ EXTREMADAMENTE IMPORTANTE

8 responses

☒ IMPORTANTE

2 responses

Pregunta 3.

¿Qué tan útil consideras que es la comunicación a través de email para las operaciones aeronáuticas?

[View options](#) ▼

☒ MUY UTIL

7 responses

☒ UTIL

6 responses

☒ EXTREMADAMENTE UTIL

5 responses

☒ POCO UTIL

2 responses

Pregunta 4.

¿Qué tan útil consideras que es la comunicación a través de WhatsApp para las operaciones aeronáuticas?

[View options](#) 

☒ EXTREMADAMENTE UTIL

[12 responses](#)

☒ MUY UTIL

[7 responses](#)

☒ UTIL

[1 response](#)

Pregunta 5.

¿Qué tan frecuentemente crees que se presentan malentendidos en la comunicación escrita en tu empresa?

[View options](#) ▼

☒ RARA VEZ

12 responses

☒ A VECES

7 responses

☒ FRECUENTEMENTE

1 response

Pregunta 6.

¿Qué tan bien crees que se gestionan las comunicaciones de emergencia en tu empresa?

[View options](#) 

☒ BIEN

[14 responses](#)

☒ REGULAR

[5 responses](#)

☒ MUY BIEN

[1 response](#)

Pregunta 7.

¿Qué tan necesario consideras el uso de informes diarios para mantener a todos informados sobre el estado de las operaciones aeronáuticas?

[View options](#) ▼

☒ MUY NECESARIO

7 responses

☒ NECESARIO

6 responses

☒ EXTREMADAMENTE NECESARIO

3 responses

☒ POCO NECESARIO

2 responses

☒ NADA NECESARIO

1 response

Pregunta 8.

¿Qué tan importante consideras que es la claridad de la información provista para evitar errores en las operaciones?

[View options](#) 

☒ MUY IMPORTANTE

[10 responses](#)

☐ EXTREMADAMENTE IMPORTANTE

[10 responses](#)

Pregunta 9.

¿A tu parecer, qué tanto complica las operaciones el no recibir información a tiempo?

[View options](#) ▼

☒ MUCHO

12 responses

☒ EXTREMADAMENTE

5 responses

☒ MODERADAMENTE

3 responses

Desgravación de la Entrevista

1. ¿Cómo ves la comunicación de tu empresa?

MG: Dentro de Aerowise, la comunicación ha sido siempre una de las claves para tener en cuenta tanto para el trato de los clientes como para el desarrollo de las operaciones.

Consideramos que una buena comunicación entre nosotros y ellos (los clientes) llevan a las operaciones directamente por el buen camino, porque cuanto más conoce uno como empresa de los gustos del cliente mejor es la atención y más pronta es la respuesta a cualquier necesidad que pueda surgir a lo largo del trayecto.

2. ¿Cuáles son los problemas frecuentes en la comunicación interna de la empresa?

MG: Dentro de la empresa, los problemas más frecuentes de comunicación que se tienen están estrechamente vinculados con la falta de tiempo en las operaciones y la multiplicidad de factores que engloban cada vuelo particular.

¿A que nos referimos con esto? A que cada vuelo tiene una serie de pasos a seguir que son medianamente estandarizados, empezando con la recopilación de los datos del vuelo, la preparación de los papeles de vuelo y los permisos, la solicitud de los servicios, el aterrizaje de la aeronave, el servicio per se, la liberación de los pasajeros, etc.; pero todo esto tiene al mismo tiempo una infinidad de variables que entran en juego y que son particulares y distintas en cada operación de vuelo.

Por poner solo algunos ejemplos, el hecho de que se sume un pasajero a un vuelo conlleva un cambio en toda la documentación, una diferente tasa de pago para los servicios y distintos controles. O un cambio de horario puede modificar la operación por cierres aeroportuarios o por un límite en los horarios de los servicios.

Y aquí es donde entra en juego la comunicación que mencionaba anteriormente

y la falta de tiempo, porque en cada operación el despachante, o los despachantes, están permanentemente ocupados en dar un servicio de calidad, coordinando al mismo tiempo las diferentes variables en una suerte de malabarismo de tareas que deja poco tiempo para comunicar resultados o problemas al HQ (Head Quarters = Cuarteles Generales).

Por lo tanto, el problema principal que encontramos en la comunicación interna es lograr encontrar esos pequeños huecos que permitan transmitir la información en el momento de la operación para resolver los problemas de la manera más rápida posible, evitando errores y manteniendo ante todo la seguridad operacional.

3. ¿Qué soluciones se podría dar a esta problemática de la comunicación interna?

MG: Hay distintos métodos a disposición del despachante para la comunicación, como lo son el celular y el Handy o WalkieTalkie, pero al ser principalmente el problema el tiempo y no las herramientas, las opciones a disposición del despachante son una mejor preparación, un mejor tempo o más personal.

La preparación se logra pagando servicios de antemano y preparando todo con la mayor antelación posible dentro de los estándares de seguridad operacional.

El tempo se logra separando el trabajo en partes para que en el ínterin entre partes pueda haber comunicación fluida y la opción más viable, pero al mismo tiempo la más difícil por no poder tenerla a disposición en todas las operaciones es un mayor número de personal.

En mi experiencia, tener un buen tempo y una mejor preparación de antemano son normalmente suficientes para compensar la falta de comunicación, pero como ya vimos, cada operación es única por lo que es muy variable.

4. ¿Qué elementos considerarías como importantes para una comunicación eficiente?

MG: Para la comunicación eficiente la transmisión rápida y completa de la información, recopilándola en pocos mensajes que tengan toda la información requerida para cada operación. Una comunicación es eficiente cuando el que

recibe el mensaje no requiere enviar un segundo mensaje para que se le aclare alguna parte de la información inicial.

Otro punto para tener en cuenta es la longitud del mensaje enviado, considero que es mejor enviar la información cuando es extensa en dos o tres mensajes separados y breves que en un solo mensaje extenso y sin fin, porque se pierde la atención y se pueden perder detalles importantes.

5. ¿Qué pasos recomendarías para una comunicación fluida?

MG: Es difícil establecer una serie de pasos para la comunicación fluida, pero considero estos tres como importantes para que por lo menos la comunicación entre partes sea clara y eficiente:

En primer lugar, saber qué es lo que se quiere comunicar, es decir tener todos los detalles necesarios a fin de que la preparación del mensaje no lleve demasiado tiempo y no tengamos una separación de información en el tiempo.

En segundo lugar, transmitir la información lo más pronto posible, sobre todo si dicha información puede ocasionar cambios considerables en la operación o puede afectar la seguridad operacional.

Y finalmente estar atento a la información que se recibe para poder reaccionar a cambios acordemente.

6. ¿Qué problemas consideras que son frecuentes en la comunicación externa?

MG: Principalmente, los problemas de comunicación externa se pueden englobar en dos: la diferencia horaria con el FBO o personal a cargo de atender el vuelo en el aeropuerto de escala o en el aeropuerto de destino, considerando por ejemplo aeropuertos como lo son el de Qatar o el aeropuerto de Narita que tienen diferencia horaria de 12 horas completas con respecto al horario local en Argentina, y la falta de compromiso con el atendimento de llamadas o con la lectura de emails y, en ciertos casos, de WhatsApp.

7. ¿Qué herramienta consideras que es la más efectiva para la comunicación?

MG: De todas las herramientas que se usan en la empresa, la más efectiva es

por lejos el celular. No solo nos permite una comunicación instantánea, sino que además nos proporciona todos los datos que podamos necesitar para un vuelo, desde la meteorología, pasando por los NOTAMS (Notice to Airmen) hasta incluso la disponibilidad de personal en los distintos aeropuertos y sus funciones. Además, es útil para organizar la información y los pedidos que corresponden a cada vuelo.

8. ¿Qué método considerarías como más efectivo para la comunicación externa?

MG: Por lejos el método más efectivo es WhatsApp, y cuando hablamos por lejos, me refiero a muy lejos. Es inmediato, es rápido y permite transmitir y recibir información a tiempo real con alguien que puede estar del otro lado del aeropuerto o del otro lado del mundo.

Pero lamentablemente, no a todos los despachantes o empresas les gusta compartir un número personal para contacto por ese medio, y es en estos casos en los que nos debemos adaptar utilizando métodos mucho menos efectivos y considerablemente más lentos como lo son el email y, en casos mucho menos frecuentes, el fax.

Si bien es cierto que el mail es necesario para realizar pedidos más formales y dejar todo más estructurado, la lentitud en contestar es un limitante muy grande. También permite (el email) comunicar todos los datos a muchas personas al mismo tiempo, y si tengo que poner un orden de preferencia, iría segundo después de WhatsApp. Sinceramente, cualquier alternativa es mejor que el uso del fax.

9. ¿Cómo maneja la empresa su comunicación en situaciones de estrés o emergencia?

MG: Las situaciones de estrés o emergencia son verdaderamente muy comunes en la aviación. Más en el sector privado por cambios a último momento por parte de pasajeros o tripulaciones, y también por la baja prioridad de todos los aeropuertos. Es muy pero muy común que le den prioridad en todo momento a aeronaves de carga o comerciales, antes que a aeronaves privadas con menos pasajeros.

En todos los casos, cuando surge una situación difícil que ocasiona emergencias para resolver en la operación, el procedimiento a seguir es avisar en primer lugar al jefe de turno porque es la persona responsable del vuelo y la que tiene más experiencia en resolver situaciones inesperadas lo más rápido posible.

En segundo lugar, hay que avisar a todos los involucrados en el vuelo pasando por los despachantes externos, plan de vuelo, servicios de rampa, migraciones, sanidad, PSA, etc.

Aquí es donde encontramos la importancia de tener a mano números de teléfono de todos los que forman parte de una operación para poder avisar lo más pronto posible todos los cambios. Después de avisar por teléfono también hay que mandar un mensaje por WhatsApp o Mail para que quede también por escrito lo que se avisó por supuesto.

Gracias por su tiempo.

Universidad Católica de Salta Facultad de Artes y Ciencias



HOJA DE EVALUACIÓN

Alumno: Ricardo Funes

Director de Tesis: Agustín Fernández

Frank Jackson

Evaluación:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Observaciones:

.....

.....

.....

Salta, Argentina 2024