ATENCION y GUIADO DE TURISTAS
Programa Guías Turismo General

Actualizado por: Lic. Ricardo Bonilla Bonilla



Instituto Nacional de Aprendizaje

San José, CR, INA, 2007

INSTITUTO NACIONAL DE APRENDIZAJE

NÚCLEO DE TURISMO
SUBSECTOR: SERVICIOS TURÍSTICOS



ATENCIÓN y GUIADO DE TURISTAS PARA GUÍAS GENERALES

Actualización:

Lic. Ricardo Bonilla Bonilla

San José, Costa Rica, INA, Marzo 2007

Instituto Nacional de Aprendizaje, Costa Rica
Atención y Guiado de Turistas,
Programa Guías de Turismo General

Material Didáctico No Comerciable
ISBN

Primera Edición
Instituto Nacional de Aprendizaje,
San José, Costa Rica.

Instituto Nacional de Aprendizaje, 2007
ISBN

Hecho el depósito de ley
Prohibida la reproducción parcial o total del contenido
de este documento sin la autorización expresa del INA

Impreso en Costa Rica

TABLA DE CONTENIDOS

PRESENTACION 6
INTRODUCCION 7
I. EL GUIA DE TURISTAS 9
1.1 Perfil del Guía de turistas: 9
1.1.1 Requisitos Guía de Turistas: 10
1.1.2 Licencia de Guía de Turismo: 10
1.1.3 Renovación de Credencial: 11
1.1.4 Equipo del Guía: 11
1.1.5 Comportamiento del Guía 12
1.2 Entorno Laboral de los Guías: 12
1.2.1 Free Lance: 12
1.2.2 Guía Fijo o Planilla: 13
1.2.3 Labor del Guía en Empresas de Servicios 14
1.3 Manejo de Imprevistos: 14
1.3.1 Control del Tiempo 14
1.3.2 Acceso a Teléfono y/o Radios 15
1.3.3 Justificación al cliente: 17
1.4 Plan de Contingencia: 17
1.5 Situación Económica 19
1.5.1 Tarifa Diaria u Honorarios 19
1.5.2 Propinas 19
1.5.3 Incentivos para el personal 19
1.5.4 Comisiones 20
1.6 Administración y control de la documentación para la operación de un tour 20
1.6.1 Lista de Pasajeros: 20
1.6.2 Voucher: 21
1.6.3 Hoja de Descargo / Waiver / Discleirmer: 22
1.6.4 Hoja de Evaluación 24
1.6.5 Tiquetes de ingreso a lugares y alimentación: 25
1.6.6 Gafetes: 26
1.6.7 Reporte de Observaciones y no Conformidades (Bitácora): 26
1.6.8 Gastos de Traslado y Permanencia (Viáticos): 27
1.6.9 Facturas Timbradas o Dispensadas: 28
1.6.10.Dinero en efectivo (Cash): 29
II. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN: 31
2.1 Definición 31
2.2 Proceso de Comunicación: 31
2.3 Técnicas de la Comunicación 32
2.4 Comunicación Oral 33
2.4.2 Tono y Volumen de Voz 33
2.4.3 Ventajas y Desventajas 33
2.5 Comunicación Escrita 34
2.6 Comunicación Corporal 35
2.6.1 Gestos y Ademanes 35
2.7 Comunicación Telefónica 35
2.7.1 Llamadas a Norteamérica (Servicio MIDA) 35
2.7.2 Llamadas al resto del mundo: (Servicio MIDA) 35
2.7.3. Por medio de operadora: 36
2.7.4 Por cobrar por medio de operadora: 36
2.7.5 Teléfono Público para llamadas internacionales o locales: 37
2.7.6 Tarjetas Pre-Pago: 37
2.8 Distractores de la Comunicación 38

III TIPOS DE TOUR 40
3.1 One Day Tour (Recorrido de un día / Excursión): 40
3.2 Tour de Varios Días (Giras) 40
3.3 El "Tranfer IN" 41
3.4 Transfer OUT 42
3.5 Interpretación en Áreas Silvestres 42
3.6 Operación de Cruceros: 43
3.7 Grupos de Incentivos 43
IV ELEMENTOS DE UN TOUR 46
4.1 Red Vial: 46
4.2 Charla de inducción: *(Breafing)* 48
4.3 Destinos: 48
4.4 Planta Turística: 48
4.5 Personal a Cargo: 48
4.6 Tipos de Transporte: 49
4.7 Manejo del Tiempo 50
4.8 Imprevistos: 50
4.9 Itinerario: 50
V TÉCNICAS DE GUIADO 53
5.1 Técnicas de Guiado por edades 53
5.2. Desarrollo del Tour: 58
5.2.1. Preparación del tour. 58
5.2.2 Ejecución del tour 59
5.3 Tipos de Grupos 61
5.3.1 Especializados 61
5.3.2 Generales 61
5.3.3 Fam trips 61
5.3.4 Very Important People (VIP) 62
5.3.5 Incentivos 62
5.3.6 Naturalistas 62
5.4 Actitudes de los clientes: 63
El Cliente Sumiso 63
El Cliente Abusivo 63
VI PREVENCIÓN y EVALUACIÓN DE RIESGOS EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS ... 65
6.1 Prevención de Accidentes y Evaluación de Riesgos 65
6.1.1 Reconocimiento de Riesgos Iniciales 65
6.1.2 Elaboración de Formatos para evaluar riesgos 66
6.2 Manejo Básico de Equipos de Incendios 67
6.2.1 Sistemas fijos de Incendios 67
6.3 Manejo Básico de extintores portátiles: 68
6.4 Prevención y seguridad para visitantes en Áreas Protegidas 70
6.4.1 Métodos recomendados para divulgar medidas de prevención y seguridad en Áreas Protegidas 71
6.4.2 Equipo técnico básico para la atención de emergencias 74
6.5 Reglamentación Básica 77
VII CARACTERIZACION MERCADOS RECEPTIVOS 79
7.1 Gustos y Preferencias de los turistas que visitan Costa Rica 79
7.2 Expectativas a futuro 80
7.3 Qué es lo que más disfrutan al visitar Costa Rica 82
7.4 Requerimientos Especiales de los turistas: 83
GLOSARIO 84

PRESENTACION

El Instituto Nacional de Aprendizaje, a través del Núcleo de Turismo, ofrece el Módulo de Formación "**Atención y Guiado de Turistas"** con el propósito de formar a los guías de turismo que laborarán en las diversas agencias de viajes minoristas, operadoras de turismo y como profesionales independientes. El presente material didáctico comprende los aspectos generales relacionados con los temas que serán desarrollados por el instructor encargado de impartir la materia.

Esta área de formación aplica a la figura profesional del Guía de Turismo General, como parte del Programa de Formación Profesional modularizado, compuesto también por los módulos de:

- Generalidades del Turismo
- Geografía Turística de Costa Rica
- Turismo Cultural de Costa Rica
- Historia Natural de Costa Rica aplicada a la actividad turística.
- Primero Auxilios y RCP
- Historia de Costa Rica
- Legislación Turística y Ambienta
- Ética aplicada a la empresa turística.

.

INTRODUCCION

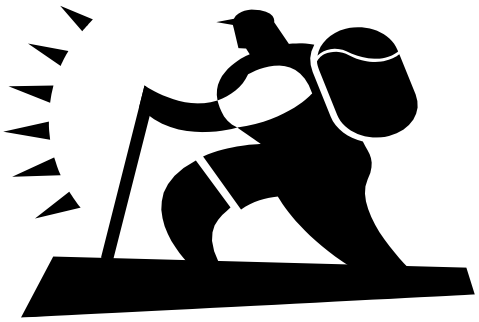
En términos generales la actividad turística a nivel mundial sigue su ritmo de crecimiento lo que implica que el desarrollo de las empresas turísticas va en consonancia con él, así el recurso humano ligado a la actividad mantiene la misma tendencia.

Los profesionales ligados a las agencias de viajes, según sea su especialidad, buscan la formación y especialización con la idea de ofrecer cada día un mejor servicio, en este caso el Guía de Turismo General debe fortalecer sus conocimientos debido a los diversos atractivos y actividades que constantemente aparecen en el mercado.

El turista viene a Costa Rica con el interés de identificar y disfrutar de los atractivos turísticos, principalmente aquellos de interés natural y cultural, así el guía en su papel de acompañante debe dominar como complemento este aspecto.

En el presente documento, además de establecer la diferencia de los aspectos básicos de la función y obligaciones del guía, se define una serie de técnicas ligadas a la labor de la comunicación, las amenidades y el liderazgo, que se constituyen en las herramientas complementarias para desarrollar un manejo y conducción de turistas de una forma profesional con un servicio de calidad.

Así pues, un tema complementario es el dominio de diversos temas, los cuales fortalecerán la labor del guía y permitirá a la empresa turísticas contar con una información actualizada del estado de los atractivos, infraestructura y servicios turísticos.



CAPITULO I

EL GUIA DE TURISTAS

Subtemas:

1.1 Perfil del Guía de Turistas
1.2 Entorno Laboral de los Guías
1.3 Manejo de Imprevistos
1.4 Plan de Contingencia
1.5 Situación Económica
1.6 Administración y Control documentos para la operación del tour

I. EL GUIA DE TURISTAS

El guía de turistas se define como el profesional en la atención, asistencia y conducción de las personas que visitan un determinado lugar con el fin de relajamiento y recreación, educación y cultura.

El guía de turistas debe cumplir con una serie de habilidades, destrezas, cualidades, sentido común, ética profesional, condición física, carisma, esperitualidad y objetividad, con el fin de brindar un excelente servicio al cliente.

Se enlistan una serie de características propias de un Guía de Turistas:

1.1 Perfil del Guía de turistas:

1. Liderazgo
2. Manejo de idiomas
3. Buena presentación personal
4. Manejo de imprevistos
5. Amplios conocimientos sobre Costa Rica y el mundo
6. Amable
7. Respetuoso
8. Preparado académicamente
9. Buena condición física
10. Disponiblidad
11. Ética profesional
12. Conocimiento de los requerimientos para personas con discapacidad (Ley 7600).



1.1.1 Requisitos Guía de Turistas:

El Artículo 11. del Reglamento 31030-MEIC-TUR** del 17 de enero del 2003 menciona los siguientes requisitos que deben cumplir las personas interesadas en acreditarse como guía de turismo:

a) Ser costarricense o tener la condición de residente.
b) Ser mayor de edad.
c) Haber aprobado el Bachillerato de Enseñanza Media, con excepción de los guías locales.
d) Haber aprobado el Curso de Formación y Capacitación para Guías de turismo que establece el Capitulo VI de este Reglamento.
e-) Conocimiento y dominio de un idioma extranjero, en caso de portar una credencial para guiar turistas que no hablen español.
f) Conocimientos de primeros auxilios y de respiración cardiopulmonar.

Fuente: www.visitecostarica.com 15/02/2007

1.1.2 Licencia de Guía de Turismo:

El Artículo 12. del Reglamento 31030-MEIC-TUR del 17 de enero del 2003 menciona el procedimiento para los interesados en obtener la credencial de guía de turismo, deberán presentar ante el Instituto los siguientes documentos:

a-) Solicitud en formulario que proporcionará el Instituto, cuya información tendrá carácter de declaración jurada.
b) Certificado de aprobación del programa de Formación y Capacitación de Guías.
c) Certificado de conocimientos del idioma extranjero emitido por un organismo competente de reconocido prestigio en evaluación del conocimiento de idiomas.
d) Copia de la cédula de identidad o de residencia.
e) Certificado de aprobación del Bachillerato de Enseñanza Media, con excepción de los guías locales.
f) Una fotografía tamaño pasaporte. *Fuente: www.visitecostarica.com 15/02/2007*

** *Ministerio de Economía Industria Comercio y Ministerio de Turismo*

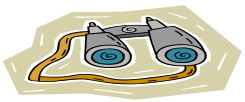
1.1.3 Renovación de Credencial:

La credencial deberá renovarse cada tres años, en el mes de octubre del año correspondiente.

> *"**Artículo 15.**—Solicitud de renovación de la credencial. Para la renovación de la credencial, los interesados deberán aportar certificado de cumplimiento con un curso de actualización de conocimientos, según el tipo de credencial y renovación del certificado de actualización de conocimientos de primeros auxilios y de respiración cardiopulmonar".*
>
> *Fuente:www.visitecostarica.com Reglamento para Guías de Turistas N 31030-MEIC-TUR.*

1.1.4 Equipo del Guía:

Por las características del guía de turistas, los lugares que visita y las condiciones de clima, relieve, temperaturas hace que la persona encargada de atender el grupo deba utilizar el equipo apropiado. El maletín del guía esta conformado por:

	1. Equipo de Óptica: • Binoculares, Telescopios, Microscopios • Lupas, Cámara Fotográfica.
	2. Mochilas: • De espalda (Back Pack) • De cintura (Canguro).
	3. Ropa Adecuada: • Pantalón de mezclilla y/o tela impermeable • Camisa cuello / Blusa / Camiseta • Zapato cerrado tipo burro / Bota de hule • Capa o Poncho, Gorra o Sombrero
	4. Botiquín: • Curitas, agua destilada, Alcohol • Apósitos, Pañuelo Triangular • Esparadrapo, Astringente • Gasa en rollo • Toallas
	. Libros y Láminas • Historia Natural, Historia de Costa Rica • Aves, Anfibios y Reptiles, Mamíferos • Guías de mano
	6. Otros • Repelente contra mosquitos, Cuchilla • Protector Solar, Foco

1.1.5 Comportamiento del Guía

El guía de turistas es un profesional y líder del grupo de clientes consumidores y clientes internos Por esta razón se relacionará directa e indirectamente con muchas personas provocando que su comportamiento sea el adecuado, a continuación brindamos una serie de sugerencias del comportamiento que debe asumir en su labor como guía de turismo.

Oficina:

Respetuoso
Colaborador
Ordenado

Unid. Transporte:

Presentación Personal
Colaborador
Comunicación Fluida
No Distraer al Chofer
Respetuoso y Responsable

Área Protegida:

Caminar primero
Respetar reglas
No Salirse del Sendero
Dar instrucciones y sugerencias.

Empresas de Servicio: ***(Souvenirs, Hotel, De Aventura).***
Orientar al Cliente, Cumplir con las Reglas, Respetar al Guía Asignado, Colaborar con el Tour, Ordenar Documentos, Apoyar al Chofer.

Qué NO se debe Hacer ?

Dormir en los recorridos, Escuchar Música con Audífonos, Romper las Reglas, Provocar roces con el chofer (tips), No relacionarse personalmente con los clientes, No Fumar, No ingerir bebidas alcohólicas , No usar drogas

1.2 Entorno Laboral de los Guías:

1.2.1 Free Lance:

Desde el punto de vista legal no existe el término “Free Lance”, el mismo se deriva en el idioma español como “Disponible o Temporal”, se conoce en el campo del turismo para definir a los guías ocasionales, los cuales laboran únicamente cuando hay trabajo.

El Código de trabajo en su Artículo , lo contempla como “Trabajo por Tarea o Destajo o por obra determinada”. Los Guías Free Lance que laboran en esta condición tienen como características principales:

1. **No cuenta con garantía de Ley**
2. **Trabaja por medio de un contrato definido**
3. **Tarifa diaria**
4. **Labora normalmente en temporada alta**
5. **Debe protegerse por medio de pólizas por su propia cuenta**
6. **Debe cobrar por medio de una factura timbrada**

1.2.2 Guía Fijo o Planilla:

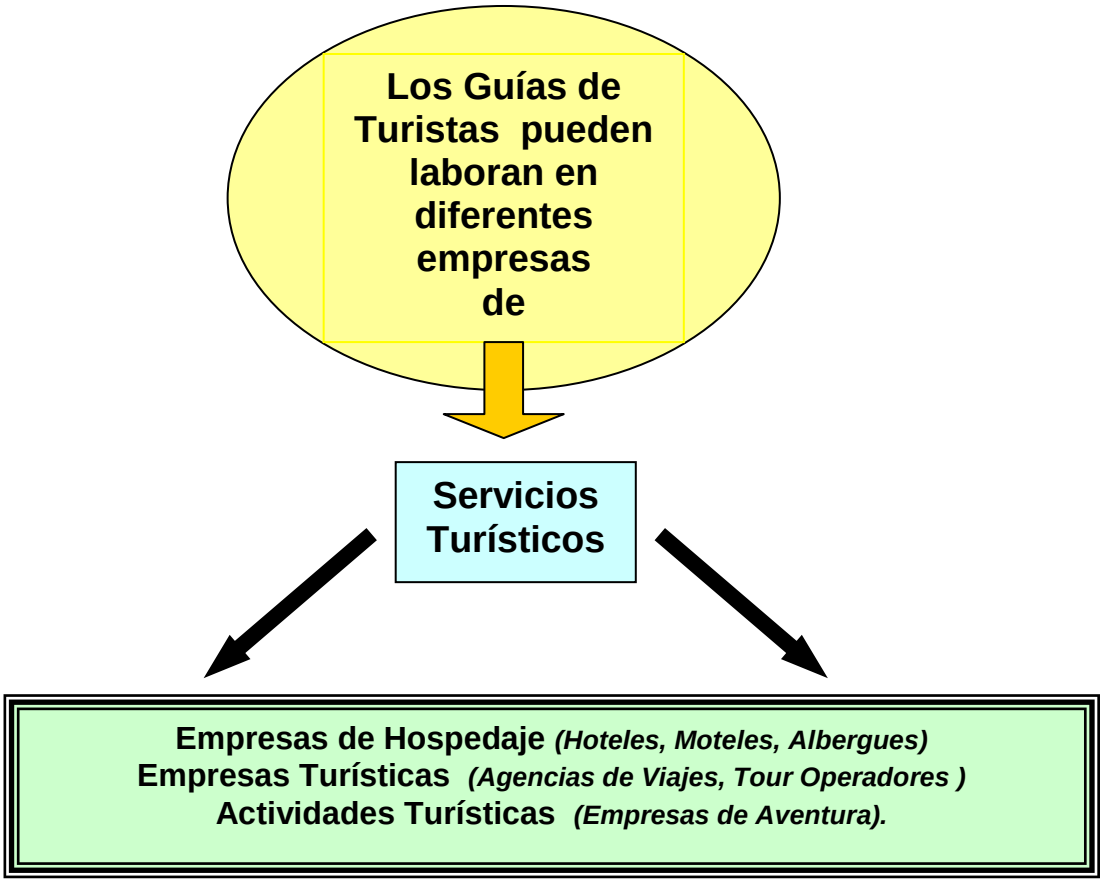
Se define como guía fijo a aquel guía de turistas que está contratado por una empresa turística sea la agencia minorista, operadora de turismo o una entidad relacionada con ésta área, que goza de las garantías sociales de ley, tiene un salario base mensual y posee un trabajo estable durante todo el año.

Este guía, por lo general, obtiene incentivos y comisiones de la empresa normalmente en temporada alta.

1. **Cuenta con garantías de Ley**
2. **Labora permanentemente para una empresa definida**
3. **Obtiene un salario fijo**
4. **Cuenta con pólizas de riesgos del trabajo**

El profesional en el guiado de turistas tiene la posibilidad de laborar con la o las empresas de servicios que desee. Principalmente los tour operadores, agencias de viajes receptivas, hoteles y en el rango de actividades turísticas el guía especializado puede laborar en empresas de tirolesa, cables y cuerdas, ascensos y descensos, aguas rápidas, planas y mar.

1.2.3 Labor del Guía en Empresas de Servicios



1.3 Manejo de Imprevistos:

1.3.1 Control del Tiempo

El profesional en el guiado de turistas ejecuta sus actividades con base en un itinerario turístico, el guía debe respetar a cabalidad cada una de las actividades programadas, el tiempo es el principal aliado en la operación de los servicios, pero impredecible, un embotellamiento, una huelga, un accidente, un derrumbe o cualquier situación imprevista que se de en carretera u otra actividad, deteriorará la entrega de

los servicios. En caso de algún tipo de situación fuera del itinerario turístico, el profesional debe reaccionar y controlar el tiempo. Así también tendrá que agilizar las siguientes actividades sin incurrir en errores o bien en deterioro de la calidad de los servicios.

1.3.2 Acceso a Teléfono y/o Radios

En la operación de los tours, es necesario conocer la ejecución básica de sistemas de comunicación tales como:

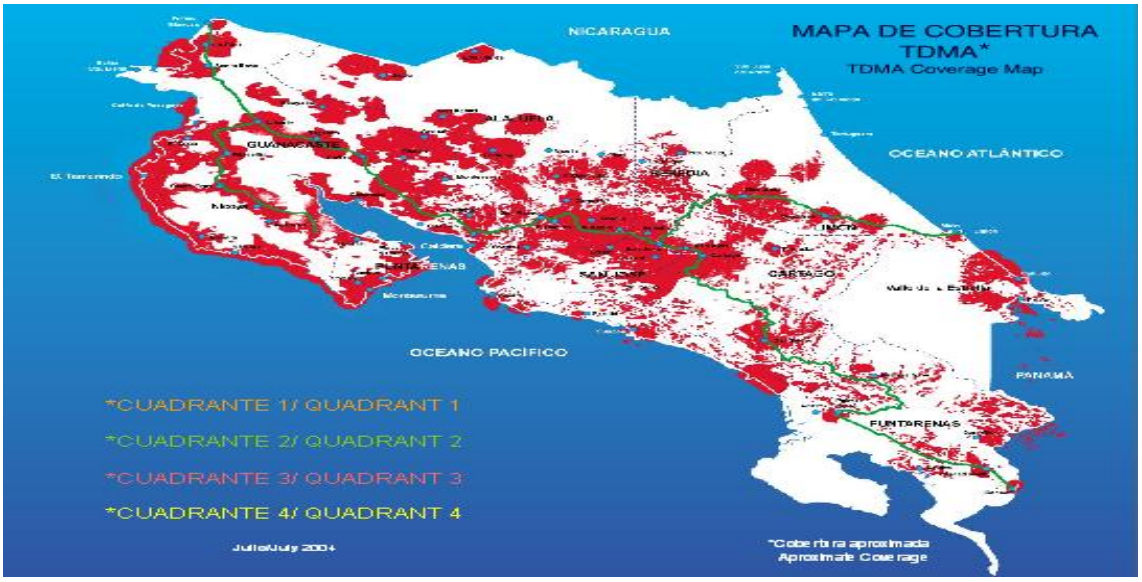
a-) Telefonía Celular:

La cobertura del Servicio Celular del ICE que se mostrará a continuación, es una predicción teórica y general de cómo podría comportarse la señal celular si se realiza una llamada al aire libre, es decir, fuera de residencias o edificios del área geográfica cubierta.

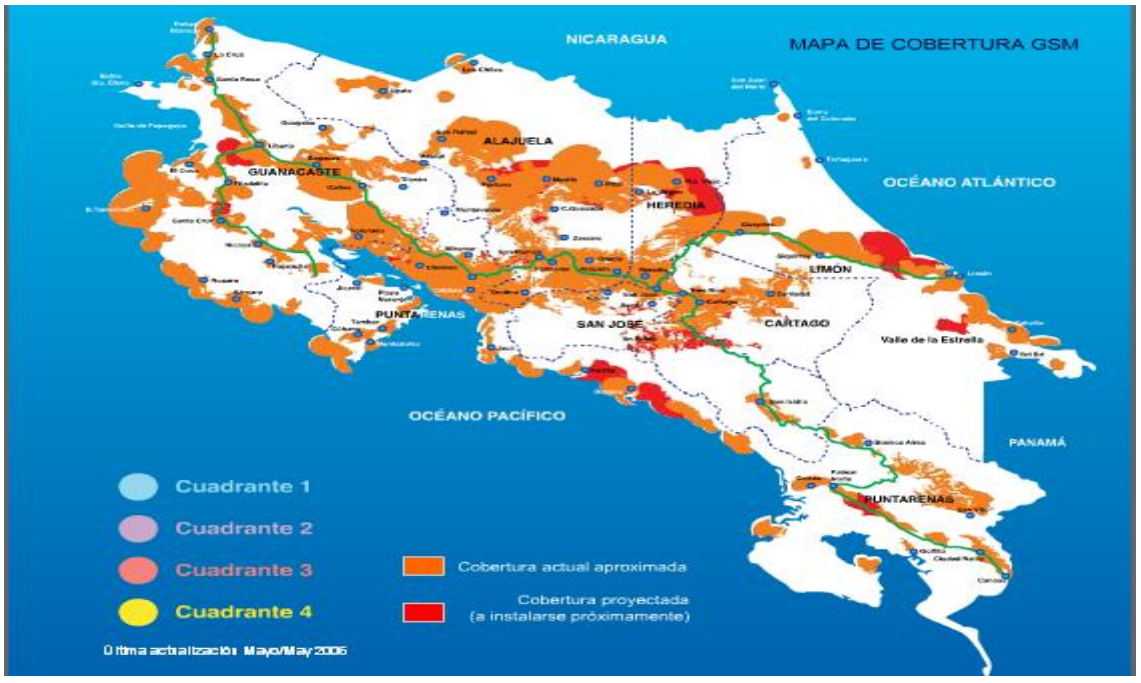
Se establece esta diferencia, en vista de que la penetración de la señal en espacios internos, depende directamente del tipo de infraestructura y construcción, la cual difiere mucho para cada caso.

Otros factores como los climáticos y atmosféricos, el tipo de vegetación, la localización de las antenas, trabajos de mejora y mantenimiento en el sistema, topografía del terreno e infraestructura circundante, podrían influir en una cobertura menor o interrupciones temporales, al estar el usuario celular en movimiento, mientras realiza o recibe una llamada telefónica. *(Fuente: www.grupoice.com, 19/02/2007)*

Costa Rica ofrece dos sistemas de comunicación inalámbrica, TDMA, considerado de primera generación, la cobertura es de aproximadamente un 60 % (Ver mapa adjunto).



La GSM tecnología de segunda generación, ofrece una cobertura aproximada de 45 % del territorio nacional.



Fuente: www.grupoice.com, 19/02/2007)

b-) Radios de Comunicación:

Las compañías de operación de servicios turísticos utilizan frecuencias establecidos para ofrecer comunicación entre el personal de servicio y la empresa "oficina operaciones". Existen diferentes tipos de radios, entre los más comunes podemos encontrar los portátiles y los fijos.

Las frecuencias que se utilizan son las de 2 metros (distancias largas) y los tronquin.



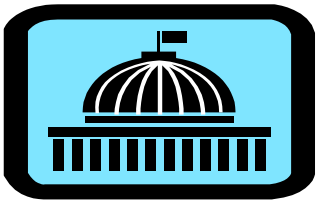
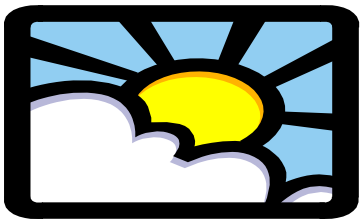
1.3.3 Justificación al cliente:

En la ejecución del servicio, NO HAY EXCUSAS, pero en caso de presentarse un imprevisto y por tanto, alteración del itinerario, el guía debe brindar una justificación sincera, la cual tendrá por objetivo, un servicio de calidad.

1.4 Plan de Contingencia:

El prestador de servicios turísticos debe conocer como profesional las contingencias que se pueden presentar en la operación de un itinerario. Se recomienda que el guía de turistas comunique cada situación presentada a su encargado y a los clientes.

A continuación recomendamos algunas contingencias a las cuales usted como Guía de Turistas puede enfrentar:

CONTINGENCIA	RECOMENDACIÓN, Qué Hacer ?
1. Carretera Obstruida 	Utilizar rutas alternas, es importante conocer con exactitud los alrededores de las rutas principales, así como las condiciones que ofrecen (lastreado, anchura de puentes, distancias, presencia de planta turística).
2. Incidentes 	En caso de accidente de un cliente o personal de servicio. La aplicación de las técnicas básicas de primeros auxilios es fundamental, pero si la situación es seria, debe activar el Sistema Nacional de Emergencias Médicas 9-1-1. Conocer ubicación, dirección y teléfonos de los centros médicos más importantes de la región visitada.
3. Consulados 	La actividad turística se desarrolla en convivencia con personas de todo el mundo; se sugiere que el guía de turistas este informado de las normas y regulaciones que aplica cada nación por medio de su consulado o representante en Costa Rica., así como su ubicación, teléfonos y personal encargado.
4. Tiempo Meteorológico: 	Se evalúa la temperatura, humedad y velocidad del viento, las cuales pueden variar a lo largo del día. El Guía de turistas debe asesorarse de estas condiciones de acuerdo a la zona, área o destinos por visitar. Si las condiciones de tiempo no son favorables deberá comunicarlo a sus clientes y definir la actividad secundaria por ejecutar ya sea bajo techo o al aire libre

1.5 Situación Económica

1.5.1 Tarifa Diaria u Honorarios

Con respecto a este tópico, se diría que hay varios factores que podrían definirlo:

a. Oferta y demanda de guías: Se contrata al más profesional.
b. Experiencia: Mayor cantidad de horas de experiencia.
c. Conocimientos: teóricos, técnicos y de campo.
d. Temporadas: Alta y Verde, influye la cantidad de turistas que nos visitan anualmente.



e. Idioma: la complejidad del idioma, ya sea por oferta de éste o por manejo técnico del idioma en que se pretende dar el tour definirá un aumento en la tarifa del guía.
f. Especialización: cuanto más complejo sea el manejo del tour, más técnico será el conocimiento que hay que tener, por lo tanto el guía especializado generalmente desarrolla técnicas que implican mucho entrenamiento y destreza, lo que hace que sean mejor cotizados.



1.5.2 Propinas

Las propinas, son gratificación del turista por el servicio brindado, por lo tanto no existe una cantidad definida ni en dinero, ni en dadiva. Tampoco es una obligación del turista darla. Por lo general, el guía de turistas debe compartirla con el chofer –50%-50 %-, lo ideal sería que sea dividida entre el personal de servicio, a saber –*reservaciones – asistentes – ventas – limpieza de unidades* - , ya que cada uno aporta para que el cliente obtenga un servicio de calidad.

1.5.3 Incentivos para el personal

Este aspecto lo define la empresa, por medio de sus políticas internas. Generalmente los incentivos consisten en premios que la empresa ofrece, ya sea por venta o por satisfacción de los turistas, demostrado en las evaluaciones que estos llenan al terminar el tour.

1.5.4 Comisiones

Son porcentajes que los guías obtienen de los diferentes locales de servicio y comercios de productos turísticos, le definen un porcentaje de las ventas en base al grupo de turistas que cada guía llevó al lugar. Son parte de la libre competencia, y el guía, por ende, debe tomar en cuenta no solo quien da mejor propina o comisión, sino principalmente quien ofrece mejor servicio y calidad al turista, que es la razón principal del servicio.

1.6 Administración y control de la documentación para la operación de un tour

El guiado de turistas se desarrollo en un ambiente de stress principalmente porque la actividad por ejecutar debe satisfacer las necesidades de los clientes. Es así que los congestionamientos viales, el retraso de los clientes, imprevistos con las unidades de transporte, hace que los guías deban ser personas emocionalmente estables. Se recomienda que este profesional sea ordenado, tolerante pero muy rígido en la administración y control de los documentos y tiempos para la operación de un tour.

1.6.1 Lista de Pasajeros:

Es el listado oficial de los clientes que realizarán un servicio de un día (one day tour) o un paquete turístico (gira). Es entregado por el departamento de reservaciones verificado por operaciones y del cual el guía de turistas debe ejecutar el servicio. Los formatos son muy diferentes entre una y otra empresa, ya que cada una utiliza las columnas o espacios de acuerdo a sus necesidades operativas. Por ejemplo:

LISTA PAX (Pasajeros)

Nombre	Hotel	# Hab	Pick up Time	Tour	Observaciones
1					
2					
3					
4					

1.6.2 Voucher:

Es el documento que garantiza la compra de los servicios turísticos por parte del cliente. Desglosa tanto los datos personales como los servicios comprados por el cliente. Se confeccionan por separado dependiendo del tipo servicio comprado y la empresa que los representa. El guía de turistas debe recoger los vouchers de acuerdo al servicio ejecutado, posteriormente entregarlos con la lista de pasajeros al departamento respectivo, dependiendo de la empresa, se entregan directamente a contabilidad, operaciones, recepción, etc.

CR LATIN TOURS **NO. 0001**
Cédula Jurídica No. 1-984-2001
Lic. ICT No 222
Tel/Fax (506) 445-0444

VOUCHER

OBSERVACIONES
NO CASH / SIN VALOR EFECTIVO

SERVICIOS / SERVICES
Tour a la fortuna, Monteverde y Quepos, 7 day tour / tour de 7 dias entradas a los centros turísticos, hospedaje y transporte.
Nombre del pasajero:_____ Passenger´s name
Party of // n. pax
Fecha de entrada /// Check in
Fecha de salida Check out

CLIENTE

1.6.3 Hoja de Descargo / Waiver / Discleirmer:

Es un documento que utilizan la mayoría de las empresas dedicadas al turismo de aventura – *tiloresa, aguas rápidas, bounguee jumping, etc*- , garantizan a sus clientes la certificación del equipo por parte del proveedor y entidades internacionales relacionadas. Describe cual es la responsabilidad civil y legal de la empresa en caso de accidente, así como el descargo de responsabilidades en casos de manipulación del equipo, no acatamiento de las reglas brindadas por los guías y el descuido del cliente en la ejecución del tour, además de la no información detallada brindada por el cliente – *historial médico, limitaciones físicas, medicamentos etc— (Ver ejemplo adjunto).*

100% AVENTURA
Monteverde, Costa Rica.

AVENTURAS SAN BOSCO S.A
AVENTURA CANOPY TOUR MONTEVERDE
WAIVER FORM (PERSONAL RESPONSIBILITY DOCUMENT)

I understand and accept that, although aventura canopy tour's professional standards and safety precautions are of the highest level, walking and sliding through the trees using harnesses, ropes, and pulleys does expose me to diverse hazardous situations.

The following risky or dangerous situations can present themselves when engaged in these outdoor activities. Due to their nature, these dangerous situations have the potential under extreme circumstances to turn into accidents:

f- During the walk through the forest I am exposed to nature and its wild animals, therefore the risk exist that may be bitten by a snake or any other animal.

There's also the risk exists I may sprain my ankle.

G- On the treetops it is essential that all instructions given by the guides are carefully followed.

H- I may experience vertigo on the cables or at the platforms.

I- Physical Exhaustion: This can be caused due to the physical activity demanded by the different components that make up the tour, like walking and sliding across the cables.

J- Pregnant women are not allowed.

I understand that I may encounter the risks mentioned above, and that these risks must be taken into consideration when engaging in the various tour activities, even if the risks are not caused by the activities themselves.

I am entirely and completely responsible for my participation in the aforementioned activities, as I am the only person responsible for the decisions I make. If I decide to take the tour, I will follow all instructions, rules and duties I must adhere to as a tourist participant.

By signing this document I am standing that I have read and completely understood its contents. I understand that the activities. I will engage in carry some risks which can cause serious injury to my body, even death as well as the loss of faculties, or the loss of personal items that I may carry with me at the time. I fully accept and assume responsibility for all risks, injuries, losses, or accidents that may be caused due to my negligence and for not following all instructions and rules required. I hereby release, discharge, and covenant not to sue Aventuras San Bosco S.A. , their respective administrators, directors, agents, officers, members, volunteers, and employees and , if applicable, owner and lessons of premises on which the activities takes place, from all liability, claims, demands or damages. Aventura Canopy Tour and Aventuras San Bosco S.A personnel are not responsible for injuries caused by a client that does not follow warnings and safety precautions. Aventuras San Bosco is not responsible for any event unless it is caused by a negligent act on the parts of a member of its staff. Clients with medical conditions must consult with our personnel before taking the tour.

I have carefully and completely read this document and I fully understand its contents and meaning. I sign it of my own free will understanding that it is a waiver of liability for Aventuras San Bosco S.A.

Date: ---------- Hotel: ----------

Full name (print)----------

Signature:----------

Illnesses or medical conditions I suffer from:----------

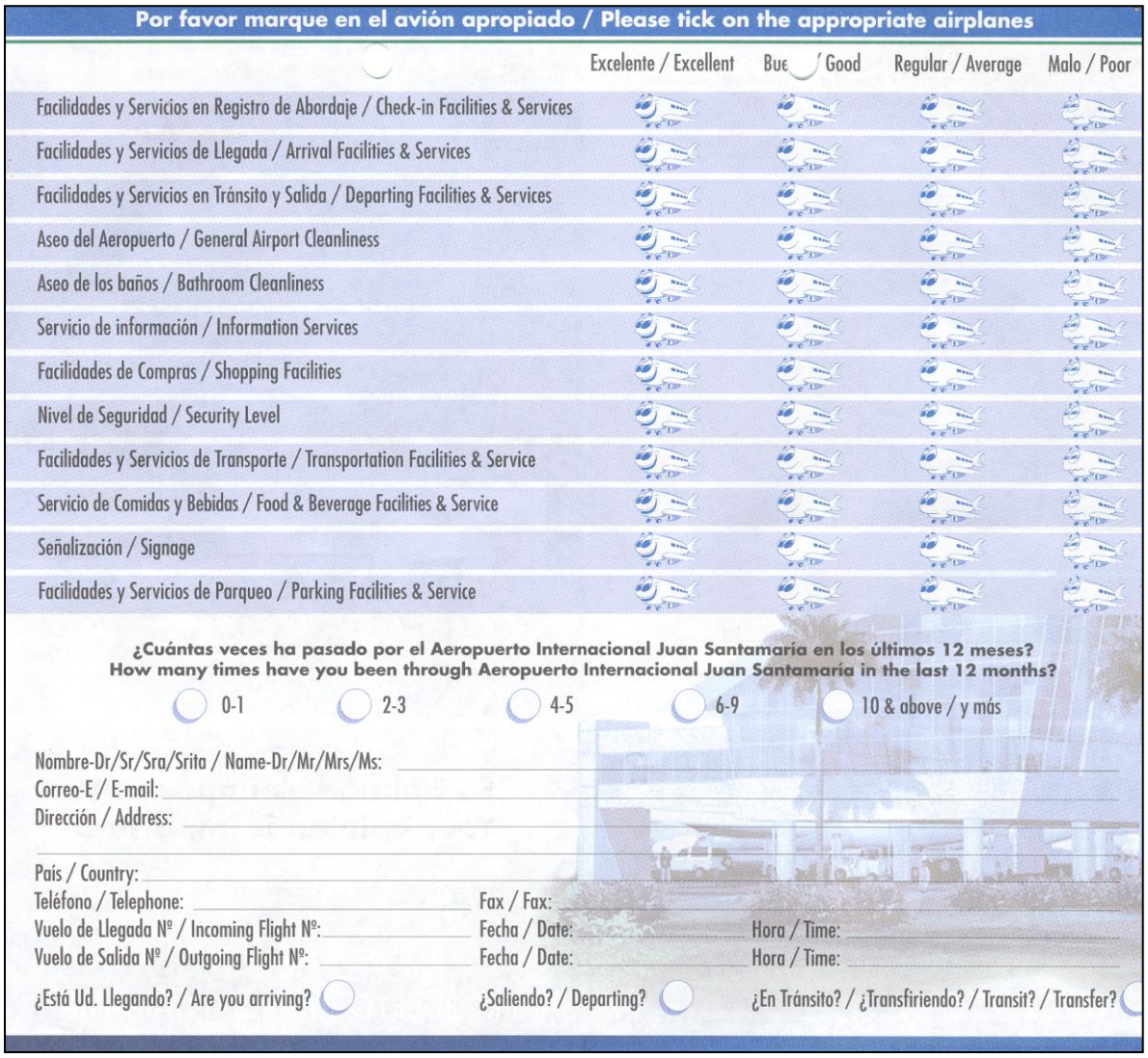
Prescription drugs take:

Emergency contact person in case of an accident (name, telephone address)

FUENTE / Cortesía: Aventura Canopy Tour, Monteverde

1.6.4 Hoja de Evaluación

Se utiliza al final del servicio con el propósito de evaluarlo. Lo realizan los clientes de acuerdo a sus apreciaciones y vivencias del tour. Consiste en una serie de preguntas simplificadas y de marca o completar de las diferentes situaciones presentadas, importante el espacio para comentarios, sugerencias o recomendaciones, en el cual el cliente expresa detalladamente su opinión personal. Por ejemplo:



Por favor marque en el avión apropiado / Please tick on the appropriate airplanes

	Excelente / Excellent	Bue Good	Regular / Average	Malo / Poor
Facilidades y Servicios en Registro de Abordaje / Check-in Facilities & Services				
Facilidades y Servicios de Llegada / Arrival Facilities & Services				
Facilidades y Servicios en Tránsito y Salida / Departing Facilities & Services				
Aseo del Aeropuerto / General Airport Cleanliness				
Aseo de los baños / Bathroom Cleanliness				
Servicio de información / Information Services				
Facilidades de Compras / Shopping Facilities				
Nivel de Seguridad / Security Level				
Facilidades y Servicios de Transporte / Transportation Facilities & Service				
Servicio de Comidas y Bebidas / Food & Beverage Facilities & Service				
Señalización / Signage				
Facilidades y Servicios de Parqueo / Parking Facilities & Service				

¿Cuántas veces ha pasado por el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría en los últimos 12 meses?
How many times have you been through Aeropuerto Internacional Juan Santamaría in the last 12 months?

0-1 2-3 4-5 6-9 10 & above / y más

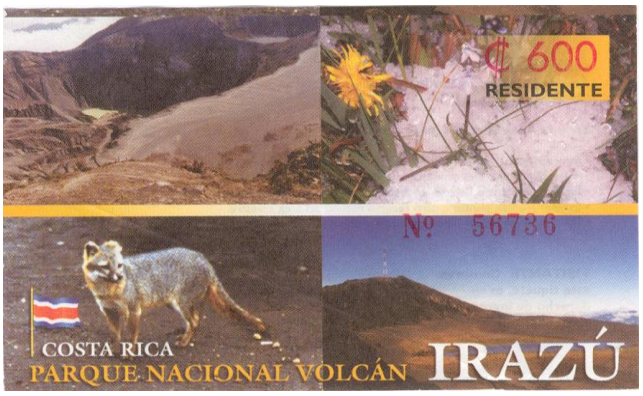
Nombre-Dr/Sr/Sra/Srita / Name-Dr/Mr/Mrs/Ms: _____
Correo-E / E-mail: _____
Dirección / Address: _____
_____
País / Country: _____
Teléfono / Telephone: _____ Fax / Fax: _____
Vuelo de Llegada Nº / Incoming Flight Nº: _____ Fecha / Date: _____ Hora / Time: _____
Vuelo de Salida Nº / Outgoing Flight Nº: _____ Fecha / Date: _____ Hora / Time: _____

¿Está Ud. Llegando? / Are you arriving? ¿Saliendo? / Departing? ¿En Tránsito? / ¿Transfiriendo? / Transit? / Transfer?

1.6.5 Tiquetes de ingreso a lugares y alimentación:

1.6.6.1 Visita a Lugares:

Los lugares contemplados a visitar dentro del paquete turístico, exigen por lo general el pago de admisión respectivo. El guía de turistas deberá manipular y entregarlos a cada uno de los clientes de acuerdo al lugar visitado. En ocasiones el departamento de operaciones de la empresa los entrega o bien entrega el dinero en efectivo y se compran en la entrada del lugar.



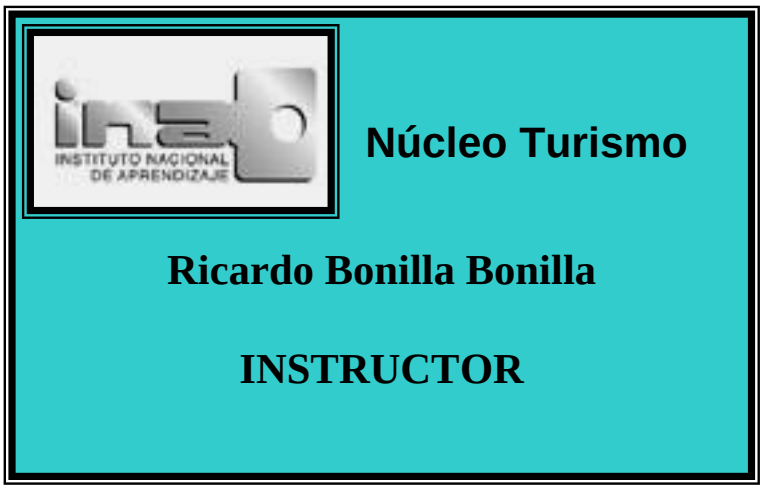
1.6.6.2 Alimentación:

Los tiquetes de alimentación se entregan con base en la negociación realizada por el operador turístico y la empresa gastronómica. Por tanto, el guía los entregará por persona y con base en el número de tiempos de alimentación.



1.6.6 Gafetes:

Es un documento de identificación del personal de servicio de las empresas prestadoras de servicios. Otra forma en la que se utilizan es con el logo de la empresa e impresos en papel adhesivo y colores llamativos con el objetivo de identificar los clientes de uno u otro grupo o empresa. Se utilizan varios formatos, plásticos, papel, y cartón.



1.6.7 Reporte de Observaciones y no Conformidades (Bitácora):

El profesional en guiado de turistas, es la persona responsable de atender y guiar al grupo de turistas, a su vez debe resumir en este documento las situaciones presentadas, así como las no conformidades. El objetivo es documentar todo lo acontecido en la ejecución del tour con el fin de proteger al personal de servicio y a la empresa en caso de reclamo mal intencionado del cliente.



Irazú Expediciones

Cartago – Costa Rica
Teléfono: 552-3366
www.irazuexpedicioines.com
info@iraauexpediones.com

Bitácora del Guía por Tour ejecutado

Guía Asignado:	Tour a Ejecutar:	Fechas:
Nombre del Grupo:	Lugares : Inicio del Tour: Final del Tour: A Visitar :	Número de Pax : Adl: Jrs: Chlds:
Nombre Tour Líder :	Chofer Asignado :	
Situaciones presentadas / Observaciones : *(Por favor anotar con detalles)*		
Nombre del Guía: Cédula: Firma:		

1.6.8 Gastos de Traslado y Permanencia (Viáticos):

Los gastos de estadía, alimentación y traslado del personal de servicio es responsabilidad del tour operador. Por lo general se asignan montos de dinero el día de salida o días antes, dependiendo de la zona visitada por medio de VALES de caja chica. El guía de turistas y el chofer hacen uso de los servicios, solicitando las respectivas facturas timbradas, una vez finalizado el paquete turístico se presentan los informes de gastos al departamento financiero de la empresa.

Si el guía o chofer gastaron más del monto asignado, se les cubre el gasto adicional con base en las facturas y por el contrario gastaron menos, deben reintegrar el dinero con base en las facturas.



Irazú Expediciones
Cartago – Costa Rica
Teléfono: 552-3366
www.irazuexpedicioines.com
info@iraauexpediones.com

VALE DE CAJA CHICA

EMPRESA: _____ Vale Número: _____

FECHA: _____

Guía o Chofer _____ Retiro la suma de: ¢ _____

Monto en Letras: _____

Detalle de la actividad a realizar:

Justificación

Autorización: _____ (firma y sello)

Nombre: _____

Firma de Guía o Chofer que recibe el dinero: _____

Fecha de Recibido

Este vale debe liquidarse conforme a los plazos establecidos por la compañía. Este vale deber ser utilizado ÚNICAMENTE para lo indicado en el detalle de compra. Las facturas deben venir a nombre de la empresa y deben ser timbradas o dispensadas.

Uso Exclusivo departamento Financiero Contable

PRESUPUESTO			LIQUIDACION	
Cuenta	Código	Monto	Fecha:	
			Dinero Recibido:	¢
			Monto Gastado::	¢
			Diferencia a Cubrir:	¢
			Diferencia a Reintegrar:	¢

Aprobación Presupuestaria: _____ (firma y sello)

1.6.9 Facturas Timbradas o Dispensadas:

Este documento se utiliza en dos formas:

1-La empresa de servicios la entrega a sus clientes como respaldo del servicio vendido.

2-Todas las compras a proveedores de la empresa deben respaldarse con facturas timbradas o dispensadas. Contablemente este documento es vital para realizar los ajustes financieros de la empresa y la presentación respectiva de la declaración de renta e impuestos de venta

al gobierno de la república. Las empresas no aceptaran facturas que no cumplan con las siguientes características, algunos modelos:

Irazú Expediciones s.a.

Cartago – Costa Rica
Teléfono: 552-3366
www.irazuexpedicioines.com
info@iraauexpediones.com
Ced. Jurídica: 3-101- 120365

Factura de Contado Número: **0001**

Día | Mes | Año

Señor (es):

Dirección:

Cantidad	Descripción	Valor:
	Autorizado mediante oficio Número 01-0052-2007 del 01/01/2007Dirección General de Tributación Directa de San José. **TOTAL ¢**	

IMPRENTA: Bonilla y Asociados s.a. 256-61936

ORIGINAL: CLIENTE / COPIA: CONTABILIDAD

1.6.10.Dinero en efectivo (Cash):

Se entrega con base en documentos autorizados por la persona encargada del departamento de operaciones con el fin de que el guía y el chofer tengan acceso a servicios de alimentación, hospedaje, traslados, entradas a lugares o imprevistos que surjan durante la ejecución del recorrido. Al finalizar el recorrido el personal de servicio debe entregar la respectiva liquidación de los gastos, aportando las facturas, tiquetes o entradas correspondientes que cumplan con todas las regulaciones.



CAPITULO II

EL PROCESO DE LA COMUNICACION



Subtemas:

2.1 Definición
2.2 Proceso de Comunicación
2.3 Técnicas de Comunicación
2.4 Comunicación Oral
2.5 Comunicación Escrita
2.6 Comunicación Corporal
2.7 Comunicación Telefónica
2.8 Distorsiones de la Comunicación

II. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN:

La labor del guía de turistas se desarrolla en torno a la ejecución de los servicios turísticos comprados por el cliente. La comunicación es la herramienta más importante en la trasmisión de la información brindada en un tour. La fluidez, coherencia, objetividad son elementos para el logro de la satisfacción plena del cliente.

2.1 Definición

Es la forma de transmitir adecuadamente la información; acción de comunicar.

(*García Ramón, Pelayo y Gross, Larousse Diccionario Ilustrado, 1986).*

2.2 Proceso de Comunicación:

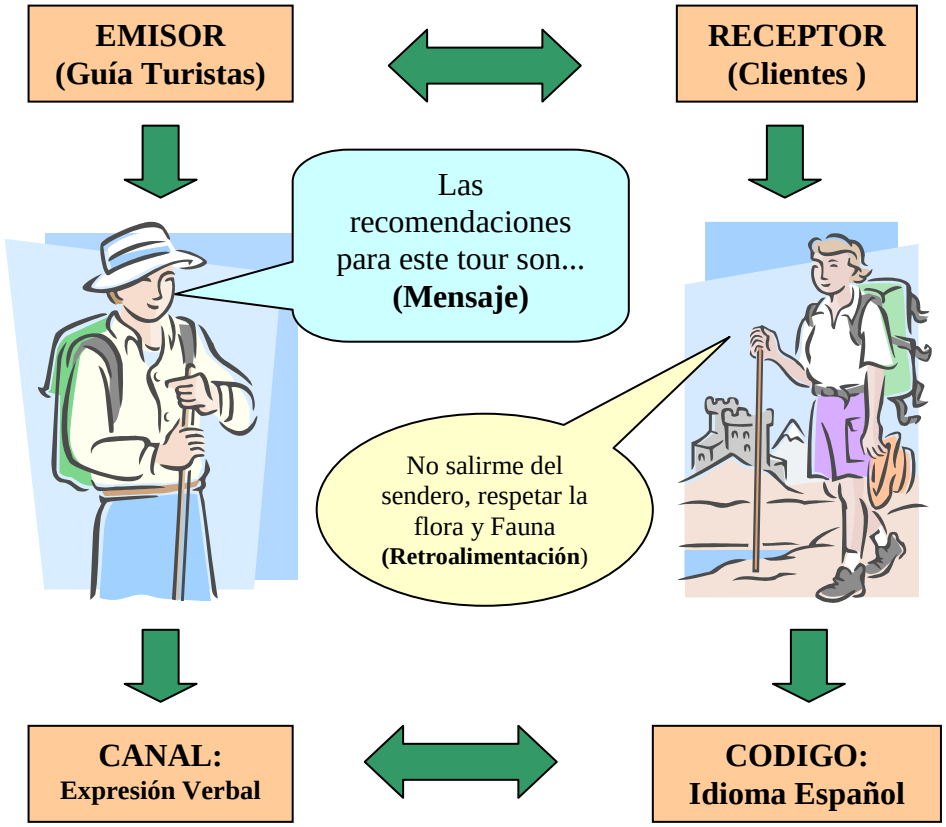
En toda comunicación existen los elementos básicos, a continuación se detallan:

- Emisor: persona que crea el mensaje, lo adapta a la realidad y lo envía.

- Receptor: persona que recibe el mensaje y lo interpreta.

- Mensaje: cada receptor interpreta el contenido del mensaje según sus propias percepciones, no según las del emisor y en la medida en que se adapta a la comprensión del receptor se logrará el objetivo.

- Retroalimentación: información proveniente del receptor, que permite al emisor comprender si éste recibió correctamente el mensaje enviado. Por ejemplo:



La comunicación eficiente en el guiado de turistas implica la capacidad en un 100 % del manejo de las diferentes situaciones que se presentan en el tour basado en el estilo de comunicación.

2.3 Técnicas de la Comunicación

Las técnicas de la comunicación son herramientas de vital importancia en el quehacer diario del guía, si se analizan las labores que desempeña todas sin excepción representan algún modo de comunicación.

El guía debe manejar eficientemente la forma de comunicación ***–no es decir las cosas es como decirlas-*** dado que se le facilita enviar el mensaje correcto; asimismo debe utilizar la modulación del tono de voz, el uso de los gestos y, en determinados momentos, la pausa o el silencio. Las técnicas de comunicación se aplican tanto en lo oral como en lo escrito y de gestos.

2.4 Comunicación Oral

La capacidad de comunicarse correctamente es vital para el profesional que labora en el manejo y conducción de turistas, debido a que normalmente debe hacerlo en - *al menos*- dos idiomas (Inglés – Español)

2.4.2 Tono y Volumen de Voz

Es importante la forma de expresión del guía de turistas., su voz es el principal medio para trasmitir la información, por lo tanto, se recomienda que sea fuerte, constante, fluida, amigable, conciliadora, con autoridad, haciendo énfasis en el ritmo, la pronunciación y la acentuación.

Características Importantes de la Voz	*Se busca:*
Ritmo	Que su voz influya con autoridad en el mensaje que desea trasmitir. La fluidez y la coherencia reflejaran el buen ritmo en el manejo de la información.
Pronunciación y Acentuación	Debe ser clara y precisa para que los clientes comprendan el mensaje. Se dificulta en conversaciones en otros idiomas –*inglés, alemán, italiano*-. En particular la acentuación pone énfasis en palabras o frases claves dentro del mensaje ofrecido por el guía, con el fin de dar importancia a ese aspecto en común.

2.4.3 Ventajas y Desventajas

Como todo proceso en la ejecución de los servicios turísticos existen beneficios y perjuicios. El guía de turistas debe desarrollar sus actividades con base en recomendaciones brindadas por el sector turismo.

	VENTAJAS	DESVENTAJAS
ORAL	**Todo oral** **Rápida** **Flexible** **Emisor controla el momento y lugar** **Permite una respuesta inmediata** **Señales no verbales para hacer comprender el mensaje** **Más personal**	**Se puede olvidar** **No existe un registro** **Si el mensaje es complejo o largo se puede perder**

2.5 Comunicación Escrita

Para alcanzar una óptima comunicación en la empresa es necesario tener presente que la comunicación escrita es tan importante como la verbal, en ocasiones la atención de nuestro cliente por la circunstancia del viaje implica que debe manejar itinerarios, vouchers, cuestionarios, evaluaciones y otros, que obliga en ocasiones a la interpretación, así mismo se debe elaborar informes y bitácoras donde se detallan las actividades de los diversos tours. En el siguiente cuadro se presenta las ventajas y desventajas entre los tipos de comunicación oral y escrita:

TIPO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
ESCRITA	**Escrita** **Permite al receptor repetir el mensaje hasta entenderlo** **Existe un registro del mensaje** **Adecuada para los mensajes complejos o largos** **Facilita al receptor entender el mensaje a su propio ritmo**	**Requiere más tiempo** **Impersonal** **No se produce respuesta inmediata**

El guía debe mostrar su capacidad para, en el momento adecuado, hacer llegar la información correspondiente de los diferentes atractivos que se localizan a través del recorrido, debe proyectar TACTO a la hora de transmitir el mensaje, "NO es decir las cosas, es COMO decirlas".

2.6 Comunicación Corporal

2.6.1 Gestos y Ademanes

Los gestos y ademanes en un profesional en manejo de grupos son valoradas como importantes por los clientes, debido a su contacto directo con los clientes durante la ejecución de un paquete turístico.

Se recomienda tener cuidado con los movimientos corporales, ya que pueden manifestar diferentes cosas y los clientes interpretarlas a su conveniencia.

2.7 Comunicación Telefónica

El profesional en el guiado de turistas debe conocer el procedimiento básico de comunicación por medio de llamadas internacionales a cualquier parte del mundo.

2.7.1 Llamadas a Norteamérica (Servicio MIDA)

00	+	**1**	+	**Código Área o Ciudad**	+	**Número de teléfono**

2.7.2 Llamadas al resto del mundo: (Servicio MIDA)

00	+	**Código Área , Ciudad o País**	+	**Número de teléfono**

2.7.3. Por medio de operadora:

La utilización de cualquier teléfono convencional o celular permite llamadas internacional por medio del número 116. El procedimiento es sencillo:

Paso 1	Paso 2	Paso 3	Paso 4
Levante Auricular	**Digite 116**	**Indicar a la Operadora el País, Área, Número de Teléfono, Nombre de la persona con quien desee hablar y de la persona que llama.** *(Es más costoso porque el cliente escoge si paga la llamada en Costa Rica o el país de Destino).*	**Si desea el costo de la llamada debe solicitarla y un represente del ICE se lo comunicara posteriormente**

2.7.4 Por cobrar por medio de operadora:

Paso 1	Paso 2	Paso 3	Paso 4
Levante Auricular	Digite 175	Indicar a la Operadora el País, Área, Número de Teléfono, Nombre de la persona con quien desee hablar y de la persona que llama. ***(La llamada se cobra en el país destino)***	Si desea el costo de la llamada debe solicitarla y un represente del ICE se lo comunicara posteriormente

Si desea asistencia de una operadora sustituya el 00 por el 09.
La llamada siempre la hace el usuario, pero con ayuda.

2.7.5 Teléfono Público para llamadas internacionales o locales:

El Instituto Costarricense de Electricidad ofrece el sistema de teléfonos públicos para llamadas internacionales o locales, están instalados en empresas prestadoras de servicios turísticos –restaurantes, hospedajes, terminales aéreas, marítimas, terrestres-.

Son los teléfonos de color azul con las indicaciones en su fachada. Su uso es sencillo:

2.7.6 Tarjetas Pre-Pago:

Es el sistema convencional más utilizado por los clientes nacionales e internacionales para hacer llamadas internacionales. El interesado comprará la tarjeta en los lugares autorizados, visualiza el número de tarjeta, puede llamar por medio del 199 o 197.

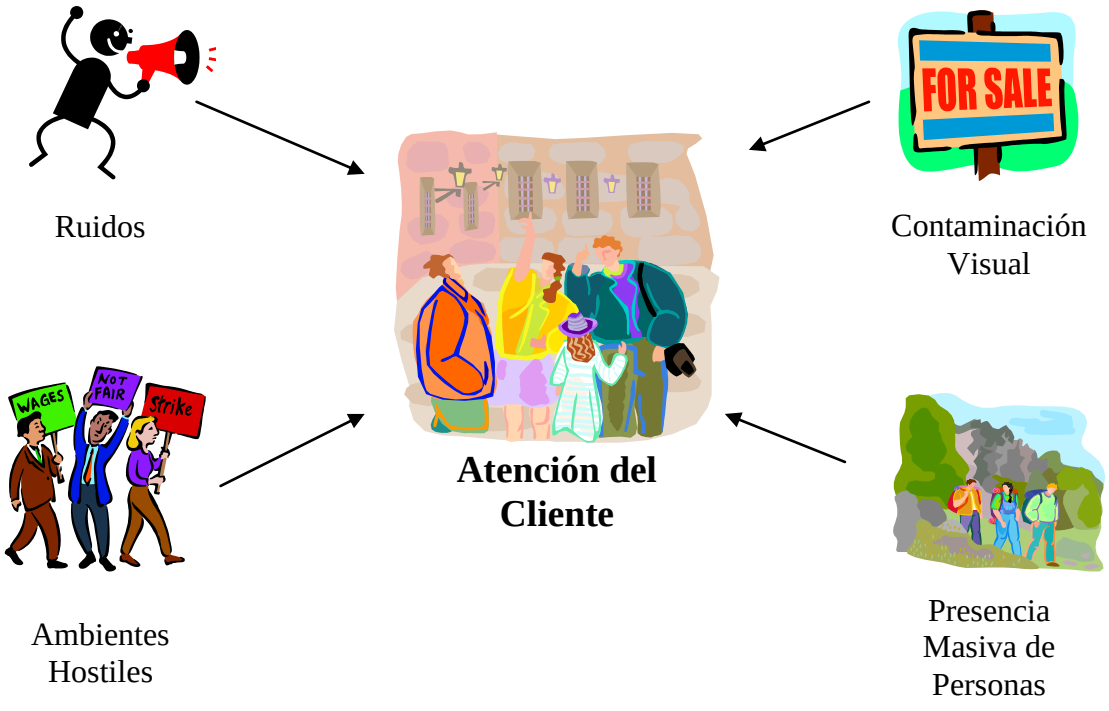




Si desea asistencia para llamadas internacionales en cualquiera de los sistemas, comuníquese al 124.

2.8 Distractores de la Comunicación

La ejecución de los servicios turísticos comprados por los clientes se lleva a cabo en lugares abiertos –*senderos, actividades de tirolesa, aguas rápidas, ciudades, restaurantes, carretera, otros s-* por lo que los factores externos influyen en la entrega de un servicio de calidad. Los distractores se convierten en la principal fuente de desatención del servicio tales como:

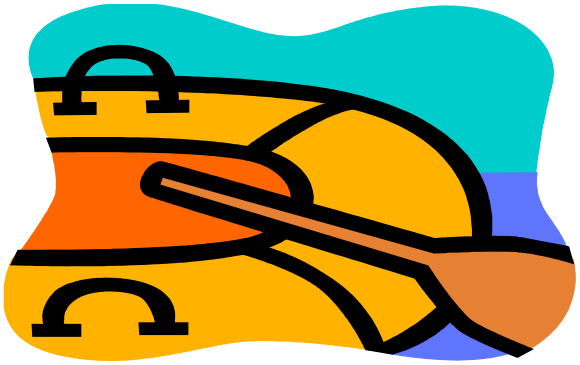


Por tanto, el ruido, los ambientes hostiles, la presencia masiva de personas, la contaminación visual, etc, en ocasiones se convierte en la barrera entre el cliente, el guía y el servicio.

Se recomienda que el guía de turistas este bien informado del protocolo de ejecución del servicio, así como de la aplicación de técnicas para llamar la atención del grupo. Comentarios fluidos, voz pausada y fuerte, contacto visual con el cliente, coordinación con el chofer o asistentes, unir al grupo, hacer silencio y todas aquellas formas que considere oportunas de acuerdo a la situación presentada o bien dejar pasar la distracción.

CAPITULO III

TIPOS DE TOUR



Subtemas:

3.1 One Day Tour
3.2 Tour Varios Días (Giras)
3.3 El Tranfer IN
3.4 El Transfer OUT
3.5 Interpretación en Áreas Silvestres
3.6 Operación de Cruceros
3.7 Grupos Incentivos

III TIPOS DE TOUR

La diversas formas de recreación y disfrute del ocio permite a la actividad turística ofrecer una variada gama de opciones de recorridos turísticos. La exploración en caminos pintorescos, cabalgatas, Montain Bike, Bunguee Jumping, Buceo, Deslizamiento en actividades de cables, cuerdas, ascenso y descenso, así como el desplazamiento en aguas planas y rápidas, city tours, paseo a la playa, volcanes; brindan a los clientes una variedad de oportunidades para el disfrute de nuestro país.

3.1 One Day Tour (Recorrido de un día / Excursión):



Es el recorrido turístico que se realiza partiendo de un lugar de origen a uno diferente y regresando al lugar de origen , objetivo de relajamiento, descanso, recreación, implica consumo de bienes y servicios por menos de 24 horas. Costa Rica ofrece una enorme variedad de circuitos turísticos para este tipo de recorridos. Una de las excursiones más populares es la visita al Parque Nacional Volcán Poás, Catarata de la Paz, Sarapiquí y Parque Nacional Braulio Carrillo. Otra buena opción es Arenal Night, el cual se opera desde San José. Además, la visita al Parque Nacional Volcán Irazú, Jardines Lankaster y Valle de Orosi constituye otro interesante recorrido.

3.2 Tour de Varios Días (Giras)

Es el recorrido turístico realizado de un lugar determinado a varios diferentes, con el propósito de descansar, relajarse y recrearse. Este recorrido se ejecuta de acuerdo a un itinerario ya establecido por los operadores turísticos. Destacan giras con visitas de varios días a lugares como Monteverde, Arenal, Guanacaste y Tortuguero. Además, la zona sur se ha convertido en un destino particular para realizar buceo, snorkeling, kayac, obervación de ballenas y delfines, así como para disfrutar el bosque lluvioso, las playas y las caminatas.



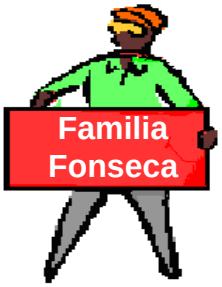
3.3 Tranfer IN



Se recomienda que el guía se reúna con la oficina de operaciones para definir cuáles son los objetivos del tour y cuáles son los servicios que van a recibir los turistas. Es imprescindible que el guía revise toda la documentación antes, como una manera saludable y como apoyo de la oficina; además en algunas agencias el guía debe hacerlo de todas maneras como parte de sus funciones y muchas veces debido al poco personal en comparación con el volumen de pasajeros. En el gremio se le conoce también como "Arrivals"

Antes que lleguen los pasajeros, se recomienda realizar el siguiente procedimiento:

a. Visitar o llamar a la empresa de hospedaje para verificar las reservas y coordinar la llegada. Bellboys y Special *request –flores, vino, silla de ruedas, comida vegetariana-*
b. Arribar una hora antes de la llegada del vuelo en el aeropuerto.
c. Verificar que el transporte para el transfer esté puntualmente.
d. Inspeccionar las unidades de transporte, limpieza, micrófono, aire acondicionado.
e. Organizar el equipo humano de asistencia, *-maleteros-*
f. Ubicar al turista por medio de pancartas y definir las rutas que tomarán de la salida del aeropuerto para llegar a la empresa de hospedaje.



Cuando los pasajeros llegan:

Cuando llegan varios vuelos al mismo tiempo o con muchos turistas, la posibilidad de un caos en la puerta de llegadas internacionales del aeropuerto es sumamente común, por eso una buena coordinación será la mejor carta de presentación.

Se deben cuidar las maletas. Para esto lo mejor es decir al turista que se asegure que su equipaje entró en el maletero del bus. Una vez en el bus de camino al hotel es necesario presentarse y dar la bienvenida en nombre de la compañía. Además, debe darse una breve descripción del hotel y sus servicios. Ubicar temporal y espacialmente al turista en su entorno.



3.4 Transfer OUT

Al momento de salida del país, se debe:

a- Recordar a los turistas que antes del registro de su vuelo, debe comprar en el Front desk del Banco Crédito Agrícola de Cartago en el aeropuerto Juan Santamaría, los timbres o entero de salida ($26 p/p). Si desea lo puede hacer previamente en cualquier agencia de este mismo banco o por medio del Banco de Costa Rica.

b. En el chequeo del Counter debe presentar timbres de salida y su pasaporte.

c. Iinmediatamente se emite un tiquete electrónico el cual genera el pase de abordaje.

Al Transfer OUTA se le conoce también como "Departure".

3.5 Interpretación en Áreas Silvestres

Es un proceso de comunicación, diseñado con objetividad para revelar el significado y los vínculos existentes entre el patrimonio cultural-natural y los clientes.

Se debe resaltar que las comunicaciones interpretativas no consisten únicamente en presentar una serie de datos coherentes, sino en desarrollar una estrategia de comunicación específica, para traducir esa información a otras personas, convirtiendo de esa forma el lenguaje técnico del especialista en el lenguaje fácil del visitante que no lo es.

En breve se puede decir que los principios básicos de la interpretación son:

a. Estimular.
b. Trasmitir.
c. Revelar.
d. Mensaje coherente.
e. Visión de conjunto.

La interpretación es una herramienta de comunicación entre el elemento natural y cultural y el receptor. *Molina Rolando, Atención y Guiado Turistas, INA, 1999*

3.6 Operación de Cruceros:

En Costa Rica es común la operación de cruceros en los muelles de Puntarenas, Caldera *(ocasional),* Alemán y Central (*Limón Centro)* y Moín *(ocasional).* La empresa de servicios encargada de la operación en tierra de los tours sigue un protocolo para la ejecución de los diversos servicios comprados por el cliente dentro del buque y coordinados por el departamento de "Shore Excusion" . El guía implementará los pasos definidos para la atención de los clientes; por ejemplo:

1. Entrega de Itinerario con especificaciones del tour.
2. Entrega de materiales (pancarta, radio, documentos de operación).
3. Verificar equipamiento unidad de transporte A/C, puertas, sanitario, VHS o DVD, Audio System.
4. Llegar una hora antes al muelle o puerto.
5. Ubicar a los clientes con la pancarta en el gate del barco.
6. Recoger Vouchers o tiquetes del tour.
7. Contar los pasajeros.
8. Presentación del Guía, Chofer y asistente
9. Dar la Bienvenida.
10. Ejecución del Tour
11. Reporte de anomalías
12. Entrega de documentos al encargado de muelle.

3.7 Grupos de Incentivos

¿Qué es un Incentivo?

En esta nueva era de alta tecnología y maximización de los recursos, el sector empresarial se dio a la tarea de modificar conceptos e ideologías respecto a las políticas internas y en especial con aquellas políticas que regían para el sector humano.

Surgió la necesidad de mantener al equipo humano de las empresas capacitado en las funciones básicas de cada puesto de trabajo, actualizado respecto a la tecnología y con jornadas de trabajo más extensas, para garantizar un rendimiento óptimo y acorde con las demandas del mercado.

Los diferentes departamentos y gerencias de estas corporaciones se dieron a la tarea de establecer mejoras contínuas, pero al mismo tiempo descubrieron la necesidad de estimular, premiar, incentivar o motivar a estos empleados ya entrenados, como una manera de garantizarse la constancia en el rendimiento económico de sus negocios.

Esta motivación o incentivo, puede materializarse de distintas formas: bonos por dinero en efectivo, regalos, trofeos y la modalidad más reciente: los viajes, que pueden darse a los empleados como premio por una excelente labor realizada o incluso como excusa para realizar un seminarios o reuniones, que resulte a la vez motivante por ser realizada en el extranjero.

Este nuevo concepto "los viajes como incentivo", implica toda una necesidad de servicios especiales y experiencia por parte de quienes los coordinan, pues al tratarse de un incentivo para las personas, debe ser manejado con suma atención a los detalles, por ningún motivo puede causar incertidumbre o insatisfacción y siempre de exceder las expectativas.

Algunas veces este beneficio se extiende a clientes de empresas, socios comerciales, altos ejecutivos y distribuidores de mercancía u otros y no exclusivamente a los empleados.

Fuente: Departamento Incentivos, Travel Excellence Tour Operador, Abril 2007

CAPITULO IV

ELEMENTOS DE UN TOUR



Subtemas:

4.1 Red Vial
4.2 Charla de Inducción
4.3 Destinos
4.4 Planta Turística
4.5 Personal a Cargo
4.6 Tipos de Transporte
4.7 Manejo del Tiempo
4.8 Imprevistos

IV ELEMENTOS DE UN TOUR

Los paquetes turísticos tienen como base el itinerario, el cual consiste en una descripción o programación de las actividades, lugares a visitar, horarios, personal a cargo y demás indicaciones de la ejecución de los servicios.

El guía de turistas como profesional en la prestación de servicios debe interpretar el itinerario y brindar los servicios comparados por el cliente. El departamento de operaciones de la compañía brindará el apoyo necesario. El objetivo de este protocolo de entrega es garantizar la satisfacción del cliente.

4.1 Red Vial:

Costa Rica cuenta con una red vial diversa, el guía de turismo como profesional en Guiado de turistas debe conocer al menos las rutas nacionales como se muestra en la siguiente tabla.

RUTA NUMERO	LUGARES QUE RECORRE
1	San José-Aeropuerto-Manolos-Grecia-Naranjo-Palmares-San Ramón-Cambronero-Barranca-Entrada a Miramar-Limonal-Cañas-Bagaces-Liberia-La Cruz-Peñas Blancas
2	San José-San Pedro-Tres Ríoss-Ochomogo-Cartago-Tejar-La Cangreja-Casa Mata-Empalme-Cañon-Villa Mills-División-Pérez Zeledón-Cajón-Volcán-Buenos Aires-El Brujo-Paso Real-Palmar Norte-Chacarita-Río Claro-Ciudad Neilly-Paso Canoas
3	Puente Juan Pablo II - Heredia-Trinitaria-Alajuela-Barrio San José-Cruce Manolos-Atenas-Desmonte-Orotina.
4	Cruce Río Frío (sobre ruta 32) - Horquetas-Puerto Viejo Sarapiquí-Chilamate (se une a la # 126 hasta San Miguel y luego a la 140 que pasa por Río Cuarto-Venecia-Aguas Zarcas-Se une a la 250 y continua la # 4 por Los Chiles de Aguas Zarcas-Planta Tico Frut – Muelle - El Tanque-Monterrey-Guatuso-Cabañas - Upala-San José de Upala - Birmania-Brasilia - Santa cecilia-Hacienda Los Inocentes-Se une a la # 1, 7 kms antes de La Cruz de Guanacaste.

NUMERO DE RUTA	LUGARES QUE RECORRE
6	Cañas-Hacienda Tenorio-Río Naranjo-Bijagua-Canalete-Upala
10	Inicia en la Bomba Shell La Lima de Cartago-Cartago centro-Paraíso-Cervantes-Juan Viñas-Turrialba-Angostura-Pavones-Jabillos-Chitaria-Tres Equis-Linda Vista-Guayacán-Moravia-El Coco-Siquirres.
17	Barranca-El Roble-Chacarita-El Cocal-Puntarenas Centro.
18	Cruce Limonal (Sobre ruta # 1))-Palma-Puerto Nuevo-Puerto Moreno-Puerto Nuevo-Quebrada Honda-San Juan-Se une a la # 21.
21	Playa Naranjo-Lepanto-Jicaral-Pavones-Mocote-Limonal-Vigual-Nicoya-Santa Cruz-Belén-Jocote-Guardia-Aeropuerto-Liberia.
23	Caldera-Barranca-Fabrica Sardimar y se une a la # 1.
27	Gimnasio Nacional-Cuidad Colón (de aquí brinca hasta Orotina continua por Pozón y finaliza en Caldera.
32	San José-San Luis (Heredia)-Parque Nacional Braulio Carrillo-Cruce Río Frío-Guápiles-Guácimo-Pocora-Siquirres-Matina-Limón.
34	Pozón-Tárcoles-Jacó-Parrita-Quepos-Saveegre-Portalon-Hatillo-Barú –Dominical–Uvita-Piñuela-entrada a Cuidad Cortés-Palmar Norte.
35	Florencia-Platanar-Muelle-Boca Arenal-Santa Rosa Pocosol-Los Lirios-El Jobo-LosChiles
36	Limón-Cieneguita-Vizcaya-Wesfalia-Home Creek-Bribrí-Daytona-Sixaola.

Fuente: Mapa Costa Rica Red Vial, Departamento de Medios de Transporte, Dirección de Planificación ,Sectorial, Ministerio de Obras Públicas y Transportes, Escala: 1:900.000,. Año: 2006

Recuerde la importancia de utilizar el mapa para una mejor ubicación.

4.2 Charla de inducción: *(Breafing)*

El guía de turistas dará la bienvenida en un lenguaje coherente, participativo y ameno, debe indicar todas las condiciones, limitaciones e insumos que incluye el tour.

4.3 Destinos:

Los atractivos turísticos son el eje central de la ejecución del tour. El guía brindará las recomendaciones para su visita.

4.4 Planta Turística:

Son las facilidades de hospedaje, alimentación, transporte, equipo que se le brinda a los clientes para la ejecución del tour.

4.5 Personal a Cargo:

El guía, el chofer, los asistentes o supervisores son las personas encargadas de la entrega de los servicios comprados por el cliente.

4.6 Tipos de Transporte:

Las empresas de servicios utilizan diferentes tipos de unidades de trasporte según sea la necesidad del paquete y los clientes.

TIPO DE TRANSPORTE	CAPACIDAD REAL	CAPACIDAD RECOMENDADA
Hi-Ace / Grace 	**15**	**9-12**
Coaster / Rosa / Hyundai 	**30**	**18**
Omni Bus / Senior 	**27**	**27**
Scania / Mercedes Benz 	**56**	**56**

FUENTE: Fotografía Cortesía de Cielo Azul, subsidiaria de transporte turístico, Swiss Travel Service, Junio 2007.

4.7 Manejo del Tiempo

Normalmente se trabaja con base en un itinerario turístico, el guía debe respetar a cabalidad cada una de las actividades programadas con éste.

En caso de algún tipo de situación fuera del itinerario turístico, el profesional debe reaccionar de forma que pueda controlar el tiempo y así tendrá que agilizar las diferentes actividades sin incurrir en errores o bien deterioro de la calidad del servicio.

4.8 Imprevistos:

Son situaciones o actividades que se presentan al momento sin ninguna planificación. Destacan las posibles lesiones corporales de los clientes, accidentes de tránsito, paradas de emergencias, asaltos, individuos sospechosos, etc. El personal de servicio debe estar preparado para atender estos casos y seguir los protocolos de seguridad implementados para cada caso y por cada empresa.

4.9 Itinerario:

El itinerario describe la programación a seguir en la ejecución del tour. Es planificado con base en las necesidades de los clientes. El departamento de operaciones por medio del guía la desarrolla puntualmente para el éxito del paquete turístico.

(Ver ejemplo ilustrativo en la página siguiente).



INSTITUTO NACIONAL DE APRENDIZAJE
NUCLEO DE TURISMO
GETION TECNOLOGICA

LIMON

03 al 05 Noviembre 2006

DIA 1

6:30	hrs	Salida INA Turismo
8:00	hrs	Desayuno Cruce a Río Frío
10:30	hrs	Moín – City Tour – Limón
11: 30	hrs	Almuerzo Limón Centro
12:30	hrs	Entrada Isla Uvita
14:00	hrs	Instalación de Campamento
16:00	hrs	Exposiciones
18:30	hrs	Free Time

DIA 2

6:00	hrs	Desayuno en la Isla
7:00	hrs	Recorrido Sendero de la Isla
9: 30	hrs	Salida de la Isla
11:00	hrs	Visita Finca Del Canopy en La Bomba
12:00	hrs	Almuerzo Finca Del Canopy en La Bomba
14: 30	hrs	Recorrido Sendero Parque nacional Cahuita
17:30	hrs	Hospedaje Hotel Yaré
19:00	hrs	Cena Hotel Yaré

DIA 3

6:00	hrs	Desayuno Hotel Yaré
9:00	hrs	Refugio Nacional de Vida Silvestre Gandoca Manzanillo
12:00	hrs	Almuerzo en Puerto Viejo
16: 00	hrs	Recorrido por Turrialba
18:30	hrs	San José

QUE LLEVAR	COSTOS
Equipo de CAMPAMENTO Libreta de Apuntes y Lapicero Cámara Fotográfica Ropa Ligera Traje de Baño Binoculares Agua Potable Protector Solar Gorra o Sombrero Zapato Cerrado Sandalias Capa o Poncho Repelente Artículos Uso Personal Medicamentos en caso de prescripción médica Foco y Baterías Hielo Alimentos NO PERCEDEROS **CARNET INA y CEDULA**	Hotel Yaré $ 25 *(incluye Cena y Desayuno)* Bote Isla ¢ 1500 Aliment. ¢ 11300 *(¢ 4000 para el campamento)* **TOTAL; ¢ 25800** **Por persona**. Precios sujetos a cambios sin previo aviso

Se deben tomar en cuenta elementos que complementan el itinerario:

1. Qué Incluye: Alimentación, traslados, hospedaje, guía.
2. Qué Llevar: Zapato Cerrado, Short, Cámara Fotográfica, Agua.
3. Personal a Cargo: Guía, Chofer y Personal de apoyo.
4. Ruta a Seguir: La definida por la empresa de servicios.
5. Observaciones: Indicaciones adicionales para la ejecución del tour.

CAPITULO V

TÉCNICAS DE GUIADO



5.1 Técnicas de Guiado por edades
5.2 Desarrollo del Tour
5.3 Tipos de Grupos
5.4 Actitudes de los Clientes

V TÉCNICAS DE GUIADO

Los nichos de mercado en la actividad turística costarricense permiten la visita de segmentos de mercado muy variados, europeos, asiáticos, sudamericanos y principalmente norteamericanos hacen que las técnicas de guiado de turistas sean de acuerdo a cada grupo.

5.1 Técnicas de Guiado por edades

5.1 .1 Técnicas de guiado aplicadas a niños y niñas entre los 0 – 11 años:

Conducta de Personas	Técnicas de Guiado Recomendadas:
Niñas y Niños: • Son frágiles e incipientes, se basan en el mundo exterior que los rodea. • Su madurez es casi inexistente y eso le impide conocer su yo interno. • No tienen claridad entre lo bueno y lo malo, aunque los padres le exijan un comportamiento de adulto. • Son Inquietos, Fogosos, Sensibles, cariñosos.	• Identificarlos por su nombre. • Informarles de las reglas del tour en forma pausada, clara, precisa y sus consecuencias. • Ubicarlos cerca de sus padres o encargado legal. • Recordarles de acuerdo al lugar visitado el uso de equipo de protección (pantalón largo, camiseta, gorra, zapato cerrado). • Fiscalizar su comportamiento durante todo el recorrido.

5.1.2 Técnicas de guiado aplicadas a Adolescentes entre 12 – 17 años:

Conducta de Personas	Técnicas de Guiado Recomendada
Adolescentes: • Se revela contra la disciplina y contra toda clase de barreras sociales. Esta crisis se agudiza y se prolonga con más violencia en la pubertad. • La razón de su extraño comportamiento es que en la adolescencia se conquista la autonomía de la conciencia moral, agravadas por las presiones externas a las que le somete la familia y la sociedad. • Esta crisis es pasajera, llega a su fin entre los 18 y 20 años, en que comienzan a dibujarse los rasgos de la conciencia adulta. • En esta etapa especialmente difícil, en su toma de decisiones , el joven vive un estado de inquietud, remordimiento, ansiedad arrepentimiento, timidez y hasta reproche. • Su conducta es simplista, idealista, orientada hacia el futuro y sin apenas cuestionarse el pasado o el presente.	• Evaluar su comportamiento por medio de un diagnóstico rápido, preguntar directamente. • Ofrecerle claramente los condiciones y limitaciones del tour –no salirse del sendero, no hacer ruido, no manipular el equipo, etc— • Recomendar el equipo de protección adecuado para la ejecución del tour –gorra, protector solar, ropa ligera, agua— • Motivar al o la joven líder del grupo a colaborar en la travesía. • Mantener el grupo unido, se recomienda atender no más de 12 PAX por guía. • Evitar el aburrimiento con técnicas rígidas e inflexibles, travesías largas, sin equipo de protección, lugares de poco interés--. • Aplicar lapsos de descanso durante el recorrido.

5.1.3 Técnicas de guiado aplicadas a personas Adultas entre 18-64 años:

Conducta de Personas	Técnicas de Guiado Recomendadas:
Adultos: • La edad madura se extiende entre los 25 y 60 años en el caso de los hombres y entre los 20 y 50 en las mujeres, pero desde el punto legal se es adulto a partir de los 18 años. • Es la época en que la conciencia llega a su plena autonomía, sin que nada le impida madurar. • Se integran armoniosamente todos los elementos que se han diferenciado a lo largo de su evolución psicológica y moral. • Es una conducta realista con amplia apertura al pasado, vivencia del presente y una previsión para el futuro.	• Es un cliente que sabe lo que quiere, por tanto, se convierte en una fortaleza o debilidad; como fortaleza el guía trabaja con base en sus gustos y preferencias y como debilidad porque cuando comparten con un grupo heterogéneo quieren que se discutan únicamente sus temas de interés. • Aprende y se divierte con facilidad. • Informar con precisión sus tareas en la ejecución del tour. • Ofrecerle claridad en los servicios comprados, se molestan cuando sus expectativas no se cumplen,

5.1.4 Técnicas de guiado aplicadas a personas Tercera edad de 65 años o más:

Conducta de Personas	Técnicas de Guiado Recomendadas:
Tercera Edad o Senil: • Son personas maravillosas que aún tienen mucho que aportar, su experiencia no tiene precio. • La conciencia de un anciano puede permanecer hasta cierta edad con características de la adultez o bien transformarse en una conciencia juvenil-infantil. • Es común que los ancianos sufran regresiones al pasado, por la opresión de la sociedad; esta conducta es decadente, replegada, instalada en el pasado y sin apertura al presente y el futuro. • La conducta senil no debería ser un retroceso, sino la culminación de una larga y oportuna evolución.	• Brindar información precisa del servicio comprado. • Asumir una conducta de liderazgo en la ejecución del tour. • Recordar la importancia de los tratamientos médicos. • Diagnosticar con detalle los requerimientos de los clientes. • Asumir con tolerancia, tranquilidad y veracidad las sugerencias de los clientes. • Ofrecer un servicio de calidad sin distinción de étnia.

5.1.5 Técnicas de guiado aplicadas Personas con Discapacidad

Conducta de Personas	Técnicas de Guiado Recomendadas:
Personas con Discapacidad: • Son personas valiosas que no deben ser consideradas como menos por sus limitaciones físicas o mentales. • No hay excusas para mirarlos como personas de segunda categoría. • La ley 7600 promueve la igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad en Costa Rica. • Se entiende por discapacidad a cualquier deficiencia física, mental o sensorial que límite una o más de las actividades principales de un individuo. • Son personas iguales que deben gozar de los mismos derechos y deberes adecuando la educación, la arquitectura de lugares, medios de transporte, etc.	• Brindar un servicio con equidad. • Ubicar a los clientes de manera grupal para mejor control. • Recordar sus obligaciones y limitaciones en la ejecución del tour. • Reportar cualquier incidente por mínimo que sea al departamento de operaciones de la compañía y anotar en la bitácora. • Brindar asistencia con prudencia y cortesía. • Tener presente la condición e historial clínico de los clientes y prever cualquier situación médica, sin llegar a caer en impericia (no estar entrenado para un x actividad).

5.2. Desarrollo del Tour:

El grado de satisfacción de los pasajeros durante el desarrollo de un tour, va a depender de la adecuada planificación de éste y aún, cuando los operadores han dispuesto los elementos necesarios para una ejecución impecable la conducción es la otra parte que complementa una excelente calidad en el servicio.

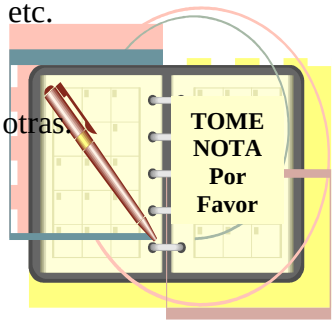
El guía debe dominar los diversos componentes que conforman un servicio especializado como lo es el "tour", debe estar en capacidad de responder a cualquier imprevisto en el itinerario, aspectos de orden físico de parte de alguno de los pasajeros, condiciones atmosféricas y otras relativas a el estado de carreteras y puentes.

El tour normalmente tiene dos fases definidas:

5.2.1. Preparación del tour.

Antes de recibir el grupo, el guía coordinará con la empresa de viajes todos los aspectos de orden administrativo - logístico y visualizará el tour y sus diferentes componentes:

- ***Itinerario:*** manejo adecuado de los tiempos de desplazamiento
- ***Ruta***: distancias, material de la carretera, altitud sobre el recorrido
- ***Tipo de atractivos y servicios turísticos***: naturales, culturales, tecnológicos y servicios de hospedaje, alimentación y recreación.
- ***Segmento turístico identificado***: general, especializado
- ***Documentación administrativa y equipo:*** Listado de turistas, material de apoyo (libros, láminas brochures, mapas), cámaras, equipo de óptica, etc.
- ***Servicios de salud localizados***: Hospitales, clínicas.
- ***Limitaciones especiales del pasajero identificadas***: Físicas y otras.



5.2.2 Ejecución del tour

Comprende las actividades que se realizan a partir del momento en que el guía aborda el transporte y finaliza con la entrega de los documentos solicitados por la empresa.

- **Coordinación de actividades previas**

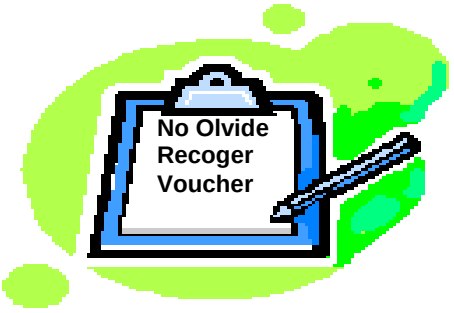
Coordinación con el conductor del vehículo: Se debe dialogar con el chofer y verificar el estado del vehículo; limpieza, equipos de apoyo del vehículo (extintor, botiquín de primeros auxilios, hieleras) y explicar cuáles son las normas de conducta para el trato cordial y amable con los turistas.

- **Lugar de abordaje de los clientes:**

Con la puntualidad que corresponde a un servicio de calidad, se debe recoger a los pasajeros en las empresas de hospedaje o áreas públicas acordadas con ellos.

- **Recepción de los vouchers**

Al recibir los vouchers se debe v
información exacta y en orden del pa
servicios que debe recibir, condicior
especiales e importancia del pasajero



- **Recibimiento y bienvenida**

En esta etapa, el guía debe realizar una presentación formal del tour, ofreciendo una atenta y cordial bienvenida, haciendo una corta presentación de su persona, identificando por el nombre al chofer, posteriormente una descripción general del país, y explicando con detalle el recorrido que realizaran, entre otros datos.

- **Interpretación de la información de interés turístico**

El guía pondrá especial atención en cuanto a la información que se brinda intentando no saturar a los clientes y brindar detalles sobre los aspectos más

relevantes durante el tour: paisaje, fisiografía, historia vinculada, actividades socioeconómicas, clima, realizaciones culturales, arqueológicas, arquitectónicas, flora y fauna. Asimismo debe considerar guardar silencio para permitir la observación y asimilación de lo que le ha dicho al turista.

- **Atención de clientes en situaciones imprevistas**

Debe estar atento a cualquier situación imprevista principalmente aquellas que atañen a la integridad física de los turistas y el disfrute del tour. En todo caso el profesional debe recordar que el fin último del tour es la satisfacción del turista y eso se logra con el control de los pequeños detalles.

- **Conclusión de la actividad**

Con la misma cordialidad con se inició el tour, el guía debe cerrar su labor agradeciendo la participación en el mismo, augurándoles una feliz estadía y esperando verlos de nuevo en algún otro tour de la empresa.

- **Aplicación de los cuestionarios**

El guía deberá explicar a los pasajeros que con el interés de mejorar el servicio, la empresa les solicita llenar un cuestionario de evaluación para valorar la calidad del servicio recibido por ellos y estará pendiente de que el cliente llene el formulario y presto a aclarar cualquier duda.

- **Cuestionarios y documentos administrativos entregados según las normas establecidas por la empresa.**

Debe entregar a la empresa contratante los formularios aplicados a los turistas y todos aquellos documentos que sirvan en la gestión administrativa y contable de la empresa.

Nota

El guía debe mostrar capacidad para desarrollar el trabajo en equipo, y lograr la satisfacción total de los turistas a través de un servicio de calidad.

5.3 Tipos de Grupos

5.3.1 Especializados

Son aquellos grupos que realizan tours con características muy específicas. Ejemplos:



- Tours de salud o Médico *(aguas termales, piscinas, descanso, cirugías, recuperación).*
- Seminarios, convenciones, Cultural, deportivo, musical, congresos, eventos especiales.
- FIT (Frequent Individual traveler) (Viajero frecuente individual). Persona que viaja con un paquete específico o un grupo pequeño.

5.3.2 Generales

Son desplazamientos que se realizan con la idea de conocer diversas manifestaciones culturales, naturales, sociales y el producto turístico de un país o zona en forma integral. Ejemplos:

- Combinación de naturaleza y cultura en el área de Puntarenas Monteverde.
- Combinación de patrimonio histórico, arquitectónico y volcanes en el Valle Central de nuestro país.

5.3.3 Fam trips

Grupos de vendedores de agencias de viajes internacionales, principalmente mayoristas; vienen a conocer el producto turístico que mercadean para ofrecer un producto o servicio con conocimiento de causa, no sólo las ventas de este producto, sino también diversificarlo.

Se les paga todo lo que consumen en el país en el destino, además de tener otros beneficios como por ejemplo:

- Visitar hoteles.
- Degustar alimentos y bebidas.
- Visitar y conocer la operación de las agencias de viajes.
- Demostrar el sistema de ventas del producto turístico de las agencias y líneas aéreas.
- Realización de los tours, para venderlos en su país de origen.

5.3.4 Very Important People (VIP)

El VIP (Persona muy importante), es normalmente un mayorista internacional, que pretende iniciar contactos con el país, y cuya atención implica una serie de visitas a lugares de gran atractivo así como ubicarlo en servicios de hospedaje y alimentación de reconocida calidad. También se incluyen políticos, escritores, embajadores, etc.

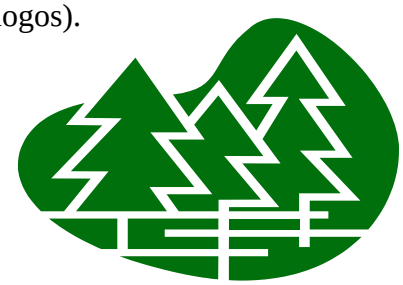
5.3.5 Incentivos

Son paquetes turísticos ofrecidos a un determinado grupo de personas de una compañía como beneficio adicional al trabajo realizado durante un período de tiempo. Principalmente participan los vendedores, agentes de servicio al cliente, ejecutivos, gerentes, propietarios de negocios. Son grupos grandes con servicios All Include (todo incluido).

5.3.6 Naturalistas

Son los grupos que tiene un interés meramente natural en el país.

- Observadores de aves (Birdwatchers ornitólogos).
- Mamíferos (Marmmal).
- Árboles (Dendrólogos).
- Insectos (Entomólogos).
- Anfibios y reptiles (Herpetólogos).



5.4 Actitudes de los clientes:

El turista se desplaza de su lugar de origen con el interés de disfrutar de la naturaleza y cultura de su país o fuera de él, en busca de la recreación, relajación para olvidar las múltiples actividades cotidianas.

El guía de turistas debe tener presente las distintas personalidades de los clientes, el diferenciarlas le va a permitir ofrecer un servicio personalizado, con base en los gustos de cada persona y a la entera satisfacción de la empresa.

La gran diversidad de personalidades y temperamentos entre los miembros de un grupo merece un análisis para intentar trabajar con un grupo homogéneo, entre los más importantes se encuentran:

El Cliente Sumiso

Características: Es una persona tímida, retraída y no manifiesta abiertamente sus expectativas. Por ello el prestador de servicios debe de preguntar directamente: Cómo le parece el servicio ? para así conocer sus expectativas y ayudarlo a que se sienta tranquilo y seguro.

El Cliente Abusivo

Características: Ponen en tela de juicio la garantía de los productos e inventan malos tratos con el fin de obtener algo.
El prestador de servicios debe de actuar con cautela y estar bien informado para respaldar sus respuestas y a la vez utilizar información exacta y veraz.

El Cliente Seductor

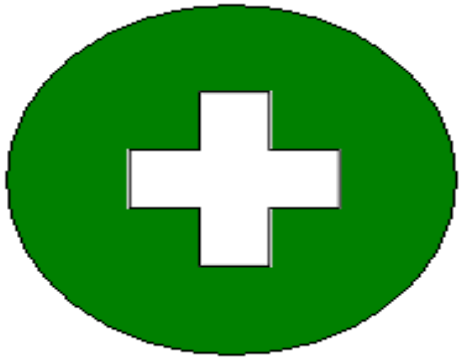
Características: Utilizan vestimentas muy cuidadosas, de colores llamativos, ropa ajustada, escotes, haciendo resaltar su cuerpo. Tienden a mirar fijamente a los ojos, les justa acercarse mucho, su voz es persuasiva y su conversación versa sobre aspectos personales.
El prestador de servicios se debe comportar amable pero siempre firme, debe establecer su posición de empleador y no perder el tema central de la conversación.

El Cliente Agresivo

Características: Se identifica fácilmente por su voz alta, manifiesta abiertamente lo que espera y lo que le molesta, es critico y censura simplemente por el afán de molestar. Refleja su temperamento con expresiones faciales como: cabeza erguida, ceño fruncido, rostro ruborizado, boca apretada y puños cerrados.
El prestador de servicios debe mantener la calma y esperar que el cliente se desahogue y aceptar lo que dice pero no necesariamente se debe estar de acuerdo con ello.

CAPITULO VI

PREVENCIÓN y EVALUACIÓN DE RIESGOS EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS



Subtemas:

6.1 Preparación ante Accidentes y Evaluación de Riesgos
6.2 Manejo Básico de Equipos de Emergencia
6.3 Manejo Básico de Extintores portátiles
6.4 Prevención y Seguridad para visitantes en Áreas Protegidas
6.5 Reglamentación Básica

VI PREVENCIÓN y EVALUACIÓN DE RIESGOS EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS

La prevención de riesgos en actividades turísticas pretende ofrecer herramientas básicas en el manejo de equipos y protocolos para la protección y seguridad de los clientes internos y externos.

El guía de turistas como responsable de la empresa en la conducción del grupo deberá aplicar las técnicas de prevención para la satisfacción de sus clientes.

6.1 Prevención de Accidentes y Evaluación de Riesgos

6.1.1 Reconocimiento de Riesgos Iniciales

El fuego o combustión es un proceso químico en el que el oxígeno del aire se combina con un material combustible en presencia del calor. Para que surja un fuefo es necesario que se hallen presentes cuanto elementos o factores: **COMBUSTIBLE, CALOR, OXIGENO y REACCION QUIMICA EN CADENA.**



Por lo tanto, como lo muestra la figura, si no existe alguno de estos elementos, el fuego no se produce; el guía de turistas debe identificarlos para evitar el inicio de un siniestro.

6.1.2 Elaboración de Formatos para evaluar riesgos

Las empresas prestadoras de servicios turísticos deben evaluar sus equipos, instalaciones y herramientas con base en los servicios ofrecidos. A continuación se presenta una tabla de aspectos de prevención con el fin de localizar deficiencias.

MEDIDAS DE PROTECCION PASIVA y ACTIVA (Señalización, detección, extintores, alarmas, hidrantes, accesos, etc	**REVISION INICIAL (Registro de fechas, el estado y el responsable de las acciones correctivas)**				**CONCLUSION ACCION CORRECTIVA**			**FRECUENCIA DE INSPECCION (De acuerdo al programa registre la fecha)**			
	Fecha	**ESTADO**		**ACCION CORRECTIVA (Indique la acción a desarrollar)**	**Se Cumplió**		**Fecha**				
		SI	**NO**		**SI**	**NO**		**Mensual**	**Trimestral**	**Semestral**	**Anual**
Las rutas de evacuación, los accesos a las salidas, las salidas de emergencias y zonas de evacuación están debidamente señaladas, de acuerdo a la Normativa vigente.											
Los pasillos, puertas y salida de emergencia cuentan con el ancho mínimo requerido de acuerdo a la normativa vigente.											
Las alarmas de incendios están estratégicamente ubicadas claramente identificadas y el personal sabe cómo usarlas.											
Cuenta su empresa con un sistema de lámpara de emergencia con una duración de por lo menos 90 minutos, para pasillos, salidas, escaleras, rutas de evacuación.											
Cuenta su empresa con detectores de humo, ubicados e instalados de acuerdo a la norma NFPA 72 y son inspeccionadas frecuentemente.											
Están ubicados extintores de incendios, de acuerdo al riesgo a proteger (Capacidad de Extinción).											
Están señaladas y colocados adecuadamente los extintores contra incendio y son revisados frecuentemente para comprobar su estado de funcionamiento.											
Cuenta su empresa con un sistema fijo contra incendios (gabinetes de mangueras, con adecuado abastecimiento de agua).											
Los accesos a la empresa e hidrates se encuentran libres de obstáculos y señalizados.											

6.2 Manejo Básico de Equipos de Incendios

6.2.1 Sistemas fijos de Incendios

6.2.1.1 Mangueras:

La manguera está clasificada por su tamaño (diámetro interno) y por el material con que esta construida. Las utilizadas actualmente están hechas de muchos materiales, los cuales deben ser susceptibles al deterioro y al desgaste y pueden se hechas con muchos grados y categorías en cuanto a calidad. La manguera está confeccionada por tres métodos específicos básicos de construcción: Trenzadas, enrollado y entrelazado. Las fibras más utilizadas en la construcción son hilo de algodón, nylon, seda, vinil y poliéster. Se recomienda el uso de la manguera suave de 2 o 3 capas de largo 15.24 metros hasta los 30.48 metros.

6.2.1.2 Uniones o Pitones:

Todas las uniones usan la rosca N.S.T (Nacional-Standard-Thread), fabricadas en dos diferentes aleaciones, bronce y Pirolite. Se les conoce como conexiones, adaptaciones o sistemas con mecanismo directos del paso de agua cuando la manguera esta conectada.

Dentro de los tipos de uniones, pitones o accesorios está los siguientes:

Tipo	Características
Y Griega	2 ½ de entrada a dos salidas de 1 ½". Usadas para conexiones directas de líneas de manguera de 2 ½".
Siamesas	Dos conexiones hembra y una conexión macho, equipadas con llave de paso.

Recomendaciones para inspección de mangueras y pitones:

a- Esten bien instaladas
b- No tengan ninguno obstáculo alrededor.
c- Los pitones no estén golpeados
d- Mangueras sin grietas y sin suciedad.

Recomendaciones para uso de mangueras y pitones:

1- Desenrrolle y conecte la manguera
2- Abra la llave de paso de Agua
3- Gire el pistón
4- Apunte en forma de barrido hacia el fuego.
5- Combata el fuego a espaldas de una ruta de salida
6- No combata el fuego solo.
7- Ponga atención a la estructura que se está quemando.

6.3 Manejo Básico de extintores portátiles:

Un extintor es un aparato diseñado especialmente para que permita la descarga de una determinada cantidad de agente extinguidor almacenado en su interior y de acuerdo a las necesidades de su operador. El éxito de su uso depende de varios factores:

a- Escoger el extintor con su agente extinguidor apropiado al tipo de fuego.
b- Conocer las técnicas correctas de aplicación del agente extinguidor.
c- Suministrar la cantidad adecuada de acuerdo al tamaño del fuego.
d- La operación correcta del aparato conforme su diseño.



CLASE FUEGO	CARACTERISTICAS	AGENTE EXTINGUIDOR
A	Madera, cartón, plástico, tela, producen BRASAS, donde debemos prestar mayor atención.	Agua, Espuma, polvo químico triclase, Gas halón Los métodos de extinción son enfriamiento, sofocación y remoción.
B	Todos los Líquidos inflamables y combustibles y gases.	Polvo Químico, Espuma, Bióxido de Carbono y Gas Halón. Los métodos de extinción con la interrupción de reacción en cadena y sofocación.
C	Equipo eléctrico energizado, se debe tener más cuidado por un posible choque eléctrico contra nosotros.	Remover la corriente eléctrica, lo cual el fuego pasará a clases A o B según los materiales involucrados. Utilizar Bióxido de Carbono y Gas Halón. Los métodos de extinción sofocación y/o remoción.
D	Se presentan en talleres de trabajos de metal como el aluminio, bario, magnesio y otros.	Utilizar Polvo Químico especial a base de grafito y otros elementos secos e inertes.

Reglas Generales para el Uso de Extintores:

1. Quite el pasador de seguridad de la parte superior del extintor. Rompa la banda de inspección de alambre o plástico.
2. Lleve el extintor cerca del lugar del incendio.
3. Apunte el pitón hacia la base del fuego y apriete la manija para descargar el agente.
4. Apriete el gatillo que está arriba de la manija para descargar el agente. La descarga se puede cerrar soltando el gatillo.
5. Hágalo funcionar de acuerdo a las instrucciones recibidas para el tipo de aparato.
6. Si es posible ejecute el trabajo de extinción acompañado de otra persona.
7. Trabaje con la dirección del viento hacia la espalda en lugares abiertos. En lugares cerrados deje siempre la puerta abierta a su espalda.
8. No pierda el control y respire pausadamente para evitar inhalar los gases que se produce de la combustión.
9. Cuando logre apagar el fuego, mantenga la serenidad y vigile atentamente de frente cualquier reinició del mismo.

6.4 Prevención y seguridad para visitantes en Áreas Protegidas

PASO 1

El guía de turistas deberá ofrecer al usuario información que le permita conocer anticipadamente las características y condiciones específicas que tiene el camino que está recorriendo y el lugar en general. Aspectos relevantes como la presencia de gradas, caminos inestables, resbalosos, con huecos y precipicios a la orilla del camino, entre otros.



Señalización de salidas:

1- Habituales
2- De emergencia:
   - Tramos de recorrido de evacuación.
   - Recorrido de evacuación que conducen a salidas habituales.
   - Recorrido de evacuación que conducen a salidas de emergencia.

PASO 2

Es importante que todo usuario cuente con la información necesaria para ubicarlo e indicarle qué hacer en caso de emergencia.

- Ubique las posibles vías de escape de emergencia en la zona. Mantenga a mano el mapa del lugar.
- Discuta brevemente con sus acompañantes el plan de escape en el momento de la emergencia.
- Ubique los puestos de primeros auxilios existentes en la zona.
- Designe un lugar fuera del área del parque para reunirse con sus acompañantes después de la emergencia.

PASO 3

Hay necesidad de informar y señalizar cuáles son los senderos accesibles para la población con alguna discapacidad.

PASO 4

Los funcionarios de las Áreas Protegidas deben contar con una guía con información básica. Deben estandarizar el lenguaje, y unificar los criterios y procedimientos que utilizarán en el momento en el que se presente una emergencia.



PASO 5

La información preventiva debe elaborarse en forma comprensible para adultos y niños; por ejemplo, la información táctil que se coloque a través del recorrido por el Parque, debe situarse a una altura conveniente tanto a niños como a adultos de baja estatura.

6.4.1 Métodos recomendados para divulgar medidas de prevención y seguridad en Áreas Protegidas

La simbología utilizada debe ser uniforme en todas las Áreas Protegidas; de esta manera, el usuario logrará comprender la información independientemente del lugar en donde se encuentre.

Las opciones informativas accesibles se presentan a continuación:

1. Información presentada en vídeo y cassette, y programa virtual

Se recomienda elaborar un vídeo, un cassette y un programa virtual informativo y preventivo, que el visitante encuentre en la sala de exhibición o a la entrada del área

protegida. Por estos medios el usuario será informado de las normas básicas que debe acatar para garantizar su seguridad durante la estadía en el parque. Esta información debe elaborarse en el idioma propio de cada nación, en el idioma inglés y con un recuadro de traducción al lenguaje de señas

Se recomienda incluir los siguientes temas:

a- Información general

- Nota introductoria que invite al visitante a reflexionar sobre la conveniencia de seguir los consejos que se le brindan.
- Ubicación de los puestos de primeros auxilios
- Ubicación de los medios de comunicación (radio, teléfono, alto parlante, etc.) a los que el usuario tiene acceso dentro del Área Protegida para pedir asistencia en el caso de una situación de emergencia.
- Extensión total de los senderos
- Duración aproximada del recorrido
- Condiciones generales del terreno (plano, escabroso, empinado, asfaltado, en piedra, resbaloso, etc.)
- Ubicación de las zonas de descanso
- Información de las ayudas técnicas y los accesorios que facilitan el desplazamiento y proporcionan seguridad y que están disponibles en la administración del Área Protegida (letreros, mapas, guías de campo).
- Información preventiva sobre determinadas plantas y animales propios de la zona que puedan convertirse en una amenaza para el visitante.
- Ubicación de los senderos y atractivos turísticos accesibles
- Horario de permanencia dentro del Área Protegida

b- Consejos para el visitante:

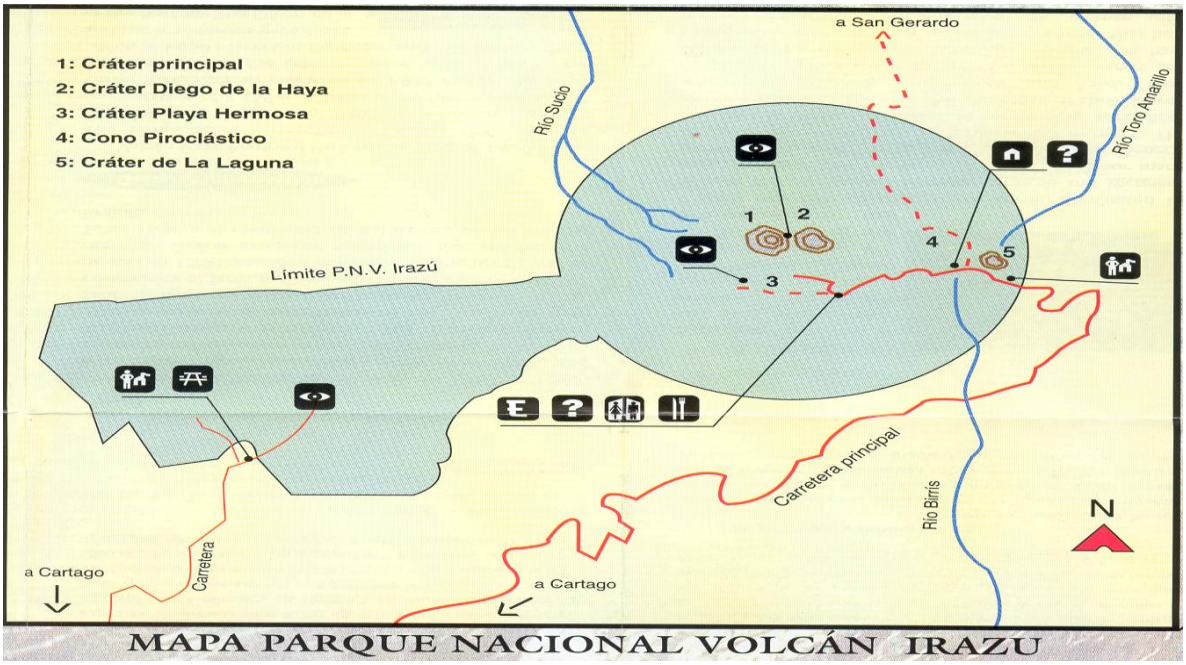
- Respeto a las normas de seguridad previamente establecidas en cada Área Protegida.
- Recordarle que debe portar sus medicamentos y ayudas técnicas personales que puedan ser necesarias en su recorrido por el Área Protegida.
- Prevenirlo acerca de situaciones de emergencia causadas por alguno de los siguientes factores:

- Exposición constante al sol
- Reacciones alérgicas al sol, picaduras de insectos u otros animales, plantas propias de la región o condiciones alérgicas específicas del usuario.
- Agotamiento por la duración del recorrido y las irregularidades del terreno.
- Posibles afecciones por los cambios climáticos que se presenten en el área visitada.
- Niveles de profundidad y áreas de acceso restringido en piscinas, ríos y mares.

2. Panfleto informativo y preventivo

Debe incluir un mapa del lugar con la indicación de los senderos accesibles, las zonas de riesgo, la ubicación de los sistemas de comunicación y de los servicios generales (servicios sanitarios, áreas de recreación, áreas de descanso, puestos de primeros auxilios).

Recomendaciones generales para el usuario (detalladas anteriormente en la descripción del vídeo), (Ver mapa del Parque Nacional Volcán Irazú).



3. Carteles de información y prevención

Deberán ser colocados en la entrada del Área Protegida y a lo largo de todo el recorrido. Además, deben cumplir con las especificaciones de información accesible.

4. Guía escrita en Braille

La Guía informativa en Braille se encontrará a disposición de los visitantes en la entrada del Área Protegida y contendrá la información de prevención y seguridad que se encuentra descrita en los anteriores medios informativos.

5. Información de seguridad para niños, niñas y adolescentes

La información de prevención y seguridad exclusiva para niños, niñas y adolescentes será presentada en la Guía Niños, niñas y adolescentes; acceso a las Áreas Protegidas.

6.4.2 Equipo técnico básico para la atención de emergencias

a- Botiquines de emergencia



Deben encontrarse en puntos estratégicos dentro del Área Protegida, así como a la entrada. Debe contar con los implementos necesarios para brindar una atención primaria según el tipo de emergencia que se presente (gasas, torundas, guantes, férulas), tomando en cuenta los riesgos específicos de cada zona. Es indispensable que las unidades de botiquín sean portátiles.

b- Extintores:

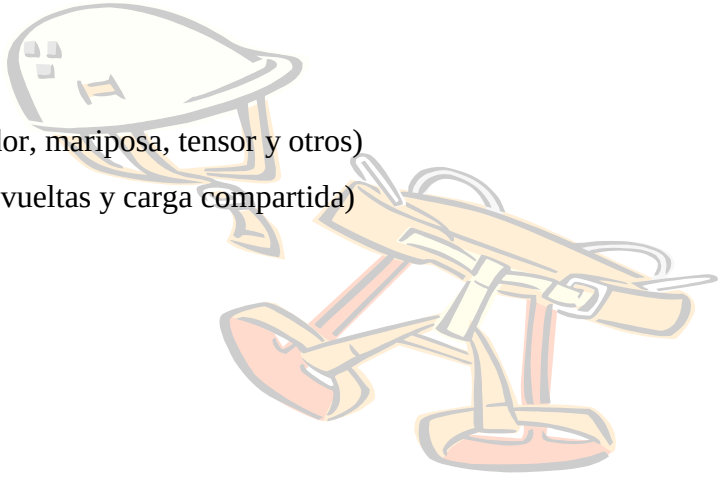


Deben ser ubicados dentro de las instalaciones administrativas y en aquellas edificaciones que se encuentren a disposición del visitante, como salas de exhibición, salones o áreas de descanso.

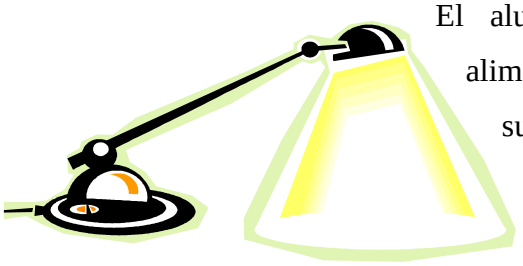
c- Equipo de rescate vertical

Aparte del equipo básico de primeros auxilios, dentro de las Áreas Protegidas es recomendable contar con el equipo indispensable para realizar el rescate vertical, el cual contiene los siguientes implementos:

- Equipo básico (botiquín portátil)
- Nudos (agua, ocho, prusik, pescador, mariposa, tensor y otros)
- Anclajes (sin tensión, simple, dos vueltas y carga compartida)
- Poleas
- Camillas
- Señales de mano.



d- Alumbrado de emergencia



El alumbrado de emergencia es cualquier sistema alimentado eléctricamente con dos fuentes de suministro, de las cuales la principal debe ser la red general del edificio o estructura, y la secundaria la específica de la instalación. Su autonomía de funcionamiento a plena carga debe ser como mínimo de una hora de duración, y su puesta en funcionamiento será automática, con el fallo del suministro de la red general.

e- Generalidades

El parque debe contar con equipos adicionales para el rescate elemental, además de poseer el equipo adecuado a las particularidades de cada Área Protegida.

Toda Área Protegida debe tener un número determinado de sillas de ruedas, muletas y equipo técnico, que se utilizarán en emergencias o situaciones especiales.

Si se utilizan cilindros de gas dentro de las instalaciones administrativas de las Áreas Protegidas, éstos deben encontrarse fuera del edificio y permanecer en un sitio seguro,

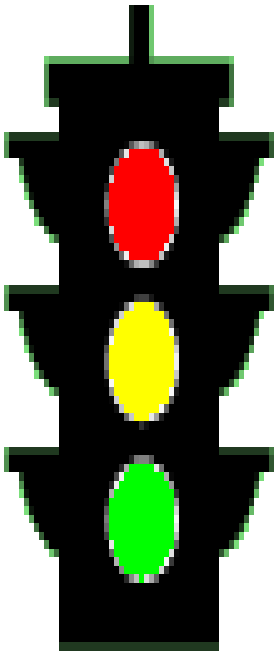
cubiertos por una malla. Deben estar fuera del alcance de los niños y cualesquiera personas ajenas a su utilización. Es importante señalizar adecuadamente su ubicación.

6.5 Reglamentación Básica

El profesional en guiado de turistas debe ser consciente de la existencia de las normas vigentes que regulan las actividades de Prevención de Riesgos, tal es el caso del Reglamento Técnico General sobre Seguridad Humana y Protección contra Incendios del 10 enero del 2005, Reglamento sobre las oficinas o Departamentos de Salud Ocupacional del 24 de septiembre de 1998, Manejo de Extintores. En síntesis, recuerde siempre estas recomendaciones ***(Ver ejemplo en el siguiente cuadro):***

AUTOEVALUACION DE SEGURIDAD

Antes de comenzar cualquier actividad, tarea o trabajo:



EVALUE el riesgo !
Qué podría salir mal?
Qué Es lo peor que podría suceder si algo saliera mal ?

ANALICE cómo reducir el riesgo!
Tiene usted el entrenamiento y conocimiento necesario para evar a cabo esta labor en forma segura?
Cuenta usted con todas las herramientas adecuadas y su equipo rotector individual ?

ACTUE! Debidamente para asegurar una operación segura!
Adopte toda acción necesaria para asegurarse que el trabajo se fectúe con seguridad !
Siga las instrucciones detalladas! ¡Pida ayuda cuando sea

¡ NO ACTUE HASTA QUE TODO ESTE SEGURO !

Para todos * Todos os día * Todo el Tiempo

CAPITULO VII

CARACTERIZACION DE LOS MERCADOS RECEPTIVOS



Subtemas:

7.1 Gustos y Preferencias de los turistas que visitan Costa Rica
7.2 Expectativas a futuro
7.3 Qué es lo más disfrutan al Visitar Costa Rica
7.4 Requerimientos Especiales de los turistas

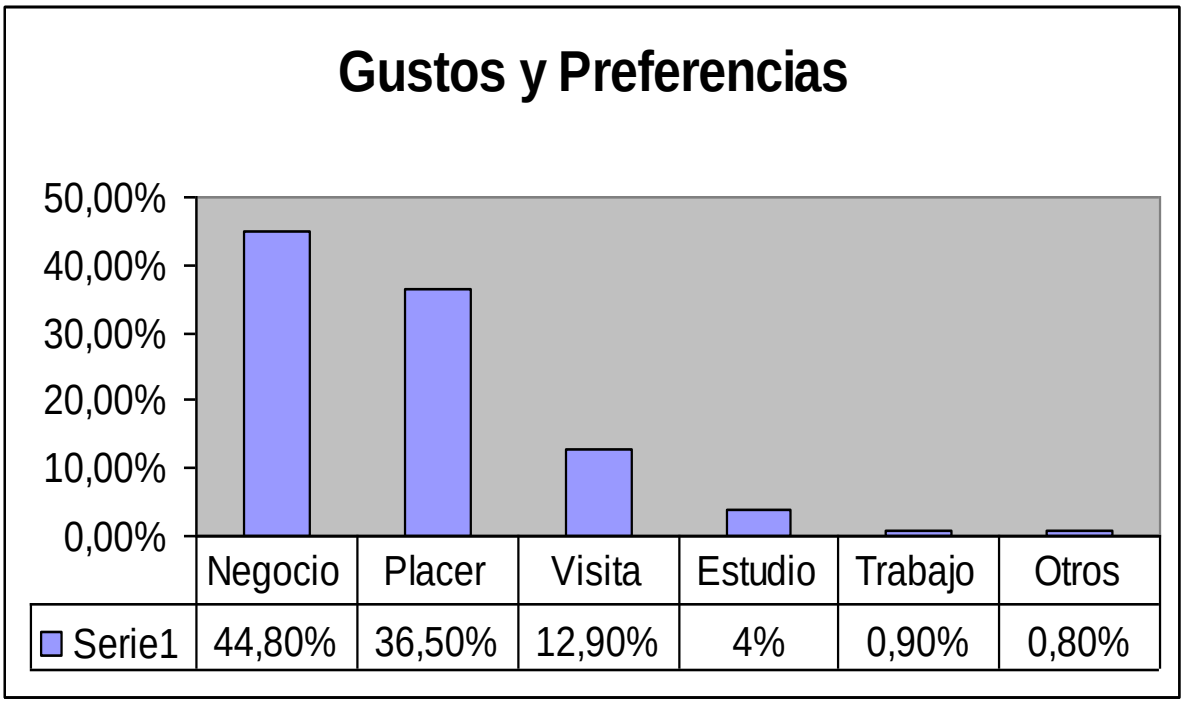
VII CARACTERIZACION MERCADOS RECEPTIVOS

Lo más importante para las empresas y actividades turísticas son los clientes, los mismos deben ser analizados con base a sus gustos y preferencias con el objetivo de ofrecerles un excelente servicio.

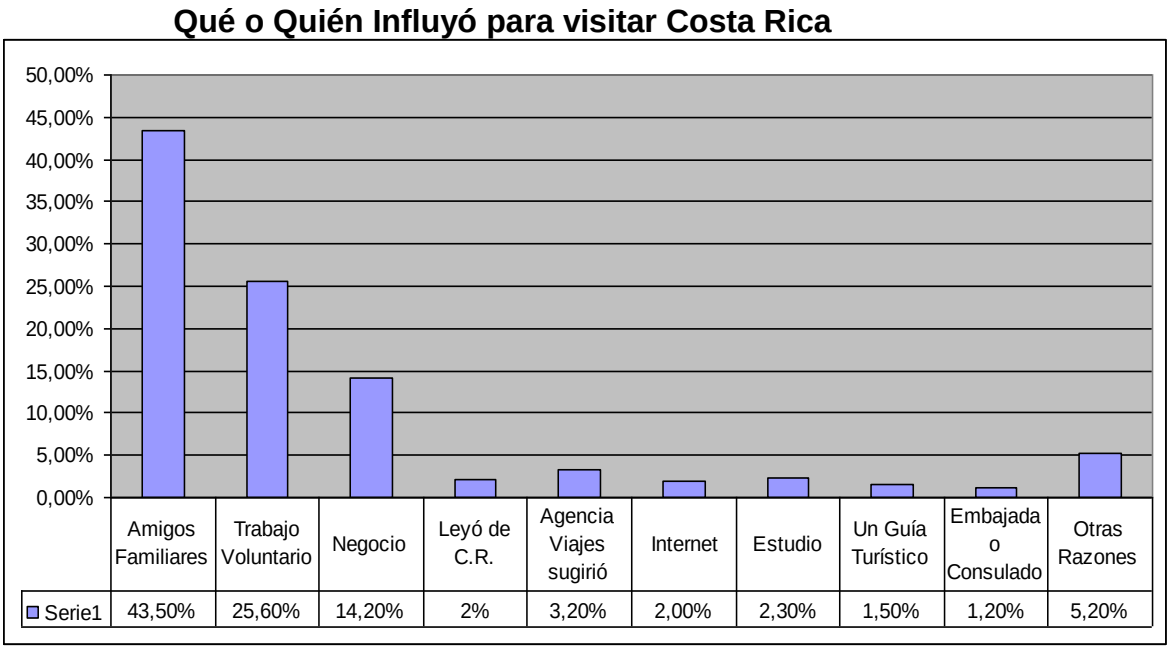
7.1 Gustos y Preferencias de los turistas que visitan Costa Rica

Los turistas que visitan nuestro país son muy heterogéneos, pues en un buen porcentaje son norteamericanos y el resto nos visitan de varias partes del mundo, incluyendo Europa, Latinoamérica, Asia, entre otras.

Su escogencia por Costa Rica, radica principalmente en la oferta variada al servicio de los clientes.



Fuente: Estudio realizado por Bimsa para el ICT, "Encuesta del grado de satisfacción del turista que visita Centroamérica", país Costa Rica.



Fuente: Estudio realizado por Bimsa para el ICT, "Encuesta del grado de satisfacción del turista que visita Centroamérica",país Costa Rica.

7.2 Expectativas a futuro

Las proyecciones realizadas con base en los crecimientos proyectados para el mundo entero por OMT[1] se presentan en el siguiente cuadro:

Proyecciones de llegadas de turistas internacionales, según región.

Región	2010	2020	Cuota % para el 2010	% de variación promedio 2010
• Europa	527.3	717	52.4	3
• Américas	190.4	282.3	18.9	3.9
• Asia y Pacífico	195.2	397.2	19.4	7.7
• África	47	77.3	4.7	5.6
• Oriente	35.9	68.5	3.6	7
• Asia meridional	10.6	18.8	1.1	6.7
Total	1,006.4	1,561.1	100	4.2

FUENTE :Turismo, Panorama 2020.OMT

Como puede verse las estimaciones de crecimiento prevén una tasa promedio del 4.2 % mundial hacia el año 2010, generando cerca de 1000 millones de turistas. Específicamente

1 OMT. Turismo: Panorama 2020, edición 2001

para la región de las Américas (cuadro 1.11) se proyecta un crecimiento promedio de 3.9% para el año 2010, que generaría cerca de 190 millones de turistas.

De acuerdo a esta proyección la sub región centroamericana estaría recibiendo a 5 millones de turistas para el año 2010 con un crecimiento promedio del 5%.

Proyecciones de llegadas de turistas internacionales a las Américas

Región	2010	2020	Cuota % para el 2010	% de variación promedio 2010
Norte	131.9	192	69.3	3.6
Sur	26.9	42.8	14.1	4.8
Caribe	26.6	40	14	4.3
Central	5	7.5	2.6	4.5

FUENTE: Plan Desarrollo Turístico ICT 2002-2012

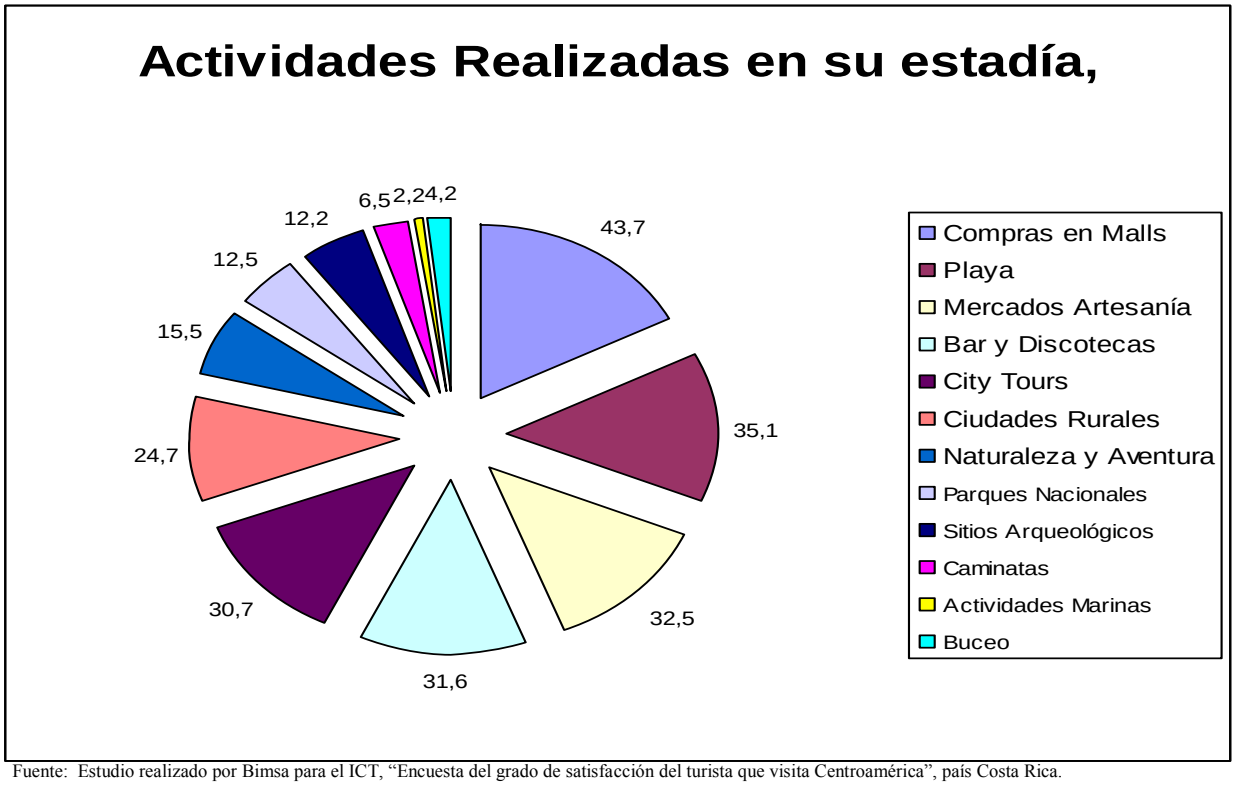
Debe tenerse presente que estas proyecciones fueron realizadas a finales de la década de los años 90 y desde luego no incluyeron todos los acontecimientos que se han suscitado a partir del año 2000. Considerando que para el año 2003, Centroamérica prácticamente había alcanzado la cifra de 4.9 millones (la meta planteada para el año 2010), se hace necesario replantear el escenario de crecimiento futuro.

En este sentido, si se considera que la subregión logra mantener su participación de mercado del 5% observada en el 2004 y asumiendo que efectivamente la región americana alcanzaría los 190 millones de turistas en el 2010, cabría esperar que Centroamérica llegue a recibir entre 9 y 9,5[2] millones de turistas para ese mismo año.

[2] Esta cifra representa el 5% del total de mercado, es decir, de los 190 millones de turistas.

7.3 Qué es lo que más disfrutan al visitar Costa Rica

La demanda heterogénea de turistas que nos visitan de todo el mundo complementan sus gustos y preferencias por medio de actividades específicas que realizan durante su estadía en nuestro país. Es así que los motivos de negocios y placer lo complementan con tours de compras y playa, así como el disfrute en bar y discotecas y la compra de artesanías. No dejan de ser importantes las otras actividades las cuales el guía de turistas debe tomar en consideración con el fin ofrecer una variedad de acuerdo a las preferencias de los clientes.



Fuente: Estudio realizado por Bimsa para el ICT, "Encuesta del grado de satisfacción del turista que visita Centroamérica", país Costa Rica.

7.4 Requerimientos Especiales de los turistas:

La empresa prestadora de servicios --tour operador-- debe tener claro una serie de necesidades básicas de sus clientes, las cuales el guía de turistas deberá conocer para ofrecer una excelente ejecución en los servicios comprados por el cliente. Aclaramos que lo mencionado aquí no es lo único, pueden surgir muchos más de acuerdo a los requerimientos de los diferentes clientes.

Requerimientos	Recomendaciones
✓ Preferencias Alimenticias	◆ Al reservar preguntar tipo de alimentación prefiere. ◆ Confirmar con el cliente a su llegada su preferencia alimenticia. ◆ Ofrecer diferentes opciones de menús de acuerdo a sus requerimiento.
✓ Medicamentos	◆ Preguntar al cliente puntos clave de su historial clínico (padecimiento, ingesta de medicamentos, enfermedades permanentes – Deabetes, Presión Arterial alta, Alergias-).
✓ Limitaciones Físicas y Psicológicas	◆ Si existe algún tipo de discapacidad.-visual, auditiva, motora-. ◆ Tipo de atención que requiere ◆ Utilización de apoyos –silla de ruedas, andadera, audífonos, bastón, muletas, letreros-.

GLOSARIO

Agencias de viajes: Empresas intermediarias de servicios entre el público y las compañías de transporte, hoteles, y otros.

Atractivos turísticos: Comprenden los sitios naturales y culturales así como la actividad humana existente en determinado lugar o región y que constituyen el principal motivo para que el turista lo visite.

Booking: Término que se refiere a una reserva y puede también indicar el Departamento de reservas de un agente turístico

Brunch: Servicio de restauración en forma de "buffet" completo que conjunta el desayuno y el almuerzo- Se suele ofrecer por los hoteles en días festivos.

Buffet: Término utilizado en restauración para definir un servicio donde los productos son expuestos en mesas calientes y frías para el libre acceso del cliente.

Cheque de viajero: Travellers Check: Documento emitido por una entidad financiera que permite ser canjeado por dinero en otro país o servir de medio de pago.

C.P.L: Significa "Complementario", es el servicio gratis ofrecido por una empresa de servicio turístico.

City tour: Itinerario turístico que incluye la visita guiada de una ciudad.

City by night: Itinerario turístico en autocar consistente en realizar una visita a la ciudad de noche y visitar salas de fiesta u otros espectáculos nocturnos.

Costo neto: Tarifas sin comisiones o ganancia.

Crucero: Viaje todo comprendido realizado por vía acuática en el que el barco se convierte en un hotel flotante. Se aplica también el nombre al buque que realiza este servicio.

Comisión: Suma de dinero que percibe la agencia de viajes o tour operadora por prestar sus servicios, generalmente esa comisión la recibe de las otras empresas de servicios turísticos de hospedaje, gastronómica o viajes.

Charter: Vuelo programado o nó, alquilado o contratado por uno o más grupos para su uso exclusivo. Tales vuelos son normalmente menos caros que los vuelos regulares puesto que los charter venden un porcentaje mayor de pasajes.

Empresa de hospedaje: Establecimientos que brindan al público los servicios de alojamiento de la forma más cómoda posible y en forma remunerada. En todos los casos deberá contarse con una adecuada ambientación y tratamiento de áreas exteriores e interiores.

Empresa gastronómica: Establecimientos que brindan los servicios de comidas y bebidas, en forma remunerada. En todos los casos debe contarse con una adecuada ambientación y tratamiento de áreas exteriores e interiores.

Mark-up: Margen o ganancia que recibe una agencia en los paquetes turísticos.

Ecoturismo: Conjunto de actividades turísticas que implican un contacto directo con la naturaleza.

Excursionista: También llamado "visitante de un día", es aquel que no pernocta en el país o lugar visitado en caso de turistas nacionales. Incluye a los pasajeros en crucero, que regresan al barco a pernoctar.

Ferry: Barco que realiza un trayecto entre dos puertos relativamente cercanos transportando mercancías, personas y vehículos.

Free booking: Reserva abierta que no requiere confirmación por parte del cliente.

Garni: Tipo de alojamiento que no dispone de restaurante y solo sirve desayunos.

Inclusive Tour: Paquete turístico. Viaje todo incluido en el que se vende por un precio global un conjunto de servicios, comprendiendo generalmente el transporte, el alojamiento y otros.

Itinerario: Descripción y dirección de un camino, expresando los lugares y posadas por donde se ha de transitar.

- Indicación detallada de un recorrido cualquiera
- Documento escrito o impreso que describe un recorrido determinado con indicación de distancias y eventualmente con informaciones hoteleras y otros elementos de interés turístico.

Kitchenette: Pequeño servicio de cocina instalado en un alojamiento turístico.

King Size- Término en hostelería para definir las camas de 2.10mts de largo por 2.10mts de ancho.

Mayorista (Wholesaler) Agencia de Viajes cuya función es vender sus productos y servicios a las minoristas, no pudiendo ofrecerlos al usuario directamente.

Minorista: Agencia de Viajes que vende directamente al público los servicios solicitados por el cliente.

Mercado Turístico: Es el conjunto de la oferta y de la demanda de servicios turísticos y el volumen de operaciones y de transacciones a que da lugar.

No-Show: Término para definir la no-presentación de un cliente a un servicio previamente contratado y que generalmente implica la pérdida de] mismo. También puede aplicarse a aquellos que no utilizan el servicio por no estar en posesión de los documentos requeridos.

Overbooking: Sobrecontratación de plazas, Fenómeno muy frecuente en el mercado turístico consistente en contratar con un tercero un número mayor de plazas de alojamiento o transporte de las que realmente se dispone.

Permiso vecinal fronterizo: La autorización de ingreso o salida temporal a territorio nacional de uno u otro país, y a las personas domiciliadas en las zonas limítrofes.

Publicidad Turística: Se refiere a los folletos y revistas mediante los cuales se describen los atributos del producto y se indican los servicios que lo integran, las condiciones de utilización y su precio de venta.

Puesto migratorio: Aeropuertos, fronteras o puertos marítimos y cualquier otro lugar habilitado para el tránsito y control migratorio.

Planta Turística: Las empresas prestatarias de servicios turísticos: hospedaje, alimentación, actividades recreativas, culturales y otras.

Producto Turístico: Corresponde a la presencia de tres componentes: Atractivos Turísticos, Facilidades y Accesos, los cuales combinados entre sí, son los que dan origen al producto final, el que se ofrecerá a la venta.

Queen size: Término en hostelería para definir las camas de tamaño mediano menor que la king size,.

Rack rate: Tarifas oficiales. Generalmente se refiere a hoteles.

Resort: Complejo residencial turístico autónomo.

Rooming list: Listado nominativo de la asignación de habitaciones a un grupo de huéspedes en una empresa de alojamiento.

Salvoconducto: El documento válido por un solo viaje, expedido por autoridad competente.

Segmento Turístico: Grupo de personas motivadas por realizar o disfrutar de una actividad.

Sightseeing: Recorrido turístico o panorámico.

Shuttle Service: Servicio gratuito de transporte ofrecido por una empresa de servicio para sus clientes, por lo general del Aeropuerto al Hotel y viceversa.

Tiempo compartido: "Timesharing": Actividad turística consistente en la adquisición de períodos de tiempo de vacaciones en complejos turísticos.

Tour: Recorrido con el interés de conocer y observar tanto atractivos naturales, como culturales. Se puede realizar en distintos medios de transporte, generalmente es guiado por una persona especializada en el tema y la región.

Tour Operador: Empresa que diseña y comercializa viajes todo incluido y/o presta servicios turísticos y/o subcontrata su prestación, casi todos los «Tour Operadores» venden a través de otras agencias de viajes y directamente al turista.

Turismo Interno: Movimiento de viajeros nacionales y residentes que con fines turísticos se desplazan dentro del propio país sin salir de sus fronteras.

VIP: (Very important people) Es una abreviatura empleada para identificar a las personas que requieren una atención especial.

Visa: El permiso de ingreso o salida de determinados países del mundo.

Voucher: Bono de agencia, empleado como documento acreditativo de la reserva de un cliente por parte de una agencia de viajes y entregado como pago al proveedor del servicio.