

INSTITUTO NACIONAL DE APRENDIZAJE

NÚCLEO DE TURISMO

SUBSECTOR SERVICIOS TURÍSTICOS

MATERIAL DIDÁCTICO

MÓDULO DE FORMACIÓN

ATENCIÓN Y GUIADO DE TURISTAS

SAN JOSÉ, COSTA RICA

MAYO, 2002

FICHA DE CRÉDITOS.

Elaboración: MS. Virgilio Espinoza Rodríguez

Asesoría Metodológica: Lic. Luis Roberto Rodríguez Villalobos
Núcleo de Turismo.

Revisión de estilo MS. Mauren Chaves Carpio

TABLA DE CONTENIDOS

CONTENIDO	página
PRESENTACIÓN	5
INTRODUCCIÓN	6
OBJETIVOS	7
I CARACTERIZACIÓN DEL GUÍA DE TURISMO	8
1.1. Antecedentes	8
1.2. Funciones	8
1.3. Obligaciones	9
1.4. Tipos de guías	10
1.5. Condiciones laborales	11
II. PERFIL DEL TURISTA	12
2.1. Definición	12
2.2. Actitudes	12
2.3. Tipos de grupos	15
2.4. Tipos de tours	16
III. TÉCNICAS DE LA COMUNICACIÓN	18
3.1. Comunicación oral	18
3.2. Comunicación escrita	20
IV. TÉCNICAS DE LIDERAZGO	21
4.1. Establecer una relación de confianza	21
4.2. Solicitud de colaboración	21
4.3. La individualización del pasajero	22
4.4. La participación del turista	22
V. DESARROLLO DEL TOUR	23
5.1. Preparación del tour	23
5.2. Ejecución del tour	24
VI. DINÁMICAS DE ANIMACIÓN	26
6.1. Al aire libre	26
6.2. Bajo techo	26
6.3. En el transporte	28
VII. ELEMENTOS BÁSICOS DE LA BITÁCORA	29
GLOSARIO DE TÉRMINOS	31
BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	36
ANEXO: GUIAS DE GIRAS DE CAMPO	37

LISTA DE CUADROS

N°	Nombre	pág
1	Tipos de guías	10
2	Tipos de comunicación	20
3	Bitácora	30

LISTA DE FIGURAS

N°	Nombre	pág
1	Actitudes de los turistas	14
2	Elementos básicos de la comunicación	19

PRESENTACIÓN

El Instituto Nacional de Aprendizaje, a través del Núcleo de Turismo, ofrece el Módulo de Formación “**Manejo y conducción de turistas**” con el propósito de formar los guías que laborarán en las diversas empresas 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.

INTRODUCCIÓN

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 General de Turismo 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 la inserción de la herramienta técnica que se denomina bitácora, la cual fortalecerá la labor del guía y permitirá a la empresa de viajes contar con una información actualizada del estado de los atractivos, infraestructura y servicios turísticos.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

- Aplicar las técnicas de manejo de grupos de turistas para ofrecer un servicio de calidad en lo referente a transferencia de información turística durante el tour.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar las características de mayor relevancia de la figura profesional del guía general de turistas.
- Identificar la tipología de los clientes y su comportamiento durante el tour.
- Identificar las técnicas de comunicación oral y escrita para un mejor entendimiento con los turistas y proveedores de servicios turísticos.
- Identificar las técnicas de liderazgo en el manejo y conducción de grupos de turistas.
- Identificar las actividades del guía en el desarrollo del tour.
- Identificar algunas dinámicas de animación y recreación en el manejo y conducción de los grupos de turistas.
- Explicar los elementos básicos que debe contener una bitácora y el reporte a la empresa.

I. CARACTERIZACIÓN DEL GUÍA DE TURISMO

El guía de turismo general es un profesional de características muy particulares, debe poseer los conocimientos técnicos necesarios para realizar sus labores en forma satisfactoria, la empresa que lo contrata y el turista deben quedar satisfechos de su trabajo, por lo anterior los conocimientos sobre el patrimonio natural y cultural, y las condiciones para el manejo y conducción de grupos deben ser las óptimas.

El dominio de los conceptos básicos del turismo conjuntamente con otros aspectos de la actividad agregan valor a la relación que se genera entre el guía de turismo y el turista durante la interpretación de los diferentes atractivos, situación que favorece en un ámbito más amplio, la imagen del producto turístico costarricense como la satisfacción del pasajero.

1.1. Antecedentes

Los primeros datos que se tienen acerca de los guías de turismo se remontan al siglo XIX cuando se les llamaba con el término italiano cicerones debido a la elocuencia que éstos mostraban cuando trataban algún tema, se entiende que la profesión surge a la sombra de los grandes monumentos artísticos e históricos de las principales ciudades turísticas.

Como profesión espontánea fue tomando cuerpo legal muy lentamente y se empezó a reglamentar su actuación en los países europeos.

1.2. Funciones

El guía de turismo es el profesional que desarrolla la función de mostrarle al turista el patrimonio turístico nacional, asimismo como complemento a lo anterior debe:

- Conducir a los turistas a centros de gastronomía, recreación y hospedaje, que haya definido él junto con la empresa.
- Ayudar en las compras al turista, observando precios y autenticidad de los productos, principalmente las artesanías y artículos típicos.

- Vigilar y proteger a los turistas de abusos, en cobros excesivos, conocimiento de las leyes y costumbres nacionales.
- Dar información sobre: servicios turísticos, transporte, realidad social y económica, tipo de cambio, espectáculos públicos, clima, hospitales, hoteles y otros asuntos en forma precisa y veraz.
- Indicar a los turistas la dirección de los principales hospitales o profesionales médicos. Así como saber manejar casos de emergencia (Primeros Auxilios).
- Rendir testimonio ante las autoridades que corresponda por abusos de los que puedan ser víctimas los turistas.

1.3. Obligaciones

Las siguientes obligaciones se desprenden del Reglamento de Guías de Turismo y de una serie de normas de ética establecidas por la profesión misma, se destacan:

- Cumplir con todas las normas que rigen legalmente su función.
- Buena presentación personal.
- No usar temas de conversación que puedan resultar molestos para los turistas, ejemplo asuntos de política, deportes, raza, religión y otros.
- Colaborar con el Instituto Costarricense de Turismo cuando éste lo requiera.
- Asistir a actividades que mejoren su conocimiento técnico y práctico, para enriquecer aún más su labor profesional.
- No emitir conceptos dañinos o negativos contra el país, sus habitantes e instituciones.
- Para ejercer legalmente será indispensable haber aprobado un curso de formación profesional para guías.
- No ejercer su trabajo bajo la influencia del alcohol u otras drogas

Nota:

El guía de turismo debe dominar los temas atinentes a la funciones y las obligaciones, en ellos se concentran los aspectos que le permitirán desarrollar una excelente labor profesional.

1.4 Tipos de guías

Desde su aparición como profesión se han conocido diversos tipos de guías, los cuales se han especializado en función del producto que trabajan, en la actualidad existen:

Cuadro N° 1 Tipos de guías

➤ GENERAL	Posee conocimientos generales y específicos de diversos temas y su función es guiar grupos que tienen un interés muy general sobre el país o zona visitada. Tiene a su cargo generalmente los llamados tours tradicionales: volcanes, city tour, museos y es quien opera los tranfer-in y tranfer-out.
➤ LOCAL	Es la categoría más reciente del campo laboral de los guías de turistas. Se refiere a los guías que trabajan en una zona geográfica definida, con conocimientos amplios de la zona en mención.
➤ GUÍA-CHOFER	Es el guía que además de mostrar el patrimonio turístico nacional, se dedica a conducir. Es permitido por la ley, siempre y cuando el número de pasajeros no exceda las veinte personas.
➤ NATURALISTA	Son los que tienen conocimiento específico en ecología, generalmente biólogos o individuos que manejan conocimiento práctico de una zona en particular, laboran en áreas protegidas o zonas de biota muy representativas. Otra particularidad es que son especializados en: aves, plantas, mariposas o mamíferos, entre otros.
➤ AVENTURA	Se dedican a diferentes actividades en diversas zonas del país; ya sea en los rápidos, windsurf, espeleología, kayaking y canopy.
➤ “BAQUIANO” GUÍA DE MONTAÑA	Persona experimentada en la labor de conducir y aconsejar a los turistas de montaña.

1.5 Condiciones laborales

- El guía fijo.

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.

- El guía Free Lance:

Es aquél que trabaja por contratos cortos con las agencias o empresas que traen turistas al país. Estos, por lo general, tienen salarios elevados en la temporada alta y, por ende, poco ingreso en la temporada verde; esto obviamente con sus excepciones, pues hay “Free Lance” que cuentan con trabajo todo el año.

El Free Lance no goza de garantías sociales por parte de la empresa que lo contrata; sin embargo, perfectamente puede comprar sus pólizas y asegurarse ante la Caja del Seguro Social de Costa Rica en forma voluntaria si así lo quiere.

II. PERFIL DEL TURISTA:

El turista se desplaza generalmente con el interés de disfrutar de la naturaleza y cultura de su país o fuera de él, busca un ambiente de relajación que lo haga olvidar las múltiples actividades que desarrolla cotidianamente.

Sin embargo, el guía debe tener presente las distintas facetas de la personalidad del turista, el diferenciarlas le va a permitir ofrecer un servicio personalizado, acorde con los gustos de cada una de las personas y a la entera satisfacción de la empresa.

2.1. Definición

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), un turista es “Toda persona sin distinción de raza, sexo, idioma o religión, que entra en el territorio de un estado distinto de aquel en que dicha persona tiene su residencia habitual y permanezca en él veinticuatro horas al menos y no más de seis meses, con fines de turismo, recreo, deportes, salud, asuntos familiares, estudio, peregrinaciones religiosas o negocios, sin propósito de inmigración.”

2.2. Actitudes

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

➤ **El criticón**

Es una persona que separa el tour y su liderazgo, siempre ha visitado algo más espectacular, se ha alojado en hoteles más finos, comido en mejores restaurantes y viajado con mejores guías. Ignórela. Personalidades como ésta, eventualmente le chocan a todo el mundo por su cinismo persistente.

➤ El amante

Éste es un problema particular hoy día, cuando las reglas de conducta sexual son tan flexibles. Asuntos por los que se habría censurado a un individuo en el pasado, ahora son comunes. ¿Qué se puede hacer en un caso como éste? Probablemente nada. Sin embargo, el Guía turístico deberá guardar un comportamiento intachable. No debe prestarse para este tipo de situaciones.

➤ El amargado

No se debe esperar que todo el mundo irradie alegría, pero el gruñón perpetuo es innecesario y no bien recibido. Para él o ella no es una buena mañana, el clima no es agradable y el escenario es feo. Trate de levantarle el ánimo, ignorando así su cólera. Este acercamiento puede ser parcialmente contagioso y si no, lo hará sentirse bien de todas maneras.

➤ El organizador

Siempre quiere tomar la batuta, piensa que el guía debería estar haciendo esto o lo otro, utilizar otra ruta, salir del hotel a otra hora; estas personas son molestas para el resto del grupo, quienes se mantendrán a la espera para ver cómo maneja este reto a la autoridad. Primeramente usted debe asegurar a esta persona que todo lo tiene bajo control o, de lo contrario, una charla privada para solucionar el asunto.

➤ El rebelde

En vez de amoldarse al comportamiento del grupo, éste camina a un ritmo diferente intentando variar el programa establecido. Se debe establecer que el itinerario conlleva todas las seguridades del caso para el grupo de personas.

➤ El descortés

Dentro de un grupo diverso el comportamiento social debe guardar la mejor forma. Sin embargo hay personas que no conocen la ínfima regla de etiqueta, la mejor manera de manejar la situación y dado que, normalmente tienen un compañero de viajes, hacerles llegar un mensaje.

➤ El experto

Es lo que se denomina “mina de desinformación” y es mejor conocido como “experto”, desde el tipo de cambio, datos históricos, pretende saberlo todo.

No sólo desorientan sino que incrementan el número de preguntas; lo ideal es pedirles colaboración y ante tantos errores, corregirlo.

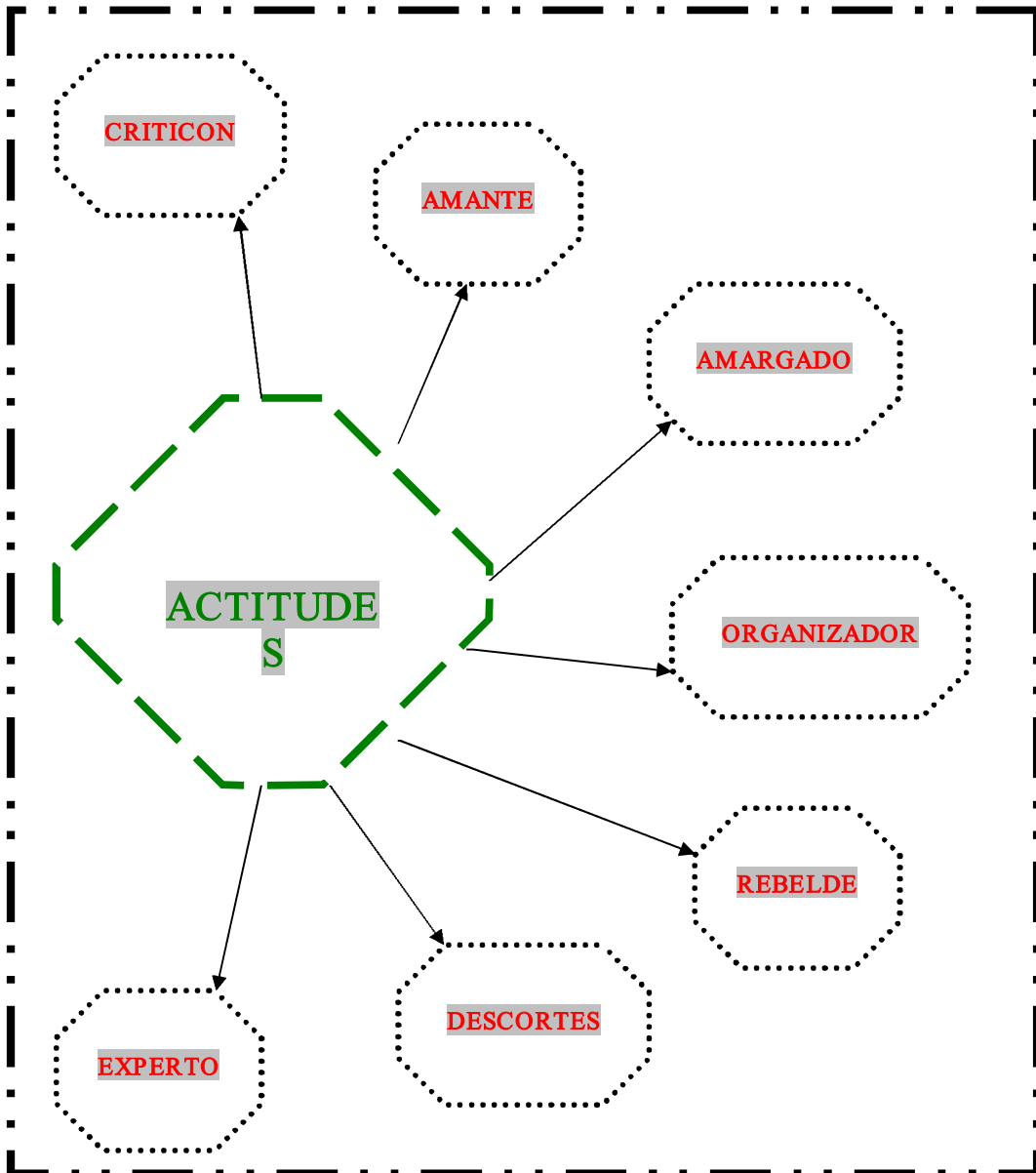


Figura 1. Actitudes de los turistas

Fuente: Elaboración propia.

2.3 Tipos de grupos

- Especializados

Son aquellos grupos que realizan tours con características muy específicas.

Ejemplos:

- Tours de salud. (aguas termales, piscinas, descanso)
- Tours de cirugía, generalmente estética.
- Seminarios o convenciones.
- Cultural, deportivo, musical.
- El llamado FIT (Frequent Individual traveler) (Viajero frecuente individual).
Persona que solicita un paquete específico sólo para él o un grupo muy pequeño.

- Generales

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

Ejemplos:

- Combinación de naturaleza y cultura en el área de Guanacaste, Costa Rica.
- Combinación de patrimonio histórico, arquitectónico y volcanes en el Valle Central de Costa Rica.

- Fam trips

Son grupos que llegan al país y son vendedores de otras agencias de viajes internacionales, principalmente mayoristas; vienen a conocer el producto turístico que mercadean para poder manejar, no sólo las ventas de este producto, sino también diversificarlo.

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

- Visitar hoteles.
 - Degustar comidas de diferentes tipos.
 - Visitar y conocer el manejo de las agencias de viajes.
 - Demostrar el sistema de ventas del producto turístico de las agencias.
 - Realización de los tours que ellos venden en su país de origen, por medio de panfletos, para que luego lo hagan además con conocimiento de causa.
- Very Important People (VIP)
 - El llamado 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.
 - Press Tour
 - Son grupos de periodistas de prestigiosos medios de información general y especializados en el tema del turismo, los cuales hacen visitas con la finalidad de preparar reportajes sobre los atractivos y servicios turísticos, por lo general, son de países que desplazan grandes masas de turistas.

2.4 Tipos de tours

2.4.1 Generales

Son los tours que se venden a los turistas que llegan al país con el sistema de “todo incluido”, normalmente tiene una estadía de varios días en la ciudad y otros en la playa, son los mismos que adquiere el turismo en general.

2.4.2 Especializados: Entre los tours especializados se identifican los de historia natural, y de aventura, que tienen características muy particulares entre las que destacan horarios, comidas, equipo, hospedaje y transporte.

Los de historia natural se pueden subdividir por intereses específicos en :
observadores de aves, mariposas, árboles, insectos, mamíferos, anfibios y reptiles y otros.

Los de aventura se subdividen en: rafting, surfing, canopy, bungee, ciclismo de montaña, espeleología, escalada de rocas y parapente entre otros.

2.4.3 Transfers

Es el desplazamiento de los turistas del aeropuerto al hotel y viceversa, y se ha convertido en una fase muy importante de la venta del producto turístico, por lo que las empresas le dan un tratamiento de calidad. Para facilitar el servicio se ha dividido en dos:

➤ Transfer-in:

Es el arribo de los turistas al país por lo que la primera impresión es muy positiva, y es imprescindible que el guía cumpla varias acciones para que se ejecute excelentemente:

- Estar una hora antes de la llegada del vuelo en el aeropuerto.
- Ubicar al turista por medio de pancartas y definir las rutas que tomarán de la salida del aeropuerto hasta el bus respectivo.
- Constatar que el equipaje del turista esté completo de lo contrario iniciar el trámite con la línea aérea para recuperarlo de la forma más expedita.

➤ Transfer-out:

Es el procedimiento de salida de los turistas, para que se realice en forma adecuada, el guía debe colaborar indicando al cliente cómo cumplir con varios requisitos solicitados por las autoridades para dejar un país. Además debe estar pendiente del traslado de equipaje y revisar que el turista no olvide parte de él, así como recordar al turista dos aspectos importantes:

- Antes del registrarse adquirir los timbres de salida.
- En el mostrador de la línea presentar el pasaporte, boleto, la tarjeta de salida con los datos solicitados y timbres de salida pegados.

III. TÉCNICAS DE LA COMUNICACIÓN

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

El guía debe manejar una comunicación eficiente, 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, el silencio.

A continuación algunas de las ventajas y desventajas de los tipos de comunicación:

3.1. 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.

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 lograra el objetivo.
- **RETROALIMENTACION:** información proveniente del receptor, que permite al emisor comprender si éste recibió correctamente el mensaje enviado.

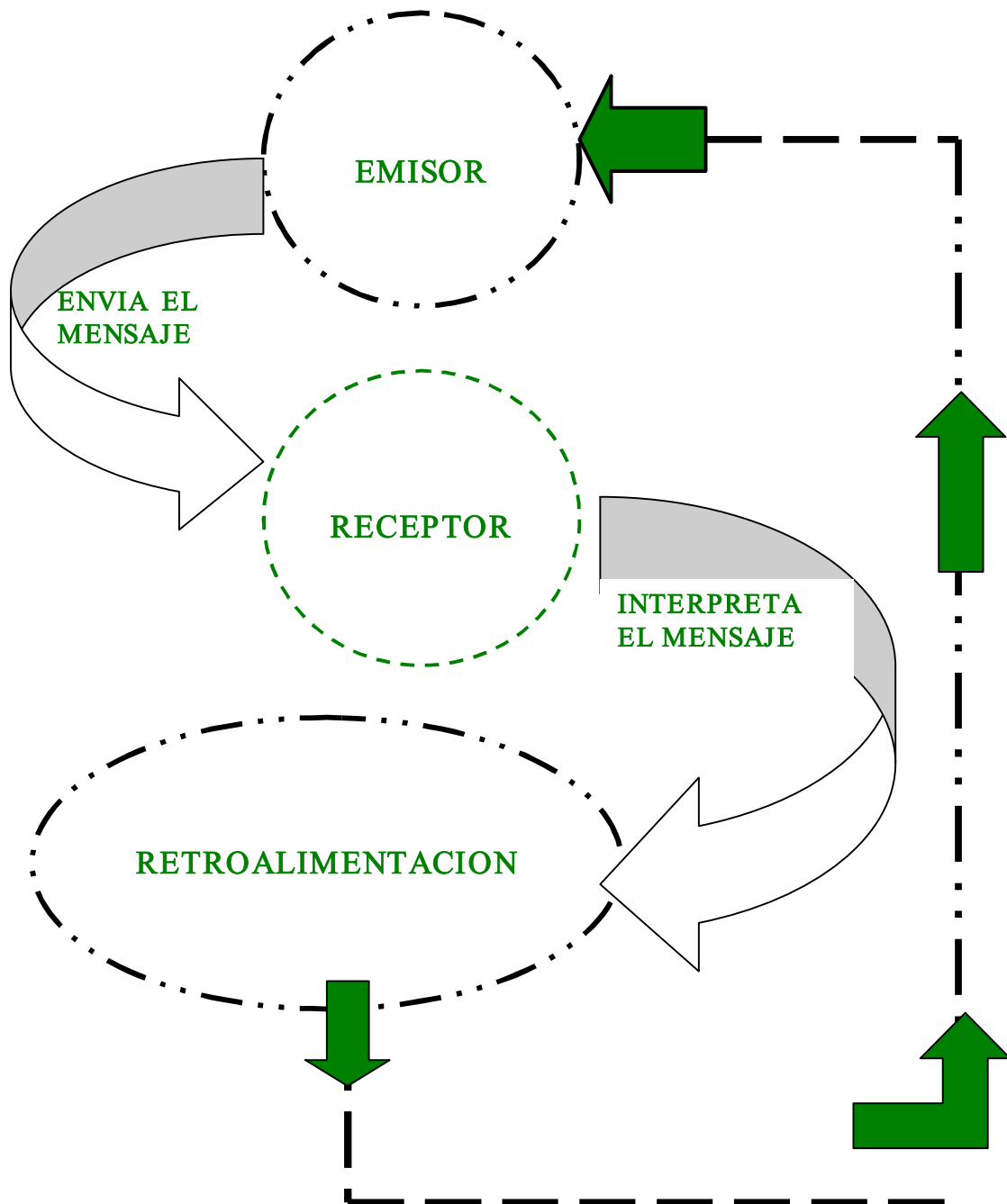


Figura 2. Elementos básicos de la comunicación
Fuente: Elaboración propia.

3.2. 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 y otros, que obliga en ocasiones a la interpretación, asimismo se debe elaborar informes donde se detallan las actividades de los diversos tours.

En el siguiente cuadro se presenta las ventajas y desventajas de los tipos de comunicación oral y escrita:

Cuadro 2. Tipos de Comunicación.

TIPOS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
➤ ORAL	➤ Todo oral	➤ Se puede olvidar
	➤ Rápida	➤ No existe un registro
	➤ Flexible	➤ Si el mensaje es complejo o largo se puede perder
	➤ Emisor controla el momento y lugar	➤ El receptor no puede repetir partes de las que no está seguro.
	➤ Permite una respuesta inmediata	
	➤ Señales no verbales para hacer comprender el mensaje	
	➤ Más personal	
➤ ESCRITA	• Escrita	• Requiere más tiempo
	• Permite al receptor repetir el mensaje hasta entenderlo	• Impersonal
	• Existe un registro del mensaje	• No se produce respuesta inmediata
	• Adecuada para los mensajes complejos o largos	
	• Facilita al receptor entender el mensaje a su propio ritmo	

Nota

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.

IV. TÉCNICAS DE LIDERAZGO

En el contexto general de la industria turística la labor del guía es vital, desde su presentación inicial es un líder participativo, y se convierte en un “embajador” y en la “imagen de la empresa”.

Al constituirse en el encargado de unir y manejar los turistas, el éxito o el fracaso del tour dependerá de la percepción que estos tengan del trato, atención, estima y calidad de la información que se les brinda.

Si bien es cierto existen diversas técnicas de liderazgo las más utilizadas en el manejo y conducción de turistas son las siguientes:

4.1. Establecer una relación de confianza:

Una parte de la labor profesional del guía lo obliga a asumir el control sobre el grupo, pero también a satisfacer las expectativas y asegurar su entretenimiento, por lo que es vital establecer una relación de confianza con los pasajeros, desde el inicio del tour, sustentada en una buena presentación personal, vocabulario adecuado, cortesía y amabilidad, conocimiento y seguridad en sí mismo.

4.2. Solicitud de colaboración:

La colaboración es inherente a la función del guía, ya que parte de la buena marcha del tour depende de la colaboración de los pasajeros, por ello la conducción del grupo se debe realizar con tacto, sin reflejar que en la solicitud de ayuda se está incurriendo en manifestaciones de favoritismos o discriminaciones.

4.3. La individualización del pasajero:

Se debe individualizar a los pasajeros, esto significa dirigirse a ellas por su nombre desde el primer momento, implica tener conciencia de que el turista requiere que se tome en consideración sus intereses particulares.

Asimismo sugerirles otras actividades en el país, compras de “souvenirs”, literatura y ropa en general, entre otros.

4.4. La participación del turista.

Se debe incentivar la participación de los pasajeros, lo recomendable es una comunicación constante con ellos, presentarlos con los demás miembros del tour y solicitarles la participación en algunas actividades recreativas, turísticas y culturales.

V. 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:

5.1. Preparación del tour.

Antes de recibir el grupo, el guía coordinará con la empresa de viajes todos los aspectos de orden administrativo y 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
- ❖ *Amenidades y actividades turísticas definidas*: Al aire libre, bajo techo, en el transporte
- ❖ *Documentación administrativa y equipo*: Listado de turistas, material de apoyo (brochures, mapas), cámaras y prismáticos.
- ❖ *Servicios de salud localizados*: Hospitales, clínicas.
- ❖ *Limitaciones especiales del pasajero identificadas*: Físicas y otras.

5.2 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) 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 verificar la información exacta y en orden del pasajero: servicios que debe recibir, condiciones 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 realizarán, 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.

➤ **Realización de actividades recreativas**

También las actividades recreativas enriquecen el desarrollo del tour, por lo tanto el guía explicará en la forma correcta las dinámicas para lograr la integración del grupo así como el aprovechamiento del tiempo.

➤ **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.

VI. DINÁMICAS DE ANIMACIÓN

Las dinámicas de la animación para personas y grupos son actividades que tienen como objetivo central el de crear un ambiente fraterno y participativo, deben ser recreativas y que permitan el relajamiento de los pasajeros.

En la labor profesional de los guías juegan un rol muy importante dado que permiten el acercamiento entre los distintos pasajeros y dependiendo de la necesidad pueden desarrollarse en diversos ambientes entre los que destacan:

5.1. Al aire libre

- ❖ La cuerda en los senderos naturales

El turista con los ojos vendados con un pañuelo, es invitado a caminar en un sendero natural, debe recorrerlo tomado de una cuerda que se instala a una altura que le permita desplazarse lentamente y se le solicita disfrutar del silencio, la pureza del bosque, el canto de las aves entre otros.

- ❖ Telegrama en la naturaleza

Se busca con esta dinámica identificar en la naturaleza especies de flora y fauna, el guía en el recorrido hace una estación al frente de alguna especie y explica las características de ella, posteriormente invita a alguno de los pasajeros a que al frente de la misma especie localizada más adelante, ofrezca una corta descripción.

5.2. Bajo techo

- ❖ Baile de afinidades

Los turistas escriben en una hoja de papel o cartulina delgada frases que identifiquen sus gustos personales, se lo pegan con cinta engomada en la prenda superior (camisa o blusa), se pone música y al ritmo de ésta se baila, dando tiempo para ir encontrando compañeros que tengan frases afines o iguales a las propias.

Conforme se van encontrando compañeros con respuestas similares se van tomando del brazo y se continúa bailando y buscando nuevos integrantes para el grupo.

Cuando la música se detiene, se observa cuántos han formado grupo, y si hay muchas personas solas se da una segunda oportunidad para que todos encuentren uno.

Cuando la mayoría se haya formado en grupos, se para la música totalmente y se permite el intercambio de opiniones entre sí.

Nº de participantes: 10-12 parejas

❖ Frutas tropicales

Todos los participantes se forman en un círculo con sus respectivas sillas. El guía se queda al centro y de pie, con el interés de dar a conocer las diversas frutas del país.

A cada turista se le da el nombre de una de ellas, combinado con el nombre del participante, cuando se le señala a cualquiera diciéndole por ejemplo: piña, debe responder con el nombre del compañero que está a la derecha. Si se equivoca, debe pasar al centro y coordinar la actividad.

Nº de participantes: 6-8

❖ La telaraña

Los participantes se colocan de pie formando un círculo y se le entrega a uno de ellos una bola de mecate; debe inmediatamente decir su nombre y contar cuál es su logro más positivo, posteriormente lo hace llegar a otro compañero que repite la acción y así sucesivamente hasta que todos queden enlazados en una especie de telaraña.

Una vez terminada la presentación de todos se invierte el proceso devolviéndose la pelota y el que la devuelve debe hacer una corta presentación del compañero que se la entregó.

Nº de participantes: 10-12

5.3. En el transporte

❖ Los refranes

Esta dinámica se usa en combinación con la presentación de los turistas, se reparten tarjetas con los nombres de los participantes y en las cuáles han escrito refranes del país, quien recibe la tarjeta solicita se le explique el sentido que le da .

❖ Hombre de principios

El guía inicia la dinámica narrando cualquier historia donde se debe empezar con una letra determinada, ejemplo: tengo un tío que es un hombre de principios muy sólidos, para él todo debe empezar con la letra “P”, así su esposa se llama (se debe dar el nombre que inicie con P) Patricia debe responder el turista, a ella le gusta comer mucha (nuevamente con P) papa y así por el estilo, el que se equivoca pasa al centro y puede variar la letra si lo desea.

❖ “Esto me recuerda...”

Esta dinámica consiste en que el guía recuerda alguna situación en voz alta: por ejemplo algo que lo relacione con una gallina, así el turista en forma espontánea puede agregar “ esto me recuerda huevos”, el resto de los participantes manifiestan lo que a cada uno de ellos les hace recordar.

Debe hacerse rápidamente el que tarda más de cuatro segundos debe entregar una prenda, la cual recuperará previo cumplimiento de un castigo.

Nota

Para que estas dinámicas sean efectivas, el guía debe saber cómo y cuándo deben utilizarse.

VII. ELEMENTOS BÁSICOS DE LA BITÁCORA

La bitácora es un instrumento de identificación y orden para las empresas turísticas de viajes así como un registro diario de todas las actividades y situaciones positivas y negativas que giran en torno del manejo y conducción de turistas en un recorrido turístico determinado.

Es una herramienta que brinda información permanente a las empresas que venden tours y que deben innovar con otros nuevos productos de viajes, utilizar otras empresas de servicios turísticos o el mejoramiento continuo de la calidad del servicio ofrecido.

Físicamente, la bitácora puede ser un cuaderno, o bien, una libreta de apuntes que contendrá como mínimo los siguientes elementos:

- Fecha de realización del tour
- Hora de salida y regreso, donde se origina y finaliza el tour.
- Nombre de la persona responsable del manejo y conducción del tour.
- Nombre de la empresa que opera el tour.
- Número de turistas por nacionalidad.
- Una pequeña descripción de los sitios más importantes que se visitaron.
- Nombre de los servicios y facilidades turísticas utilizadas durante el tour. También es importante anotar el número de teléfono y nombre del dueño de la empresa.
- Condiciones de la infraestructura turística (vías de acceso, telecomunicaciones, señalización, etc.)
- Comentarios y recomendaciones de los turistas respecto de la calidad de atractivos, planta turística y demás servicios utilizados durante el tour.

Nota

El guía tiene que estar muy atento para observar todos aquellos aspectos dentro de los servicios y facilidades que no se encuentran en buen estado y que bajan la calidad del tour y anotarlos en la bitácora.

El siguiente cuadro muestra un ejemplo ideal de una bitácora:

Cuadro N° 3 Bitácora

Fecha de realización del tour: _____

Lugar de inicio: _____

Lugar de finalización _____

Hora de salida _____

Hora de regreso: _____

Nombre del responsable: _____

Nombre de la empresa que opera el tour: _____

Número de turistas: _____

Nacionalidad: _____

Corta descripción de sitios visitados: _____

Servicios y facilidades turísticas utilizadas: _____

Condiciones de la carretera, señalización: _____

Comentarios y recomendaciones de los turistas: _____

GLOSARIO DE TÉRMINOS

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.

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

Mayorista- Minorista: Agencia de Viajes que puede realizar simultáneamente las funciones de una mayorista y una minorista.

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.

Single room: Habitación con una cama para una sola persona.

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.

Wholesaler: Mayorista

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- Acerenza, Miguel A. *Administración del turismo vol. I y II.* México. Editorial trillas. 1990.
- Acerenza, Miguel A. *Agencia de viajes administración y operación.* México: editorial trillas. 1990.
- Albert Piñole, Isabel
CEFAT *Gestión de calidad en empresas turísticas: agencias de viajes. Interpretación Ambiental Y Turismo Rural.*
- De la Torre,
Francisco *Administración de Agencias de Viajes.* México. Editorial continental. 1981.
- EDUCATUR *Legislación Turística De Costa Rica*
- Fernández F. Luis, *Teoría y Técnica del Turismo.* Madrid, España. Editorial nacional. 1971.
- Foster. Dennis L. *Introducción a los viajes y el turismo.* México, Mc graw hill. 1994
- ICT. *Normas que regulan las empresas y actividades turísticas.* Costa Rica: Lit. Jannet
- ICT. *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable de Costa Rica.* 1993-1998.
- ICT *Mapa Turístico* 2002.
- INA *Atención Y Guiado De Turistas*
- National Geografic *National Geografic Travelers Costa Rica*
- Novo, Gerardo. *Diccionario General de Turismo.* México. Editorial diana. 1977.
- Oceano *Nueva enciclopedia practica de turismo, hoteles y restaurantes.*
- Ortuño, Martínez. *Introducción al Estudio del Turismo.* México, Editorial Porrúa. 1983.
- Ramírez B., Manuel. *Teoría General del Turismo.* Editorial Diana. 1988.
- Rémington, Ed *diseño de paquetes turísticos*
- Salguero Miguel *Cantones de Costa Rica,* Editorial Costa Rica, 1991.

ANEXOS: GUIAS DE GIRAS DE CAMPO

GUIA DE GIRA DE CAMPO:

CITY TOUR DE MUSEOS Y CITY TOUR ÁREA CENTRAL

GUIA DE GIRA DE CAMPO:

TOUR DE GEOGRAFÍA TURÍSTICA

GUIA DE GIRA DE CAMPO:

TOUR DE TURISMO CULTURAL

GUIA DE GIRA DE CAMPO:

TOUR DE HISTORIA NATURAL

**INSTITUTO NACIONAL DE APRENDIZAJE
NÚCLEO DE TURISMO
SUBSECTOR SERVICIOS TURÍSTICOS
AREA FUNCIONAL GUIADO DE TURISTAS**

MODULO DE FORMACIÓN : MANEJO Y CONDUCCIÓN DE TURISTAS

GUIA DE GIRA DE CAMPO

- *City tour de museos y City tour Área Central:* la primer etapa del recorrido se da por los principales museos de la ciudad de San José, la segunda se realiza alrededor del núcleo central y muestra la cultura citadina, sitios de interés turístico y la visita típica de compras.

OBJETIVOS

- **OBJETIVO GENERAL:**
 - Aplicar las técnicas de guiado durante la gira asignada a cada grupo
- **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**
 - Organizar las actividades propias del tour que realizará cada grupo en la gira de campo
 - Manifiestar capacidad para el trabajo en equipo, la organización, tolerancia y toma de decisiones en la realización de actividades grupales
 - Demostrar liderazgo, autoconfianza, discreción y empatía hacia las personas en la conducción de grupos.

ITINERARIO: CITY TOUR DE MUSEOS Y CITY TOUR ÁREA CENTRAL

HORA	LUGAR	MOTIVO	ACTIVIDAD
8:00 a.m.	San José		Salida
8:10 a.m.	Museo de Jade	Observación de salas de exposiciones	Conducción e información
9:00 a.m.	Museo del Oro	Observación de salas de exposiciones	Conducción e información
10:00 a.m.	Museo Nacional	Observación de salas de exposiciones, mariposario	Conducción e información
12:00 md.	Mercado central		Almuerzo.
1:00 p.m.	Museo Niños	Observación de exposiciones	Conducción e información
3:00 p.m.	Museo de Arte Contemporáneo	Observación de galería de pintores costarricenses	Conducción e información
4:00 p.m.	Museo Hist. Nat. La Salle	Observación de salas de exposiciones	Conducción e información
5:00 p.m.	San José		Fin de gira
DIA 2			
8:00 a.m.	San José		Salida
8:15 a.m.	Escazú	Observar casas antiguas de adobe y bahareque	Conducción e información
9:30 a.m.	Santa Ana	Visita a talleres de alfarería	Conducción e información
10:00 a.m.	UPAZ	ONU-Patrimonio Mundial	Conducción e información
12:00 md.	UPAZ		Almuerzo
1:00 p.m.	San Vicente de Moravia	Visita a ventas de artesanías	Conducción e información
3:00 p.m.	UCR	Visita a Facultades de la Universidad y al Museo de Entomología	Conducción e información
5:00 p.m.			Fin de gira

COEVALUACIÓN

La gira de campo tiene como propósito realizar un simulacro de conducción de turistas, por lo que los estudiantes deberán evaluar la calidad de los servicios recibidos por parte del grupo conductor que asume el rol de guía, para lo que aplicarán la boleta de calificación que le entregará el instructor.

**INSTITUTO NACIONAL DE APRENDIZAJE
NÚCLEO DE TURISMO
SUBSECTOR SERVICIOS TURÍSTICOS
AREA FUNCIONAL GUIADO DE TURISTAS**

MODULO DE FORMACIÓN : MANEJO Y CONDUCCIÓN DE TURISTAS

GUIA DE GIRA DE CAMPO

- ***Tour de Geografía Turística*** : visita al Parque Nacional Rincón de la Vieja donde se interpretarán aspectos de vulcanología y geografía física, humana e histórica a lo largo del tour, realizando una breve visita al río Tempisque y descripción de las cavernas en los cerros de Barra Honda. El regreso se realiza por la antigua ruta de carretas Esparza a San Mateo y Atenas.

OBJETIVOS

- **OBJETIVO GENERAL:**
 - Aplicar las técnicas de guiado durante la gira asignada a cada grupo
- **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**
 - Organizar las actividades propias del tour que realizará cada grupo en la gira de campo
 - Manifiestar capacidad para el trabajo en equipo, la organización, tolerancia y toma de decisiones en la realización de actividades grupales.
 - Demostrar liderazgo, autoconfianza, discreción y empatía hacia las personas en la conducción de grupos.

ITINERARIO TOUR DE GEOGRAFÍA TURÍSTICA

HORA	LUGAR	MOTIVO	ACTIVIDAD
DIA 1			
7:00 a.m.	San José		Salida
11:00 a.m.	Río Tempisque	Análisis de cuencas hidrográficas	Conducción e información
11:30 a.m.	Cerros de Barra Honda	Reseña de sistema de cavernas en los cerros calcáreos	Conducción e información
1:30 p.m.	Santa Cruz		Almuerzo
3:00 p.m.	Filadelfia	Utilización de diques para control de inundaciones	Conducción e información
4:30 p.m.	Playas del Coco	Análisis del patrón de desarrollo turístico	Conducción e información
7:30 p.m.	Liberia		Pernoctar
DIA 2			
6:30 a.m.	Liberia		Salida
8:00 a.m.	Rincón de la vieja	Caminata por senderos	Conducción e información
12:00 m.d.	Liberia	Almuerzo	Conducción e información
2:00 p.m.	Cañas	Observación del uso de la tierra y proyectos hídricos	Conducción e información
3:30 p.m.	Esparza	Observación de la arquitectura y comercio de frutas	Conducción e información
4:30 p.m.	San Mateo	Reseña de la ruta histórica	Conducción e información
5:00 p.m.	Atenas	Análisis del sistema de relieve en los montes del Aguacate	Conducción e información
6:30 p.m.	San José		Fin de gira

COEVALUACIÓN

La gira de campo tiene como propósito realizar un simulacro de conducción de turistas, por lo que los estudiantes deberán evaluar la calidad de los servicios recibidos por parte del grupo conductor que asume el rol de guía, para lo que aplicarán la boleta de calificación que le entregará el instructor.

INSTITUTO NACIONAL DE APRENDIZAJE
NÚCLEO DE TURISMO
SUBSECTOR SERVICIOS TURÍSTICOS
AREA FUNCIONAL GUIADO DE TURISTAS

MODULO DE FORMACIÓN : MANEJO Y CONDUCCIÓN DE TURISTAS

GUIA DE GIRA DE CAMPO

- ***Tour de Turismo Cultural:*** recorrido a la zona indígena de Moravia de Chirripó. Es un recorrido que permite visitar Paraíso, Cervantes, Juan Viñas y Turrialba, posteriormente se regresa por la vía Siquirres, Guápiles y Zurquí.

OBJETIVOS

- **OBJETIVO GENERAL:**
 - Aplicar las técnicas de guiado durante la gira asignada a cada grupo
- **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**
 - Organizar las actividades propias del tour que realizará cada grupo en la gira de campo
 - Manifiestar capacidad para el trabajo en equipo, la organización, tolerancia y toma de decisiones en la realización de actividades grupales
 - Demostrar liderazgo, autoconfianza, discreción y empatía hacia las personas en la conducción de grupos.

ITINERARIO TOUR DE TURISMO CULTURAL.

HORA	LUGAR	MOTIVO	ACTIVIDAD
DIA 1			
7:00 a.m.	San José		Salida
8:00 a.m.	Cartago	Reseña de rasgos culturales	Conducción e información
9:00 a.m.	Cervantes	Visita a sitios de gastronomía popular	Conducción e información
10:00 a.m.	Juan Viñas	Visita al Ingenio y procesamiento del azúcar. Observación de la comunidad rural	Conducción e información
12:00 md.	Turrialba		Almuerzo
1:30 p.m.	La Suiza	Análisis del uso de la tierra	Conducción e información
2:30 p.m.	Tuis	Observación de la comunidad rural	Conducción e información
3:30 p.m.	Moravia de Chirripó	Visita al asentamiento indígena	Conducción e información
6:30 p.m.	Turrialba		Pernoctar
DIA 2			
7:00 a.m.	Turrialba		Salida
7:30 a.m.	Santa Rosa	Observación del proceso de beneficio del café	Conducción e información
9:00 a.m.	UCR-CATIE	Visita a centros educativos	Conducción e información
11:30 a.m.	Siquirres		Almuerzo
1:30 p.m.	Guácimo	Observación de plantaciones bananeras	Conducción e información
3:00 p.m.	Guápiles	Análisis de un polo de desarrollo regional	Conducción e información
5:30 p.m.	San José		Fin de gira

COEVALUACIÓN

La gira de campo tiene como propósito realizar un simulacro de conducción de turistas, por lo que los estudiantes deberán evaluar la calidad de los servicios recibidos por parte del grupo conductor que asume el rol de guía, para lo que aplicarán la boleta de calificación que le entregará el instructor.

**INSTITUTO NACIONAL DE APRENDIZAJE
NÚCLEO DE TURISMO
SUBSECTOR SERVICIOS TURÍSTICOS
AREA FUNCIONAL GUIADO DE TURISTAS**

MODULO DE FORMACIÓN : MANEJO Y CONDUCCIÓN DE TURISTAS

GUIA DE GIRA DE CAMPO

- ***Tour de Historia Natural:*** visita área del Pacífico Medio, pasando por los montes del Aguacate, al río Grande de Tárcoles y Parque Nacional Carara. Luego a la zona costera de Jacó y Caldera, regresando por Mata de Limón, Esparza y San Ramón.

OBJETIVOS

- **OBJETIVO GENERAL:**
 - Aplicar las técnicas de guiado durante la gira asignada a cada grupo
- **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**
 - Organizar las actividades propias del tour que realizará cada grupo en la gira de campo
 - Manifiestar capacidad para el trabajo en equipo, la organización, tolerancia y toma de decisiones en la realización de actividades grupales
 - Demostrar liderazgo, autoconfianza, discreción y empatía hacia las personas en la conducción de grupos.

ITINERARIO TOUR DE HISTORIA NATURAL

HORA	LUGAR	MOTIVO	ACTIVIDAD
DIA 1			
7:00 a.m.	San José		Salida
8:30 a.m.	Desmonte	Análisis de las zonas de vida	Conducción e información
10:00 a.m.	Río Tárcoles	Observación de Cocodrilos	Conducción e información
11:00 a.m.	Parque Nacional Carara	Visita a una área protegida	Conducción e información
3:00 p.m.	Pógeres	Análisis del litoral pacífico medio	Almuerzo Conducción e información
4:30 p.m.	Jacó		Pernoctar
DIA 2			
7:00 a.m.	Jacó		Salida
8:30 a.m.	Boca del Tárcoles	Análisis de cuencas hidrográficas: contaminación	Conducción e información
10:00 a.m.	Tivives	Observación de manglares	Conducción e información
11:30 a.m.	Caldera	Visita al puerto	Conducción e información
12:30 a.m.	Mata de Limón		Almuerzo
2:00 p.m.	Alto de Cambrónero	Análisis de las zonas de vida	Conducción e información
3:30 p.m.	La Garita	Visita al Zooave y viveros	Conducción e información
5:30 p.m.	San José		Fin de gira

COEVALUACIÓN

La gira de campo tiene como propósito realizar un simulacro de conducción de turistas, por lo que los estudiantes deberán evaluar la calidad de los servicios recibidos por parte del grupo conductor que asume el rol de guía, para lo que aplicarán la boleta de calificación que le entregará el instructor.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA PARA LA PREPARACIÓN DE LOS TOUR.

- Baker, C. *Costa Rica Handbook.* 783 p. 1999
- Berlitz *Costa Rica Guía Turística.* 142p. 1998
- *Costa Rica Fodor´s2001.* 388 p.2001.
- *Costa Rica Road Map.* Berndtson & Berndtson.
- *Costa Rica Tourist Attractions Guide* . edit Heliconia. 2001
- Herrea, W. *Mapa Guía de la Naturaleza.* 215 p. 2000.
- *Insight Compact Guide.* Discovery Channel. 94 p.
- *Mapa Turístico.* Instituto Costarricense de Turismo. 2002.
- MINAE, Costa Rica . *Áreas Silvestres protegidas y Áreas de Conservación. 2002.*
- Trejos.A. *Geografía Ilustrada.* 200p. 1997.