

PRIMERA EDICIÓN DIGITAL

2022

TÉCNICAS DE GUIADO Y CONDUCCIÓN DE GRUPOS



**PONCIANO ANCHANTE, Nancy Liz
INGA BLAS, Carlos Alberto
BRAVO TABOADA, Yossary Darill
VILLENA ANDRADE, Tomás Dalí**

**PONCIANO ANCHANTE, Nancy Liz
INGA BLAS, Carlos Alberto
BRAVO TABOADA, Yossary Darill
VILLEN A ANDRADE, Tomás Dalí**

TÉCNICAS DE GUIADO Y CONDUCCIÓN DE GRUPOS



**Editor
PONCIANO ANCHANTE, Nancy Liz**

TÉCNICAS DE GUIADO Y CONDUCCIÓN DE GRUPOS

Autores

© PONCIANO ANCHANTE, Nancy Liz

© INGA BLAS, Carlos Alberto

© BRAVO TABOADA, Yossary Darill

© VILLENA ANDRADE, Tomás Dalí

Hecho el Depósito Legal en la
Biblioteca Nacional del Perú N°:2022-10405

Primera Edición Digital: Octubre, 2022

Publicación disponible en:

<https://www.unheval.edu.pe/>

Editado por:

PONCIANO ANCHANTE, Nancy Liz

Dirección: Av. Túpac Amaru N° 208

Huánuco – Huánuco – Amarilis

Perú

ISBN: 978-612-00-8053-5

Derechos Reservados. Prohibida la reproducción de este Libro Virtual por cualquier medio total o parcial, sin permiso expreso de los autores.

ISBN: 978-612-00-8053-5



CAPÍTULO 1* _____ **9*

LOS VIAJES Y TURISMO* _____ **9*

1.1. Turismo – Definición _____	13
1.1.1. Definición del Turismo Según Enfoques _____	14
1.2. Los Viajes - Conceptualización _____	18
1.2.1. Los Viajes Combinados-Circuitos _____	20
1.2.2. Factores a tener en cuenta en los circuitos turísticos _____	20
1.2.3. Características de los circuitos turísticos _____	21
1.2.4. Pasos para la elaboración de un circuito turístico _____	21
1.2.5. Definición general del circuito _____	21
1.2.6. Identificación _____	21
1.2.7. Definición del recorrido _____	22
1.2.8. Recopilación de información y reconocimiento del circuito _____	22
1.2.9. Prueba del circuito propuesto _____	22
1.2.10. Evaluación de las facilidades turísticas _____	22
1.3. Otros Tipos de Viajes. _____	23
1.4. Los Atractivos y Recursos Turísticos. _____	23
1.4.1. Clasificación de los atractivos y recursos turísticos _____	25

CAPÍTULO 2* _____ **28*

EL GUÍA DE TURISMO* _____ **28*

2.1. Perfil Del Guía _____	32
2.1.1. Conocimientos _____	32
2.1.2. Idiomas _____	33
2.1.3. Actitud de servicio _____	34
2.1.4. Funciones _____	36
2.1.5. Cualidades de un guía de turismo _____	37
2.1.6. Habilidad y destrezas. (experiencia) _____	37
2.2. Tipos de Guía _____	38
2.2.1. Guías locales _____	38
2.2.2. Guías de ruta _____	41
2.2.3. Guías secundarios _____	43
2.2.4. Ventajas del guiado turístico _____	50
2.2.5. Desventajas del guiado turístico _____	50

CAPÍTULO 3 _____ **51**

LOS ACTORES EN EL GUIADO _____ **51**

3.1. La Servucción _____	55
3.1.1. Elementos del sistema de servucción _____	56
3.2. El Medio de Transporte _____	61
3.2.1. Tipo de servicio de transporte _____	62
3.3. El Trabajo con Hoteles _____	66
3.3.1. Otra forma de distribución de habitaciones _____	70
3.4. El Trabajo con Restaurantes _____	75

CAPÍTULO 4 _____ **77**

LA ACTIVIDAD DEL GUIADO _____ **77**

4.1. Rol del Guía de Turismo _____	81
4.1.1. Tareas del guía durante el viaje _____	81
4.1.2. Tareas del guía después del viaje _____	84
4.2. La Comunicación _____	84
4.2.1. Los elementos de la comunicación _____	85
4.2.2. El transmitir el mensaje _____	86
4.2.3. Las circunstancias al transmitir el mensaje _____	86
4.2.4. Los obstáculos en la comunicación _____	87
4.3. La Comunicación no Verbal _____	89
4.3.1. El gesto _____	89
4.3.2. La imagen _____	90
4.4. Algunos Consejos para Hablar en Publico _____	90
4.4.1. La preparación _____	90
4.4.2. La puesta en escena _____	90
4.5. Algunas Reglas Básicas _____	91
4.6. Algunas Técnicas para el Escenario _____	94
4.6.1. En los espacios abiertos _____	94
4.6.2. En los espacios cerrados _____	95

CAPÍTULO 5 _____ **97**

INSTRUMENTOS DE TRABAJO _____ **97**

5.1. Documentos de la Agencia _____	101
5.2. La Agenda Telefónica _____	104
5.3. Documentos de Información _____	106

CAPÍTULO 6 _____ **107**

ANIMACIÓN TURÍSTICA _____ **107**

6.1.	Tipos de Clientes	_____	111
6.2.	Dinámicas Grupales	_____	115
6.2.1.	Fases De La Dinámica	_____	116
6.3.	Tipos de Grupos	_____	117
6.3.1.	Otros tipos de grupos	_____	119
6.4.	Técnicas para la Animación	_____	122
6.4.1.	La animación a bordo	_____	122
6.4.2.	Los juegos	_____	123

CAPÍTULO 7 _____ **129**

MARCO DE LA ACTIVIDAD _____ **129**

7.1.	Anexo A - Ley del Guía de Turismo	_____	133
7.2.	Anexo B - Reglamento de la Ley del Guía de Turismo	_____	136
7.3.	Instituciones de Formación de Guías Oficiales de Turismo	_____	143
7.3.1.	Cenfotur	_____	143
7.3.2.	Agotur	_____	144

BIBLIOGRAFÍA _____ **147**

CAPÍTULO 1

LOS VIAJES Y TURISMO





COMPETENCIAS

Diferencia la conceptualización entre recursos y atractivos turísticos.

Conoce, identifica y define, la conceptualización del turismo.

Identifica la metodología de los circuitos turísticos.

Identifica los elementos del producto turístico.

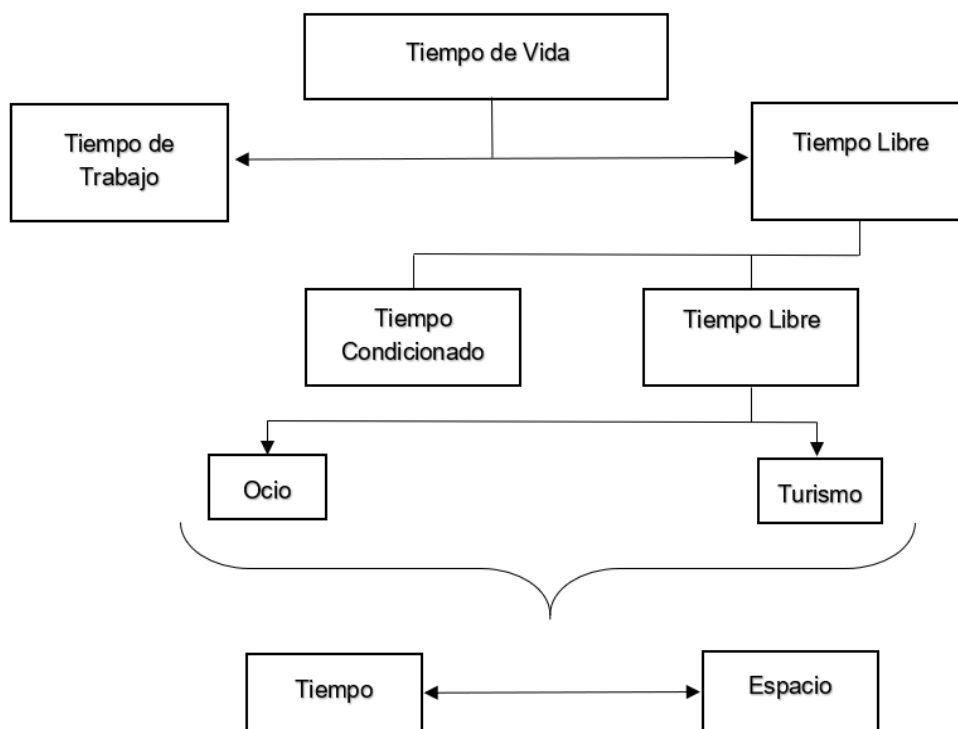
CAPÍTULO 1

LOS VIAJES Y TURISMO

1.1. Turismo – Definición

Etimológicamente la palabra turismo deriva del latín "tornare" que significa: volver o girar, pero el antecedente directo proviene del idioma francés "tour" que da origen, en el siglo XVIII, al verbo inglés "to turn" que significa: acción de aquel que vuelve al punto de partida, después de un itinerario ordenado; viaje o excursión, viaje redondo, de negocios, placer, educación entre otros.

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico asociado al desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su hábitat habitual por motivos personales, profesionales o empresariales. Estas personas se denominan viajeros (que pueden ser turistas o no turistas, residentes o no residentes) y sus actividades incluyen el turismo, algunas de las cuales implican gastos turísticos.



1.1.1. Definición del Turismo Según Enfoques

Es importante dar a conocer ciertas definiciones respecto al turismo enfocados a las diferentes actividades que se realizan en este mundo de los viajes y turismo, así mismo la actividad del guiado y conducción de grupos requiere tener enlaces con diferentes herramientas administrativas y tener en claro el concepto de turismo para que así el guía de turismo, animador, conductor, líder o aquella persona responsable de un grupo turístico sepa cómo atender a las necesidades y perfil de cada cliente o turista. Sabiendo equilibrar la conceptualización de estos enfoques, el guía de turismo podrá tener éxito en su labor tal como lo pudiera tener un compositor para la música o un chef para un potaje.

Además de las definiciones según enfoques, podremos determinar que el guía de turismo debe ser una persona con amplios conocimientos en diferentes disciplinas ya que estas intervienen en las diferentes funciones que cumpliría. El geógrafo francés afirma Michaud (1983) “el turismo agrupa al conjunto de actividades de producción y consumo, a las que dan lugar determinados desplazamientos seguidos de una noche, al menos, pasada fuera del domicilio habitual, siendo el motivo de viaje el recreo, los negocios, la salud o la participación de una reunión profesional, deportiva o religiosa” (en Callizo Soneiro, 1991:19)

a) Enfoque institucional

Considera a los diversos intermediarios e instituciones que realizan las diversas actividades turísticas. Destaca instituciones como la agencia de viajes, empresas de transporte y otras, este enfoque requiere de una investigación acerca de la organización, métodos de operación, problemas, costos y el lugar que ocupa en la economía los agentes de viajes que actúan en nombre del cliente, comprando los servicios de las líneas aéreas, compañías de rentas de automóviles, hoteles, etc.

b) Enfoque del Producto

Desde la definición sistémica del profesor Alberto Levy, el producto puede entenderse como el proceso de costos, ingresos y estructuras técnicas que el sistema sintetiza orientado a sus propios objetivos. A través de entradas (inputs) tales como información del entorno o recursos, el sistema basado en



orientaciones racionales crea la oferta, la cual se entiende como la suma de unidades adquiribles en mercados totalmente elásticos. (Levy A, 1994:97). En otras palabras, lo que esta ensalada de términos quiere decir, es que el producto es la sumatoria de costo más beneficio esperado y que las unidades producidas obedecen a procesos racionales orientados a objetivos concretos. Incluye en estudio de varios productos Turísticos y la forma como se producen, Comercializan y consumen, por ejemplo, se podría estudiar el asiento de una aerolínea:

- Como se crea o se reserva
- el boleto aéreo.
- Quienes intervienen en su
- compra y venta.
- Como está financiado.
- Como se anuncia, etc.
- La petición del procedimiento para la renta de automóviles, cuartos de hotel, comidas y otros servicios.

c) Enfoque Histórico

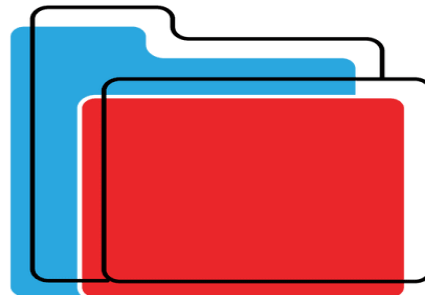
Comprende un análisis de las actividades e instituciones turísticas desde un ángulo evolutivo. Busca la causa de las innovaciones, su crecimiento o declinación y cambios en el interés. Este enfoque tiene una utilidad limitada dado que el turismo masivo es un fenómeno bastante reciente.

PD: Cabe resaltar que es muy diferente hablar sobre la historia del turismo, ya que esta última trata de explicar las formas de hacer turismo desde tiempos antiguos.

d) Enfoque Administrativo

Está orientado a la firma microeconómica, se centra en las actividades necesarias para dirigir la empresa turística, como son:

- Planeación
- Investigación
- Fijación de Precios
- Publicidad
- Control



Es un enfoque en el que se usan ideas tomadas de otros métodos y disciplinas.

e) Enfoque Económico

Por su importancia en la economía, el turismo ha sido examinado muy detenidamente por economistas quienes se concentran:

- En la oferta y demanda
- La balanza de pagos
- El mercado de divisas
- El empleo
- Desembolsos
- Desarrollo multiplicadores
- Otros factores económicos



f) Enfoque Sociológico

El turismo tiende a ser una actividad social, por lo tanto, ha atraído la atención de los sociólogos, quienes han estudiado la conducta turística del individuo y los grupos de personas, así como el efecto del turismo en la sociedad.

Este enfoque examina:

- Las clases sociales
- Hábitos y costumbres de los huéspedes y anfitriones
- Perfiles de los turistas



En este enfoque, el geógrafo complementa la información sobre la ubicación de las áreas turísticas, el movimiento de la gente, los cambios que el turismo provoca en los paisajes y la planeación física.

g) Enfoque Interdisciplinario

El turismo abarca todos los aspectos de la sociedad, existe incluso el turismo cultural, que requiere de un enfoque antropológico. Como las personas se comportan de modo distinto y viajan por diferentes razones y para eso es necesario utilizar un enfoque psicológico para determinar la mejor manera de promover y comercializar los productos turísticos.

h) Enfoque de Sistemas

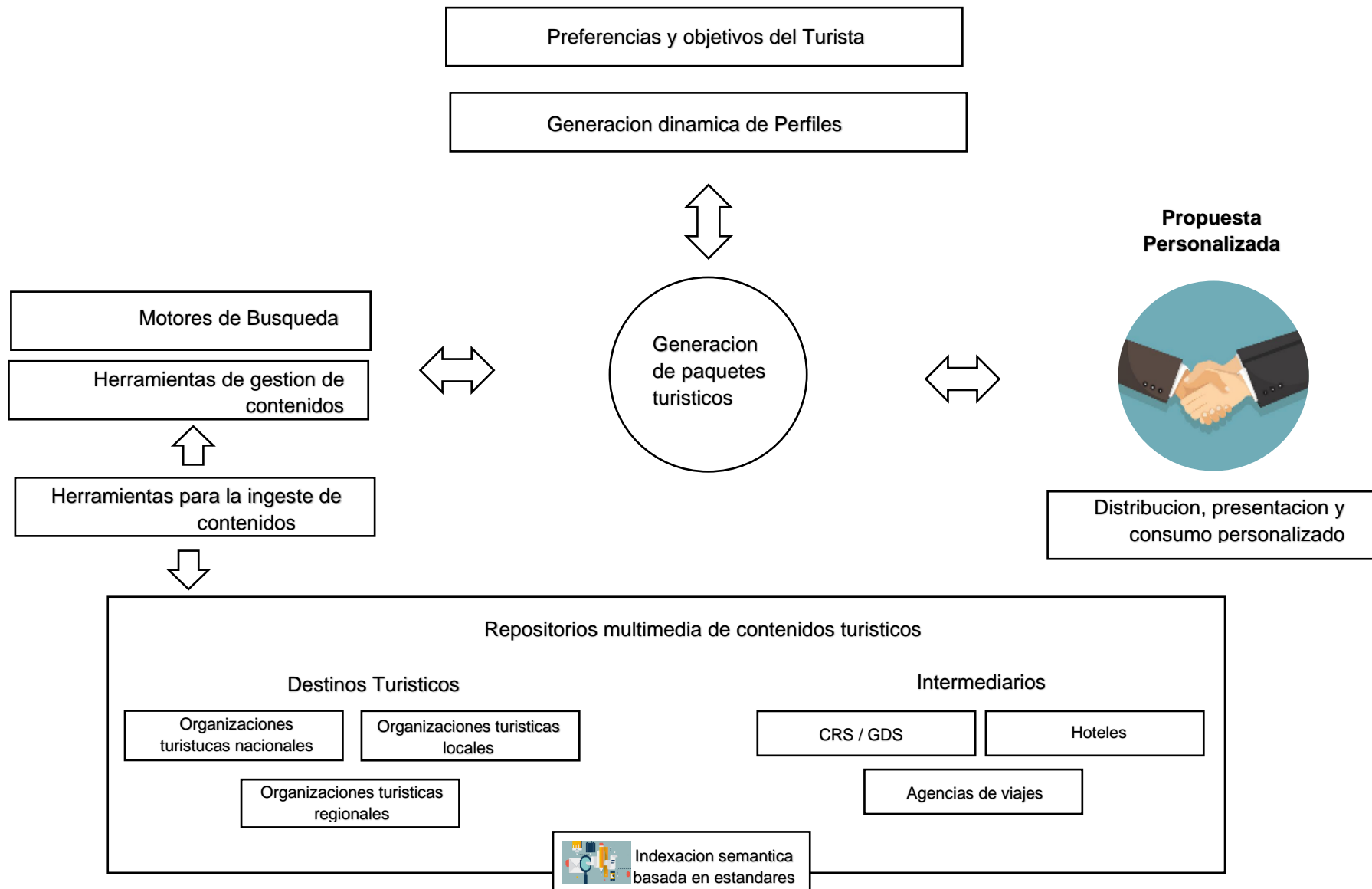
Cuando un turista cruza fronteras es necesario el uso de visas y pasaporte y por lo tanto se requiere el enfoque de las instituciones gubernamentales. Un sistema es un conjunto de grupos interrelacionados, coordinados para formar un todo unificado y organizado para lograr un conjunto de objetivos en un método completo que trata temas a nivel macro y micro, en el cual se puede examinar:

- El ambiente competitivo de la empresa turística.
- El mercado
- Los resultados
- Vínculos con otras instituciones
- El examinar diferentes puntos según un sistema a nivel internacional, Nacional, Regional y Local

1.2. Los Viajes - Conceptualización

Si queremos conocer el origen etimológico del término viaje tenemos que descubrir que este se encuentra en el catalán. Así, concretamente, podemos saber que emana de la palabra *viatge*, que a su vez procede del vocablo latino *via*, que puede traducirse como “camino”. Viaje es la acción y efecto de viajar (trasladarse de un lugar a otro por cualquier medio de locomoción). El concepto se utiliza para nombrar al traslado en sí mismo, al periodo en que se realiza dicho traslado y a la ida a cualquier parte.

Cabe resaltar que todo tipo de viaje por más simple que se entienda su definición o concepto, requiere de los instrumentos de la planificación, logística, recursos y humanos y otros. Aquel viaje exitoso es el resultado de un sin número de actividades realizadas de forma secuencial y cronológicamente coordinado, por ende, un viaje turístico se le denomina un viaje organizado y continuación analizaremos sus componentes y características.



1.2.1. Los Viajes Combinados-Circuitos

Aquel viaje combinado en el que intervienen varios servicios: Transporte, alojamiento, guía, etc. Que se realiza de acuerdo a un itinerario programado y con diseño circular siempre que sea posible, también lo podemos denominar conjunto de excursiones.



- Son Rutas Turísticas circulares que vinculan diversos puntos de recursos turísticos, culturales, arqueológicos, ecológicos, etc. debidamente jerarquizados, combinan elementos de transporte y facilitación para los clientes.

- Son viajes o recorridos completos caracterizados por tener contenido e interés

turístico.

- Son permanentes, tienen itinerarios previamente establecidos (las rutas).
- Incluyen horarios fijos de salida y llegada. Incluye paradas en determinados sitios para comidas, alojamiento, diversiones, recreación, visitas a lugares o monumentos.

1.2.2. Factores a tener en cuenta en los circuitos turísticos

- Factor distancia
- Tipo de turismo que ha de llegar
- Turismo que busca experimento, descanso y generalmente utiliza mayor tiempo de permanencia
- Estacionalidad
- Recursos en zonas aledañas

1.2.3. Características de los circuitos turísticos

- El punto de origen es común al punto de llegada
- En el mismo recorrido no se pasa dos veces por el mismo lugar.
- Es una sucesión de excursiones continua
- Puede estar constituido por 2 o más rutas turísticas
- Se apoya en varias poblaciones, lo cual sugiere que puede cubrir unidades geográficas espaciales distintas
- Requiere de la permanencia en los lugares que implica el recorrido de ser necesario
- Es un recorrido mayor de 24 horas
- Requiere de la prestación de servicios al turista.

1.2.4. Pasos para la elaboración de un circuito turístico

- El proceso para el diseño de circuito deberá llevar una secuencia ordenada y lógica que
- se pueda seguir paso a paso. Cada destino deberá diseñar su propia pauta de acuerdo a sus necesidades y los
- objetivos propuestos por los actores. Se recomienda tomar en cuenta los siguientes pasos que se detallan:

1.2.5. Definición general del circuito

- Delimitación del área de operaciones.
- Identificar la zona de trabajo en un mapa.
- Priorización y selección de los recursos jerarquizados teniendo en cuenta el segmento de mercado considerado.

1.2.6. Identificación

- Identificación de los servicios turísticos.
- Delimitación del área de operaciones.
- Identificación de los accesos.



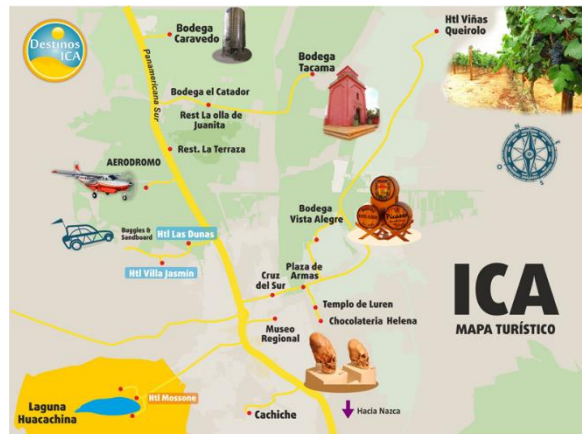
Señalización Turística

1.2.7. Definición del recorrido

- Marcar en un mapa los recursos, servicios y accesos identificados.
- Unir los recursos, servicios y accesos sobre la base de la red vial.
- Tomar en cuenta que el punto de inicio y final del recorrido debe ser el mismo.
- Considerar los horarios de atención de los lugares a visitar.

1.2.8. Recopilación de información y reconocimiento del circuito

- Es importante el análisis de la información recopilada.
- Descripción de cada recurso o atractivo turístico.
- Estado actual de la ruta.



1.2.9. Prueba del circuito propuesto



El intiwanta-Mechu Picchu

- Medición de tiempos, a lo largo del recorrido.
- Medición de localidad a localidad.
- Tiempo de visita en cada recurso.

1.2.10. Evaluación de las facilidades turísticas

- Determinación de las facilidades, guías, servicios básicos, señalización, hoteles, restaurantes.
- Estado de conservación de carreteras.
- Accesos a los recursos a visitar.



Circuito de Turismo Rural Comunitario-Lago Titicaca- Puno

1.3. Otros Tipos de Viajes.

- **Incentives:** Reconocimiento por un esfuerzo extra mediante los estímulos más importantes.
- **Fam Trips:** Son viajes que familiarizan a los futuros vendedores del producto con el destino y cuya política de precio es la más económica posible.
- **Privates:** Se trata de servicios prestados por un guía local a clientes individuales y no a grupos, Por ejemplo, cuando un periodista visita la ciudad para escribir un artículo sobre ella.
- **Especializados:** Viajes que involucran los servicios de guías con alguna carrera o especialidad en particular. (Un Safari en el África.)
- **Alternativos:** Son atendidos por monitores especializados que no se califican como guías, si no como coordinadores de la actividad. (Turismo de aventura).

1.4. Los Atractivos y Recursos Turísticos.

• Recurso Turístico

Todas las expresiones de la naturaleza o cosas construidas por el hombre, así como cierto tipo de acontecimientos, o elementos que, por

sus características especiales, inducen a las personas a visitarlos, cuando hacen uso de su tiempo libre.

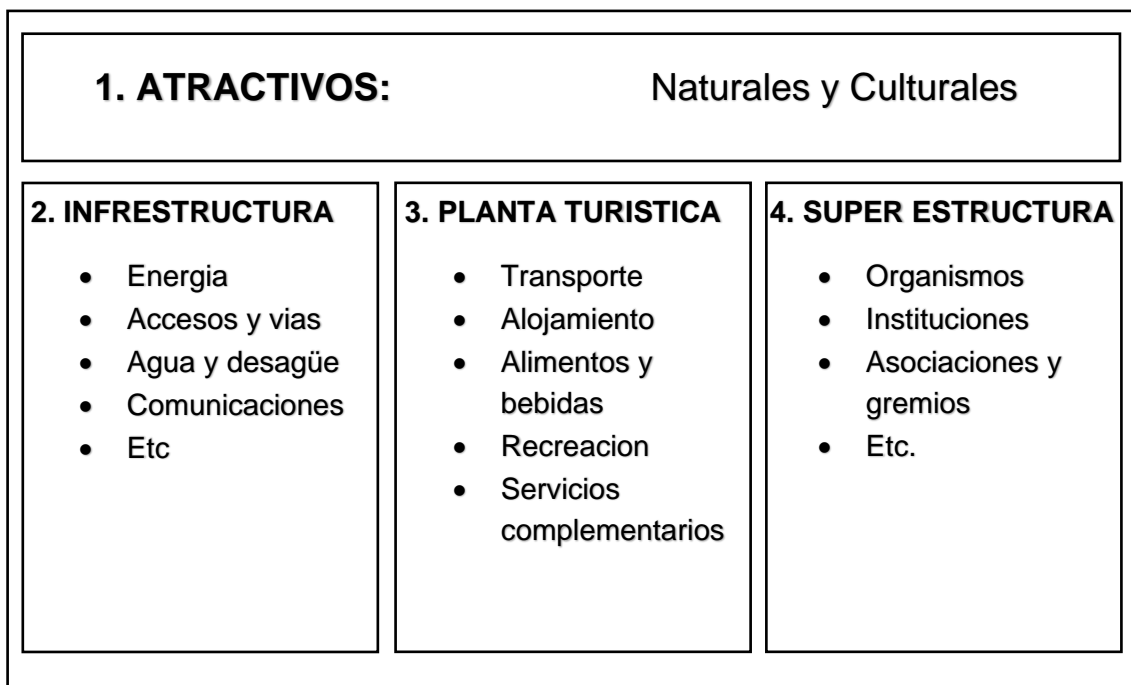
- **Atractivo Turístico**

Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico, de índole natural y/o socio cultural que constituyen el patrimonio turístico nacional y poseen condiciones básicas que permiten la estadía del turista en el lugar de su elección. Se puede definir, desde la perspectiva turística, como un lugar o característica específica que tiene el poder de impulsar o atraer al turista hacia determinado destino y a motivar el desplazamiento de un lugar a otro, promoviendo así el desarrollo de actividades involucradas en el turismo.

- **Producto Turístico**

Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrece al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de comunicaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor: "El Turista".

Componentes del producto turístico



1.4.1. Clasificación de los atractivos y recursos turísticos

❖ Sitios Naturales

Esta categoría agrupa a los lugares geográficos que, por sus atributos propios, tiene gran importancia y constituyen atractivos turísticos y pueden ser:

- Rios
- Lagos
- Lagunas
- Valles
- Montañas
- Planicies
- Valles
- Quebradas.
- ANP
- Aguas Termo medicinales.
- Caídas de agua, etc.



Catarata GOCTA-Amazonas

❖ Manifestaciones Culturales

Se consideran los diferentes sitios y expresiones culturales del país, región o pueblo, que datan de épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) o más recientes (tales como restos y lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros) y que representen por ello una atracción en sí mismos, se sub dividen:

- Sitios arqueológicos
- Lugares históricos
- Arquitectura y espacios urbanos
- Iglesias
- Museos
- Plazas
- Casonas
- Templos
- Fortalezas, etc.



Plaza de Armas de Arequipa

❖ Folclore

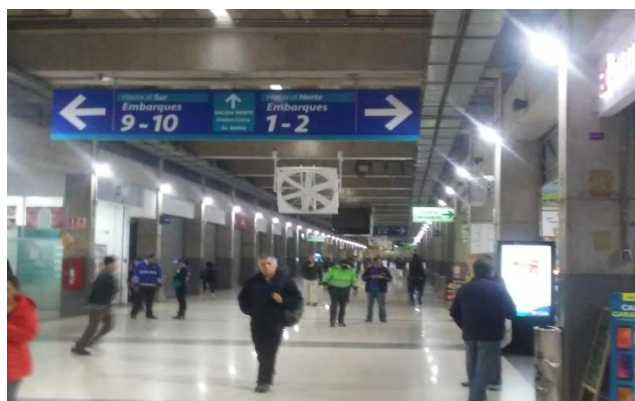
El conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas mitos, bailes, gastronomía, que representan y sintetizan el carácter único y diferente del país, región y lo pueblo y se sub dividen:

- Creencias populares
- Tradiciones y costumbres
- Leyendas y mitos
- Ferias y mercados
- Artesanía
- Gastronomía
- Arte
- Etnología
- Música y danza

❖ Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas

Comprenden aquellas obras actuales que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología alcanzado por el país, la región o el pueblo, con características únicas de gran importancia y relevantes para el turismo., entre estas tenemos:

- Obras actuales con relevancia para el turismo.
- Explotaciones mineras, agropecuarias y pesqueras.
- Explotaciones industriales.
- Centros científicos y técnicos (zoológicos, acuarios, viveros, etc.)



Estación del Metropolitano-Lima

❖ **Acontecimientos Programados Artísticos**

Categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores., mencionamos los siguientes:

- Eventos y Fiestas (fiestas patronales, religiosas, carnavales)

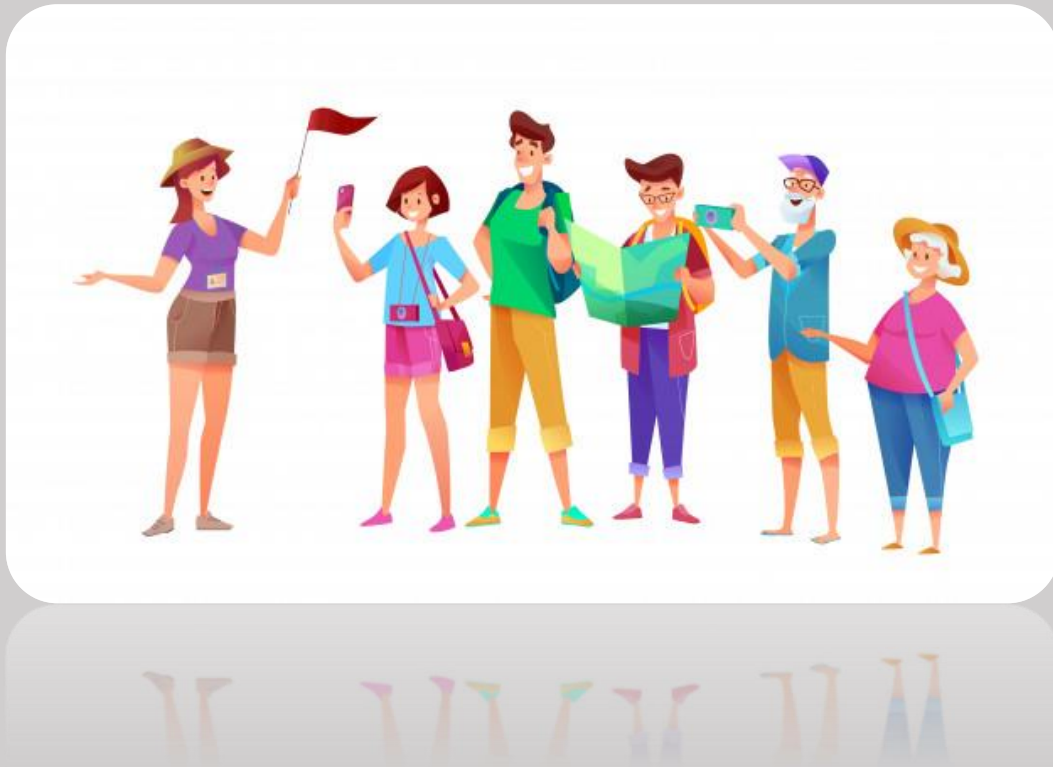


Danza de los Negritos-Huánuco

CAPÍTULO 2

EL GUÍA DE TURISMO





COMPETENCIAS

Reconoce y reflexiona en cuanto a las ventajas y desventajas de un guía de turismo

Identifica las características que debe tener un guía de turismo

Caracteriza y diferencia los distintos tipos de guías de turismo

Analiza el perfil del guía de turismo

CAPÍTULO 2

EL GUÍA DE TURISMO

2.1. Perfil Del Guía

La profesión de guía nace a la luz y sombra de monumentos y grandes atractivos y recursos turísticos en destinos de afluencia turística o en las comunidades receptoras también llamadas lugar de destino, a pesar de que al inicio se brindaba el guiado como información de forma



Santa María del Valle de Coni
(Fotografía: Glen Arriega Silve)

espontánea, ha tomado en cada país un marco legal y políticas para su desarrollo como actividad, pero en todo lugar de destino. Los guías deben ser formados para propiciar un vínculo entre el patrocinio cultural de un país y los turistas que vienen a conocerlos, son algo más que meras fuentes de información y pueden desempeñar una importante función al momento de sensibilizar al público en temas de conservación y medio ambiente, en resumen, tienen en común en estar fundamentadas en pilares básicos.

2.1.1. Conocimientos

Se espera de una persona culla que sepa disertaciones de toda materia, comprensión de cosas tanto en el cielo como en la tierra y debajo de la tierra, cosas que han sido que son y que pronto han de acontecer, cosas que existen en el país y en el extranjero; todo guía de turismo debe mantenerse informado y actualizado, conocer de

materias culturales y temas genéricos, en resumen, un guía e informador turístico debe de conocer:

- **Culturales:** datos fechas, recursos turísticos.
- **Prácticos:** itinerarios y horarios (time table), cambio de moneda, técnicas de comunicación, dinámicas de grupos, adecuación de las circunstancias a las tipologías de grupos y atención a las necesidades que demandan los diferentes perfiles de turistas con quienes se trabaja.

2.1.2. Idiomas

Todo guía de turismo debe ser un poliglota, conocer un idioma va más allá de tan sólo leer y escribir la mayor dificultad de un traductor o guía interprete se le presenta cuando este escucha y habla un idioma extranjero, las tendencias del turismo nos muestran que el próximo idioma que dominará la actividad es el idioma chino mandarín debido a que el perfil del turista chino nos muestra que este tipo de turista prefiere tener su propio interprete o guía en su idioma, es decir al turista de nacionalidad china no suele tomar os servicios turísticos de un gula que no hable su propio idioma ni siquiera del que habla inglés a pesar que es el idioma más utilizado en el mundo del turismo en la actualidad.

我爱你



2.1.3. Actitud de servicio

La actitud de servicio radica en el tener vocación de servir, predisposición, amabilidad, lenguaje corporal, sonrisa, etc. Se entiende por servicio:

- Conjunto de actividades y actitudes que se dan para satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas.
- Actividad destinada a satisfacer la necesidad de un cliente.
- Conjunto de actividades destinadas a la satisfacción mutua de necesidades.

Con relación a la información, cuando es escasa, el cliente sentirá mayor desconfianza por el servicio, por lo tanto, cabe resaltar que también hay que brindar un servicio de calidad y por se entiende por calidad lo siguiente:

- Conjunto de requisitos o características que debe reunir un producto o servicio para satisfacer las necesidades de los clientes.

A continuación, vemos algunos tips por así decirlo en cuanto a la calidad y vocación de servicio que un guía de turismo debe de tener en cuenta:

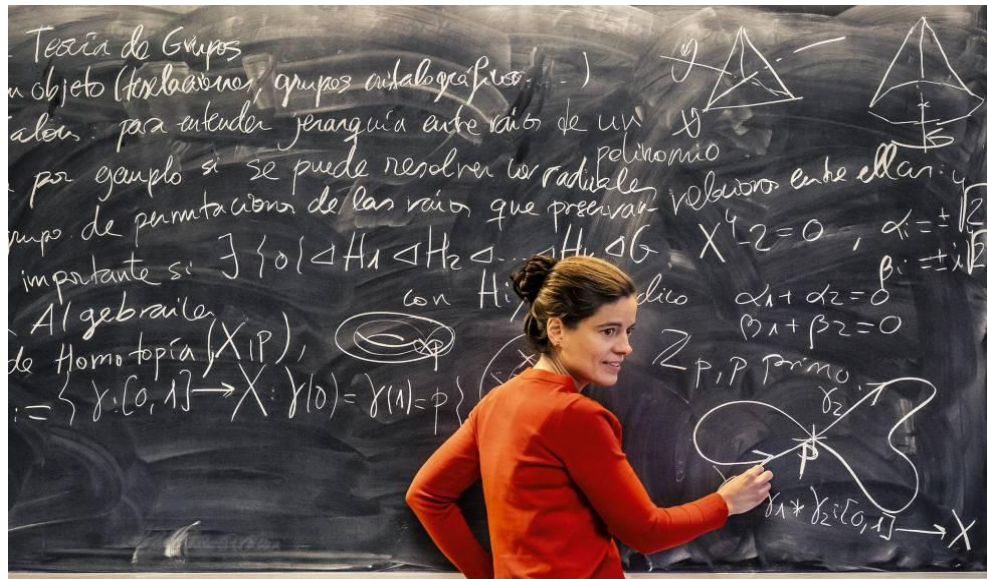
- Sea por teléfono o de forma directa se debe tener un tono de voz amistoso y amigable
- No combinar la frustración y preocupaciones en el dialogo con el turista, porque con un gesto se transmite actitudes positivas o negativas
- Haga lo que sea necesario para mantener una buena reputación
- Mantenga un lenguaje aturado
- Recuerde que la publicidad hablada es la más eficaz
- Si el turista se fue insatisfecho y molesto tenga por seguro que ya lo comunicará al mayor número de personas con quien se encuentre
- Si el cliente se fue satisfecho este lo recomendará para que lo a razón de los ingredientes que hemos mencionado (Conocimientos, idiomas y actitud de servicio y dependiendo de la figura de cada tipo de guía, estos ingredientes se darán de mayor a menor grado,

llegando a la determinación de diferente perfil de un guía o la calidad de guiado que este pueda brindar. Si se hiciera una encuesta a los turistas que nos visitan o preguntándole qué conocimientos y cualidades se requiere de un guía de turismo, algunas de las respuestas las respuestas serían:

- Conocimientos de historia, arte, geografía, idiomas, educación, oratoria, psicología, liderazgo, buenas relaciones, dinamismo, actitudes como amabilidad, buen trato etc.

No cabe duda que todas estas aptitudes y muchas más están relacionadas con cada temática que se trata en este material, pero habrá que hacer un esfuerzo para saber diferenciar las actividades de emergencia y urgencia; separar lo esencial de lo importante, y esto sólo se dará a medida del tiempo en que me desempeño en la actividad y la experiencia que voy adquiriendo: sólo se podrá determinar la calidad de un buen guiado turístico y ver realmente que actitudes y aptitudes debe de tener un buen guía de turismo. Además de lo ya mencionado cada tipo de guía viene caracterizado no sólo por funciones que realiza, sino también por sus habilidades y relación con los instrumentos de la administración y negocios, se espera que los guías de rutas por ejemplo el poder de negociación, costos y presupuesto, de un guía transferista: habilidad de interacción con el público y buena comunicación con las instituciones tanto públicas y privadas.

Así cada guía tendrá ciertas habilidades, podemos mencionar como organización, planificación, control y otros.



2.1.4. Funciones

- **Función General:**

El guía es el responsable de la coordinación, recepción asistencia, conducción información y animación de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

- **Funciones Específicas:**

Coordinación con el operador de Turismo.

Recibe las instrucciones de la empresa operadora sobre el grupo de turistas a conducir o a la actividad a realizar que incluye: número del vuelo o las especificaciones del barco, día y hora de llegada, tipo de tour, órdenes de servicios, presupuesto para gastos del tour y pases a instalaciones restringidas.

- Supervisar la unidad de transporte a utilizar.
- Elabora informe al finalizar los itinerarios.
- Acompaña a los turistas en sus compras, paseos, visitas, espectáculos y diversiones.
- Controla periódicamente el grupo de turistas que está bajo su responsabilidad.
- Toma decisiones en situaciones especiales que afectan al turista. Coordina los servicios que se le prestan al turista durante los recorridos.

- Asiste al turista en los primeros auxilios y coordina su ingreso a los centros hospitalarios.
- Distribuye el tiempo entre los diferentes puntos del itinerario.

2.1.5. Cualidades de un guía de turismo

- Poseer datos histriónicos y una amplia cultura general.
- Haber recibido un entrenamiento adecuado en una Escuela Básica de Turismo, en nuestro país la reglamentación exige que haya estudiado en un instituto para guías de turismo.
- Conocer la región como la palma de su mano.
- Conocer cabalidad la oferta turística y de servicios públicos.
Puntualidad y honradez
- Dominio del idioma en que va a guiar.
- Tolerancia y cordialidad en el trato.
- Buena presencia, impecablemente vestido debidamente identificado.
- Asequible por teléfono
- Haber participado en un curso de primeros auxilios.

2.1.6. Habilidad y destrezas. (experiencia)

- Conocimientos generales sobre la actividad turística.
- Conocimientos generales sobre la función del quia de turismo.
- Conocimientos de legislación Turística.
- Conocimientos del Mercado.
- Turístico Conocimientos sobre el Patrimonio Cultural.
- Conocimientos generales del área económica.
- Habilidad para comunicar orientar en informar.
- Habilidad para la conducción de grupos.
- Habilidad para promover actividades de animación.
- Habilidad para supervisar Habilidad para elaborar informes

2.2. Tipos de Guía

Existen un sin número de tipos de guías, a pesar que en nuestro país no podemos diferenciar porque no tenemos una buena política al respecto, el campo, la experiencia y modelos de otros países nos ayudan a visualizar y diferenciar las distintas funciones que cumplen los guías de turismo dependiendo del lugar que visitan y actividades que realizan

2.2.1. Guías locales

- **Guías de localidad**

También se le puede llamar guía de ciudad, el concepto de este tipo de guía tiene su origen en los cicerones italianos del siglo XIX, se les denominan así por su elocuencia que hacía recordar al famosos Cicerón en el senado republicano, el guía local es aquel encargado de mostrar los recursos y atractivos turísticos de una determinada ciudad y sus alrededores para que sean observados por los turistas y visitantes, por tanto su actuación debe de ser como embajador de la ciudad y se le exige un amplio y profundo conocimiento respecto a toda temática de su ciudad.

Por ende, este tipo de guía debe ser un poliglota y dominar a la perfección el idioma de mayor afluencia de los visitantes, sumado a ello las autoridades y administración turística local suelen controlar quien explica y que explica es por ello que en las grandes ciudades del mundo se crea una acreditación para este tipo de guía (El carné de guía local o guía oficial de turismo en nuestro país) para garantizar su profesionalidad.

El guía local será usualmente será contratado por agencia de viajes y formarán parte de un tour operador e incluso serán los preferidos de las instituciones públicas, trabajan duro, en lugares donde hay un gran flujo turístico trabajaran en horarios cercanos a los de cualquier persona, estarán con los turistas desde que llegan hasta incluso los acompañaran a los espectáculos y discotecas. Es común que este quia suba al medio los diferentes medios de transporte para que acompañen y explique todo el recorrido de un city tour y lugares aledaños.

- **Guía de sitio**

Inmerso a la tipología del guía locales nos incluir al guía de sitio, quien será dependiente de alguna institución u organización de interés turístico, pudiendo ser este un centro arqueológico, museo, iglesia, universidad, entidad del gobierno (congreso palacio



Iglesia San Francisco-Lima

de justicia, municipalidad), una biblioteca, edificio histórico, o cualquier otro recurso o atractivo turístico de sitio que se aprecie mejor si se tiene una buena explicación o información especializada.

Son quienes esperan al turista en el lugar de interés, en algunos casos formaran parte del personal especializado de la organización que administra el atractivo, o también formaran parte de alguna organización que cuidan o preserve el atractivo.

Los guías de sitio realizan visitas guiadas, a grupos escolares grupos organizados de turistas, visitantes que piden un guía y generalmente trabajan previa cita y-reserva.

- En algunos edificios o monumentos la visita siempre debe ser acompañado de un guía, que ya está incluido en el boleto de ingreso al atractivo.
- En otras ocasiones el guía es independiente que ofrece sus servicios a los visitantes que llegan pactando un precio por la explicación que brinda.
- Hay casos en la que existe un programa de voluntariado o el practicas pre profesionales, que estudiantes de turismo y de carreras afines son capacitados para brindar las explicaciones a cambio de las propinas que los turistas puedan dejarle.

- **Guías con vehículo**

También podemos llamarlo Chofer guía o guía conductor, sus funciones son las mismas que la de un guía local, sin embargo tiene una gran diferenciación, cuenta con un vehículo que conduce para trasladar a los turistas que llegan de forma independiente o enviado por alguna agencia de viajes o si es el grupo es reducido (la capacidad de un auto o mini van), describe y explica los lugares de interés mientras va conduciendo el vehículo haciendo paradas y continuando a pie brindando la explicación respectiva.

- Si el o los visitantes son independientes puede organizar su propio itinerario
- Puede ser un guía privado durante la permanencia del turista

- **Guías para recibir y alojar**

También podemos llamarlo Gula transferista, Transferer o trasladista, que realiza los transfers, se entiende por transfer traslado o transferencia de turistas de un lugar a otro, normalmente de un medio de transporte o un establecimiento hotelero a otro medio de transporte u otro establecimiento hotelero por ejemplo del aeropuerto al hotel.

- **Transfer in** = se conoce así al traslado de llegada o entrada, es decir del medio de transporte al hotel. (aeropuerto - hotel)
- **Transfer out** = el traslado de salida del establecimiento hotelero al medio de transporte (hotel aeropuerto)

Tiene una tarea importante, a veces difícil pero limitada, Su trabajo consiste en recibir a los turistas en los terminales terrestre, aeropuertos puertos, para luego llevarlos al establecimiento de hospedaje previamente seleccionado o reservado, ahí acomodaran sus cosas, comerán y descansarán si fuese el caso de que lleguen a horas de la tarde o noche, luego un guía local de grupo o Tour conductor se encargará de ellos El turista podrá identificarlos en los terminales ya que usualmente portarán letreros con el nombre del pasajero o por algún alguna indumentaria de la empresa tour operadora sea un logo, una bandera etc.

Cuando se encuentra el turista en su hotel el trasladista les ayudará a que se registren, verifiquen su equipaje y hasta la calidad y servicio de las habitaciones, usualmente se quedará unos minutos hasta que todo esté bien por parte del turista. En caso sea necesario los acompañarán en sus alimentos. Su misión es dar soporte logístico solventando todas las dificultades que se puedan presentar por eso es importante que este guía domine el idioma del cliente SUS funciones se resumen de la siguiente manera:

- Reciben a los turistas y les dan la bienvenida.
- Apoyan con el traslado de equipaje.
- Los llevan al hotel.
- Los registran (check in.)
- Los instalan (acomodan.)
- Los acompañan a comer.
- Le informan de la agencia e itinerario.

2.2.2. Guías de ruta

Cuando un tour dura varios días u opta como circuito turístico, paquete turístico, se requiere un ser acompañado de un guía de ruta o director de tour se trata de un anfitrión que acompaña al grupo en todo el recorrido para tener las facilidades al utilizar los diferentes servicios, también recibe la denominación de guía de correo, acompañante o simplemente TC (tour conductor) en inglés se le conoce como tour leader o tour manager que quiere decir gerente de viaje, y en alemán como Reiseleiter que traducido quiere decir director de viaje, el guía de ruta es el responsable del desarrollo del viaje turístico, respetando el programa establecido y quien facilita la información de interés turístico general sobre las zonas en tránsito. No es función de este guía brindar la información de los lugares que se visita según programa ya que para ello se requieren guías de localidad.

Los guías de ruta son como los directores de orquesta ya que reciben una partitura (programa) que ellos no han compuesto, pudiendo tan sólo hacer pequeños arreglos (horarios, orden de recorridos) y dirigen

coordinado todos los instrumentos musicales (proveedores de servicio: guías locales, conductor, hoteles, restaurantes y otros) que componen la sinfonía (viaje, circuito o excursión), procurando que esta orquesta funciones de lo mejor posible.

El idioma que debe de dominar a la perfección es la del turista y también debe de conocer el lenguaje de los nativos o indígenas. Para una mayor calidad de guiado. Lamentablemente en nuestro país cualquiera puede hacer el papel de guía de ruta, sin embargo, debería de reglamentarse ya que este tipo de guía debe de tener facultades administrativas y gerenciales y especialidad de turismo porque tratará con proveedores o componentes de un paquete turístico, debe de conocer lo siguiente:

- Atención al cliente y calidad de servicios.
- Poder de negociación.
- Costos y presupuestos.
- Liderazgo Buen manejo de toma de dediciones.
- Conocimientos generales de historia y geografía.
- Etc.

Para un análisis a detalle podemos tener en cuenta lo siguiente:

- Coordinador general: debe de contar con una buena agenda y directorio para comunicarse con:
 - Los clientes mismos (turistas.)
 - La propia agencia de viajes.
 - Hoteles
 - Líneas aéreas.
 - Transportistas.
 - Gulas locales.
 - Restaurantes.
 - Show y espectáculos tanto diurnos y
 - nocturnos.



- Relaciones Públicas: Representando a la agencia solucionar las complicaciones que puedan surgir entre los prestatarios de servicios y los clientes.
- Embajador: el guía de ruta tiene la responsabilidad moral de presentar la cultura y las gentes de cada país y ciudad de modo más objetivo sin mostrar parcialidades y prejuicios.
- Intérprete: En el caso de que haya varios clientes con diferente idioma que la del lugar de destino que se visita. Consejero para orientar al turista en sus compras, salidas, restaurantes, zonas inseguras, lugares de diversión.
- Sugerir excursiones: Poner a disposición del cliente en forma de excursiones opcionales aquellos puntos de interés turístico que no figuran en el programa o venta de excursiones facultativas.
- Hombre de Recursos: Que sepa adoptar las conductas más adecuadas en casos de emergencias o imprevistos tales como averías, huelgas, overbooking, cancelaciones de vuelo, etc.
- Constante actualización: Debe de estar informado y procurando estar a la corriente de lo que esté ocurriendo en los lugares que visita para dar mayor información y actualizada.
- Controlador de calidad: informando al tour operador de la calidad de servicios ofrecidos por los diferentes prestatarios tales como hoteles, restaurantes, medios de transporte, etc.
- Asesoría en la programación: aconsejando al tour operador en función a la experiencia vivida.

2.2.3. Guías secundarios

- **Guía territorial**

En España existen comunidades autónomas que se preocupan de la calidad de información que se brinde y por la imagen que dan a sus guías, es por ello que desde ahí nace el gula territorial, es decir cuando ingresan los turistas a ciertas provincias o estados sólo es permitido que se utilicen los servicios de los quia de la zona específica que se visita, algo que podría acercarse en nuestro país por ejemplo

es el trabajo en el Cusco, un guía que va desde cualquier provincia del Perú a la ciudad de Cusco , no puede guiar ya que la reglamentación no le permite , es decir todos los que guían Cusco deben ser cusqueños, sin embargo hay una gran lucha con esto ya que un aula de Cusco aun no garantiza la calidad de información que reciben los turistas, la ley del guía de turismo aún no está clara.

- **Guía de receptivo**

En nuestro Perú aún no se conoce esta tipología, es por ello que la experiencia en el turismo en España no enseña cuán importante es este tipo de guía. También se le conoce como guía de hoteles o guía de playa, como su nombre lo indica es a que trabaja en lugares o destinos con mayor afluencia de turistas de nacionalidad extranjera que visitan nuestro país, si fuera el caso de darse este tipo de guía en el Perú, por ende, será Cusco y Lima como destinos y puestos de trabajo para el guía de receptivo. Su función consiste en recibir a los grupos que llegan a su zona y acomodarlos en alojamientos turísticos (hoteles apart hotel, etc..) que los turistas previamente han reservado o seleccionado para pasar sus vacaciones, esta operación se conoce como el registro de ingreso (check in). Una vez instalados se los convocan a una reunión conocida como "coctel de bienvenida cuyo objetivo es darles información en general sobre lugar y básicamente poner al conocimiento del turista la existencia de excursiones facultativas u opcionales las cuales no están incluidas en el programa del turista y por lo tanto son de costo adicional. Estas excursiones son para aprovechar el tiempo de vacaciones con la que los turistas disponen y pueden ser de carácter cultural, lúdico o recreativo, Dada la dificultad de saber que va a hacer el turista en sus próximos días, el guía de receptivo juega un papel importante para ayudarlo a tomar la dedición de qué tipo de excursión va a realizar o que actividades necesita, para ellos le mostrará las diferentes opciones, horarios, resolución de dudas al ofrecerles las excursiones facultativas. Para reforzar estas ventas es necesario crear unos dossiers de venta que se dejan en la recepción del hotel para que el cliente pueda consultar

en cualquier momento, se suele procurar que sean los más atractivos posibles, debe haber postales y fotografías para llamar la atención del cliente y opte por tal decisión de comprar la excursión y naturalmente el precio. También se crean gigantografías o paneles de anuncios colocándolos cerca de los ascensores hasta incluso mensajes que deja el guía para una mayor personalización en el trato y venta de la excursión. Estos guías normalmente son extranjeros para que tengan mayor facilidad en la comunicación por el idioma que se domine o también por el conocimiento de las costumbres de los clientes, por lo tanto, sabrá convencerlos porque juega el gran papel de fabricantes de viajes vacacionales.

- **Guía de nieve**

La definición para guía de nieve es similar a la del guía de alta montaña, a pesar que en Perú no contamos con esta tipología, podemos conceptualizarlo a aquellos cuya experiencia se avoca al esquí en nieve, el guía de nieve tiene características similares al del transferista. Por ende, debe de saber practicar este deporte para poder dar información más especializada e instruir a los turistas cuando se lleva a práctica el esquí en nieve y en las pistas. Siendo el caso en nuestro país sólo podemos identificar como guía de alta montaña cuya definición damos líneas más abajo.

- **Guía de patrimonio**

Estos guías tienen una función concreta: explicar el monumento, por lo tanto, su ámbito de actuación es el propio recurso turístico. Cuanto más idioma domine mucho mejor ya que podrán realizar visitas con turistas de diferentes nacionalidades. Si bien es cierto tanto para turista o para los guías de sitio o de localidades no hay una reglamentación clara, el estado



puede tener el interés en evaluar sus capacidades, creando pruebas de control y una habilitación (carné) para aquellos que superen. Siendo el caso en complejos arqueológicos, museos, iglesias y monasterios. Dependiendo del monumento se puede encontrar la figura de guarda, cuidador, controlador o simplemente el que tiene las llaves que sin ser profesional se encarga habitualmente de la

- **Guía de museos**

Normalmente los guías especializados en museos no son guías oficiales o profesionales en sentido estricto, si no se trata de personas interesadas en la temática del museo (estudiantes) que voluntariamente se prestan a compartir sus conocimientos con los grupos o escuelas interesadas que visitan el atractivo.

Al hablar de museo quizás suena interesante hablar de audio guías que se han implantado en museos de Europa y Estados Unidos lo cual consiste en desplazarse libremente portando un Audífono, wallman mono o biplaza. En ocasiones se trata de unos radios receptores presintonizados a una determinada frecuencia en función al idioma escogido garantizado la libertad de movimientos en la visita para cada uno haga a su medida, sin horarios ni disciplina del grupo.

La definición que damos a continuación va acorde a la reglamentación del guía de alta montaña en nuestro país: Se le denomina guía de alta montaña a aquella persona natural que ostenta el título de Guía de Montaña expedido por Centros de Formación Superior o Institutos Superiores oficialmente reconocidos que certifica que cuenta con la capacidad técnica y profesional necesaria para desempeñarse como Guía de Montaña. El Guía de Montaña se encuentra capacitado para desempeñarse como Guía de Caminata y conducir a los turistas con seguridad y bajo responsabilidad en el ejercicio de la actividad de escalada en roca y/o hielo.

- **Informadores turísticos**

En caso de los informadores turísticos, hay que dejar en claro que no son guías de turismo, son encargados de brindar de forma gratuita información respecto a recurso, atractivos turísticos y sobre todo facilidad que requiera el turista para complementar su viaje ya sea esto algún medio de transporte, hoteles u otros servicios que requiera. Su información es objetiva y trabajan en oficinas de información turística que habitualmente son dependientes del estado tales como municipios, direcciones de turismo, universidades y gremios de turismo, en nuestro caso la oficina de información turística con ámbito legal y oficial I PERU que depende de Prom. Perú. En algunas ciudades con el fin de dar mejor servicio a sus visitantes, colocan en épocas de mayor afluencia turística unas casetas móviles en los puntos de mayor interés para atender así en situ. Otra modalidad también para recibir la información turística es la de los efectivos policiales conocidos como los Ángeles de custodia, quienes en son dependencias de la Policía Nacional con sus departamentos de turismo y ecologías. Por las características de este trabajo es necesario que la persona que informa domine los idiomas más usados por los visitantes, esta información que faciliten debe ser siempre genérico - practico, es decir cómo llegar a un determinado lugar, horarios, itinerarios, precios de entradas, que ver y darles referencias

respecto a los prestatarios de servicios turísticos más no recomendar a ninguno.



- **Guía especializado**

El guía de turismo especializado es aquel guía que presta sus servicios en actividades específicas que requieren conocimientos especializados como en observación de aves, observación de orquídeas, mariposas o en algunas de las actividades que correspondan al turismo alternativo o no convencional.

- ❖ **Birderwatcher o guía pajarero**

Omitólogos o pajarantes quienes tienen por la pasión de observar aves, hoy en día uno de los tipos de turismo de mayor demanda en el mundo y siendo Perú un principal destino para la práctica de esta actividad alternativa, es de sumo cuidado contar con la información de calidad es por eso que el profesional que trabaja como guía para la observación de aves debe de conocer la descripción de cada ave que se aviste, características hábitat, anatomía y todo respecto a ello, la experiencia y el campo serán su mejor escuela.

- **Guía de ecoturismo**

Para llegar ser un buen guía de ecoturismo se requiere varias condiciones, pero la primera de ellas es sentir un profundo amor por la naturaleza. Un buen guía de ecoturismo debe conocer ampliamente el comportamiento del medio ambiente, poseer un conocimiento amplio de su especialidad, dominar por lo menos dos idiomas aparte

de su idioma natal, no ser empírico sino realmente informarse, ser emprendedor, ser capaz de resolver problemas casi de inmediato, ser entretenido para los turistas, tener muy buena dicción y sobre todo amar lo que hace, un buen guía de turismo de naturaleza debe apreciar mucho a las comunidades indígenas, ya que ellos son parte de la armonía de la selva y un guía de ecoturismo debe saber cómo integrarse con las comunidades indígenas".

- **Guardabosque**

Un guardabosque o agente forestal, en nuestro país Guarda Parque, es una persona dedicada a la protección y conservación de áreas naturales como bosques o parques forestales, así como también los recursos de esas zonas y sus espacios culturales.

Los deberes de los guardabosques son tan variados y diversos como las zonas que resguardan y en años recientes se han vuelto sumamente especializados independientemente de sus obligaciones regulares en cualquier disciplina, el objetivo de todos los guardabosques es el de conservar los recursos naturales para las futuras generaciones, pudiendo resumir su labor en un simple lema: "Proteger a las personas del medio ambiente y al medio ambiente de las personas".

En las disciplinas y tareas que puede desempeñar un guardabosques se encuentran de vigilancia, educación, administración, extinción de incendios, cumplimiento de la ley, respuesta ante emergencias, interpretación del patrimonio cultural, comunicación, reparación y mantenimiento. Últimamente también capacitan a guías de Parque para que ellos teniendo la conciencia del cuidado del medio ambiente puedan cerciorarse de que el turismo no dañe las áreas naturales protegidas.

- **Guía de turismo de aventura**

Es aquel profesional en turismo comprometido con el cuidado del ambiente capacitado para diseñar programas y propuestas de turismo alternativo, liderando y coordinando grupos en ambientes naturales y

en actividades no tradicionales en contacto estrecho con la naturaleza, dominando técnicas recreativas.

2.2.4. Ventajas del guiado turístico

El disfrutar de un viaje organizado tienen muchos beneficios y el papel del guía de turismo es esencial para el éxito de este viaje, a continuación, mencionamos ciertas ventajas que tiene un viaje al ser conducido por un profesional de turismo.

- **Para el turista**

- ❖ El viaje resulta de mayor satisfacción
- ❖ Reducción del estrés para con el pasajero
- ❖ Los pasajeros reciben una orientación respecto a su viaje
- ❖ El viaje es más atractivo

- **Para el Guía de turismo**

- ❖ Buen salario
- ❖ Tiene el rol de líder
- ❖ Tiene independencia cuando hay que reorganizar su programa de acuerdo a las circunstancias

2.2.5. Desventajas del guiado turístico

- **Para el turista**

- ❖ Realiza las actividades bajo una supervisión
- ❖ Tiene menos libertad.

- **Para el Guía de turismo.**

- ❖ Tiene que lidiar con diferentes tipos de clientes.
- ❖ Tener que repetir la información que se brinde.

CAPÍTULO 3

LOS ACTORES EN EL GUIADO





COMPETENCIAS

Caracteriza y diferencia los distintos prestatarios de servicios turísticos

Identifica y reconoce las características del servicio de transporte

Analiza los aspectos de los servicios de hotelería y restauración

Conoce e identifica el sistema de servucción

CAPÍTULO 3

LOS ACTORES EN EL GUIADO

3.1. La Servucción

Para tener en claro el trabajar en los establecimientos de servicios turísticos, primero debemos conocer la naturaleza de los servicios turísticos, no es lo mismo trabajar en ventas de productos tangibles o trabajar en una fábrica o una mina, que trabajar en atención y servicios, el turismo requiere bastante tino para poder cumplir los objetivos de la calidad de servicios, a continuación damos a conocer los diferentes elementos que intervienen en la interrelación entre empresa y turista y a esto lo llamamos SERVUCCIÓN.

Todas las figuras mencionadas en el capítulo anterior tienen un denominador común: el trato directo con el cliente. Los guías son el personal en contacto. De ellos depende en gran medida el grado de satisfacción del cliente y, por lo tanto, el éxito o fracaso del servicio turístico, Para lograr el éxito se requiere, aparte de las técnicas que se analizan en profundidad en este material, una correcta actitud de servicio. Los guías prestan un servicio turístico. Este servicio se distingue de los productos manufacturados:

❖ El servicio turístico:

- No es tangible.
- No se fabrica.
- No se puede almacenar.
- No se puede probar.
- No se puede devolver.
- Sólo se puede comprar un derecho de uso limitado.
- Es necesaria la presencia del cliente que normalmente se desplaza de un lugar a otro.

3.1.1. Elementos del sistema de servucción

- **El cliente**

Sin él, el servicio no se da, debemos señalar que su presencia es absolutamente indispensable, sin su presencia, el servicio no existe, veamos algunos ejemplos, si una habitación de hotel no es ocupada durante una noche, si un tren o autobús se va con asientos no ocupados o si el guía no recibe turistas para darles la información simplemente no hay servicio, se requiere del huésped, del pasajero, o del turista.

EMPRESA DE SERVICIOS	EL CLIENTE
En una agencia de viajes	El turista o pax
En una línea aérea	El pax
En un restaurante	El comensal
En un hotel	El huésped

PAX = Abreviación utilizada para denominar al pasajero



- **El soporte físico**

Se trata del soporte material que es necesario para la producción del servicio y se distingue en dos categorías

- ❖ **Los Instrumentos**

En el caso para el guiado y conducción de grupos tenemos:

- La unidad móvil de transportación (auto, Minivan, bus).
- Micrófono, materiales de animación etc.

- ❖ **El Entorno**

- Encontramos los recursos y atractivos turísticos (culturales y naturales, en otras palabras, todo lo que motiva a conocer
- Las calles o lugares de tránsito

- **El personal de contacto**

Tratándose la temática en este libro, se referiría al guía de turismo fuese cual fuese su tipología, son aquellos que prestan el servicio lo cual requiere un contacto directo con el cliente, ocupan una posición crítica desde el punto del marketing, ya que personifican a la empresa ante los ojos del cliente. Sus funciones son:

- ❖ **Operacional**

Se refiere que el guía de turismo recibe instrucciones por el tour operador para cumplir con un programa o itinerarios sin variarlo salvo lo vea conveniente por razones que escapa a las responsabilidades de la empresa, podría ser un imprevisto del tiempo, decisión de cambio por parte democrática en el grupo o cualquier circunstancia que pone el riesgo a los pasajeros.

- ❖ **Relacional**

Se refiere a cómo, es decir cuando el guía da su toque personal y habilidades para el desarrollo del programa y este se cumpla con éxito y satisfacción, su comunicación equilibrada y global de conocimientos se subdividen en:

- **Lo visible**

Es lo que ve el cliente, la imagen que va brindar el guía ya sea en su apariencia, pueda que sea su uniforme, el autobús limpio, los hoteles adecuados, etc. Lo gestual Es el comportamiento que se exterioriza mediante los gestos y ademanes podemos mencionar la actitud de servicio, prestar siempre la atención al cliente, interés por el mismo, amabilidad y todo el lenguaje corporal que percibe el turista.

➤ **Lo verbal**

Es lo que dice y como lo dice, buen tono de voz, alterar emociones, un buen uso del lenguaje, saber transmitir el conocimiento e información que brinda.

• **La circunstancia**

Es el conjunto de factores que determinan el servicio:

- ✓ Si es de día o es de noche.
- ✓ Si llueve o hace sol.
- ✓ Si la gente es joven o no.
- ✓ El tiempo que se dispone.
- ✓ ¿Qué tipo de cliente es?

❖ **Características del Cliente**

➤ **Nacionalidad**

Es preponderante conocer el perfil del turista influye en aspectos que un guía debe de considerar, como el tiempo que debe de invertir en hacer compras, puntualidad, gastronomía, no es igual atender a un norte americano que a un europeo, por ejemplo, no es conveniente servir un cordero a un alemán, ni conejo o a un japonés. Asimismo, que mientras que para un alemán la playa, un mercado con productos frescos o una calle estrecha con ropa tendida pueden ser de un tipo maravilloso mientras para un italiano no es de interés

➤ **La edad**

Es de suma importancia por su influencia directa en el planteamiento de la visita, tanto en el contenido o la forma, por ejemplo para a un grupo de jóvenes no será difícil visitar lugares involucren caminar o escalar o la práctica de deportes de aventura, mientras para turistas de la tercera edad tendrán dificultad, pero tampoco a los jóvenes le interesará mucho visitar museos o iglesias Teóricamente el público de la tercera edad está más interesado que los jóvenes en escuchar las explicaciones de cada lugar mientras que esos últimos más prefieren la participación activa y una tendencia alocétrica que psico céntrica.

➤ **Ámbito cultural**

Las explicaciones no deben ser la misma si nuestro público nuestro auditorio es culturalmente humilde que si se trata de un público erudito, sin embargo, es muy bueno dar a conocer nuestra amplia cultura, pero con un lenguaje vocabulario limitado.

❖ **Disponibilidad de tiempo del cliente**

El tiempo y cumpliendo puntual de las actividades y el buen manejo de las horas son factores muy importantes, no es lo mismo de una excursión de fullday o un holiday, por lo tanto, el guía debe de ceñirse al tiempo que dure el recorrido o la excursión La selección de ingredientes que componen la excursión debe hacerse de mayor a menor importancia turística, descartando los que ocupen las últimas posiciones cuando no hay tiempo suficiente; pero siempre teniendo en cuenta que los lugares a visitar deben ser en el orden de menor interés a mayor interés.

HALFDAY EXCURSION = Del inglés, excursión de medio día
(recomendable no mayor a 5 horas)

FULLDAY EXCURSION = Del inglés, excursión de día completo (lo recomendable no menor a 7 horas)

❖ **El día**

➤ **El momento del día**

Es otro factor que hay que considerar a detalle, si es a primera hora de la mañana, los clientes estarán más lúcidos más predispuestos a caminar, si la visita es luego del almuerzo, tenemos dos opciones, o hacerlos caminar para que no se duerman o tener el recorrido en el bus para tomar un tiempo de siesta o la conocida práctica del yoga ibérico. Si se durante el recorrido las horas del ocaso o la noche se aproximan, se dejará par el final los lugares que requieran ser visitados de noche, tales como una iluminación.

➤ **Día de la semana**

También hay que considerarlo, ya que, por lo general, los fines de semana hay menos tráfico y en el mismo tiempo se puede conocer más.

➤ **Los eventos especiales**

Puede que nuestro tour coincida con ciertas actividades folclóricas, religiosas, o de alguna índole cívica o interés turístico, incluso las ferias son eventos muy atractivos y oportunos para las compras de souvenir y artesanías, por lo tanto, estos eventos tendrán influencia para tomar decisiones y dará un valor agregado a nuestro tour.

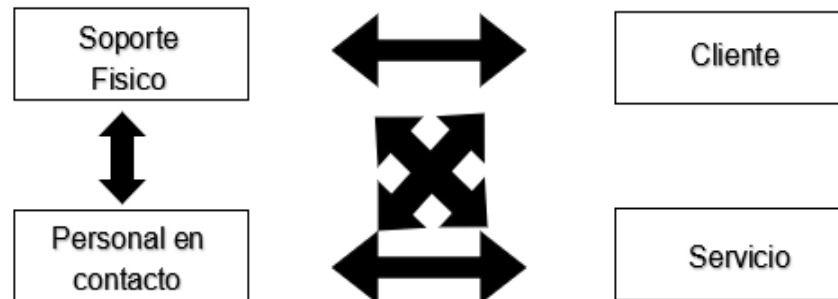
❖ **El ámbito climático**

El extremo frío o calor, podrán ser ventajas o desventajas para nuestro viaje, en algunos casos serán su única experiencia o en otro se convertirán en interrupciones, entonces las explicaciones tendrán mayor tiempo al interior del autocar, como equipo en el autocar jugará muy importante el contar con calefacción o aire acondicionado para mantener un buen clima ante el viaje. Si en el recorrido se opta por bajar del autocar a pesar de que el clima no es el apropiado se buscará paradas y lugares estratégicos para protegernos, aunque a muchos a pesar de la dificultad querrán estar en situ porque no habrá otra vacación de volver.

❖ **Interés del cliente**

Cuando el cliente ha hecho un pago por su viaje o ha esperado con ansias su viaje, de hecho valorará su tour y buscará todo el provecho del viaje, mientras que si su viaje ha sido subvencionado o premiado no mostrará el mismo interés, lo mismo ocurrirá si el viaje es obligado por alguna asignatura académica o docente si se tratare de estudiantes o si ellos mismo optaron por la decisión de conocer Cabe resaltar que nuestro país tiene maravillas tanto en naturaleza como en cultura, para muchos tanto de ámbito nacional como internacional, sueñan por un viaje esperado o por un lugar en particular y este se

convertirá en su experiencia única, tal caso podría tratarse de una visita a Machu Picchu, el Lago Titicaca, las Pirámides de Egipto, la Torre Eiffel y otros.



3.2. El Medio de Transporte

Un tema de vital importancia, sobre todo para los guías de ruta, puesto que el medio de transporte es el medio de mayor uso en el viaje, la determinación de usar la unidad de transporte inicia desde que el pasajero toma el taxi para trasladarse al aeropuerto hasta regresar al lugar de residencia.



El transporte se engloba en el uso mayoritariamente en el transporte por carretera, el autocar como se llama en la mayoría de los países debe de estar en perfectas condiciones, se tiene desde el uso de un auto, minivan, custer, minibús y bus propiamente dicho

dependiendo de la capacidad de pasajeros que va a conformar el grupo. Para la atención a los grupos hay que tener en cuenta la capacidad con la que cuenta cada unidad vehicular ya que los espacio representan en resumen a pasajeros o ventas de pax, estos vehículos de transporte deben tener las características y condiciones técnicas de seguridad exigibles por la legislación turística (transporte turístico) y de circulación

El transporte turístico de pasajeros lo concebimos como el uso de la vía pública por parte de los turistas nacionales y extranjeros, en unidades vehiculares específicas, para concurrir a hoteles, restaurantes, aeropuertos, puertos marítimos, playas, ríos, lagos, centros de diversión, lugares y zonas turísticas y ecoturísticas, etc. Cada vehículo en el servicio del transporte turístico terrestre de pasajeros debe estar en óptimas condiciones técnicas para su uso tales como:



- Mantener su funcionamiento mecánico.
- Higiene.
- Apariencia interna (asientos, forros, techo y tablero.)
- Apariencia externa (pintura, luces.)
- Conservar los cinturones de seguridad y los indicadores de velocidad, combustibles, temperatura, etc.

3.2.1. Tipo de servicio de transporte

Cuando se trabaja como guía de ruta debemos tener en cuenta las diferentes formas de traslados, la modalidad del transporte turístico terrestre de pasajeros (para grupos) se realizará autobuses, minibuses y otros.

❖ Transporte regular

Son las que se efectúan por medio de un itinerario y sujetas a un horario establecido y a su vez podemos clasificar en los siguientes

➤ Servicio regular permanente

Son los que prestan servicio de forma continua atendiendo a necesidades estables, se trata de las tradicionales líneas regulares, por ende, en ella no trabaja ningún tipo de guía, sin embargo, las empresas han incursionado la atención a bordo a cargo de azafatas o

también llamadas hostess que en su gran mayoría son de sexo femenino.

➤ **Servicio regular temporal**

Están destinadas a atender necesidades de duración temporal limitada, tales como servicio de ferias, temporada de vacaciones, festivas y temporadas altas de demanda de pasajeros

➤ **Servicio regular de uso general**

Son utilizados por cualquier tipo de pasajeros

➤ **Servicio de uso exclusivo**

Su fin es la de brindar servicio a pasajeros exclusivos tales como estudiantes, ejecutivos, militares o personal de empresa.

❖ **Transporte de viajeros**

Este tipo de servicio son los que se llevan a cabo sin ningún itinerario u horario preestablecido, el vehículo y su conductor están a disposición de los requerimientos del cliente que los contrata.

❖ **Transporte turístico**

Se considera como transporte turístico todos aquellos que se prestan a través de agencias de viajes conjuntamente con otros servicios complementarios (alojamiento, alimentación, guiado) relacionado con actividades recreativas, culturales y de ocio. Estos servicios de transporte pueden tener cartear periódico o no, es decir realizarse con o sin itinerario, pero en cualquier caso sólo podrán utilizarse por medio de una agencia de viajes o en su defecto si en la región está normado el servicio de transporte turístico que dependerá de una empresa de transporte.



❖ Transporte como empresa independiente

Desde la visión de una agencia de viajes, el transportista es un prestatario más como lo son los hoteles, restaurantes y los guías. Los transportistas son empresas que, disponen de una flota de diferentes tipos de vehículos que prestan servicios de traslado de pasajeros por rutas ya establecidas. El tour operador y la empresa de transporte son empresas completamente diferentes en cuanto a su razón social y organización, sin embargo, el propietario puede ser el mismo o el conductor y el guía curiosamente pueden representar a la misma empresa de viajes. A pesar de ello no se debe de olvidar que son dos empresas diferentes, el conductor trabaja para la empresa de transportes y el guía la agencia de viajes.

❖ Shuttle

Nace en la ciudad de Madrid de la necesidad de un servicio desde y al aeropuerto rápido, eficaz y económico. Brindando servicios a todos esos pasajeros que suelen viajar por todo el mundo y para economizar sus vuelos compran en aerolíneas de bajo coste en los cuales no siempre los horarios son los mejores del mercado. Su servicio es de

trasladarse al hostel, hotel o domicilio de la manera más responsable y hacer que tu viaje continúe. Los SHUTTLE operan 24 horas al día todos los días del año, incluyendo días festivos y fines de semana y siempre con los mismos precios, aceptando reservas a través de telefonía e Internet o por medio de una línea aérea.



Servicio de traslado al aeropuerto-Empresa Super Shuttle Airport-Lima

❖ **Otros medios de transporte**

Aunque no es nuestro capítulo de transporte turístico, sólo hacemos referencia ciertas modalidades de transporte que son común usados en la que el guía también juega el papel importante para el desempeño de su trabajo

➤ **El servicio CHARTER**

Termino que usualmente se utiliza en la aviación comercial. Se llama vuelo chárter al alquiler de un avión de una aerolínea con el fin de no ceñirse a los horarios de las rutas comerciales, o también puede llamarse al alquiler de un avión con el fin de llevar un grupo de personas en exclusiva, como por ejemplo los componentes de un equipo de fútbol con todo el personal del club y el utillaje. Puede ocurrir que un vuelo comercial pueda contener plazas en chárter, que son un numero grande de plazas vendidas a un operador turístico a un precio interior con el fin de ser un componente de un paquete turístico (que incluye vuelo y traslados al y desde el hotel). Esto suele convenir mucho a las aerolíneas, especialmente en destinos donde la

estacionalidad es alta, de forma que se garantiza la utilización de plazas que, de otra forma, quedarían vacías. Así aumentan la rentabilidad en los vuelos.

Y lógicamente en el servicio de transporte terrestre se utiliza el termino común de fletear el bus, es decir alquilar el vehículo a disposición del cliente o grupo.

El servicio de Catamarán Un catamarán es un tipo de embarcación o buque que consiste en dos cascos unidos por un marco. Pueden ser propulsados a vela o motor. Los catamaranes son diseños relativamente nuevos en lo que respecta a las embarcaciones modernas de ocio o trabajo, y tuvieron que enfrentarse con un gran escepticismo por parte de algunos marineros acostumbrados a diseños más tradicionales Este tipo de servicio en nuestro país se dan en las islas Palomino del Callao, en la Reserva Nacional del Manu, en el rio Amazonas, Pisco y en el Lago Titicaca siendo una variedad la lancha y en otros lugares donde el transporte es acuático. Otros servicios para transporte acuáticos van a variar de acuerdo a la zona tales como deslizadores, bote, canoa y otros.



Servicio de excursiones a las Islas Palomino-Empresa Lobos del Callao-Lima

3.3. El Trabajo con Hoteles

El trabajar con los prestatarios de servicios requiere la atención eficiente a los mínimos detalles, esta eficiencia transmitirá el buen trabajo organizado que se tienen entre empresa y empresa, es por ellos que el hotel es uno de los prestatarios de mayor importancia luego del tour en sí, ya que en su gran

mayoría antes de una excursión se buscará el descanso y pernocte y si nuestra habitación no es la confortable o esta nos produce desperfectos será la iniciativa de una cadena de quejas. A continuación, mencionamos las responsabilidades que debe de tener el guía de grupo o tour conducto para el trabajo con los establecimientos hoteleros.

❖ Registro de ingreso, llegada o Check in

Una vez confirmado el número de pasajeros se deberá llamar al hotel para solicitar la distribución (acomodo) exacta de las habitaciones e informarse que no hay cambio de hotel o algún percance, estas pueden ser:

- Simple = se entiende por una habitación de uso individual
- Doble = se entiende por una habitación con dos camas • Matrimonial = se entiende por una habitación con una cama para un matrimonio
- Triple = se entiende por una habitación para tres personas con camas separadas, sin embargo, hay que especificar que puede tratarse también de una cama matrimonial (una pareja) más una cama adicional.



- Si por necesidades operativas se trata, debemos informarnos los horarios de las comidas en sus diferentes modalidades si es que los alimentos se loman en el comedor de hotel.
- Contar con varias listas de pasajeros (rooming list) con las observaciones y trato especiales de los huéspedes, por ejemplo:
 - Alguna comida en especial.

- Alguna familia que desea estar en habitaciones cercanas.
 - Habitaciones con servicios adicionales como frigobar, room service, etc. Habitaciones con personas del mismo sexo.
 - Habitaciones con niños.
 - Habitaciones con cunas.
 - Otros
- Cuando ya se ha arribado a la ciudad de destino, estacionar el bus en el lugar permitido preferentemente cercana a la puerta de ingreso del hotel y advertir a los pasajeros respecto al cuidado de maletas si no hubiera el servicio de botones.
 - El guía deberá primero verificar el hotel y las habitaciones distribuidas, mientras el grupo deberá esperar en el bus.
 - Si existe la seguridad del alojamiento, los pasajeros deberán bajar y ubicarse en la sala de espera.
 - Mientras se realiza el registro de ingreso (check in), el grupo debe mantenerse alejado lejos de la recepción o mostrador para que el guía pueda realizar las coordinaciones a solas con la recepción y poder tomar saber tomar decisiones si se presentara algún imprevisto.
 - Brindar la información respectiva a los horarios de las comidas, próximas salidas, servicios con las que cuenta el establecimiento o en todo caso pactar una reunión a especie de Briefing (información del programa).
 - Brindar información de las particularidades de las habitaciones (minibar, uso de agua caliente, forma de efectuar llamadas, despertador, otros).
 - Asignar las habitaciones y tomando nota de los responsables de las llaves y control remoto, se recomienda distribuir las llaves de las habitaciones que se ubican en los niveles más altos (de arriba hacia abajo).
 - Escribir el número de habitación al costado del nombre del pasajero en un del formato de lista de pasajeros, o si la distribución aún no ha sido hecha puede hacer lo mismo mientras entregue las llaves o realizar un

formato con casilleros y escribir los nombres agrupándolos según tipo de habitación.

- Procurar siempre repartir una tarjeta del hotel para su ubicación por si algún pasajero se pierde si es que sale fuera.
- Colocar carteles de información para comunicar algo urgente en lugares visibles (si su permanencia en el hotel fuera varias noches).
- Pactar con el portero o recepcionista la hora de despertar al grupo.

Nº	PASAJERO	S	EDAD	Doc. IDENTIDAD	Nº DE CELULAR	OBS.
1	Lilia Rodríguez	F	19	401163716	991772710	
2	Sharon Villanueva	F	20	401163719	991758245	
3						
4						
...						

TIPS

- La identificación de sexo nos ayudara para la distribución de los tipos de habitaciones para tener en cuenta que duerman varones y mujeres en habitaciones separadas.
- La identificación de edad nos ayudara a para tener en cuenta algunas necesidades específicas.
- La identificación del número de celular nos ayudara por si alguien se pierde y poder ubicarlo con facilidad.
- Respecto a observación podemos tener en cuenta algún requerimiento especial.

PD

- Según su criterio puede agregar otros ítem para tener información en su lista de pasajeros, podría ser como ocupación para tener en cuenta que tipo de personas viajan con nosotros.
- Otro ítem podría ser la fecha de cumpleaños por si deseamos homenajearlo si su cumpleaños lo para durante nuestro viaje.

Nº	PASAJERO	S	EDAD	DOC. IDENTIDAD	Nº HABITACION		OBSERVACION	Nº EQUIPAJE
					Puno	Cusco		
1	Halam Arriaga	M	19	40163716		301		1,2
2	Mayah Ventura	F	32	11524570		304		3,4,5

- El número de habitación podemos dividir según número de hoteles a utilizar en las ciudades correspondientes.
- Podemos anotar al final de las listas:
 - El número total de mujeres y varones.
 - El número total de tipo de habitaciones
 - El número total de pasajeros pagantes y pasajeros liberados según trato con el hotel.

3.3.1. Otra forma de distribución de habitaciones

Se utilizará esta forma cuando por algunas razones no hemos tenido la distribución exacta, pero minutos previos al comunicamos con el hotel, nos puede ayudar a la distribución inmediata, consiste en lo siguiente

- Se enumera los casilleros según tipo de habitación en una hoja.
- Conformar grupos según tipo de habitaciones (dobles, triples, simples, es decir grupos de 2, 3, e individuales preferible al final para evitar preferencias, salvo que sean los coordinadores o docentes.
- Colocar los nombres de los pasajeros en cada casillero.

PD. Tener en cuenta que esto se puede hacer con ayuda de los docentes y coordinadores si nuestro grupo es homogéneo o trato con colegios e instituciones

105-simple Carmen Zuñiga	107-simple Walter Alva	110-doble Erika Gutierrez Sharon Quiroz	114-doble Alejandro Parra Wilmer Larcha
115-doble	206-triple	209-triple	216-triple Joseph Green Paul Goold Matew Jonson
301-triple	305-cuadruple	400-cuadruple	4007-doble

Cuadro de Distribución de habitaciones-Cortesía COLE TRAVEL- Huánuco

Se puede tener las siguientes ampliaciones:

- Número total de habitaciones.
- Número total de tipo de habitaciones.
- Número total de pasajeros.

TIPO DE HABITACION	TOTAL DE HABITACIONES	TOTAL DE PASAJEROS
Total de simples	2	2
Total de doble	4	8
Total de triples	4	12
Total de cuádruples	2	8
	12	30

❖ Registro de salida, salida o Check Out

Para la salida de los pasajeros o dejar el hotel, es necesario tener en cuenta lo siguiente:

- Verificar que todo cliente haya entregado las llaves y control remoto antes de partir.
- Que todo servicio adicional esté liquidado.

- Respecto al control de equipaje hay que dejar en claro que cada pasajero es responsable por su equipaje o si el contrato especifica el servicio de botones o maleteros.
- Si se ofrece un servicio para el transporte de maletas, estas deberán estar enumeradas correlativamente en orden de las listas de pasajeros según el número de maletas que tengan para mayor facilidad en el embarque y desembarque.
- Se debe de crear un sistema de control de maletas más confiable.
- En un servicio regular, en el Terminal se les asigna un adhesivo lo cual es responsabilidad de la empresa de transporte.
- Cuando se va tener servicio de transporte privado para todo el recorrido se pone en claro que la responsabilidad es de cada pasajero, sólo para efectos de ayuda y fácil ubicación del equipaje si se sugiere lo siguiente:
 - Según la lista de pasajeros empezando con el primero, se le asigna algunos tickets enumerados, puede ser de un color en particular (previamente preparados por ejemplo del 1 al 60.)
 - Se pregunta al pasajero cuantas maletas se guardan en la bodega del bus, ejemplo si guarda 3 maletas, entonces se le asigna los números: 1,2 y 3 luego se anota estos números al costado del nombre de pasajero en la en la lista de pasajeros.
 - El siguiente pasajero en lista deberá continuar con los números siguientes (4,5, ... según maletas que guarde en la bodega).
 - Si hay duplicidad de nombres o apellidos, se colocará en la lista de pasajero algún indicador adicional, puede ser una letra, o un aspa, etc.



- Se continua con el mismo proceso hasta haber numerado todas las maletas incluyendo del conductor y finalizando con los guías y acompañantes, el número de maleta del guía deberá ser la última maleta numerada y cohesiendiendo con el número total de maletas, como ejemplo si son en total 30 personas en todo el grupo y si cada uno tiene 2 maletas (solo para ejemplo). el número que deberá tener el guía deberá ser 60, es decir el guía según lista de pasajeros es la ubicación número 30, y tiene 2 maletas con tickets números: 59 y 60, entonces el total de maletas será 60.
- Con el fin de evitar que los pasajeros se impacienten esperando que el equipaje le llegue a su habitación, si estos desean el conductor empezará a cantar el número y los pasajeros los tomarán de inmediato.
- Si se le transporta a su habitación ya se sabrá donde llevar porque también se tiene la distribución de habitaciones, en este caso el maletero cantará el número de maleta y el guía le responderá el número de habitación para que se le lleve.
- La verdadera eficacia de este sistema se revela en la salida del hotel, al ir cargando las maletas, el conductor o maletero canta los números de maletas y el guía va dando un check en su lista de

pasajeros y cuando se ha terminado, se tienen la siguiente garantía:

- No hay duda de que se ha olvidado alguna maleta. O Todas las maletas pertenecen al grupo.
- Si falta una maleta se puede identificar de quien es y de que habitación Si en caso algún cliente desea agregar una maleta debe anticiparlo para asignarle un nuevo número.
- Al finalizar el viaje, se pedirá a los clientes que entreguen la etiqueta enumerada que colocaron en su equipaje argumentando que es comprobante de que la maleta ha llegado a su destino, sin embargo, la verdadera razón es recuperar las etiquetas para no tener que elaborarlas de nuevo.

Nº	PASAJERO	S	EDAD	DOC. IDENTIDAD	Nº HABITACION		OBSERVACION	Nº EQUIPAJE
					Puno	Cusco		
1	Halam Arriaga	M	19	40163716		301		1,2
2	Mayah Ventura	F	32	11524570		304		3,4,5

3.4. El Trabajo con Restaurantes



Restaurante Turístico Huaca Puc llana-Lima

La alimentación en un paquete turístico, juega en papel muy importante, no sólo se trata de que los pasajeros tengan los diferentes alimentos en el recorrido turístico, si no también que todo esté bien coordinado, podremos ver desde el momento en que se encuentran los carteles de RESERVADO en cada mesa, el tener el nombre del grupo en la mesa ya nos indica mayor personificación y una atención focalizada. Para lograr este trabajo se tiene en cuenta los siguientes pasos:

- Se comunica telefónicamente al restaurante con respecto a la llegada y numero de comensales para la comida establecida, así mismo para verificar que no haya repeticiones de los platos solicitados.
- A la llegada el grupo, el guía se identifica ante el restaurante, a fin de conocer las mesas reservadas y verificar el menú pactado.
- Es esencial de que el guía ubique a los comensales a ocupar en las mesas asignadas, puesto que los restaurantes durante la temporada de mayor ocupación, son muy estrictos.
- El guía indica la ubicación de los diferentes servicios con las que cuenta el restaurante.



- El guía informa de los servicios con las que correrán la agencia y dejar en claro que los servicios extras son por cuenta del pasajero.
- Es importante tener agua pura en la mesa.
- Usualmente el guía, conductor y personal de apoyo coman en alguna mesa aparte por diferentes motivos que presentamos a continuación:
 - Para evitar posibles celos ante los clientes, al no poder sentarse con todos al mismo tiempo.
 - Para poder tratar temas de trabajo sin la presencia del grupo.
 - Disponer algunos minutos de tranquilidad mientras se come.
 - Disponer de mayor libertad, quizás al comer diferente tipo de menú.

Es bueno que el guía eventualmente verifique el desarrollo del servicio del menú, por si hay alguna urgencia que atender.

- Cuando el guía este disfrutando el postre, es buen momento para explicar la continuación del programa o alguna información en especial, esto se puede hacer situándose al medio del auditorio, para que todos los comensales del grupo presten la atención debida.
- No hay que olvidar la cortesía, de algún bono o propina para los mozos.



Restaurante Turístico-Sanctuary Lodge-Macchu Picchu

CAPÍTULO 4

LA ACTIVIDAD DEL GUIADO





COMPETENCIAS

Analiza los aspectos técnicos del guiado turístico y conducción de grupos

Analiza y reflexiona en cuanto a la comunicación en el trabajo de guiado

Conoce, identifica y define las tareas de un conductor de grupos

Identifica ciertos consejos para hablar en público

CAPÍTULO 4

LA ACTIVIDAD DEL GUIADO

4.1. Rol del Guía de Turismo

En este capítulo brindaremos información respecto a las tareas que realiza un guía de ruta, nos enfocaremos específicamente al trabajo que se realiza durante todo el recorrido, estas tareas específicamente lo va a llevar a cabo el tour conducto, directo de viaje, coordinador o el responsable del grupo, es bueno que esta persona tenga un perfil de líder ya que las funciones que realiza son de suma importancia de depender de cuan eficaz sea en su cumplimiento de tareas, será el éxito de su viaje. Para ello detallamos las tareas en diferentes fases.

4.1.1. Tareas del guía durante el viaje

Durante el viaje el guía actúa como coordinador o director del grupo, haciendo todo un trabajo de gestión para cerciorarse que el programa se cumpla cabalmente, a continuación, se presentan ciertas tareas que se tiene en cuenta durante el viaje.

- Llega al Terminal de bus o aeropuerto media hora antes de la salida establecida y comunicando su llegada ante la representación de la agencia de viajes.
- Se encarga de ubicar al bus y presentarse ante el conductor y verifica lo siguiente:
 - Que el equipo de sonido, calefacción y aire funcionen adecuadamente.
 - Que el conductor cuente con toda la documentación formal.
 - Que la unidad cuente con todo lo requerido para emergencias.
 - Que el bus se encuentre limpio.
 - Verifica si hay alguna dificultad con los asientos.

- Levanta las observaciones si hay algo que no esté correcto y trata de que se solucione.
- Organiza el espacio y distribución de material de animación o breaks necesario para cada viajero.
- Una vez que el grupo llega, se presenta ante el grupo, clientes o algún representante y brinda información breve que corresponde antes de la partida.
- Comunica a los pasajeros que estos verifiquen su equipaje Verifica el vóucher de servicios Realiza el registro, entrega ticket, indica asientos, etc, esta acomodación se realiza sólo por la puerta delantera.
- Recoge regalos de cortesía el caso lo amerita Comunica a los pasajeros que se va a partir y que estos no olviden nada.
- Espera la conformidad de la agencia para partir.
- Realiza el conteo y verifica los nombres en su lista de pasajeros para no olvidar a nadie, a veces es más fácil contar los asientos vacíos.

Una vez que ya el bus ha partido para su destino, sus tareas continúan con el siguiente trabajo

- Realiza la presentación formal bajo un esquema técnico establecido por el tour operador, se sugiere lo siguiente:
 - Se identifica con su nombre o la forma como lo llamarán
 - Identifica a la empresa que representa
 - Da la bienvenida.
 - Informa que será el guía durante el resto del viaje y especificando su respectiva función.
 - Ofrece ayuda.
 - Informa de las próximas actividades a realizar
- Acompaña a todo el grupo haciendo que este se sienta seguro, informado y atendido
- Indica en todo momento al conductor para orientarse en la ruta
- Determina todas las paradas a realizarse en el recorrido

- Realiza los diferentes trámites documentarios que puedan efectuarse en ruta (tales como aduanas, fronteras, puestos policiales, etc.)
- Indica al conductor las diferentes entradas y salidas a las ciudades.
- Guía al conductor los lugares de alojamiento y alimentación.
- Indica donde puede estacionarse el bus.
- Realiza el registro de ingreso y salida para los pasajeros en el hotel. Efectúa pagos en hoteles y restaurantes.
- Crea los carteles de información y los coloca en lugares adecuados. Verifica vía teléfono todas las reservas en los diferentes prestadores de servicios
- Vende y controla servicios adicionales de excursiones.
- Controla la calidad de los servicios de los proveedores del viaje (prestatarios de servicios turísticos.)
- Brinda información genérica al grupo respecto a los lugares a visitar.
- Soluciona los problemas que se puedan presentar durante el viaje.
- Es responsable de la animación turística durante el viaje.
- Orienta al turista respecto a las compras y lugares donde hacerlo, salidas nocturnas y servicios generales (farmacias bancos, estudios fotográficos, etc.)
- Realizar una verificación de servicios con los representantes del grupo (docente, delegado o algún líder del grupo), esto se puede hacer mediante un formato en la que se verifica si se han brindado los servicios establecidos en algún contrato o de acuerdo al programa que tienen los clientes.
- Al final de cada día despide al grupo y ofrece ayuda y como poder ubicarlo en caso de urgencias.
- Cada noche planifica y verifica las actividades realizarse al siguiente día.

4.1.2. Tareas del guía después del viaje

Es bueno analizar cómo fue mi viaje, que errores se cometieron o en que se puede mejorar, detallamos a continuación.

- Evaluar el servicio realizado para comprobar el grado de satisfacción de los clientes, puede ser por medio de encuestas o un sistema de control de calidad o verificación de servicios que se hizo durante el viaje.
- Realizar un informe del viaje (calidad de servicios, programa, itinerario, etc).
- Hacer la liquidación de los servicios realizados de todo el viaje.
- Clasificar y archivar todos los documentos utilizados durante el viaje, se puede añadir alguna información actualizada de lugares y servicios adjuntando directorios, mapas, folletos, brochares, boletas de venta y otros.
- Aportar al organizador sugerencias y formas de mejorar cualquier desperfecto que sucedió de haberse dado el caso, o también como mejorar la calidad del viaje.
- Actualizarse constantemente con respecto a conocimiento y técnicas para mejorar su profesionalidad en el trabajo.
- Realizar nuevos itinerarios y formas de organizar excursiones opcionales.

4.2. La Comunicación



Durante todo el recorrido, sea cual fuera el tipo de guía, siempre va a tener que brindar información y explicaciones, por lo tanto, tienen que ser buenos comunicadores, esta comunicación debe de ser eficaz, en forma clara y específica para lograr ello podemos hacemos el siguiente planteamiento:

- ¿Hablo lo suficientemente fuerte como para que todos me escuchen?
- ¿Altero mi tono de voz de acuerdo lo que expreso al hablar?

- ¿Evito la monotonía?
- ¿Hablo despacio en función de lo que tengo que decir?
- ¿Utilizo gestos y ademanes adecuados cuando hablo?
- ¿Soy suficientemente claro y específico?
- ¿Utilizo bien el micrófono?
- ¿Estoy correctamente vestido?
- ¿Respondo las preguntas adecuadamente?

Por lo tanto, si estos detalles están fallando, no estoy "comunicando", sino que simplemente se está hablando.

4.2.1. Los elementos de la comunicación

Los elementos de la comunicación como ya conocemos son 4, puesto que nuestro trabajo como guía debemos de saber comunicar, aquí analizamos estos niveles

- **El emisor (el guía)**

El guía tiene la obligación de transmitir el mensaje a sus clientes, pues elabora su mensaje a partir de fuentes, experiencias conocimientos, investigaciones, etc. seleccionando aquello que es conveniente y de interés para sus clientes, una vez decidido que explicar lo codificare mediante palabras lo que ha decidido comunicar hablando en el idioma correspondiente.

- **El receptor (cliente)**

El turista recibirá la información, escucha el mensaje y lo decodifica dándole el significado de lo que el guía ha hablado.

- **El mensaje**

Es la información que ha brindado cuyo significado se intenta que sea comprendido o interpretado por los clientes

- **La circunstancia**

Se refiere al momento en que se transmite el mensaje, la información que se transmite de cualquier monumento o sitio natural tiene un momento adecuado para su explicación

Por tanto, se debe considerar la comunicación como un todo en el que hay que valorar:

- Lo que se dice
- Quién lo dice y como se dice
- A quién y en qué circunstancias se dice

4.2.2. El transmitir el mensaje

El emitir el mensaje se confía en que el significado que le dé el interlocutor se ajuste o sea similar al atribuido por el emisor, por eso la importancia de dominar el idioma para que no haya errores en la codificación

- El tono de voz trasmite los sentimientos o estado de ánimo a los demás.
- Se debe creer lo que se explica, el guía debe tener un toque de estilo si se quiere retener la atención de los clientes.
- Los gestos y lenguaje corporal comunican tanto o más que las propias palabras.
- Se debe evaluar constantemente la reacción de los clientes ante las palabras que el guía habla.
- Se debe adecuar las palabras conforme se vea las reacciones de los clientes

- **Verbal:** Hay que prestar atención tanto a las preguntas a las preguntas que se formulan o a los comentarios que hacen los clientes.
- **Visual:** Atender a los gestos y expresiones, por ejemplo, si bostezan, o si miran constantemente el reloj.

4.2.3. Las circunstancias al transmitir el mensaje

A la hora de transmitir el mensaje, el guía debe tener en cuenta lo siguiente:

- El tipo de cliente
- El tiempo del que dispone
- El momento adecuado
- La dinámica del propio grupo
- Los factores ambientales

Hay que tratar de conocer que se va a asistir, su edad, su procedencia, su nivel cultural o que tan especialistas son el tema. El guía tratará de adaptar el mensaje en función al cliente, no explicando lo mismo a un grupo de estudiantes que a los pasajeros de la tercera edad.

Si el guía se fija en las características del grupo puede intuir sus intereses y preferencias

4.2.4. Los obstáculos en la comunicación

Cuando se transmite el mensaje, el guía deberá tener en cuenta que obstáculos se pueden presentar en la comunicación y sobre todo saber que tan controlables o no puedan resultar estos. Como ya analizamos los elementos de la comunicación, también veremos cómo se presentan los obstáculos en estos diferentes elementos.

- **Posibles deficiencias en el emisor**

El guía no es un perfecto comunicador por lo cual puede presentar ciertas deficiencias:

- Voz no adecuada, puede que se trate de una voz monótona, falta de una buena vocalización, pronunciación o una voz afónica provocada por alguna enfermedad.
- No tener variación en el tono de voz ya sea alto, bajo, suave, etc.
- Hablar muy deprisa.
- No usar inflexiones adecuadas para subrayar determinados aspectos del mensaje.
- No hacer pausas convenientes.
- Mala utilización de gestos y ademanes

- Mensaje no adaptado al tipo de clientes.
- No detectar las reacciones y necesidades de los clientes.
- Mala codificación del idioma

- **Posibles deficiencias en el receptor**

El cliente también tendrá ciertas deficiencias, estas podrían darse al no oír bien, o interpretar de un modo distinto a lo que el quia pueda explicar.

- Puede que el cliente no pueda oír debido a que es sordo
- Estar distraídos por cosas del momento
- Mala decodificación del idioma.
- Grupos que muestran poco interés.
- Adelantarse a las explicaciones (el cliente quiere hacer de gula.)
- Demasiado preguntas que puedan interferir.

Hay otras preguntas que ya están fuera de la lógica, como por ejemplo ¿verdad las manos cruzadas eran de oro?, pues es obvio que en esa época no conocían el oro.

O pueden presentar preguntas de interés propio, como el de buscar una calle en particular, porque por ahí vive un familiar o amigo.

- **Posibles deficiencias en el mensaje**

Pueda que algunas ocasiones no se comuniquen bien el mensaje.

- El mensaje no es lo suficientemente claro
- El mensaje es demasiado largo
- El mensaje es muy complejo

- **Posibles deficiencias en la circunstancia**

A veces la circunstancia en la que se presenta el mensaje no es controlable

- El micrófono no funciona
- Hay mucho ruido, puede que nos topemos con músicos, obras de construcción
- El auditorio es demasiado grande

- Agentes climáticos
- Si hace mucho frío, las explicaciones pueden darse en el interior del bus.
- Interrupciones por la lluvia o demasiado sol.

4.3. La Comunicación no Verbal

La comunicación no sólo se produce a través de la palabra, sino también de la imagen y gestos, por lo que resulta muy positivo dominar estos aspectos.

4.3.1. El gesto

La palabra debe ir subrayada por el gesto, cuando se habla o comunica algo, también se hace el mismo con todo el cuerpo y no solamente con la voz, los especialistas estiman que el mensaje verbal sólo llega a contener un 35% del significado, siendo el lenguaje no verbal el que aporta mayor porcentaje de la comunicación.

- Cualquier movimiento consciente o inconsciente del cuerpo puede indicar algo y en algunas ocasiones incluso contradecir lo que se expresa por medio del lenguaje verbal.
- Los ojos, cejas, manos y cuerpo envían señales constantemente.
- Existen toda una serie de gestos que conllevan un significado.
- Al dudar de algo por ejemplo se levanta las cejas.
- Al estrechar la mano firmemente, transmite confianza.
- El nerviosismo se transmite cuando uno se toca demasiado el cabello mover frenéticamente las piernas o repicar con los dedos.

Dado que la comunicación que se transmite mediante la palabra, la imagen y el gesto, es bueno que se sepa tener un dominio respecto al lenguaje no verbal. Cabe resaltar que por medio del gesto se transmite actitud de servicio, estar atento receptivo y cortés. Con el fin de conseguir un mejor uso del lenguaje no verbal hay que dejar de lado los problemas personales, emociones, impulsos procurando que los gestos parezcan naturales, espontáneos y nunca forzados, la sonrisa es un arma contra la agresividad y va a favorecer la comunicación.

4.3.2. La imagen

La imagen es de suma importancia, la primera impresión que reciba el cliente valdrá mucho, aspectos como la forma de vestir, peinado o maquillaje, son influencia para la opinión que pueda dar el cliente, por lo que se tienen que controlar el aspecto externo de la personalidad, la imagen debe de ir de acorde con lo que se espera de un guía de turismo y así reforzará el papel de líder: la elegancia, la sobriedad, discreción y limpieza, claro que el hábito no hace al monje, pero hay que tenerlo en cuenta porque si no hay esa imagen esperada, la recuperación de puntos para ella pueda que se complique.

4.4. Algunos Consejos para Hablar en Publico

El momento de hablar en público, para muchos no es fácil, la oratoria, el liderazgo, y la psicología son herramientas eficaces y según la tipología de guías se verá la diferencia.

4.4.1. La preparación

- Un ensayo previo en casa puede ser de bastante ayuda.
- Dado que el oyente no sólo oirá si no también nos verá, es bueno tener ejercicios
- ante un espejo o amigos y familiares.
- El dormir las horas necesarias de hecho ayudará a estar lucidos.
- Si los nervios nos afectan a la digestión entonces no hay que comer demasiado antes del guiado.
- El estar preparado, es producto de una amplia cultura y eso se logra por medio de la constante lectura.
- Ser conscientes de que el miedo es algo natural.

4.4.2. La puesta en escena

- Si es posible hay que hablar mirando a las personas que nos escuchan
- No siempre hay que hablar mirando a las personas de la primera fila.

- No hay que pretender representar algún papel.
- Imaginar que el grupo es nuestro amigo.
- Transmitir nuestra actitud de servicio.
- Transmitir interés por lo que hacemos.
- Tener cuidado con la velocidad del lenguaje.
- Nuestro tono de voz debe de ser seguro.
- Es preferible ser corto y preciso a que seamos largos y aburridos o pesados.
- El fumar o masticar chicle no es de buena imagen.
- Es recomendable no tutear a los clientes.
- Estar relajado y tomar con calma los problemas o impases que se presenten.

4.5. Algunas Reglas Básicas

- **No crear expectativas**

Sólo se debe de crear las necesidades que puedan satisfacer al cliente Por ejemplo si no estamos seguros de que vamos a comer un plato típico, pues no hay que hablarles de dicho plato, o si no estamos seguros de visitar algún lugar por razones que escapa a nuestra responsabilidad, pues no hay que hablarle de dicho lugar, pues si sólo dispongo de 4 ó 5 horas sólo deberé dar alcance de lo que se puede ver en ese tiempo.

- **Crear expectativas**

Si estamos tenemos ciertos servicios reconfirmados o lugares que, si o si visitaremos, pues si es bueno crearles expectativas de dicho lugar para que se tenga la plena satisfacción del cliente o utilizar frase que ayuden como por ejemplo que bueno está el clima, nos ayudará a permanecer más tiempo en la catarata.... o que bueno no hay mucho tráfico y podremos estar en el museo....

- **La indicación correcta**

Lo que dice el guía es como un foco que ilumina aquello que se mira, pero hasta el momento de la iluminación, no se ve; o en una cámara fotográfica el flash es en el momento preciso ni antes ni después de lo previsto si no la foto no sale bien, al igual cuando el guía debe de disparar en el momento

preciso, por ejemplo, si el bus pasó demasiado rápido por un lugar y si el guía menciona...el edificio que vimos atrás.... ya no tiene caso hablar de ese edificio porque ya ni lo verán.

- **El anticiparse**

Hay que comunicar anticipadamente lo que se va a ver o visitar dándole las indicaciones del caso, ya que eso ayudará al viajero a que se prepare, pueda que la cámara fotográfica no esté lista, o si se va a comprar no tiene el dinero a la mano o incluso si el clima es desfavorable y su chaqueta lo tiene en la bodega del bus, al igual sucede el lugar que se va a visitar para una mayor apreciación del turista y también transmitirá que el guía conoce muy bien la zona.

- **La información comprensible**

Sobre todo, la información numérica y estadística debe de darse usando referencias comprensibles, estas pueden ser de acuerdo al tipo de moneda, unidades de medida y las equivalencias que se tienen de acuerdo al lugar de donde procede el turista, aquí algunos ejemplos

- La equivalencia en kilometro y millas, metros y pies para distancias y altitud.
- El usar el tipo de moneda, el dólar, el euro, pesetas y marcos, etc. Cuando se expresa costos.
- No tiene mucho sentido hacer mucha memoria como mencionar fechas y años exactos, el turista ni lo tomará en cuenta se puede mencionar los términos como: décadas, siglos, mediados de...
- El mismo criterio anterior hay que convertir la información en comprensible, por ejemplo, no se dirá...este edificio fue construido en el siglo..., mejor es decir este edificio tiene 400 años de antigüedad.
- Del mismo modo en un museo.... este cuadro fue pintado en el año...! mejor es decir este cuadro fue pintado cuando el autor tenía 15 años.

- **Armonía entre lo que se dice y lo que se ve**

El bus en la carretera es como una especie de televisor que va mostrando imágenes nuevas, nuevos planos, entonces los turistas quieren oír el lenguaje de esas imágenes, es ahí donde el guía juega un papel importante al explicar lo que se ve en el recorrido.

- **El sorprender**

El guía debe de sorprender al pasajero, hay que ir paso a paso más allá de lo obvio provocando sentimientos de curiosidad y sorpresa para mantener al cliente interesado, por ejemplo, podemos demostrar nuestra impresión al ver la diferencia de paisaje en las distintas temporadas como primavera e invierno, o cuando ha habido cambios en los museos y edificios, el ir por una ruta y volver por otra ayuda a ver las diferencias y mantenerlos con todo el interés.

- **No informar todo lo que se dispone de información**

Cuando no brindamos la información total de cierto lugar o alguna información que dimos, nos ayudará a tener nuestras reservas para poder responder a posibles preguntas o deleitarlos con nuestra amplia cultura que tenemos.

- **Siempre es bueno decir algo**

Siempre es mejor dar alguna información aun esta sea poca a quedarnos callados En cualquier recurso sea natural o cultural que está a la vista y sabemos que el viajero va a sentir curiosidad, es conveniente dar una breve explicación.

- **Anticiparse a las preguntas**

Como en el caso anterior antes de esperar una posible pregunta e incluso complicación de esta, hay que brindar información al respecto, aun esta sea un poco deficiente.

- **No destruir sus creencias**

Esto se puede dar en dos sentidos

- Primero pretendamos dar información que corresponde dar a otro guía, si fuese el caso de que un guía de ruta, este debe limitarse a solo darles la bienvenida a la ciudad e informar datos generales y que habrá un guía de localidad que les explicará a mayor detalle
- Segundo cuando ya los clientes tienen cierta versión que ha recibido previamente, pretendamos debatir ni destruir su argumentación, más bien de una forma cortés aclararla si es que la información es no muy confiable.

4.6. Algunas Técnicas para el Escenario

Los diferentes guías de turismo, brindarán las explicaciones en diferentes espacios, ya sean estos en lugares cerrados, abiertos o al aire libre, ello dependerá de que se utilice un micrófono o no.

4.6.1. En los espacios abiertos

Se considera como espacio el exterior de un monumento museo o recurso turístico, donde el guía dará las explicaciones a viva voz para ello hay que tener en cuenta lo siguiente:

- Antes de llegar se explica el programa respecto a todo lo que se va a hacer al igual se dan indicaciones operativas tales como el uso de cámaras fotográficas, usos de flash, indicaciones de seguridad.
- Antes de bajar del bus, explica el itinerario, el horario y lugares de encuentro por si alguien se pierde.
- Se da las indicaciones del desplazamiento e identificar colaboradores, tal como por ejemplo la última persona en subir al bus para que nadie se pierda.
- Iniciar el desplazamiento:
 - Caminar a un ritmo adecuado y según el tipo de grupo.
 - Siempre identificar y usar un elemento de reconocimiento visual, un paraguas en alto, un portavoz, un silbato.
 - Desplazar al grupo por calles anchas y tener en cuenta los semáforos.
 - Tener en cuenta que el grupo siempre esté junto, y si alguien se adelanta o retrasa, hay que esperar.
 - Si por alguna razón estamos retrasados en el programa, no hay que manifestar preocupación y transmitir con calma y serenidad que debemos colaborar.
- Cuando nos ubicamos en algún lugar hay que tener en cuenta:
 - Buscar un lugar tranquilo donde no hay interferencias.
 - No obstaculizar el paso ante otros peatones ni vehículos.

- De ser posible hacer las explicaciones en el mismo lugar donde es adecuado para las fotografías y así no perder a los fotógrafos.
- Buscar un lugar resaltante donde nos ubiquemos para explicar mejor (puede ser una tarima, un muro o silla.)
- Cuando se empieza a exponer.
- Se dan las indicaciones de dirección antes de desplazar al grupo.
- Siempre las explicaciones serán mirando al grupo y dando las espaldas al recurso turístico.
- Que la voz del guía pueda ser oída por todo el auditorio.
- Utilizar la correcta señalización (a mi derecha, a su izquierda, delante mío, etc.) No hacer muchas maniobras.
- Las informaciones deberán ser breves y concisas para no agotarlos.
- Se finaliza una explicación por donde debe continuar la visita.
- Se indica la forma de desplazamiento para el retorno al bus.
- El guía sube al bus después de todos los viajeros.

4.6.2. En los espacios cerrados

Hay que diferenciar entre las explicaciones en el bus para que se utilice micrófono y las que se dan en el interior de monumentos o museos.

- Cuando se explica dentro del bus y con micrófono:
 - Comprobar que funcione el micrófono e identificar su parte (volumen, encendido)
 - Cuando no se utilice micrófono hay que hablar de forma pausada.
 - Las explicaciones deben ser con palabras ya que el pasajero no verá cuando se hable: aquí, allá, si no usar términos como: a su derecha, a mi costado izquierdo, etc.
 - La voz debe ser adecuada para el oído de los viajeros.
 - Tener un estilo para hablar, pausas, variación del tono y velocidad de la voz.
 - Se suele tener un código de señales entre el guía y el conductor respecto en paradas, velocidad, etc.

- Prestar atención a los ruidos (interrupciones) entre los pasajeros tales como: estornudos, tos, llamadas por celular y otros.
- Cada vez que se termine de hablar hay que desconectar el micrófono
- Antes de bajar del bus, se darán las indicaciones de lo que se necesita llevar (cámaras fotográficas, abrigos, bloqueador, etc.)
- Antes de bajar para alguna vista, indicar para mantenernos juntos.
- Cuando se baja del bus hay que hacerlo primero.
- Si el tour está por finalizar, hay que agradecer a los viajeros e indicar los
- próximos encuentros y horarios.
- Despedimos y desearles que sigan disfrutando de su tour o estadía.



CAPÍTULO 5

INSTRUMENTOS DE TRABAJO





COMPETENCIAS

- Identifica los diferentes formatos que utiliza el guía para la conducción de grupos
- Conoce, identifica y define, los diferentes documentos de trabajo en el guiado
- Analiza la organización de una agenda telefónica del guía de turismo
- Identifica los documentos de información

CAPÍTULO 5

INSTRUMENTOS DE TRABAJO

En este capítulo, trataremos los diferentes instrumentos que un guía de ruta debe de utilizar durante un viaje, la conducción de grupos es un trabajo que requiere una buena organización y liderazgo para ello desde el momento en que el cliente ha solicitado su tour o paquete turístico, hay una serie de pasos por la que la agencia pasado, este proceso empieza desde el momento en que el cliente solicita su paquete turístico, hasta que tiene su viaje en sí, entre el tiempo de la solicitud hasta la operación y puesta en marcha del viaje, el cliente ha tenido una comunicación con el tour operador, ya sea para tener información, datos de pasajeros, tipos de servicios , idiomas, e incluso que comida desea tener en su viaje. Para que este viaje se convierta en realidad, la agencia tour operadora ha tenido que elaborar una carpeta de archivos que contiene toda la documentación del procedimiento antes del viaje, es como si el cliente fuese un paciente, se tendrá todo un historial; en este capítulo solo damos a conocer cierta documentación que será esencial que todo guía de ruta conozca para que cuando se presente alguna dificultad en el camino pueda saber cómo solucionarlo y sustentar todo el trabajo realizado.

5.1. Documentos de la Agencia

Pocos días antes de realizarse el viaje, el guía deberá pasar por la agencia recoger toda la documentación que sea necesario en la operación del viaje, cada agencia tendrá estipulado sus políticas, modelos y diseño, formas de llevar una documentación para cada cliente, sea este, grupos o individuales.

- **Plano de distribución de pasajeros para el bus**

Es un formato en la que se va identificar los asientos donde serán ubicados los pasajeros.

- Si el viaje es en transporte privado desde el inicio, será un solo formato para todo el viaje.

- Si el viaje se realiza en conexiones o servicio de ruta, solo es necesario distribuir los boletos de viaje o la numeración e indicar en la lista de pasajeros el número de boleto de acuerdo a los tramos y medios de transporte.

- **Lista de pasajeros**

La lista de pasajeros, en nuestro país comúnmente llamada en manifiesto de pasajeros, es aquella lista donde se tendrá diferentes datos del pasajero (nombres y apellidos, número de DNI, edad, etc.)

 - Es importante tener varias fotocopias de dicha lista que puede facilitarnos en los controles policiales, aduanas, áreas naturales protegidas, recursos, turísticos, etc.
 - Para los diferentes controles, es necesario tener los siguientes datos:
 - ❖ Nombre y apellidos completos.
 - ❖ Número de identificación, si el pasajero es menor de edad deberá portar su autorización de padre o apoderado.
 - ❖ El género, sea masculino o femenino.
 - ❖ La edad del pasajero.
 - ❖ En el formato para el uso de la agencia nos podrá ayudar la fecha cumpleaños, números telefónicos, correos electrónicos lo cual ayudaría para cuestiones de marketing y promoción.

- **Hoja de embarque y desembarque que no sea en la ciudad emisora**

En algunos casos habrá pasajeros que se recojan, en ruta, por lo cual se tendrá alguna credencial o formato para que el pasajero se identifica cuando lo recogemos y dejemos en algún específico que no sean los terminales.

- **Rooming List (lista de distribución de habitaciones)**

Es aquel formato que ayudara para la distribución de los pasajeros a las habitaciones que les corresponden que previamente hayamos coordinado con él, podrá incluirse observaciones o requerimientos especiales, tales como room service, comidas especiales, etc.

- **Etiquetas para maletas**

Conocido como boarding pass (ticket de embarque), ayuda para u mejor control de las maletas.

- **Formatos de liquidación**

Son impresos que ayudaran al guía para lleve un control de los desembolsos o liquidaciones a los diferentes prestatarios a los que se hicieron reserva.

- **Carteles Informativos**

La agencia proporciona carteles con el fin de que el guía deje mensajes a los clientes en los hoteles ya sean estos horarios, direcciones.

- **Voucher de servicios**

Usualmente se utiliza cuando se va atender a pasajeros individuales, el cual sirve para que el pasajero presente ante al prestatario de servicios, su programación, y detalles de servicio que requiere en su viaje.

- **Material corporativo**

Algunas agencias para su mayor imagen disponen de:

- Uniformes
- Insignias
- Megáfonos
- Silbatos
- Carpetas
- Bolsos
- Pañuelos
- Corbatas
- Banderas
- Letreros con el slogan de la agencia
- Material de animación turística
- Artículo de merchandising

- **Master voucher**

También podríamos llamarlo al impreso que contiene el itinerario, sino que es más detallado y con cierta información de ayuda para el pasajero.

- **Informe del guía**

Es aquel impreso en la que el cliente dará por escrito la opinión o verificación de la calidad de servicios de los diferentes prestatarios de servicios que ha utilizado el grupo al haber sido contratados por la agencia.

- **Informe del cliente**

Se trata de un formato estandarizado por la agencia para recaudar la información que opinan los clientes de los diferentes servicios que se brindaron durante el viaje, también podríamos llamarla la hoja de verificación de servicios.

5.2. La Agenda Telefónica

Durante el viaje existe una serie de comunicación con diferentes prestadoras de servicios y contactos de utilidad, por lo cual es importante organizar previamente la agenda telefónica.

- **Criterios para utilizar una agenda telefónica**

- Dado a la cantidad de anotaciones que se usa, es recomendable tener una agenda anillada o elaborar una.
- Antes de realizar las anotaciones, se debe establecer los criterios de ordenación, lo recomendable es organizar la agenda en criterio alfabético por ciudades.
- A lado del nombre de la ciudad se deberá escribir el código de la misma.

- **Anotaciones en la agenda**

- Además de anotar los números telefónicos, es ideal tener anotaciones accesorias, precios, horarios, etc.

- Números telefónicos de los guías locales, quizás no los conocemos muy bien por la poca frecuencia de utilizar su servicio, entonces podemos anotar algunas de sus características físicas.
- Es bueno tener alguna anotación de la calidad de los servicios que brindan, ya sea anotando, ¡adjetivos (excelente, bueno, regular, deficiente) o! calificativos por letras.
- Es bueno tener las anotaciones de las tarifas de los guías.
- Números telefónicos de hoteles, recomendable tener el nombre del contacto con quien se ha negociado o si hubo la comunicación con el recepcionista de turno, ya que la conversación es de mayor confianza.
- Números telefónicos de restaurantes recomendable que se pacte el precio y tipo del menú, tener conocimiento de la capacidad del establecimiento.
- Números telefónicos de unidades de transporte locales y en algunos casos de vía regular sea cual fuere el medio, y su respectiva capacidad y precio.
- Números telefónicos de emergencias y establecimientos policiales.
- Números telefónicos de bancos y cancelación de tarjetas.
- Números telefónicos de diferentes prestadores de servicios turísticos y públicos incluso los que atienden los domingos y feriados.

- **Forma de hacer las llamadas**

Tanto para informar a los clientes o interés propio debemos tener en cuenta:

- Hacer llamadas desde cabinas públicas y cerradas garantiza mayor comodidad y no tener interrupciones.
- Conocer los diferentes códigos de ciudades
- Cuando se va tener información de nombres difícil pronunciación o diferente idioma, se debe deletrear en códigos (alfa, charly, tango, etc.)
- Cuando se habla por teléfono móvil, ser lo más específico posible para evitar mayores gastos.
- Tener las anotaciones de lo que se va hablar para tomar el menor tiempo y menor costo.

5.3. Documentos de Información

Además de las guías de viaje, útiles para elaborar explicaciones de un viaje, no hay que olvidar que, para la preparación y operación de un circuito turístico, es necesario recurrir a los mapas de carreteras y planos de ciudades.

- **Mapas de carreteras**

Es bueno comprar mapas de carreteras ya que este es de vital importancia porque puede brindarnos información valiosa tales como:

- Lugares convenientes para las actividades turísticas, lugares como ríos, lagos, montañas, cataratas, etc.
- Vías de comunicación.
- Tablas de distancia.

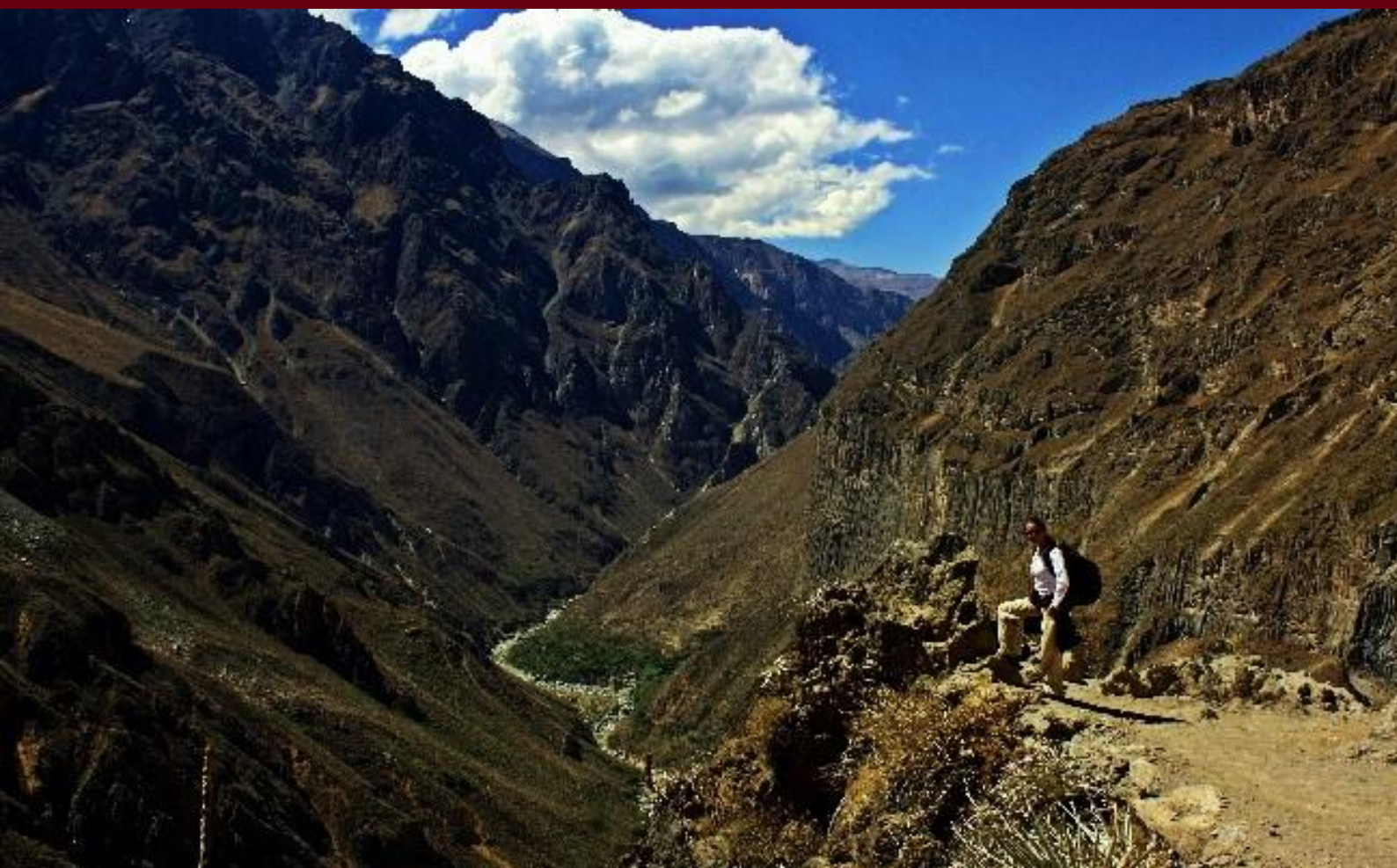
- **Planos de ciudades**

Al ingreso a una nueva ciudad, el bus lleno de pasajeros pueda que no conozca la ciudad o los servicios básicos, por tal razón un plano de ciudad ayudará a orientarnos y así evitar paradas innecesarias. Un plano es útil porque:

- Tiene índice de calles.
- Señala las direcciones de las calles.
- Indica la numeración y sentido de la calle.
- Indica los símbolos de los servicios y lugares públicos y privados de importancia con las que cuenta una ciudad (hoteles, museos, puentes, parques, farmacias, hospitales, etc)

CAPÍTULO 6

ANIMACIÓN TURÍSTICA





COMPETENCIAS

Conoce e identifica técnicas de animación turística

Conoce, identifica y define, la tipología de clientes

Conoce y analiza los diferentes tipos de grupos

Conoce juegos para la conducción de grupos

CAPÍTULO 6

ANIMACIÓN TURÍSTICA

6.1. Tipos de Clientes

Conocer a un turista requiere tener facultades de todo un psicólogo, sin embargo, no se necesita saber de psicología para conocer a los clientes, con un poco de intuición, estudio, lectura y cultura general basta.

Durante un viaje al atender a grupos se requiere saber algo de ellos, la experiencia en atender a turistas de diferentes edades, procedencia y comportamientos, ayudarán a saber cómo actuar en diferentes circunstancias y dar soluciones, porque cada turista es un mundo distinto. En muchos casos, por la naturaleza de servicio (en la excursión o visita) no se tiene ocasión de establecer grandes diferencias en la manera de tratar las diversas tipologías de clientes, pero lo que sí es importante es localizar y neutralizar aquellas tipologías que pueden ser peligrosas o nocivas para el éxito del servicio turístico.

A continuación, se catalogan algunos de los arquetipos que se pueden encontrar cuando se atiende a los viajes organizados.

- **Las Pateadoras**

En los viajes organizados podemos identificarlos por las siguientes características:

- Acostumbran ser mujeres más o menos de 30 años de edad.
- Su procedencia es normalmente de zonas rurales.
- Se sienten seguras de sí mismas y por ello prefieren salir solas (es decir no obedecen al grupo) y de noche.
- Al utilizar un viaje organizado su preferencia es que el precio sea económico.

- Son negativas por lo tanto son peligrosas porque puede contagiar o buscar a otras personas del grupo.
- Saldrán a menudo de noche y solas para descubrir el ambiente de la ciudad.

Lo adecuado para tratar con ellas es lo siguiente

- Darles inmediatamente la información que necesitan, ya sea de localización de
- lugares y horarios de atención.
- Cuanto más rápido se separen del grupo, mejor para que así no arrastren al resto.
- El trabajo del guía es complacerles y hacer que se sientan bienvenido.

- **Los sabelotodo**

Son viajeros que a toda costa quieren demostrar sus conocimientos, siendo usuales sus comentarios tratando de hacer ver que son gente viajada, se los puede reconocer de la siguiente manera:

- Conocen unas cuantas palabras de algún idioma y se creen ser políglotas.
- Suelen hacer preguntas y ellos mismos dan su respuesta.
- Están más interesados en demostrar que aprender.

Lo mejor que podemos hacer es utilizarlos como aliados, alabar su vanidad nos ayuda a abrir la puerta de la simpatía y si en algún momento se proponen alternativas distintas a los del programa o lo que el guía manifiesta hay que neutralizarlos.

- **Los reclamones**

Los profesionales de la reclamación son gente negativa.

- Siempre buscan defectos en lugar de valorar cualidades.
- Les encanta fiscalizar y hacer comentarios, tales como el hotel que escogieron están ubicado en un mal lugar", o "la comida es escasa".
- Tienen una cierta tendencia de liderato, pues necesitan de público que los aplauda.

- Si por alguna razón el programa se alteró en el tiempo, están listos para reclamar algo a cambio por esos minutos.
- En caso que hay algún problema, tienen toda una lista de irregularidades que según ellos se han cometido desde el inicio del tour.
- Suelen tener su libreta de notas y un bolígrafo con ellos.

La manera de tratarlos es la siguiente:

- Concederles algo de importancia.
- Tener un buen sentido de humor.
- Adular su vanidad con frases como es usted muy observador".
- Es bueno explicar el porqué de las decisiones al grupo.
- Se debe procurar desacreditar sus criticas cuando estas obstaculicen nuestro trabajo.
- Si se desconoce alguna pregunta que el cliente nos la hizo, hay que dárselo luego.
- Hay que darles a conocer las reglas y condiciones para evitar confrontar con
- ellos.

- **Los exigentes**

Este tipo de cliente, aparentemente podría ser negativo, sin embargo, son personas muy buenas y hay que agradecerles por sus opiniones y sugerencias, a diferencia de los profesionales de la reclamación, el cliente exigente es más ecuánime y no se niega la evidencia de los que está bien como lo son los reclamones.

El exigente suele felicitar al guía por el trabajo realizado añadiendo sugerencias y comentarios, sus reclamaciones habitualmente están cargados de razón, pero no pretenden arrastrar a otros componentes del grupo en sus quejas.

Con un agradecimiento y una buena argumentación se puede compensar algunos los pequeños problemas o mal entendidos, puesto que son capaces de razonar y finalmente comprenden.

- **Los extrovertidos**

Gente muy amable y con dotes de liderazgo.

- Para ellos todo les va bien.
- Aceptan todo tipo de sugerencia.
- Si se hacen cambios en el programa, ellos lo agradecerán.
- Les gustan contar chistes y hacer bromas.

Al utilizarlos como cómplices, pueden ser muy buenos animadores en el viaje, porque con ellos el guía se siente relajado.

- **Los introvertidos**

- Detallamos sus características:
- Parecen clientes fáciles, pero no lo son, pues nunca se sabe que están pensando realmente.
- Su insatisfacción es exclusivamente personal y no extensible al grupo.
- No son muy participativos
- Si no se les toma en cuenta no tendremos mayor problema, pero siempre debemos considerarlo como a cualquier otro.

El tratarlos con educación y correctamente es suficiente, además de ello lo que podemos hacer es darles conversación para que interactúen al menos un poco y hacer ver que nuestro interés es igual por todos.

- **Los pesados**

Este tipo de cliente puede tener bloqueado al guía durante horas y horas hablando de sus hijos, del tiempo, de su último viaje, de política o de que el conductor se parece a su familiar, etc. Sumado a ello si se sienta al costado a tras el guía, se convertirá en un martirio.

El problema es que no se podrá callar a este tipo de cliente, a pesar que no es malo, pero puede cansarnos demasiado ya que su interés es para sí mismo. Lo mejor es zafarse de una manera muy cortés y educada posible procurando dirigirlo a otras víctimas del grupo, otra manera es colocándonos auriculares en nuestros oídos o fingiendo tener llamadas por celular y alejarnos de su lado para no tener que escuchar su

conversación ya que nos puede desconcentrar de las actividades que se realicen.

6.2. Dinámicas Grupales

A pesar de que un guía de turismo pueda llegar a ser un erudito en historia, geografía o arte, cabe sin duda de que su guiado no tendrá el éxito si no lo pone un poco de animación y para ello el trabajo de las dinámicas grupales juegan un papel de suma importancia. En esta actividad profesional hay una dosis de un poco de psicología, claro que mayor parte es de la experiencia que la teoría, para esto es función del guía evaluar al grupo y a unos pocos minutos los conocerá, esto quiere decir que se encontrará una serie de conductas, actitudes y gestos que permiten identificar aspectos tales como:

- Se conocen entre ellos.
- Existe algún líder dentro del grupo, identificarlo si es positivo o negativo ya traerá una consecuencia.
- Hay alguien que no acepta al grupo tal como es y no le gusta que el guía lo oriente que preferiría que su viaje hubiese sido por su cuenta.
- En caso contrario se puede encontrar que el grupo necesita ser liberado es decir no se encuentra a algún líder.
- Si se identifica a personas que prefieren organizarse solos (las pateadoras.)
- Se puede identificar pasajeros que quieren ser tratados como reyes.
- Habrá algún erudito que lo sabe todo.
- Identificar a alguien que podría resultar ser impuntual o problemático.
- Tener en cuenta si alguien pudiera perderse del grupo.

Las relaciones de los usuarios de los servicios turísticos con los diferentes tipos de guía son diversos ya que para un guía local o de sitio, la relación con el cliente es de poca duración, comparado con la relación del guía de ruta que involucra el acompañamiento durante todo el viaje, visitas, compras e incluso pemocte, esta relación es más larga y por lo tanto las técnicas de las dinámicas grupales son similares y su conocimiento facilita al ejercicio de la actividad que realiza el guía.

Llevar un grupo de personas es una tarea no muy fácil debido a los factores de intereses de cada persona, patrones de comportamiento, tamaños de grupo, procedencia y otros, por lo cual el guía deberá de liderar con cada tipo de grupo personalidad con las que cuentan estos.

6.2.1. Fases De La Dinámica

- **Fase Inicial**

En esta primera fase los integrantes del grupo no se conocen entre sí, su primer contacto empieza en meras conversaciones, los conocidos diálogos de ascensor, saludos, presentaciones, por lo tanto, aún no hay conciencia de grupo y se opta por buscar un líder.

- **Fases de expectación**

En esta fase los integrantes intentan conocer algo sobre sus compañeros, es decir se tantean, es una fase de inseguridad y vaguedad, hay un poco de frialdad cuando se dialoga, también hay poca comprensión y actitudes pasivas.

- **Fase de contacto personal**

Esta fase también llamada descongelamiento, hay una aproximación e intentan conocerse unos a otros mediante la conversación e incluso empiezan a intercambiar sentimientos

- **Fase de selección**

En esta fase ya se conoce el principio de seleccionar integrantes para formar un grupo, se opta por estrechar lazos, se empieza a comer juntos o se empieza a buscar diferentes compañeros porque se inicia una transición hacia otra persona.

- **Fase de integración**

En esta fase ya se intensifican las relaciones, va cuando existe una identidad como grupo existe una interdependencia entre los miembros, el grupo ya está cohesionado.

Estas fases tal vez se pueden distinguir con facilidad en una fiesta, mientras en un viaje el tiempo es reducido y el papel del guía es vital para poder unificar o formar grupos y empezar a realizar todo un programa de animación. Cuando en el grupo no se conocen o estas fases demoran en su proceso las funciones del guía va a convertirse en lo siguiente:

- El guía se convertirá en catalizador de las reacciones, acelerando las fases.
- Hacer sentir a los turistas que cuentan y que son importantes en el grupo.
- Evitar que algún integrante sea ignorado, aislado o rechazado procurando, integrar a todos prestando atención a los introvertidos.
- Desarrollar estrategias que se dirijan a la integración despertando el interés entre unos y otros.
- Establecer normas que faciliten la integración y convivencias.

6.3. Tipos de Grupos

En los viajes organizados, se atienden a grupos, se requiere segmentarlo para que nuestro programa de animación tenga éxito ya que cada grupo responde un patrón diferente a otro, a continuación, segmentamos los grupos de la siguiente manera.

- **Según Procedencia**

Grupos abiertos o heterogéneos Están formado por pequeños sub grupos que requieren un trato diferenciado, no son problemáticos, pues al no conocerse entre ellos no hacen un frente común, pudiendo ser controlados de manera sencilla.

- **Grupos cerrados o abiertos**

Se trata de viajeros que se conocen previamente al viaje, sus edades, cultura, clase social y motivaciones son muy comunes, de hecho, en este grupo ya existirá un líder y esto ayudara ya que tendrán una química y dinámica muy notoria. El guía de turismo a pesar que es el líder formal, no le será fácil llevar al grupo porque ya tendrán un líder, pero si su

liderazgo se aúne sucederá entonces el coodireccionamiento del grupo que por un lado será de bastante ventaja para el viaje.

- **Tamaño**

- **Grandes**

Se considera así a los grupos mayores a 30 personas, en este caso las relaciones interpersonales se multiplican y hay frecuencia de sub grupos hecho que refuerza al liderazgo del guía porque le será ayuda para direccionar el viaje. En este tipo de grupo se acentúan las características: los tímidos serán más tímidos los graciosos serán más graciosos y los charlatanes ser aún más charlatanes de hecho la improvisación no será bueno y se requerirá tener mayor tiempo en cada lugar que se visita para darles la libertad y placer.

- **Pequeños**

A pesar que parece más fácil controlar, no lo es, ya que por ser grupos reducidos se necesitará mayor atención, excepciones a la regia y solicitudes por parte del grupo lo cual no habrá excusa de no cumplir ya que por ser pequeño tendremos que acceder a sus peticiones, el guía deberá brindar una atención más personalizada tomar en cuenta sus opiniones y sugerencias.

- **Vinculo**

- **Estudiantes**

En este tipo de grupo se encuentran los clásicos viajes de promoción, fin de curso o de estudios, sin embargo se podrían dividirse de acuerdo al nivel de instrucción con la que cuenta, usualmente los de educación primaria y secundaria viajarán en compañía de algún responsable, tutores, docente e incluso padres de familia por el mismo hecho de ser menores de edad, lo que no sucede con estudiantes de educación superior, ya son mayores y no hay mucha responsabilidad con ellos, El gran problema que se puede presentar es de que tendrán un líder formal que será el docente y hay que saber lidiar con él, el problema se presenta cuando el docente o padres de familia quieren hacer su propio viaje olvidándose que el viaje está direccionado a los estudiantes y no

a los docentes y padres de familia sin embargo hay que tener mucho tino el tratar con ellos, para estos líderes podrá ser más importante un museo lo que para los estudiantes no les será de interés, los imprevistos no son ningún problema pues estos viajeros no tienen una expectativa pre definida.

- **Tercera edad**

En los últimos años, ha aparecido un nuevo tipo de viajeros, se trata de los jubilados. Son personas a las que la jubilación les ha llegado a una edad temprana, algunos incluso a los 55 años. Todavía son jóvenes y tienen ganas de viajar. Muchas compañías y mayoristas han visto sus posibilidades y han ampliado la edad para aplicar sus descuentos. Ahora ya no sólo aparecen precios especiales para la tercera edad, sino también para la "Edad dorada", "Jóvenes de espíritu" y otras denominaciones similares. Buscan la cultura, sin embargo, en algunos casos valoran más la calidad de servicios actitud del guía que su propio dominio de la información que pueda dar. El escucharlos, trato con cariño y un viaje muy ameno (música, animación) será un viaje ideal para ellos, hay que ser considerados en sus posibles problemas motrices: lentitud, visitas a pie, repetir constantemente indicaciones ya sean horarios, direcciones y actividades que realizar con un poco de paciencia y tiempo el viaje será de mucho éxito.

- **Profesionales**

Un viaje de congresos y convenciones será un viaje clásico de este tipo de viajeros. con estos pasajeros el guía tendrá que brindar una buena calidad de información e incluso podrá tocar temas muy a fondo, ya que el nivel cultural es muy alto.

6.3.1. Otros tipos de grupos

Viajar es conocer a los demás y conocerse a uno mismo. Dando vueltas por el ancho mundo uno podrá ver muchos tipos de viajeros y nunca dejará de sorprenderse con la gran variedad de formas que tenemos de hacer turismo. Incluso podemos llegar a sorprendernos

de nuestra forma de hacer turismo. De la experiencia que por cierto nos podrá ayudar para la creatividad de actividades y animación y sobre todo para tener en cuenta detalles con el fin de obtener la satisfacción del cliente.

- **El fotógrafo**

Nunca viaja sin su cámara (o sin sus cámaras). Este tipo de viajes a podido evolucionar con la era digital (hace más fotos), pero sigue siendo reconocible por llevar 5 kilos de peso al cuello y un chaleco o mochila lleno de cosas supuestamente útiles. Sabe que ha estado en Machu Picchu porque al llegar a casa y descargarse las fotos ve por primera vez las pirámides. Nosotros sabemos que ha estado porque nos lo dice, pero nunca le vemos en las fotos todas muy bonitas, todas muy artísticas.

- **El coleccionista**

Tiene un listado con las cosas que hay que ver y las va tachando según avanza el viaje. No importa si las ha disfrutado o no: lo importante es tener una cruz en todos los sitios. Consulta blogs como éste para que alguien le diga lo que es digno de ver y lo que no. Jamás se entretiene en contemplar algo si no lo ha visto antes en la guía, pero puede hacerle 100 fotos a una estatua que ni siquiera le gusta solo porque alguien dijo que era importante. Tiene en casa entradas y tickets de lugares que no puede recordar (porque estuvo 15 minutos) y una foto delante de cada edificio ilustre que visito. Por otra parte, sabe perfectamente cuántos lugares ha visitado.

- **El alternativo**

Se jacta de haber estado en Roma y no haber visto el Coliseo o de haber recorrido toda China esquivando siempre la Gran Muralla. Su principal objetivo es evitar al resto de turistas y cualquier foco de interés público en general. La calle realmente bonita siempre es la de detrás, el paisaje más asombroso es el que había donde nadie fue y los mejores lugares para comer son los que no recomiendan las guías.

- **La oveja**

La turista oveja necesita que le guíen incluso para ir al lavabo. No sabe hacer nada por sí mismo y alucina cuando descubre que hay que gente que ha ido a Machu Picchu por su cuenta y sin una agencia de viajes.

- **El pastor**

En clara contraposición al viajero oveja, el viajero pastor siempre controla la situación y toma decisiones incluso cuando no tiene ni idea de lo que está haciendo. Habla con todo el mundo en cualquier idioma, interpreta mapas indescifrables y confía en su instinto para llegar a su destino. Si el viajero pastor te hace dar un rodeo es para que conozcas mejor la zona.

- **El consumista**

Su equipaje pesa 5 kilos a la ida y 32 a la vuelta. Su afán por acumular recuerdos no tiene límites. Además, gusta de comprar "cositas" a buen precio: ropa, zapatos, pieles, sedas, alfombras e incluso algún aparato de nueva tecnología.

- **El intrépido**

El viajero intrépido no teme nada ni a nadie. Se siente cómodo en los barrios más marginales de las ciudades, se abre paso en las selvas sin ayudarse siquiera de un palo y se come esos platos de bichos que los demás no se atreven ni a mirar. Cuando narra sus viajes la gente se muestra incrédula.

- **El camaleón**

Los viajeros camaleónicos se sumergen en la cultura y costumbres lugareñas con absoluta facilidad, llegando a cambiar de vestuario, idioma y color de piel si es necesario. Después de una semana de viaje es imposible distinguirlos de los nativos. Son especialmente sensibles a esos detalles que suelen pasar desapercibidos para los

demás la mirada perdida de un anciano, la sonrisa de una niña que juega en la calle o dos perros copulando en medio de la carretera.

6.4. Técnicas para la Animación

6.4.1. La animación a bordo

Cuando se viaja con grupos, siempre se producen unos momentos muertos o aburridos ya sean en el bus o en las mismas instalaciones, pero hay que tener presente que el cliente ha comprado un viaje y no un show por lo tanto toda actividad que se realice como parte de la animación será realizada en el momento adecuado no olvidando apartarse del argumento principal que es el viaje y turismo. Presentamos algunas sugerencias para realizar la animación turística, dicho de plazo la animación no solamente quiere decir de realizar actividades participativas si no utilizar elementos durante el viaje más un poco de creatividad se pasará un buen momento.

- Comentario de noticias curiosas de la prensa local.
- Lectura de poesías preferentemente de autores relacionados con el lugar que se visita.
- La música seleccionada para cada ocasión que se viaja.
- Adecuado uso del video (por la noche.)
- El aprendizaje de un vocabulario en algún idioma nativo o diferente al que se habla.

Si se trata de realizar actividades participativas hay que circunstancias: considerar las diferentes:

- **Los momentos del día**

- Por la mañana, requiere de un optimismo.
- Después de comer, una siesta no cae mal acompañada de una música relajante
- Al atardecer nos transmite alegría y amistad, buen momento para hacer juegos

- Por la noche, ideal para proyectar un video ya que no se ve el paisaje.

- **Según el tipo de grupo**

- Heterogéneo
- Homogéneo
- Grandes
- Pequeños
- Estudiantes
- Tercera edad
- Profesionales

6.4.2. Los juegos

- **Característica de un buen juego**

- Nunca ridiculiza a nadie.
- Permite la participación de todos.
- Evita situaciones de bochorno a personas con impedimentos físicos o características físicas particulares.
- Promueve el aprendizaje de habilidades sociales.
- Su duración es lo suficiente para no cansar ni aburrir a nadie.
- Es sencillo para que sea entendido fácilmente.

- **Sugerencias técnicas**

- Brindar la instrucción de cómo se realiza el juego.
- Distribución del espacio, si se trata en el bus o en un espacio abierto.
- Tener en cuenta el tiempo que durará el juego para no interrumpir con la visita en el recorrido.
- Los materiales que se distribuirán no deberán ser de alto costo ni complicados de manipular, mayormente se improvisará o utilizará materiales disponibles que se adapten al juego.
- Es bueno escuchar las opiniones al final del juego.

• **Juegos para animar los viajes**

NOMBRE DEL JUEGO: La carrera de chocolate			GRUPO: Romper el hielo
Nº DE ANIMADORES: 1	Nº DE PARTICIPANTES: 4-10	MODALIDAD: • Grupo	COLECTIVO: <ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes • Homogéneos • Heterogéneos • 3era edad • Profesionales
<p>DESCRIPCION Y REGLAS:</p> <p>Primero se coloca los materiales en un lugar donde se puede ser fácil de moveros, se rota de uno en uno tirando el dado y el participante que saca el número 6 pasará al lugar donde se ubican los materiales y procederá a ponerse la indumentaria en el orden acordado y empezara a comer el chocolate con los cubiertos Y cada vez que la próxima persona que tire el dado y nuevamente saque el número 6, procederá a hacer lo mismo quitando los materiales al participante anterior aun este no haya comido nada o aun esté vistiéndose, entonces el juego se convierte en una ansias de comerse el chocolate y acabarán rendidos ante tal tentación.</p>			
<p>ESPACIO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interior • Exterior 	<p>MATERIALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un plato • Cubiertos • Guantes • Chaqueta • Charla • Dado • Un chocolate 	<p>VARIANTE</p>	<p>OBSERVACION:</p> <p>Se puede realizar el juego durante momentos de espera, ya sea en el bus, fuera del hotel o restaurante</p>

NOMBRE DEL JUEGO: El trencito			GRUPO: Romper el hielo
Nº DE ANIMADORES: 1	Nº DE PARTICIPANTES: 20- a mas	MODALIDAD: • Grupo	COLECTIVO: • Estudiantes • Homogéneos • Heterogéneos • 3era edad
DESCRIPCION Y REGLAS: Primero hay que dividir el grupo en 2 partes, sugiriendo que sean de 2 columnas en cada grupo, luego el animador parado delante y mirando a todos, coloca su manos al frente de el con la palma hacia abajo, levantando la mano derecha al costado y altura de su cabeza, todo el grupo de una columna dará una palmada fuerte al mismo tiempo, después se alternará con la otra mano e igual el grupo de la otra columna dará otra palmada y así sucesivamente alternando las manos tanto derecha como izquierda y en una secuencia iniciando lento y terminando rápido (el sonido de las palmadas parecerán al sonido de un tren) posteriormente se añadirá un ademán de estar jalando una soguilla lo cual será la señal para que todo el grupo empiece a dar una silbada a semejanza del sonido del silbato de un tren y finalmente el ultimo ademán consistirá en lanzar el cuerpo y las manos hacia delante como si estuviera apoyándose en algo lo cual servirá para que el grupo en conjunto diga un chil...ss como si aparentará que el tren estuviera frenando y haber llegado a su estación.			
ESPACIO: • Interior del bus	MATERIALES: • Ninguno	VARIANTE	OBSERVACION: Se puede realizar el juego minutos previos a llegar a algún destino.
NOMBRE DEL JUEGO: De la habana he venido			GRUPO: Romper el hielo
Nº DE ANIMADORES: 1	Nº DE PARTICIPANTES: • Mínimo: 5 • Máximo: 18	MODALIDAD: • Grupo	COLECTIVO: • Estudiantes • Homogéneos • Heterogéneos • 3era edad
DESCRIPCION Y REGLAS: El animador del juego dice: "De la Habana ha venido un barco cargadito de... Y dice una palabra cualquiera. por ejemplo: "Limonos. El siguiente en lugar repite la frase y debe decir otra palabra que comience por la misma silaba que la primera, por ejemplo: "Libros' El siguiente: "Literas', y al hasta que alguien no consiga encontrar una palabra que empiece por esa silaba. Se puede jugar poniendo un tiempo máximo, pero a experiencia, no ha sido nunca necesario, porque cuando un jugador tarda mucho en encontrar una palabra es el mismo el que abandona.			
ESPACIO: • Interior del autocar	MATERIALES: • Ninguno	VARIANTE	OBSERVACION: Adecuado en un grupo reducido por ejemplo en una mini van como medio de transporte.

NOMBRE DEL JUEGO: Los spaguetis			GRUPO: Romper el hielo
Nº DE ANIMADORES: 1	Nº DE PARTICIPANTES: <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo: 8 • Máximo: 30 	MODALIDAD: <ul style="list-style-type: none"> • Grupo 	COLECTIVO: <ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes • Homogéneos • Heterogéneos • 3era edad
DESCRIPCION Y REGLAS: <p>A una señal, cada uno se esfuerza en anudar y liar su cordel lo mejor que puede. Al cabo de unos segundos la nueva señal indica que cada uno pasa su cordel a su vecino de la derecha (o de enfrente para los que no tengan vecino a la derecha). Este prosigue el trabajo tan bien comenzado, anuda, y lía lo mejor que puede. Quince o treinta segundos más tarde, cada uno pasa de nuevo a su vecino el cordel que tiene en la mano, y sigue anudando el que recibe; y siempre a la señal, lo pasa a su vecino de la derecha. En este momento el conductor del juego grita: "Desenredad", e inmediatamente todos se apresuran a desenredar el cordel que acaban de recibir. Resulta ganador el primero que desenreda el cordel que tiene en sus manos. Para aumentar el interés, se puede pedir una prenda al último jugador u ofertar un premio para el primero y un castigo para los cinco últimos que terminan que no pueden desanudar.</p>			
ESPACIO: <ul style="list-style-type: none"> • Interior del autocar 	MATERIALES: <ul style="list-style-type: none"> • Ninguno 	VARIANTE	OBSERVACION: <p>Adecuado jugar en un bus</p>

NOMBRE DEL JUEGO: De la cintura para arriba y de la cultura para abajo			GRUPO: Romper el hielo
Nº DE ANIMADORES: 1	Nº DE PARTICIPANTES: <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo: 5 • Máximo: 18 	MODALIDAD: <ul style="list-style-type: none"> • Grupo 	COLECTIVO: <ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes • Homogéneos • Heterogéneos
DESCRIPCION Y REGLAS: <p>El animador explica que desea conocer a los viajeros pero desea hacerlo de una forma muy distinta, para ello reparte unas tarjetas o papeles para que cada viajero escriba su nombre y un par de adjetivos calificativos, una vez que todos hayan escrito el animador pasa a recogerlos e inicia el juego diciendo que va a agregar una frase antes de cada adjetivo, primero menciona el nombre de la persona hasta ubicarlo dará conocer al resto y puede leer de forma fuerte y amena más o menos de la siguiente manera, supongamos que la persona cuyo nombre tienen en el papel es Marilyn... y escribió los adjetivos amorosa y fastidiosa, entonces se leerá de la siguiente forma "Marilyn, dice que de la cintura para arriba es amorosa y de la antara para abajo es fastidiosa.</p> <p>Entonces cada adjetivo que escribieron será distinto y podrá haber frases muy graciosas y atrevidas.</p>			
ESPACIO: <ul style="list-style-type: none"> • Interior del autocar 	MATERIALES: <ul style="list-style-type: none"> • Tarjetas o papeles de unos 5 centímetro como mínimo. 	VARIANTE <ul style="list-style-type: none"> • Se puede añadir diferentes frases. 	OBSERVACION: <p>Adecuado para algún grupo en que hemos entrado en confianza.</p>

NOMBRE DEL JUEGO: Bingo			GRUPO: Romper el hielo
Nº DE ANIMADORES: <ul style="list-style-type: none"> Mínimo: 1 Máximo: 2 	Nº DE PARTICIPANTES: <ul style="list-style-type: none"> Mínimo: 18 Máximo: 30 	MODALIDAD: <ul style="list-style-type: none"> Individual 	COLECTIVO: <ul style="list-style-type: none"> Estudiantes Homogéneos Heterogéneos Profesionales
DESCRIPCION Y REGLAS: <p>El bingo es un juego clásico y jugarlo de forma clásica para muchos puede resultar no muy ameno, sin embargo, el animador tendrá que ser creativo para lograr la atención y el interés del grupo. Primero se reparten cartillas preestablecidas o de las que venden en una librería, en una hoja de tamaño A 4 podemos dividir en casilleros al doblar en diferentes filas y columnas, luego se escribe desde el número 1 hasta el 75 que corresponde a total y se recorta casilla tras casilla, posteriormente se explica si se jugará por un cartón lleno o por letras, mediante un bolso, gorra o recipiente donde se coloca los papeles cortados se irá sacando uno a uno pero leyendo el número de una forma muy distinta para animar el juego, podría tararse en mencionar la edad de alguien o el cumpleaños de alguien o algún otro número que pueda ayudar a crear preguntas y amenidades y siempre motivando que el ganador tendrá algún premio.</p>			
ESPACIO: <ul style="list-style-type: none"> Interior del autocar 	MATERIALES: <ul style="list-style-type: none"> Cartillas-pre establecidas para bingo. Papeles o fichas numeradas del 1 al 75 Premios 	VARIANTE <ul style="list-style-type: none"> Se puede añadir picardía en cantar los números. 	OBSERVACION: <p>Adecuado para los viajes largos.</p>

NOMBRE DEL JUEGO: Turiletras			GRUPO: Pedagógico
Nº DE ANIMADORES: <ul style="list-style-type: none"> Mínimo: 1 	Nº DE PARTICIPANTES: <ul style="list-style-type: none"> Mínimo: 5 Máximo: 30 	MODALIDAD: <ul style="list-style-type: none"> Individual 	COLECTIVO: <ul style="list-style-type: none"> Estudiantes Homogéneos Heterogéneos Profesionales
DESCRIPCION Y REGLAS: <p>Este ya es un juego preparado con un criterio cultural de acuerdo al recorrido que se tienen se puede dividir por días o por viaje, se elaboran un turiletras (ver ejemplo más abajo) de acuerdo al criterio que el quia vea conveniente y consistirá en repartirlo al final de cada excursión os fuese el caso al final del viaje para que este turiletra sea una verificación de que tanto el pasajero he aprendido durante el recorrido y el que logre terminar primero sete premiado.</p>			
ESPACIO: <ul style="list-style-type: none"> Interior Exterior 	MATERIALES: <ul style="list-style-type: none"> Cartillas-pre establecidas para turiletras. Premios 	VARIANTE	OBSERVACION: <p>Adecuado para los viajes de estudiantes.</p>

CAPÍTULO 7

MARCO DE LA ACTIVIDAD





COMPETENCIAS

Conoce y analiza la normatividad de la ley del guía de turismo

Conoce, identifica la reglamentación del oficial de turismo

Conoce y analiza un plan de estudio para guías de turismo

Conoce algunos gremios de turismo

CAPÍTULO 7

MARCO DE LA ACTIVIDAD

7.1. Anexo A - Ley del Guía de Turismo

LEY N° 28529

LEY DEL GUÍA DE TURISMO

Artículo 10°. - **Objeto de la Ley.** La presente Ley tiene por objeto regular la actividad del guía de turismo, ejercida por los licenciados en turismo y por los guías oficiales de turismo que ostentan título a nombre de la Nación y estén debidamente registrados.

Artículo 20°. - **El Guía de Turismo.** Para los efectos de la presente Ley, guía de turismo es la persona natural acreditada con el título oficial de guía de turismo, expedido por institutos superiores y centros de formación superior oficialmente reconocidos, que hayan cursado y aprobado estudios por el lapso mínimo de seis semestres; así como los licenciados en turismo colegiados.

Artículo 3°. - **Funciones.** Son funciones del guía de turismo:

1. Conducir, guiar y brindar información al turista o grupo de turistas bajo su cargo, sobre los atractivos de orden cultural, natural, folklórico o de acontecimientos programados que sean visitados por el turista.
2. Transmitir valores, costumbres y tradiciones, demostrando en todo momento respeto hacia los turistas.
3. Contribuir a la preservación de monumentos arqueológicos, parques y reservas naturales, así como la identidad cultural y el pluralismo étnico de nuestros pueblos.
4. Informar con veracidad y responsabilidad a los turistas, de acuerdo a trabajos de investigación actualizados, fuentes históricas, arqueológicas,

antropológicas y sociológicas sobre el lugar en el que desarrollan su profesión.

5. Brindar información básica al turista mientras se encuentre a su servicio.
6. Contribuir a la creación y fortalecimiento de la conciencia turística de la población local, regional y nacional, en aspectos referentes a la protección, preservación y vigilancia del patrimonio cultural, arqueológico, natural y/o social.

Artículo 4°. – Derechos. Son derechos del guía de turismo:

1. Tener acceso gratuito a museos, monumentos arqueológicos, áreas naturales protegidas de uso turístico, centros de atracción turística, eventos especiales, eventos folklóricos y actividades declaradas de interés turístico.
2. Recibir de las instituciones públicas y privadas facilidades, antes y durante la prestación de sus servicios, para la permanente actualización de sus conocimientos.
3. Tener acceso a fuentes documentales de investigación para enriquecer su formación.
4. Recibir capacitación y adiestramiento permanente. El Estado es el principal promotor de estas actividades

Artículo 5°. – Obligaciones. Son obligaciones del guía de turismo:

1. Brindar protección básica al turista, dentro de su alcance, mientras se encuentre a su servicio
2. Tener formación profesional.
3. Dominar por lo menos un idioma extranjero.
4. Orientar al turista para que pueda informar o denunciar ante las autoridades competentes la comisión de delitos, faltas e infracciones administrativas cometidas por terceros que atentan contra el desarrollo del turismo.

Artículo 6°. – Requisito para el ejercicio profesional. Es requisito para el ejercicio profesional del guidismo estar inscrito en el Registro de Prestadores de Servicios de Turismo del Gobierno Regional. El carné que identifica al guía oficial de turismo es el único documento válido para ser acreditado como tal y ejercer el guidismo. Ningún organismo público o privado exigirá documentos adicionales o solicitará evaluaciones para aprobar el derecho al ejercicio profesional

Artículo 7°. – **Especialidades del guidismo.** Las actividades especializadas de guía de turismo son las de alta montaña, caminata, observación de aves, ecoturismo u otras análogas o no tradicionales, son desarrolladas solo por los guías de turismo, de acuerdo a los artículos 2oy6 de la presente Ley y sus reglamentos respectivos,

DISPOSICIONES FINALES, COMPLEMENTARIAS Y TRANSITORIAS

PRIMERA. – Las personas que obtuvieron autorización del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a través de sus órganos competentes y de las Direcciones Regionales de Negociaciones Comerciales Internacionales, como guías prácticos en idioma no común, debidamente registrados al 11 de marzo del año 2000. podrán ejercer la actividad, hasta que cumplan con el requisito de culminar sus estudios de formación profesional como Guía y obtengan su título profesional a nombre de la Nación, para lo cual se deberán inscribir en el Registro de Guías Prácticos que para tal efecto crearán la Dirección Regional de Turismo o la municipalidad provincial, otorgándosele una identificación transitoria.

SEGUNDA. – Los Gobiernos Regionales inscribirán a los guías de turismo en el Registro de Prestadores de Servicios de Turismo, los que se consolidarán en el Registro Nacional del MINCETUR, organizarán las estadísticas correspondientes al turismo.

TERCERA. – Las personas que hayan cursado estudios de quia de turismo en universidades de extranjero podrán ejercer la actividad previa revalidación de su título profesional conforme a las leyes y reglamentos sobre la materia e Inscripción en el Registro de Prestadores de Servicios Turismo del Gobierno Regional.

CUARTA. – El Poder Ejecutivo, mediante decreto supremo, reglamentará la presente Ley, en el plazo de sesenta (60) días posteriores a su publicación.

QUINTA. – El cumplimiento de las obligaciones de acreditar la formación académica y dominio de un idioma extranjero serán exigibles después del 1 de enero del año 2008.

Lima, a los veintinueve días del mes de abril de dos mil cinco.

7.2. Anexo B - Reglamento de la Ley del Guía de Turismo

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1°. – Objeto

El presente dispositivo establece las normas reglamentarias de la Ley N° 28529, Ley del Guía de Turismo.

Artículo 2°. – Ámbito de aplicación

Están sujetos a las normas del presente Reglamento todas las personas naturales que desarrollan la actividad de Guía de Turismo, quienes, para tal efecto, deberán cumplir con lo establecido en los artículos 2° y 6° de la Ley N° 28529, Ley del Guía de Turismo y el presente Reglamento.

Artículo 3°. – Órgano competente

Las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo o las que hagan sus veces en los Gobiernos Regionales y la Municipalidad Metropolitana de Lima, son los órganos competentes para la aplicación del presente Reglamento.

Artículo 4°. – Definiciones

Para efectos de la aplicación del presente Reglamento se entiende por:

a) Ley: Ley N° 28529, Ley del Guía de Turismo

b) Guía Oficial de Turismo:

La persona natural acreditada con el título de Guía Oficial de Turismo otorgado a nombre de la Nación, por institutos superiores y centros de formación superior oficialmente reconocidos, después de haber cursado y aprobado estudios por un lapso mínimo de seis semestres académicos.

c) Licenciado en Turismo: La persona natural que ostenta el título de Licenciado en Turismo expedido por las universidades del país, o revalidado conforme a ley, si el título hubiera sido otorgado por una universidad extranjera, inscrito en el Colegio de Licenciados en Turismo

d) Registro Nacional del MINCETUR: Registro Nacional de Guías Oficiales de Turismo y Licenciados en Turismo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, en el que se deberá consolidar la información de los

Registros de Prestadores de Servicios de Turismo de los Gobiernos Regionales y de la Municipalidad Metropolitana de Lima.

- e) Registro: Registro de Prestadores de Servicios de Turismo a cargo del órgano competente, en el que deberán inscribirse los Guías Oficiales de Turismo y los Licenciados en Turismo.
- f) Carné de Guía de Turismo: Documento expedido por el órgano competente, que identifica al Guía Oficial de Turismo y lo faculta para el ejercicio de su actividad. El carné debe contener la información establecida en el presente Reglamento. En el caso de los Licenciados en Turismo, el carné expedido por el Colegio de Licenciados en Turismo lo identifica para el ejercicio de la actividad de guía de turismo, siempre que esté inscrito en el Registro.

Artículo 5°. – Referencias al presente Reglamento

Cuando se citen artículos sin señalar el dispositivo correspondiente, se debe entender que éstos se refieren al presente Reglamento.

CAPÍTULO II

DE LAS FUNCIONES DEL ORGANO COMPETENTE

Artículo 6°. – Funciones del Órgano competente

Corresponde al órgano competente las siguientes funciones:

- a) Inscribir en el Registro a los Guías Oficiales de Turismo y a los Licenciados en Turismo que cumplan con los requisitos exigidos en la Ley:
- b) Expedir el Carné que identifica al Guía Oficial de Turismo
- c) Llevar y mantener actualizado el Registro.
- d) Remitir al MINCETUR, en el plazo máximo de tres (3) días útiles de realizada la Inscripción en el Registro, los datos consignados en el mismo de acuerdo al artículo 9° del presente Reglamento.

- e) Promover acciones que coadyuven a la capacitación permanente de los Guías Oficiales de Turismo y Licenciados en Turismo, en coordinación con las asociaciones y entidades públicas o privadas vinculadas a la actividad.
- f) Coordinar preferentemente con la Federación Nacional de Guías de Turismo del Perú - FENAGOITURP y con el Colegio de Licenciados en Turismo. COLITUR, las asociaciones representativas de su jurisdicción y entidades públicas o privadas las acciones que sean necesarias para la mejor aplicación y cumplimiento del presente Reglamento.
- g) Supervisar la prestación del servicio y el desarrollo de la actividad del Guía Oficial de Turismo y del Licenciado en Turismo, de acuerdo a las disposiciones contenidas en la Ley y en el presente Reglamento; h) Otras funciones y/o atribuciones que les sean asignadas de acuerdo a las disposiciones sobre la materia.

CAPÍTULO III

DE LA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE LOS GUIAS DE TURISMO Y DE LOS LICENCIADOS EN TURISMO

Artículo 7°. – Inscripción en el Registro

Para ejercer la actividad de Guía de Turismo, tanto el Guía Oficial de Turismo como el Licenciado en Turismo deberán estar inscritos en el Registro.

Artículo 8°. – Requisitos y procedimiento para la inscripción de los Guías Oficiales de Turismo en el Registro

8.1 Para la inscripción en el Registro del Gobierno Regional y de la Municipalidad Metropolitana de Lima, el Guía Oficial de Turismo deberá presentar una solicitud de acuerdo al Formato que aparece en el Anexo N° 1, que forma parte del presente Reglamento, acompañando los documentos siguientes:

- a) Copia legalizada del título de Guía Oficial de Turismo expedido por un instituto superior o centro de formación superior oficialmente reconocido o copia fedateada de la Resolución Directoral que dispone la expedición e inscripción del Título de Guía Oficial de Turismo, emitida por el Sector Educación

b) Copia del certificado o constancia que dé cuenta del conocimiento y dominio del idioma extranjero expedido por una institución oficialmente reconocida o declaración jurada.

c) Dos fotografías a color tamaño carné.

8.2 La Inscripción en el Registro da lugar a la expedición del Carne de Guía de Turismo por el órgano competente, el que tendrá una vigencia de 3 años renovables,

8.3 Para la renovación de la inscripción en el Registro, el Gula Oficial de Turismo presentará al órgano competente una Declaración Jurada según el Formato que aparece en el Anexo No 2, que forma parte del presente Reglamento,

Artículo 9°. – Carné de Guía Oficial de Turismo

9.1 El Carné de Guía Oficial de Turismo deberá incluir la información siguiente:

- a) Nombres y apellidos completos.
- b) Numero de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- c) Numero de Documento Nacional de Identidad (DNI) o carné de extranjería vigente.
- d) Nombre del instituto superior o centro de formación superior que expidió el título de Guía Oficial de Turismo.
- e) Idioma (s) extranjero (s) que domina.
- f) Nombre de la asociación a la que se encuentra afiliado, de ser el caso.
- g) Número del carné.
- h) Fecha de expedición del carné.
- i) Fecha de caducidad del carné.

9.2 El carné deberá incluir en el reverso, el texto del artículo 4o de la Ley.

Artículo 10°. – Requisitos y procedimiento para la inscripción de los Licenciados en Turismo en el Registro.

10.1. La inscripción de los Licenciados en Turismo se realizará de oficio, por el órgano competente basada en la relación que el Colegio de Licenciados respectivo le remita.

10.2. La relación referida en el numeral precedente, deberá contener la información señalada en el artículo siguiente.

CAPÍTULO IV DE LA INFORMACIÓN DE LOS REGISTROS

Artículo 11°. – Registro

El Registro deberá consignar la información siguiente:

- a) Nombres y Apellidos completos del Guía Oficial de Turismo o del Licenciado en Turismo
- b) Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- c) Numero de Documento Nacional de Identidad (DNI) o carne de extranjería vigente.
- d) Domicilio
- e) Teléfono
- f) Correo electrónico, de ser el caso
- g) Nombre del instituto o centro de formación superior que expidió el título de Guía Oficial de Turismo, o de la universidad que le expidió el título de Licenciado en Turismo.
- h) Idioma (s) extranjero (s) que domina
- i) Nombre de la asociación y/o colegio profesional al que está afiliado, de ser el caso;
- j) Número del carné;
- k) Fecha de expedición del carné;
- l) Fecha de caducidad del carné.

Artículo 12°. – Registro Nacional del MINCETUR

El Registro Nacional a cargo del MINCETUR deberá consolidar la información de los Registros de los Gobiernos Regionales y la Municipalidad Metropolitana de Lima.

Artículo 13°. – Difusión de la información de los Registros

La información contenida en los Registros de los órganos competentes, así como en el Registro Nacional del MINCETUR se publicará en la página web del órgano competente y del MINCETUR, respectivamente.

CAPITULO V DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD

Artículo 14°. – De la prestación de los servicios

14.1 El Guía Oficial de Turismo y el Licenciado en Turismo, inscritos en el Registro, podrán prestar sus servicios en forma independiente o mediante otros prestadores de servicios turísticos

14.2 Las funciones, derechos y obligaciones del Guía Oficial de Turismo y del Licenciado en Turismo son los establecidos en los artículos 3o, 4o y 5 de la Ley.

14.3 Para el ejercicio de sus funciones, el Guía Oficial de Turismo y el Licenciado en Turismo, de conformidad con lo establecido en el artículo 6 de la Ley, deberá portar permanentemente el carné que lo identifique como tal, siendo este el único documento exigible para la prestación de sus servicios

Artículo 15°. – Ejercicio de los derechos del Guía Oficial de Turismo y del Licenciado en Turismo:

Para el ejercicio de los derechos del Guía Oficial de Turismo y del Licenciado en Turismo inscritos en el Registro, previstos en el artículo 4o de la Ley, se deberá tener en cuenta siguiente:

- a) El acceso gratuito a museos, monumentos arqueológicos, breas naturales protegidas de uso turístico, centros de atracción turística, eventos especiales, eventos folclóricos actividades declaradas de interés turística, se permite sin perjuicio del cumplimiento de las demás disposiciones previstas por las entidades u organizadores de los lugares y eventos señalados, ya sea que ingrese con o sin compañía de un turista o grupo de turistas.
- b) Los Guías Oficiales de Turismo y los Licenciados en Turismo para tener acceso a las facilidades señaladas en los incisos 2° y 3° del artículo 4° de la

Ley, cuando las mismas se referían a la adquisición de publicaciones, fotocopias, copias electrónicas u otros documentos de investigación, deberán asumir, según corresponda, los pagos respectivos conforme a las disposiciones legales vigentes.

- c) El órgano competente en coordinación y con la colaboración de la FENAGUITURP. COLITUR, las asociaciones representativas de su jurisdicción y entidades públicas privadas, desarrollará acciones de capacitación, teniendo en consideración los lineamientos, objetivos y estrategias del Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR y el Plan Nacional de Calidad Turística del Perú - CALTUR.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

Primero. - Régimen especial para la Municipalidad Metropolitana de Lima

Las funciones establecidas en el artículo 6° del presente Reglamento serán ejercidas por la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico del Viceministerio de Turismo del MINCETUR email departamento de Lima, hasta que la Municipalidad Metropolitana de Lima cumpla con lo establecido en la Ley N° 28273, Ley del Sistema de Acreditación de los Gobiernos y Locales su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 080- 2004-PCM, y normas complementarias.

Segunda. - Reglamentación de las actividades especializadas

Las especializaciones referidas en el artículo 7° de la Ley sólo podrán ser obtenidas por Guías Oficiales de Turismo y los Licenciados en Turismo de acuerdo a Ley. Estas actividades serán reglamentadas mediante Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo y de Educación, cuando la materia lo amerite.

Tercera. - Requisito para ejercicio del guiado de otros profesionales

En los casos de otros profesionales como biólogos, arqueólogos y otros análogos, deberán cumplir con los requisitos de formación en las universidades o institutos de turismo calificados para ejercer el guiado profesional de acuerdo a Ley.

Cuarta. - Orientador Turístico

El Orientador Turístico es la persona que ejerce las actividades especializadas referidas en el artículo 7° de la Ley. Presta servicios de información y orientación turística en el caso de no contar con Guías Oficiales de Turismo o Licenciados en

Turismo en determinado ámbito circunscrito. En los demás casos podrán prestar servicios de manera conjunta

Quinta. - Participación privada en el Registro

Para el registro de los Guías Oficiales de Turismo, las asociaciones representativas, podrán colaborar con el órgano competente, presentando los documentos exigidos en el artículo 8o del presente Reglamento que correspondan a sus asociados, para que sean tramitados por el órgano competente.

Sexta. - Cumplimiento del dominio del idioma extranjero.

Los guías oficiales de turismo y los licenciados en turismo en ejercicio, que a la fecha no estén en capacidad de acreditar el dominio de un idioma extranjero, por única vez, podrán ser inscritos en el Registro, acreditando ante el órgano competente haber iniciado la capacitación respectiva en una institución oficialmente reconocida; quedando obligados a acreditar el dominio del referido idioma extranjero en el plazo de tres (03) años, computados desde la inscripción en el Registro. En el caso que, no se cumpliera con acreditar el dominio de un idioma extranjero en el plazo antes referido, la inscripción en el Registro será cancelada de forma automática.

Séptima. - Norma supletoria

En todo lo no previsto en el presente Reglamento, resulta aplicable la Ley N° 27444 - Ley del Procedimiento Administrativo General.

7.3. Instituciones de Formación de Guías Oficiales de Turismo

7.3.1. Cenfotur

Según la reglamentación para guía de turismo, es aquella persona que ha sido formado en un instituto de turismo que tenga la acreditación respectiva, entre los varios que existen en nuestro país las 2 únicas instituciones que tienen la certificación internacional TEDQUAL otorgada por la OMT (organización Mundial del Turismo) son la universidad San Martín de Porras (a nivel universitario) y el centro de Formación CENFOTUR (a nivel técnico), por lo tanto sólo daremos a conocer a cerca de CENFOTURI El Programa Académico de Guía Oficial de Turismo de la Escuela Superior de Administración Turística tiene como objetivo formar profesionales altamente capacitados para diseñar la visita turística, así como dar a conocer y

difundir la riqueza de nuestro país en cuanto a recursos y atractivos turísticos, orientados a atender las necesidades de los diferentes tipos de turistas que visiten nuestro país.

El egresado del Programa Académico de Guía Oficial de Turismo, está preparado para difundir la cultura de nuestro país valorando y conservando la riqueza de nuestro patrimonio turística.

7.3.2. Agotur

La AGOTUR Lima (Asociación de Guías Oficiales de Turismo), es una asociación sin fines de lucro que reúne a los guías de turismo de la ciudad de Lima que han sido preparados en las distintas escuelas existentes y que tienen título profesional a Nombre de la Nación mediante el cual el Estado Peruano los reconoce como profesionales en este campo.

La asociación tiene como finalidad contribuir al conocimiento de Lima y del Perú, en todas las áreas que nuestro país ofrece como historia, arte, arqueología, naturaleza, cultura, aventura entre otras, así como al fortalecimiento y perfeccionamiento de la profesión del Guía Oficial de Turismo, velando siempre por sus derechos como profesionales.

El turista que ha viajado por diversos lugares del mundo, reconoce en los guías peruanos un alto nivel de preparación y esto es posible gracias a que, en América del Sur, el Perú es pionero en la formación de estos profesionales. El 20 de noviembre de 1940 se oficializa el primer centro de formación profesional para la actividad turística el cual se encargaba de la formación de Guías Oficiales de Turismo conocido como "Escuela de Cicerones", nombre que recuerda a los antiguos y elocuentes oradores romanos. Ese mismo año, un 26 de diciembre, se crearía la ASOCIACION DE GUÍAS OFICIALES DE TURISMO - AGOTUR. que reunía a los integrantes de la ya mencionada escuela.

En el año de 1945, el Ministerio de Educación por Resolución Suprema Nro. 3868 expide la reglamentación que permite reconocer de manera oficial las asociaciones magisteriales y de ayuda mutua. Es así que la AGOTUR solicita ser reconocida oficialmente, lo cual se hace efectivo mediante un dispositivo legal del más alto nivel gubernamental, la Resolución Suprema del 31 de julio de 1948.

Es así como la AGOTUR, decana de América en su género, ha venido cumpliendo hasta nuestros días con su función de asociación unificadora de los Guías Oficiales de Turismo, buscando constantemente la mejora profesional en beneficio del turismo nacional y haciendo respetar los derechos de los profesionales que la integran.

AGOTUR mediante su sistema de admisiones realiza un proceso de selección de las personas que desean pertenecer a la AGOTUR, garantizando de esta manera que todos los profesionales que la integran tengan al más alto nivel en cuanto a conocimientos y manejo de idiomas.

De igual manera, la AGOTUR organiza permanentemente actividades que permiten a sus miembros una constante actualización y mejoramiento de sus conocimientos en todos los campos que el turismo requiere de manera que puedan ofrecer el mejor y más completo servicio

Los Guías Oficiales de Turismo, sean de AGOTUR o de cualquier otra asociación, están debidamente certificados de manera que es su derecho como persona que contrata un servicio turístico de alta calidad, solicitar a su quia cuando mejor lo considere, su identificación, debido a que aquellas personas que realicen las labores de Guía Oficial de Turismo sin serio, están incurriendo en grave delito ya que el Estado Peruano mediante ley, protege y

reconoce al guía profesional. De detectar un fraude, usted está en todo su derecho de presentar una denuncia ante las autoridades.

Es a partir de AGOTUR que se crean diferentes asociaciones y gremios para estar acreditados en ejercer la actividad de guidismo, al igual que Cusco, existen en varios Departamentos estas asociaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- ARRIAGA SILVA, GLEN, Administración Turística - Compendio. Huánuco 2008.
- ARRIAGA SILVA, GLEN, Tipología del Turismo - Universidad de Huánuco
Programa de Educación Superior a Distancia. Huánuco 2009.
- BEGAZO VILLANUEVA, Mega tendencias Del Turismo En El Tercer Milenio.
Editorial San Marcos, Lima 2002.
- BOCANEGRA SABRERA, HENRY, Administración Turística y Hotelera. UDH,
Huánuco 2007
- BOULLON ROBERTO, Las Actividades Turísticas y Recreacionales. Editorial
Trillas. México 2009
- EIGLIER PIERRE, LNGEARD ERIC, Servucción el marketing de servicios. Serie
Mc Graw-Hill Management Madrid 1989.
- GUANILO LUNA, ULISES, Organización de Actividades de Recreación. UDH,
Huánuco 2008.
- LESUR LUIS, Manual del Guía Paso a Paso. Editorial Trillas. México 2006
- MANCINI MARC, Conducting Tours, Editorial DELMAR Thompson Learning. USA
2001
- MINCETUR, Manual Para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a
Nivel Nacional. MICETUR 2010
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO, Introducción al Turismo. OMT, Madrid
1998
- PICAZO CARLOS, Asistencia y guía a grupos turísticos. Editorial Síntesis, Madrid
1996
- PUERTAS XAVIER, FONT SILVIA, Juegos y Actividades Deportivas Para la
Animación Turística. Editorial Síntesis, Madrid 2002
- SERNATUR, Introducción al Servicio de Guía de Turismo. SERNATUR Gobierno
de Chile. Chile 2005
- STOTT TRISH & BUCKINGHAM, At Your Service - English for the Travel and
Tourist Industry. Oxford University Press
- VILLENA LESCANO, CARLOS) Introducción al Estudio del Turismo. Lima 1993

NAVEGACIÓN POR INTERNET

- ✓ www.mincetur.gob.pe
- ✓ www.peruinfo.org
- ✓ Buscador: www.google.com
- ✓ Buscador: www.yahoo.com
- ✓ Buscador: Wikimedia
- ✓ www.bustour.com.pe
- ✓ www.mirabusperu.com
- ✓ www.supershuttleairport.com
- ✓ www.inkaexpress.com.pe

CONSULTARÍA

- ❖ glenarriaga@hotmail.com
- ❖ viajescole@hotmail.com