

TÉCNICAS DE GUIADO

MATERIAL ORIENTATIVO Y DE CONSULTA
PARA EL EXAMEN DE GUÍAS IDÓNEOS

Ley de Guías de Turismo de Salta N° 7404/06

Salta
ARGENTINA



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA.
Ministerio de Cultura y Turismo.

INDICE

OBJETIVO DE LA CARTILLA	4
RESULTADOS ESPERADOS	4
RESUMEN	4
DESARROLLO DE LAS TEMÁTICAS SOBRE LAS TÉCNICAS DE GUIADO	5
EL GUÍA DE TURISMO	5
<i>Antecedentes de la profesión</i>	5
<i>Actitudes, aptitudes y habilidades</i>	5
<i>Conceptos del Guía de Turismo</i>	6
<i>Perfil profesional del Guía de Turismo</i>	7
<i>Función del Guía</i>	7
<i>Tareas de un Guía</i>	8
<i>Conocimientos profesionales</i>	8
<i>Conocimientos generales</i>	9
<i>Conocimientos específicos</i>	9
<i>Campo de actuación</i>	9
<i>El Guía antes del viaje</i>	9
TÉCNICAS DE GUIADO PEDESTRE	10
<i>Antes de salir</i>	10
<i>Ubicación del Guía durante tramos de caminata</i>	10
<i>Descripción de edificios</i>	11
<i>Ubicación del Guía respecto del grupo</i>	11
<i>Cruce de calles</i>	12
<i>Tono de voz</i>	12
<i>Información</i>	12
<i>Despedida final del grupo</i>	12
TÉCNICAS DE GUIADO VEHICULAR	12
<i>Antes de salir</i>	12
<i>Ubicación del Guía en el vehículo</i>	13
<i>Presentación</i>	13
<i>Orientación vehicular</i>	13
<i>Tono de voz</i>	13
<i>Información</i>	13
<i>Recorrido vehicular</i>	14
<i>Guiado</i>	14
<i>Recreación durante el viaje</i>	14
<i>Despedida final</i>	14
LA INFORMACIÓN	14
<i>Tipos de fuentes de información</i>	14
<i>Selección de información</i>	15
<i>Presentación de la información</i>	15
EL COORDINADOR DE VIAJE	16
<i>Perfil del Coordinador de Viajes</i>	16
<i>Previo al viaje</i>	16
<i>Contrato de Transporte</i>	17
<i>Contrato de Alojamiento</i>	18
<i>Servicio a Bordo</i>	19
<i>Posterior al viaje</i>	19
<i>Sobre el presupuesto</i>	19
LA MOTIVACIÓN	19
<i>Conceptos</i>	20
<i>Psicología de la Demanda Turística</i>	20
ALGUNAS ESPECIFICACIONES SOBRE LA COMUNICACIÓN	21

<i>Cómo transmitir el mensaje</i>	21
<i>A quien y en qué circunstancias se emite el mensaje</i>	22
<i>Algunos consejos para hablar en público</i>	22
<i>Técnicas a emplear según el escenario: Los espacios abiertos</i>	23
DINÁMICA DE GRUPOS	24
<i>Fases en la dinámica de grupo</i>	25
<i>Tipologías de grupos</i>	25
<i>Normas generales para la atención de grupos</i>	27
<i>Pautas de respeto grupal</i>	30
TÉCNICAS DE COORDINACIÓN DE GRUPOS	35
<i>Recreación: definición y concepto</i>	35
<i>Necesidades de la Recreación</i>	35
<i>Objetivos de la Recreación</i>	35
<i>Forma de concretar la tarea recreacional</i>	36
<i>Cualidades y principios que deben regir la acción de un líder de recreación</i>	36
PRINCIPIOS DE SUPERVIVENCIA	38
<i>Situaciones de conflicto</i>	38
<i>Orientación</i>	38
ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACION	42
BIBLIOGRAFÍA	43

OBJETIVO DE LA CARTILLA

Incorporar y/o profundizar conocimientos acerca de los aspectos más relevantes de las Técnicas de Guiado, abarcando aspectos técnicos, prácticos y de experiencia, entre otros.

RESULTADOS ESPERADOS

Que los Guías de la Provincia de Salta

- Adquieran y/o refuercen conocimientos acerca de las diferentes técnicas para el desempeño práctico de su profesión.

RESUMEN

La profesión del Guía de Turismo lleva más de dos siglos de ser ejercida; en la presente cartilla se revisan los antecedentes, aptitudes y habilidades que deben desarrollarse para el ejercicio de la profesión, destacando la vocación de servicio y los conocimientos profesionales.

Por otra parte, es necesario conocer las pautas para realizar un guiado pedestre, considerando que acciones realizar antes de salir, como se debe ubicar durante la caminata, como describir los edificios. Estas técnicas variarán cuando el Guía está realizando la actividad en un vehículo, pues se debe considerar la ubicación, la presentación y las actividades recreativas.

Asimismo, y en razón de que una de sus funciones es la de transmitir información, se describe en esta cartilla las fuentes tanto primarias como secundaria, la manera de seleccionarlasy la manera de presentarla.

Para abordar la dinámica de grupos, es necesario repasar el concepto de motivación y algunas pautas de comunicación, para luego abordar las dinámicas de grupos y de coordinación.

Tomando en cuenta que las experiencias son intransferibles se ha tratado de generalizar las situaciones dadas, que se encuentran entre las más comunes en casos prácticos de guiados a grupos de todas características.

La teoría de las Técnicas de Guiado serán en cualquier caso siempre modificables y adaptables a casos particulares dados, ya que cada persona es única y da como consecuencia cada caso como único. Por ello no se descarta que queden sin tratar aquí aquellos casos particulares tan especiales que siempre aparecerán en un guiado, y que por supuesto irán cambiando conforme a los cambios socio-culturales.



IDEAS – PALABRAS-CLAVE

Guiado Pedestre y Vehicular. Presentación de atractivos. Información. Coordinador de Viajes. Hablar en público. Fases de la dinámica de grupos. Recreación durante los viajes. Supervivencia. Situaciones de Conflictos en un viaje. Orientación.

DESARROLLO DE LAS TEMÁTICAS SOBRE LAS TÉCNICAS DE GUIADO

EL GUÍA DE TURISMO

Antecedentes de la profesión

El Guía de Turismo aparece como una profesión antigua que adquiere un espléndido desarrollo con el turismo actual. Deriva de los Cicerones italianos del siglo XIX, llamados así por la elocuencia que caracteriza a los Guías, que hacían recordar la persona de Marco Tulio Cicerón en el Senado republicano.

No está hecha la historia de esta profesión que debe revelarse rica en anécdotas y enseñanzas. Se admite que surgió a la sombra de los principales monumentos de las ciudades turísticas de todos los tiempos.

Profesión vocacional y espontánea, fue tomando cuerpo y en algunos países ya ha sido reglamentada, pero en otros todavía no. En España data la primera reglamentación en 1952, modificada en 1953 y '54, y finalmente en 1964. En ellas se hace la diferenciación de Guía, Guía-intérprete, y Correo de Turismo.

En nuestro país existe con algunas variantes. Así por ejemplo en Mar del Plata se creó la carrera en 1968 egresando los primeros Guías en 1971. En la Universidad de Comahue surgió en 1974. En Córdoba a pesar de tener la primera Escuela de Turismo del país, se establece la profesión de Guía por Ley Provincial N° 5795 en 1974 y se crea la carrera recién en 1977, por Decreto N° 1666.

En la provincia de Salta existe actualmente la titulación de Guía sólo a través de la Universidad Católica de Salta (Salta Capital). Y la orientación de la profesión por carrera terciaria en el Profesorado de Salta (Salta Capital).

Durante el 2012 el Ministerio de Cultura y Turismo de la Provincia de Salta ha puesto en marcha medidas tendientes a la formalización de profesión en la provincia a fin de regular el trabajo del Guía.

Actitudes, aptitudes y habilidades

Ahora bien, dentro de la formación básica o más compleja que un profesional del turismo pueda poseer, es fundamental: el espíritu o vocación de servicio. Un trabajador del turismo con espíritu de servicio se muestra conforme y demuestra gusto por su trabajo, se siente cómodo solucionando los problemas de los turistas, atendiéndolos o realizando lo que cree mejor para ellos, y, mientras lo hace, muestra simpatía, inspira confianza y da lo mejor de sí para satisfacer hasta las necesidades que puedan parecer ínfimas de los usuarios más exigentes. Una persona dentro del ámbito turístico que posee esta característica, recibe muestras de satisfacción por parte de los usuarios, da seguridad y estabilidad emocional, y lo más importante es que permite diferenciar el servicio con detalles personales e intangibles, lo que le agrega valor al servicio turístico en sí.

Este punto es importantísimo en el mercado actual, dado que los productos físicos que conforman un servicio pueden poseer igual calidad siendo diferentes las empresas que lo brindan. Así, el precio que se pide por disfrutar este servicio también puede ser muy similar comparado con el de la competencia. Pero la estrategia de diferenciación a aplicar posee una de sus fortalezas en los recursos humanos que forman la organización y la manera en que se manejan con ellos mismos, sus compañeros y el usuario. Cuando un trabajador del turismo realmente tiene vocación de servicio, su forma de atender al consumidor es diferente, pues trata de satisfacerlo constantemente y va más allá de los manuales de procedimiento en cuanto al buen nivel de atención que ofrece, logrando personalizar el servicio a la medida del turista.

Un profesional del turismo entiende las características actuales de una empresa de turismo sabiendo que lo más importante es el cliente, que se trabaja para y por él y que, a diferencia de otras épocas, el beneficio lucrativo no es lo que prima. Un profesional del turismo actualmente en actividad laboral sabe que es un componente de un sistema de servicio y está consciente que cada persona que integra ese sistema, necesita o puede llegar a necesitar del otro para brindar un servicio a la medida del cliente. Sabe, además, que la identificación total con su trabajo y la alta valoración del mismo le harán

encontrarse cómodo realizándolo y permitirá escuchar los deseos de los turistas a los que brinda el servicio, adaptándolo de la mejor manera a sus necesidades. Es consciente además que necesita servir, brindar calidad, opinar, aconsejar y tomar decisiones (no sólo obedecer), conocer la importancia de su trabajo para él mismo, para el turista, para la empresa y el patrimonio turístico, y sabe que debe prepararse y capacitarse para cada día brindar un servicio mejor tanto a nivel humano como a nivel de calidad del servicio brindado. Esta meta le permitirá convenirse en un trabajador educado, preparado, especializado en su tarea, con espíritu de grupo y en un especialista y conocedor de las tareas que se realizan en la empresa lo que le permitirá facilitar y potenciar el trabajo en equipo.

El fin que debe proponerse el Guía profesional es el de alcanzar mediante el desempeño en su trabajo, las condiciones óptimas para que el viaje o excursión se convierta en un medio de desarrollo de la comunicación humana y de promover el intercambio socio-cultural, debe promover el respeto por la cultura local y el cuidado del patrimonio natural.

Entre las aptitudes o actitudes también importantes no solo para el Guía como profesional sino también para la imagen de la empresa se pueden mencionar la responsabilidad, la sociabilidad, el respeto, la puntualidad, la buena presencia, la ética, el buen desenvolvimiento y la dicción.

Un Guía de turismo no solo es una persona amable y carismática, también -y necesariamente- debe manejar una gran cantidad de información, no sólo la que respecta a su guiado específico, sino también información turística general, e información sobre la actualidad (política, sociedad, medio ambiente, etc.). En la actualidad trabajar en turismo también significa que el guía tenga manejo de idiomas para poder adaptarse al medio laboral.

Un Guía de Turismo nunca debe mentir en la información dada, debe lograr dominar más de un idioma. Un Guía no sólo es la persona que dirige un grupo, debe llegar a ser un líder natural teniendo en cuenta la motivación constante del grupo que tiene a cargo. El Guía también es un buen observador de las personas que conforman su grupo, mediante la observación y la intuición podrá llegar a conseguir un guiado inigualable.

Un Guía también debe poner en práctica la observación física de los turistas para poder ubicarlos a primera vista y relacionarlos con su nombre, es decir, el Guía debe ser un buen fisonomista.



Es muy importante en un Guía de Turismo, la presencia de la vocación por su profesión. El Guía, además de poseer los conocimientos inherentes al atractivo específico a guiar, debería estar enamorado de sus monumentos, tradiciones, montañas y vecinos y tener a habilidad para descubrir nuevas facetas de estos elementos día a día, a veces de la ayuda del mismo turista, a través de sus relatos y experiencias propias.

El conocimiento requiere así de la pasión con que se aprecia la profesión, al exigir saber los orígenes de un monumento, el pueblo que lo hizo, las causas de su creación, el estilo arquitectónico que posee, las conexiones con monumentos de la misma cultura y su paralelismo en el tiempo, las innovaciones y lo que éstas aportaron o dejaron de aportar, etc.

No cabe en la figura del Guía actual, una persona de horizontes cerrados o rutinarios. Es una actitud conocida el hecho de observar aún hoy, la existencia de Guías que saben la información en un determinado orden, cuentan el mismo chiste en distintos guiados y ante distintos grupos. Estos son Guías divorciados de su profesión.

Conceptos del Guía de Turismo

En España el Guía es el encargado de informar y mostrar los monumentos y demás lugares de interés.

En la Universidad de Comahue se definió al Guía de la siguiente manera:

“Es el profesional formado para recepcionar, informar, orientar, conducir y auxiliar grupos de turistas nacionales y/o extranjeros”

Por su parte la Secretaría de Turismo de la Nación en la Resolución N° 0323/75, Anexo 1, Art. 4, define:

“Los Guías de Turismo son aquellos profesionales que habiendo obtenido el título académico correspondiente, están en condiciones de informar, motivar y orientar al visitante en lo concerniente al patrimonio turístico del ámbito donde se desempeñan como tales”

En Córdoba en la Ley N° 5795 se considera Guía de Turismo a toda personas habilitada para cumplir funciones de conducción, orientación o información de grupos de turistas. Y en el Decreto de creación de la carrera se establece:

“Se entiende por Guía Superior de Turismo aquellas personas que están capacitadas para conducir y brindar al turista la posibilidad de un real aprovechamiento del tiempo libre, y su actividad consiste en guiar, conducir, orientar, informar, auxiliar, recibir turistas y cooperar con el Técnico en la programación de viajes y excursiones”

Perfil profesional del Guía de Turismo

Como se vio en los conceptos anteriores, el Guía es la persona que tiene por misión informar, dirigir y aconsejar al turista antes y durante el viaje o excursión.

Por eso el servicio que prestan los Guías es fundamental para el turismo. Están en contacto directo con el turista, son el elemento de enlace entre el turista y el país que visita. Por el trato que le brinde el Guía, puede el turista juzgar a todo el país ya que la imagen del Guía es la primera impresión que recibe del lugar. De la profesionalidad del Guía, de su comportamiento y cultura, depende la idea que el turista se forme de todos nosotros. La imagen del turismo argentino se verá seriamente afectada si los Guías (en este caso) no se forman profesionalmente respondiendo a las exigencias del turismo actual.

Para cumplir tales funciones, el Guía debe conocer todo lo que puede llegar a interesar a los turistas, conocer perfectamente el acervo cultural y artístico, las bellezas naturales, atractivos, diversiones, informaciones sobre comunicaciones, alojamientos, transportes, etc., y dominar con fluidez los idiomas extranjeros. Deberá conocer no sólo el desarrollo de su cultura local sino también la del turista que atiende. De esta manera podrá comprenderlo y asistirlo mejor.

El turista solicita en gran medida servicios personalizados. Entre ellos está el servicio que brinda el Guía de Turismo que no puede ser mecanizado o automatizado, por lo cual se puede afirmar una vez más que el turismo no es una industria sino un servicio.

Además de los conocimientos específicos del Guía, se hacen indispensables ciertas cualidades individuales del carácter, tales como:

- amabilidad,
- intuición,
- tacto,
- equilibrio emocional,
- dominio de sí mismo,
- compostura en los modos,
- capacidad comunicativa,
- ánimo jovial y alegre,
- espíritu de observación,
- diplomacia,
- paciencia,

Función del Guía

Velar por la seguridad y bienestar de los turistas, brindándoles toda la colaboración y servicios que sean inherentes a su profesión.

Recepcionar a los turistas en las terminales de transportes o en los lugares pre-establecidos.

Acompañar a los turistas en los traslados hacia el o los hoteles previstos para su alojamiento y en la salida hacia las terminales o lugares previstos para su retorno.

Guiar a los turistas brindándoles información detallada y completa del país, ciudad o lugar que visitan.

Educar al turista sobre las costumbres locales.

Tareas de un Guía



Recibe la orden de servicios de la agencia, hotel u organismo que ha requerido sus servicios y se traslada al lugar establecido para recepcionar al o los turistas.

Recibe y despide a los turistas, orienta y colabora con los mismos en la tramitación de la documentación de embarque o desembarque.

Proporciona información al o los turistas sobre aspectos generales del lugar y específicos de los servicios incluidos.

Orienta a los turistas en los trámites de inscripción en el hotel.

Al iniciar cada excursión menciona el itinerario a desarrollarse durante la jornada. Dicho itinerario puede ser: visita a la ciudad, visita nocturna o excursión fuera de la ciudad, suministrando en cada caso la información adecuada y aprovechando la circunstancia para dar otra información adicional sobre el lugar.

Hacer descargar o cargar los equipajes de los turistas, presentar la documentación de los mismos y despedirlos.

Una vez completada su tarea, hacer y presentar un informe de los servicios presentados por él y por terceros.

El Guía de Turismo debe contar con determinados elementos para hacer más eficiente su tarea, como ser: equipo de sonido (megáfono, micrófono), equipo de primeros auxilios y material de información (guías, mapas, planos, listados de servicios, direcciones útiles, etc.).

Conocimientos profesionales

El Guía de Turismo debe utilizar las técnicas de:

- **Expresión:** la expresión verbal y corporal es fundamental en el Guía. Parte de una buena expresión verbal correcta es la buena dicción, la vocalización correcta de las palabras, la utilización de términos adecuados, la no utilización de terminología vulgar o discriminatoria.
- **Descripción:** un Guía sabe describir cuando tiene amplio vocabulario técnico y general. La descripción se basa principalmente en hacer observar al turista lo que realmente es importante. La descripción del Guía es como una linterna en la oscuridad.
- **Comunicación:** un Guía sabe comunicarse no sólo cuando sabe hablar con otra persona sino que sabe hacerse comprender, y puede comprender lo que quiere el turista.
- **Conducción:** es cuando el Guía tiene todas las capacidades para poder estar al frente de la dirección de un grupo o simplemente una persona. No sólo son conocimientos técnicos, sino también de experiencia.
- **Tramitación:** esto es la asistencia que puede dar un Guía respecto de las cuestiones formales del viaje de un turista. El Guía más allá de brindar la información sobre el destino y los atractivos, debe tener conocimiento general sobre gestión de pasaportes perdidos, tramitación de pasajes aéreos o terrestres, empresas, etc.
- **Organización:** esto se refiere a la capacidad de poner en marcha correctamente los servicios contratados por el turista, y en solucionar los imprevistos del viaje. Para que un Guía pueda organizar el viaje, itinerario, etc. debe conocer a fondo los servicios contratados, las cláusulas de contrato, y tener plena comunicación con la agencia para solucionar los imprevistos sobre éstos. A su vez la agencia debe darle al Guía un margen de decisión para poder modificar el itinerario en casos de imprevistos.
- **Recreación:** el Guía no sólo es una persona que da información. En párrafos anteriores se expresó que además debe ser una persona jovial, simpática, agradable, esto es sencillamente

estar preparado y dispuesto para participar de una guitarreada, para bailar una chacarera, para enseñarle al turista a bailar un gato. El Guía es una persona que brinda información también a través de actividades lúdicas.

- **Capacidad de análisis, de síntesis y de decisión:** estas capacidades se dan no sólo por los conocimientos técnicos adquiridos, sino también por la experiencia del Guía. Es un aspecto profesional que si el Guía no lo tiene naturalmente deberá desarrollarlo. La capacidad de análisis y síntesis veloz entra en juego sobre todo ante un problema, un accidente, un inconveniente. La capacidad de decisión no sólo es un aspecto profesional propio sino también un espacio de confianza dado por la agencia. Este espacio de confianza por lo general es ganado a lo largo del desempeño profesional, donde el Guía demuestra tener capacidad para tomar decisiones correctas frente a un inconveniente.

Conocimientos generales

Es necesario que el Guía de Turismo tenga conocimiento profundo sobre aspectos relacionados con la actualidad política, social, cultural y medio ambiental, entre otros.

Manejar correctos conocimientos en historia, geografía, geología, patrimonio, ecología, relaciones públicas, primeros auxilios, entre otros.

Conocimientos específicos

- Técnicas de guiado pedestre y vehicular.
- Conocer en detalle los sitios de atracción turística.
- Manejar información pertinente a los servicios de alojamiento y medios de transporte.
- Conocer sobre la psicología y dinámica del turista. Dinámica de grupo.
- Conocer sobre la legislación y reglamentaciones vigentes que afectan al sector.

Campo de actuación

Empresas:

- de alojamiento
- de recreación
- de transporte y excursiones
- de servicios especiales
- agencias de turismo
- lugares específicos como: museos, centros de interpretación, etc.
- organizadoras de congresos, eventos, ferias, exposiciones, etc.
- fábricas e industrias
- de promoción y fomento

Entidades de servicios sociales:

- gremios
- sindicatos
- mutuales
- obras sociales

Entes de turismo, de fomento o promoción turística:

- oficinas y centros de información, públicos o privados
- institutos de enseñanza

El Guía antes del viaje

Teniendo en cuenta todo lo mencionado anteriormente, es decir todas las capacidades, habilidades, etc., con las que debe contar un Guía a través de conocimientos técnicos adquiridos por estudios superiores o bien experiencia comprobada en el ámbito, se considera que antes de cualquier viaje debe prepararse en ciertos aspectos a saber:

- Actualizar información sobre el atractivo o circuito a recorrer

- Frente a cambios significativos en los atractivos o destinos turísticos deberá tener hecho un relevamiento para comprobar dichos cambios
- En caso de tratarse de una salida nueva, deberá realizar un relevamiento previo para comprobar estados de rutas, tramos, desvíos, tomar tiempos de recorrido, etc. y fijar correctamente el itinerario
- Estar seguro de la información portante
- Observarse siempre sobre los errores de guiado anteriores para no volver a cometerlos, como muletillas, malos hábitos, etc.

TÉCNICAS DE GUIADO PEDESTRE

Antes de salir

- Debe realizar su propia presentación. Se recomienda dar sólo el nombre de pila ya que es lo que recordarán los turistas.
- Se debe presentar el recorrido que se hará, con los lugares a visitar, la duración aproximada en cada uno y la hora aproximada de finalización del recorrido.
- Dar las pautas de comportamiento. Que deben ser planteadas con la presencia de todos los integrantes del grupo. Las pautas pueden ser: mantenerse siempre unido al grupo, no quedarse más tiempo del estipulado por el Guía, en el cruce de calles o lugares congestionados mantenerse siempre cerca del Guía, ante cualquier duda preguntarle a él, etc.

Ubicación del Guía durante tramos de caminata



En tramos cortos el Guía debe ir adelante pero siempre pendiente del avance del grupo. En caso de grupos numerosos (más de 15 o 20 personas) los recorridos largos, de dos o más cuadras, el Guía debe ir adelante, al medio y atrás para evitar que los integrantes del grupo se pierdan o dispersen. En estos casos cuando el Guía decide ir hacia atrás del grupo debe dejar un líder adelante con la recomendación que sigan hasta tal punto y que al llegar a la esquina o cruce de calles esperen allí hasta que él vuelva. Esto asegurará que sea el Guía quien haga cruzar el grupo en una boca calle.

En caso que se asigne más de un Guía para el grupo, uno deberá estar siempre adelante, dirigiendo el trayecto. El otro o los otros Guías podrán colaborar en el guiado cuando el grupo sea demasiado grande y existan dificultades para oír al Guía que va adelante. Además deberán colaborar en el traslado general del grupo. Estas funciones pueden ir rotando.

En caso que un turista realice una pregunta a un Guía acompañante, éste no debe contradecir o desmedrar la información del que está guiando, si bien se presupone que la información que se está dando es la misma. Esta regla es general como parte de la Ética Profesional del Guía. Los Guías deben colaborar entre sí y no disputarse el trabajo. En todo momento los Guías están cumpliendo un trabajo de importancia, sean acompañantes o centrales.



Se recomienda que el Guía no dé información de importancia mientras vaya caminando. Ya que sólo lo escucharán las personas que tiene inmediatamente a su lado y el resto no. Los tramos de traslado se deben tomar como lo que son. En caso de querer dar una información, se deberá parar nuevamente al grupo, dar la información y luego seguir.

En caso que un turista realice una pregunta durante el traslado, si la misma reviste importancia se puede hacer la referencia en la próxima parada y responderla a todo el grupo. Por ejemplo "Esteban me preguntó algo muy interesante recién que quiero contarles a todos".

En caso que sea una pregunta que no revista importancia dentro de la información general del grupo, se responde allí mismo al turista que preguntó.

El Guía debe lograr que la caminata sea entretenida. El caminar y recibir demasiada información a la vez termina cansando física y psíquicamente al turista, por ello la información debe ser amena, entretenida. No se debe negar las paradas que el grupo pida en algún lugar de artesanías o abastecimiento de bebidas o comidas.

Descripción de edificios

Para describir los edificios no se debe utilizar la mano o el brazo. En concreto, no se debe señalar. En la descripción del atractivo se debe contar ordenadamente:

- las generalidades,
- la historia,
- la descripción arquitectónica externa,
- la descripción interna del atractivo, y
- las actualidades del mismo.

Para describir arquitectónicamente un edificio en su parte exterior, o sea su fachada, se debe hacer:

- de abajo hacia arriba y
- de izquierda a derecha.

Esto simplifica la observación del turista y simplifica la explicación del Guía. El Guía deberá ver la mejor manera de explicar la fachada de un edificio sin llevar hacia todos lados la vista del turista. Debe ser lo más sencillo posible.

Cuando el Guía se sitúa frente a un edificio debe decir qué es lo que están viendo los turistas y luego comenzar el guiado. El orden dado sobre el guiado no es siempre el mismo ni es taxativo. Puede variar pero no puede entrecruzarse, es decir, no se debiera hablar desordenadamente sobre la arquitectura, luego la historia, pasar a la actualidad, luego volver a la arquitectura, luego sobre generalidades, etc. se considera un guiado ordenado cuando se toman los temas y se los desarrolla hasta el final.

Este ejemplo sucede muy pocas veces donde la historia del edificio se mezcla con la historia de construcción del edificio y su evolución. Sólo en estos casos podrán “entreverarse” los temas y aún siguiendo una manera ordenada de presentarlos.



Sobre la descripción arquitectónica se recomienda siempre realizar la descripción externa y luego la interna.

Ubicación del Guía respecto del grupo

Cuando el Guía llega al atractivo a guiar, debe pararse frente de él y detener allí el grupo. Luego, dando la espalda al atractivo debe ubicar al grupo tratando que sea siempre en semi-círculo.

De esta manera el Guía siempre dará la espalda al atractivo y el grupo podrá observarlo mientras el Guía hable de él.

En caso que sea un atractivo tan pequeño que el Guía lo tape con su cuerpo, deberá seguir el mismo procedimiento pero luego de ubicar al grupo en semi-círculo el Guía deberá ubicarse al costado del grupo.

El Guía siempre debe buscar la mejor ubicación espacial para que el grupo pueda oírlo con claridad.

En caso de estar en una vereda, el guía deberá cuidar que el grupo de turistas no interfiera en el tránsito normal de transeúntes. Deber ubicar el grupo de manera cómoda en cuanto a la visibilidad del atractivo y cuidar que el grupo no esté sobre el borde externo de la vereda, ya que ante cualquier movimiento el turista estará sobre la calle.

En el caso de la guiada en interiores se debe tener en cuenta el respeto por el Guía Especializado¹ del edificio. En el caso de que no se pueda guiar dentro del edificio se debe dar la información por adelantado, seleccionando los atractivos interiores de mayor relevancia y luego autorizar el ingreso al mismo.

¹ Si bien la clasificación de Guías que prevé la Ley no contempla la figura del Guía especializado en este párrafo se hace referencia al guía que trabaja específicamente en un edificio

Cruce de calles

Siempre debe realizarse por las esquinas sobre senda peatonal de cruce. Al llegar a una esquina el Guía siempre debe estar adelante el grupo para dar la orden de cruce. El Guía siempre debe ser el primero en bajar la calle y el último en subir. Nunca se debe permitir que el turista transite por lugares de paso vehicular o se detenga en los mismos. El Guía es el responsable directo del resguardo físico de los turistas.

El Guía siempre marca la velocidad de caminata del grupo. No se debe ir ni muy rápido ni muy lento, observando a su vez el ritmo mismo del grupo.

Tono de voz

Debe ser adecuado al tipo de grupo y al lugar donde se esté guiando. No es lo mismo un grupo de ancianos, que uno de jóvenes o niños. En cualquiera de los casos se debe modular bien y hablar claro.

El grupo nunca debe esforzarse por escuchar bien. En lugares con demasiado tránsito vehicular o excesivo ruido, el Guía deberá cuidar que todo el grupo lo escuche bien. Para ello puede valerse de escalinatas para sobre elevarse del grupo y que éstos escuchen mejor.

Información

Si bien se tratará este tema en profundidad en ítems posteriores, de modo general se debe dar siempre información verídica. Hablar de lo más interesante para el turista. En el caso de que el grupo esté aburrido hay que cambiar el sentido de la información, hacer bromas, comentarios, mantener al grupo interesado de algún modo.

Antes de entrar al interior de un atractivo (museo, iglesia, etc.), no se debe olvidar dar el nombre completo del mismo para evitar que los turistas se pierdan. Si el recorrido en el interior es libre, antes de ingresar se debe pautar la hora de encuentro y el lugar (que en general es el mismo por donde se ingresa).

En el caso de información disímil entre sí se deben utilizar nexos, encontrando fechas, personas, años, etc. en común.

Cuando se finaliza la explicación de un término que se considere desconocido para el grupo, se debe preguntar si han entendido.

El guiado siempre debe ser ameno y con gracia. Respetar la opinión de todos por igual. Mantener buenas relaciones con todo el grupo por igual.

En cuanto a las fechas no se debe cansar al público con datos específicos, se debe generalizar por siglos, décadas, movimientos, etc. Esto exceptuando fechas que son claves en la historia.

Ante preguntas que no se sabe la respuesta, no mentir, aclarar que no se tiene la información y comprometerse a hacer lo posible para averiguarlo.

El Guía debe recordar siempre dirigir al grupo con autoridad (no autoritarismo).

Despedida final del grupo

La despedida debe contener un agradecimiento por haber elegido la empresa o la ciudad, deseos de que vuelvan, breve balance del grupo, de la excursión, invitación a lugares que no se pudieron visitar, etc. siempre dejar el espacio para el planteamiento de dudas o preguntas.

TÉCNICAS DE GUIADO VEHICULAR

Antes de salir

Siempre probar el audio: parlantes, micrófono, reproductor de música.

Asegurar que se lleva los elementos necesarios tales como botiquín, mapas, agua, lista de pasajeros a mano, caramelos, chicles, coca, etc.

Juntar al grupo. Llamarlos en voz alta por nombre y apellido. Se debe contar a los turistas en cada parada que se realice. Una vez en el interior, observar la ubicación de los turistas, distinguiéndolos por color de ropa, señas particulares, características llamativas.

Ubicación del Guía en el vehículo

Parado en la parte de adelante del colectivo (escaleras o rampa), bien agarrado, siempre cerca del chofer, tratando de tener en la vista rápida todo el contingente y una buena visibilidad hacia adelante para la ubicación rápida de los atractivos antes de que pasen.

Presentación

De uno mismo (el Guía), de coordinadores, acompañantes especiales y conductor o chofer. Al igual que en el guiado pedestre, la presentación se hace siempre dando los nombres de pila de las personas.

Se presenta el itinerario brevemente creando expectativas reales del viaje. Si el viaje dura más de un día, se debe comenzar la jornada siempre recordando lo que se hará en el día.

Dar las pautas de comportamiento: respetar los horarios, los tiempos estipulados para las paradas técnicas, no dispersarse en ellas, mantener la limpieza del vehículo, no fumar en lugares cerrados, respetar las pautas de comportamiento para los lugares de estadía, no fumar en el vehículo, etc.

Orientación vehicular

Siempre se debe conducir la mirada de los turistas hacia la derecha o la izquierda, nunca hacia adelante o atrás. La mirada se orienta en el sentido de los turistas y no del Guía.

Nunca se debe señalar con los brazos, ya que el turista no está mirando todo el tiempo al Guía, y no siempre tiene buena visibilidad del mismo. No se deben utilizar expresiones como "hacia este lado", "hacia allá".

Tono de voz

Debe ser de acuerdo al tipo de audio que se esté utilizando y acorde al grupo. Se debe modular bien, no se deben realizar ademanes exagerados.

El grupo no debe esforzarse por escuchar ni debe aturdirse con el sistema de audio.

Información

En caso que los atractivos se encuentren muy seguidos, se deberá aprovechar el tiempo para cada uno y adelantar la información si el tiempo y el atractivo anterior lo permiten.



En tramos largos no debe darse la información de a gotas ni hay obligación de hablar todo el tiempo. La información de a gotas sucede cuando el Guía no está organizado con la cantidad de información a dar, no tiene bien estudiado todo el tramo o está inseguro de lo que está dando. Hablar de a gotas es dar muy poca información en intervalos de tiempo relativamente largos. Por ejemplo dar dos oraciones de información y callar 10 minutos, luego otras dos oraciones y callar otros 15 minutos. En estos casos el turista termina por no escuchar, pierde el hilo de la información, se duerme, se aburre.

Antes de bajar a un atractivo no olvidar dar el nombre completo del mismo para evitar que los turistas se pierdan. Se debe dar el tiempo de visita y la modalidad (si es guiado o de recorrido libre). Se puede dar también una breve referencia del mismo si el recorrido es libre.

En el caso de información disímil entre sí se deben utilizar nexos, encontrando fechas, personas, años, etc. en común.

Cuando se finaliza la explicación de un término que se considere desconocido para el grupo, se debe preguntar si han entendido.

Recorrido vehicular

Ante todo se debe respetar siempre el recorrido del itinerario. Se debe seleccionar el mejor recorrido teniendo en cuenta de evitar las calles congestionadas, las rutas y caminos rotos, cortados, etc. En el caso de hacer un desvío de ruta importante se debe comunicar a los turistas explicando el por qué del cambio.

En la resolución de problemas vinculados al desvío, se debe tener siempre la tranquilidad y la rapidez en la toma de decisiones.

Antes de descender para guiados pedestres se debe informar la hora actual, el tiempo de la visita y la hora en que el grupo se congregará (indicando el lugar) para volver a partir.

En caso que se esté en un vehículo grande (más de 45 asientos) deberá analizar bien el ingreso a ciudades, sobre todo si éstas tienen calles pequeñas, angostas, con carteles bajos, etc.

Guiado

Siempre ameno y con gracia. Se recomienda no guiar con música de fondo ya que las personas se distraen con la música.

La música en el viaje es una herramienta de apoyo. Se puede usar música para ambientar la observación del turista. Se la usa también para generar espacios distendidos y favorecer al descanso y relax, o también todo lo contrario.

Respetar la opinión de todos por igual. Mantener buenas relaciones, en especial con el conductor.

En cada parada dar las pautas de comportamiento.

En cuanto a las fechas no se debe cansar al público con datos específicos, se debe generalizar por siglos, décadas, movimientos, etc., exceptuando fechas clave en la historia.

Recreación durante el viaje

No olvidar que todo viaje debe tener su momento de recreación, dispersión. El encargado directo de la recreación será el Coordinador, pero en el caso de no encontrarse, la recreación debe ser organizada por el Guía.

Se debe llevar buena música acorde al tipo de viaje y de grupo. En general se recomienda tener siempre música variada, a pesar que no le guste o no sea la que el Guía normalmente escucha, ya que los gustos del Guía no serán iguales a los de todos los turistas que pueda guiar en su trayecto profesional.

La recreación durante el viaje involucrará a veces poner en marcha juegos de conocimiento del grupo, de integración, etc. Para ello el Guía deberá también prepararse en este sentido, y conocer juegos de diferentes tipos aplicables a diferentes grupos etéreos, de procedencia, etc.

Despedida final

Al igual que lo expresado anteriormente, se debe agradecer por haber elegido la empresa y la ciudad o provincia, deseos de que vuelvan, breve balance del grupo, del viaje, y otros que se consideren importantes. Espacio para dudas y preguntas. (Esto se realiza al final del viaje. No al final de cada tramo ni de cada día en caso de viajar durante varios días).

LA INFORMACIÓN

Tipos de fuentes de información

La información que maneja un Guía la obtiene básicamente de dos fuentes, que académicamente se conocen como fuentes primarias y fuentes secundarias.

Las fuentes primarias son medios que nos proporcionan información o datos para armar información de primera mano. Existen diferentes técnicas para obtener información de primera mano, las más conocidas

son: entrevistas, encuestas y observación directa. Cada Guía deberá aplicar las técnicas de recolección de datos e información que más convenga.

Las fuentes secundarias o de segunda mano son aquellas que proveen información relevada y trabajada por otras personas. Estas son: libros, revistas, informes, conclusiones estadísticas, etc.

Por lo general los Guías comienzan formándose acerca de un atractivo o destino a través de fuentes secundarias. Requerirá de las fuentes primarias cuando las secundarias no sean suficientes, no sean de calidad, deban actualizarse regularmente, o simplemente no existan.

Selección de información

La selección de información depende en gran parte del grupo: interés, nacionalidad, edad, sexo, profesión; y del tiempo que se disponga para realizar la excursión.

Hay dos tipos de información:

La elemental o básica: se refiere a lo más importante que debe incluir el guiado. La información básica es la información que tiene que quedar en la mente del turista, ésta responde a las preguntas generales que el turista se hace sobre un lugar o atractivo. La información básica es la que debe darse sí o sí.

La complementaria: es la información que se utiliza cuando se tiene tramos muy largos en guiados vehiculares. Es la información que acompaña y da un mayor sentido a la información básica, en cierto sentido, la completa. Cuando el Guía se ha quedado sin recursos para mantener interesado al grupo, se vale de la información complementaria ya que ésta tiene una mirada diferente sobre el trayecto o lugar que se está guiando. Serán por ejemplo leyendas, mitos, coplas, sucesos, etc.

Presentación de la información

La información que tiene el Guía se presenta de dos maneras: la primera es de forma escrita (monografía, informe, investigación, cartilla), la segunda es de forma oral (guiado).

Para optimizar el guiado, la información escrita debe ser presentada de manera correcta. De esta manera el guiado sigue la lógica de lo escrito. Por lo general cuando el Guía estudia de escritos mal redactados, con palabras incorrectas, etc. su guiado será de la misma forma.

La presentación escrita de la información debería tener el siguiente orden:

1º. Los atractivos se van desarrollando en la medida de su "aparición" en el guiado. Es decir, siguiendo el recorrido del circuito.

2º. Se aconseja presentar un atractivo por página, de esta manera si se debe corregir algo no se modifica el resto del paginado. Y de esta manera el Guía puede ir agregando páginas a un atractivo en función de su actualización.

3º. La información por atractivo debe seguir el siguiente orden:

- Presentación del atractivo (qué estamos viendo, en donde estamos)
- Generalidades del atractivo
- Referencia histórica del atractivo
- Descripción arquitectónica: 1º la fachada, 2º el interior
- Las funciones actuales del atractivo en caso de ser un edificio.
- En caso de tratarse de Museos se agrega los días y horarios de visita y el precio de la entrada discriminando precios para extranjeros, nacionales, jubilados y estudiantes. Esto deberá estar actualizado constantemente.

En caso que el Guía genere información de primera mano y deba redactarla, no deberá hacerlo nunca de la manera en que habla comúnmente, ya que de ese modo al hablar, puede tener errores graves de expresión y así se trasladarían estos errores al escrito. Contrariamente si se redacta correctamente y con paciencia, seguro el Guía podrá realizar su labor, correctamente.

La adecuada redacción involucra:

- Correcta expresión gramatical de la lengua
- Correcto uso de tiempos verbales
- Utilización correcta de adjetivos
- Respeto de coma, punto y coma, punto aparte y punto seguido.

EL COORDINADOR DE VIAJE

En párrafos anteriores se mencionó que algunas tareas las realizaba casi exclusivamente el Coordinador de Viajes. En este caso suponemos una situación ideal, donde en un mismo viaje existe la presencia del Guía y del Coordinador. En Salta no se acostumbra asignar ambas personas a un viaje, sino más bien asignar ambas funciones a una misma persona, en este caso sería la del Guía.

Aún así, para dejar en claro ambas funciones es que se separan las obligaciones del Guía por un lado y las del Coordinador por otro.

Perfil del Coordinador de Viajes

Esta es una persona que naturalmente tiene capacidades de líder. Tendrá así poder de convocatoria, amplia capacidad de diálogo, capacidades de negociación, energía constante para proponer juegos, recreación en viaje, etc.



El Coordinador es una persona que acompaña al grupo y al Guía durante el viaje. Es quien se encarga de tareas organizativas como ser cumplimiento de los servicios contratados, cumplimiento de horarios, gestión de quejas, solución de incidentes, etc. Es quien atenderá cuestiones personales del grupo como la asistencia médica en ruta por ejemplo.

Previo al viaje

El viaje de relevamiento será considerado tanto para Guías como para Coordinadores. En el relevamiento se deben tomar los tiempos entre localidades, los tiempos de descenso para visitas guiadas, los tiempos de paradas técnicas, el estado de las rutas, etc.

El Coordinador es quien manejará las **Fichas Médicas** de los turistas que viajan. Esta Ficha deberá tener los siguientes datos:

- Nombre completo del pasajero
- DNI, número de pasaporte o similar
- Teléfono que porta (para casos que éste se extravié o no llegue a tiempo y debamos ubicarlo)
- Teléfono de emergencia (para comunicarse con una persona de confianza ante una emergencia)
- Enfermedades crónicas
- Medicamentos que ingiere actualmente
- Medicamentos contraindicados
- Dietas especificadas por prescripción médica
- Alergias y tratamiento de las mismas
- Cirugías recientes
- En el caso de ser mujer si está embarazada y especificar el tiempo de gestación

Toda Ficha Médica debe estar completada por el pasajero o con información que éste mismo brinde, e inmediatamente debajo la declaración del resguardo de la privacidad por parte de la empresa sobre los datos proporcionados y la declaración de veracidad sobre dichos datos con firma y aclaración de la persona.

Todas estas son medidas de seguridad ante casos de emergencias médicas, accidentes, desapariciones, etc.

Si en el grupo de pasajeros participan menores de edad, se debe incluir la autorización de los padres en el caso de que no vayan acompañados de ellos, o sólo por uno de ellos en caso de salir del país. Esta

autorización tiene solamente validez si está realizada en la Policía o en escribano público, de acuerdo al tipo de viaje que realice, es decir si es nacional o internacional.

Veinticuatro horas antes de la salida, la lista de pasajeros debe estar cerrada², para poder enviar con el tiempo correcto a la empresa aseguradora.

Antes del viaje deben estar los prestadores avisados de la llegada de los turistas, el día de arribo, la hora aproximada, la cantidad de pasajeros confirmada, etc.

Por eventualidades debe tenerse siempre a mano los teléfonos de los prestadores de servicios (hoteles, agencias, restaurantes, etc.) y de las oficinas de intervención (policía, gendarmería, hospital, etc.).

Por lo menos dos días antes de partir se debe constatar que el **botiquín de primeros auxilios** esté completo. El botiquín es exigido por ley, sin embargo en el transporte debe ser más completo del que exige la ley. Un transporte lleva un botiquín con gasas, curitas, cinta y agua oxigenada, pero hay que saber que en el momento de un accidente estos elementos resultan insuficientes.

Debe saberse que el coordinador no puede administrar directamente ningún medicamento, de acuerdo a la reglamentación y posibles juicios por algún problema que pudieran tener. El botiquín está para que el turista pueda servirse de él. El único autorizado a administrar medicación es el médico. De esta manera cuando un turista se descompensa por algo, en la asistencia de primeros auxilios si éste llegase a solicitar algo se puede poner a su disposición el botiquín pero nunca asignarle un medicamento específico.

Un botiquín más completo contendría al menos: algún ibuprofeno, algo para la descompostura o dolor de estómago, desinfectante de heridas, alguna crema para las quemaduras, termómetro, tensiómetro, una banda elástica para alguna torcedura o golpe de momento, un poco de sal gruesa o caramelos, es lo mínimo, también puede llevarse siempre coca (para coquear) que resulta lo mejor para los viajes de altura.

Contrato de Transporte

Para hacer un contrato de transporte de pasajeros siempre se deberán constatar determinados papeles que son obligatorios para la circulación del vehículo. Si estos papeles no están, no se puede contratar el transporte.

Toda empresa de transporte tiene la obligación de facilitar estos papeles.

Los papeles obligatorios del vehículo son:

- Seguro. Se debe constatar que esté pagada la última cuota del mismo.
- Constancia de la Revisación Técnica Vehicular.
- Habilitación de la CNRT (Comisión Nacional de Regulación de Transporte).

Los papeles obligatorios para el chofer deben ser:

- Carnet habilitante emitido por el ente de regulación del tránsito provincial.

Para el pedido de precios, información o presupuestos se deberá presentar con tiempo de antelación una nota debidamente escrita, especificando las características del viaje y el pasaje.

Dicha nota deberá especificar:

- Nombre del solicitante
- Datos del grupo que viajará
- Datos del viaje: Día de salida y regreso; horario de salida y de regreso; lugar de salida y regreso; lugar o destino final; localidad donde se pernoctará; rutas, calles o avenidas del recorrido cuando se trate de un city tour o recorrido por la ciudad.

² Ver Cartilla 10: Legislación Turística. Planilla Cerrada es aquella que luego de haber sido consignados todos los nombres de los pasajeros, se bloquea con una línea inmediatamente posterior al último.

Tanto la reserva del vehículo, como el contrato final, deben estar sentados por escrito para evitar problemas.

Dicho papel deberá especificar:

- Nombre de la Empresa de Transporte
- Nombre del representante de la ET
- Nombre del contratante
- Día/s en que se realizará el viaje
- Horario de comienzo y finalización del viaje
- Lugar de salida y regreso
- Itinerario de ruta a recorrer especificando calles, avenidas, rutas, desvíos, tanto en caso de viajes cortos (ciudad) o largos, y destino final en caso de viaje de larga distancia.

Es condición obligatoria para los transportistas que en el momento de salida se elabore la Lista de Pasajeros que emite la CNRT. *Para profundizar este tema puede consultar la Cartilla N° 10 sobre Legislación Turística.*

Antes de iniciar el viaje, el coordinador deberá facilitarle un itinerario ampliado al chofer. Dicho itinerario ampliado lo manejarán sólo Guías, Coordinadores y chofer. A pesar de facilitar esto al chofer, los coordinadores deberán estar siempre atentos que ese itinerario se cumpla, o bien realizar los arreglos pertinentes en caso de una modificación por parte de los mismos choferes.

Contrato de Alojamiento

Si bien no es tarea de un Coordinador de Viajes realizar un contrato de alojamiento, pues es incumbencia específica de las agencias de viajes, se desarrolla este tema a modo de ampliar los conocimientos básicos que debe manejar el mismo.

Para hacer un correcto contrato de alojamiento, cuando se pide presupuesto, lista de precios o confirmación de reserva siempre se debe hacer el pedido por escrito en donde se detallará todo lo necesario para evitar errores. Se aconseja siempre conocer el alojamiento.

Se aconseja hacer por escrito el pedido de precios, ya que si el Coordinador debe pasar estos precios a otras personas de un grupo de trabajo o una agencia, no debe tener errores ni dudas.

Este pedido se realiza presentando una nota debidamente escrita, aclarando: fecha de ingreso, cantidad de noches de estadía, características del grupo, horario aproximado de llegada del grupo y horario de retiro.

La reserva debe realizarse con anticipación a la salida del viaje, y para que se registre como seña debe existir sí o sí el pago de un monto de dinero que lo establece el alojamiento.

Para asegurar la reserva, también se debe anotar el nombre de la persona que realizó la reserva, el número de reserva y la fecha de realización de la misma. Si la seña se envía por correo o se deposita en cuenta de banco, se deberá enviar fotocopia del comprobante de depósito al alojamiento para que la seña se registre y se efectúe la reserva.

Luego de enviar comprobante de pago, se deberá hacer una nota que confirme los datos de la reserva. Esto puede ser por mail e imprimirlo luego para encarpetar o por fax.

En caso de poder realizar el pago de la seña, deberá asegurarse constantemente por teléfono al alojamiento que el grupo está en camino hacia el lugar.

Se debe asegurar las comidas que brinda el alojamiento y las que se incluyen en el precio final.

Para grupos numerosos se debe realizar una "rooming list" que contenga: el número de habitación con el nombre de las personas alojadas en cada una. Esta lista es de particular manejo del Coordinador o responsable a cargo.

La distribución de las personas en las habitaciones debe ser arbitraria cuando se trate de un grupo de estudiantes un tanto revoltosos, y no debe ser arbitraria cuando se trate de personas mayores que

seguramente preferirán determinados compañeros de cuarto. La división de habitaciones para grupos de adultos se debe hacer cuando se llegue al hotel, la división de habitaciones para grupo de estudiantes se debe tratar de hacer antes de descender en el hotel.

Antes de bajar al alojamiento se deben dar las recomendaciones de comportamiento. El coordinador debe bajar antes que el grupo para constatar que todo está listo.

El grupo debe saber en qué habitaciones están los Guías y los Coordinadores.

Los Coordinadores despiertan a los turistas en cada puerta o mediante el teléfono avisando al recepcionista la hora. El grupo debe saber a qué hora será despertado, el horario límite de desayuno, el horario de retiro del hotel y la hora del comienzo del resto de actividades del día.

Servicio a Bordo

Incluye el asesoramiento permanente a los pasajeros, Guías y acompañantes, en cuestión de información del itinerario.

El Coordinador es el responsable directo de la limpieza y el cuidado del vehículo, así como del servicio en el desayuno, merienda, bebidas en el vehículo o box-lunch.

Los juegos y actividades recreativas son parte de la labor del Coordinador y no del Guía. Se aplican después de comer, al regreso y finalización del viaje y en trayectos largos del viaje en que no se dé información de guiado. El Coordinador debe prever antes del viaje todos los elementos a emplearse en los juegos planeados y los premios en caso que se otorguen.

El Coordinador debe controlar que estén todos los turistas al entrar y salir de los lugares visitados, para ello suele contarlos, pero siempre con disimulo para no "cosificarlos".

Posterior al viaje

Realizar un informe real con horarios cumplidos, lista de pasajeros y demás acontecimientos del viaje, incluyendo el presupuesto que se había presentado previamente y las facturas de gastos.

Al final del informe es necesario realizar un comentario general del viaje, la calidad de los servicios recibidos, el comportamiento del grupo, resolución de problemas, sugerencias para posteriores viajes.

Sobre el presupuesto

Por lo general los presupuestos son manejados exclusivamente por la empresa para la que trabajan Guías y Coordinadores. El presupuesto de viaje debe estar fijo por lo menos una semana antes del viaje. Con todas las señas de servicios confirmadas. A este presupuesto habrá de agregar los costos de relevamientos, gastos extras de reservas, faxes, peajes, pilas de megáfono, etc.

Es costumbre que existan pasajes y servicios liberados, que les corresponden al chofer, al Coordinador y al Guía, normalmente se trata de un pasaje cada 10 o más pasajeros de la excursión.

LA MOTIVACIÓN

Si bien el tema de la Motivación ya ha sido tratado en la Cartilla N° 7: Psicología del Cliente, en este apartado se profundizará sobre el tema para poder abordar con coherencia los ítems posteriores.

Conceptos

Según John Ivancevich³, motivación es entendida como el conjunto de fuerzas que originan la conducta y determinan su forma, dirección intensidad y duración. Es un estado de alerta basado en la satisfacción de necesidades. Es aquí donde se introduce un concepto importante, que es el de necesidad.

Según Eugenio Vannucci⁴, la motivación se manifiesta en forma de impulsos que orientan o direccionan a las personas en un determinado sentido, para poder alcanzar sus objetivos. Esos objetivos son

³ Ivancevich, John M. y otros. "Gestión, calidad y competitividad". Editorial Irwin. 1996. página 438.

verdaderas fuentes de felicidad personal. Tanto la motivación como la participación son voluntarias y espontáneas.

Según Philip Kotler⁵ una necesidad se convierte en un motivo de acción de una persona cuando alcanza un nivel suficiente de intensidad. Entonces, la persona actúa para liberar tensión.

De lo anterior surge la siguiente postura: la motivación es, en parte, intrínseca y depende de cada persona.

Una persona se auto-motiva pues esa es su naturaleza, pero también puede ser inducida a la motivación para lograr objetivos específicos en cuanto a lo laboral. Lo que es básico y necesario poseer son las ganas de realizar un buen trabajo, las ansias de superación y una sed de mejora continua. Es aquí donde entra en juego la actitud y aptitud de un profesional del turismo, pues habiendo elegido él su carrera laboral, tendrá seguramente una vocación de servicio y la pasión necesarias para un buen desempeño en una empresa que adopte la calidad total. Además, por supuesto, de sus conocimientos teóricos en turismo.

Psicología de la Demanda Turística

Es innegable la importancia de conocer y detectar las necesidades de cada cliente, para poder así brindarle un servicio adecuado a sus expectativas y deseos, si bien identificar estos elementos resulta muy difícil en un primer contacto o por simple observación, se pueden tener en cuenta diferentes factores que ayudarán a trazar un aproximado perfil del consumidor de servicios turísticos.

De acuerdo a Montaner Montejano, las motivaciones del turista se pueden agrupar en los siguientes grupos:

Motivaciones físicas: derivadas de la necesidad de equilibrio físico y psíquico, pueden incluir actividades relacionadas con el descanso (en variadas locaciones geográficas como los destinos de sol y playa o el turismo de estancia), los deportes, la participación en programas de salud en centros específicos que combinan tratamiento con recreación.

Motivaciones culturales: relacionadas con el deseo de conocer otras culturas y formas de vida en sus manifestaciones históricas, gastronómicas, artísticas y religiosas entre otras.

Motivaciones sociales: incluyen el deseo de entablar nuevas relaciones con personas de diferentes lugares o visitar amigos o parientes.

Motivaciones de cambio de actividad y de lugar geográfico: destinadas a romper la rutina y “cambiar de aire” en su expresión vulgar. Ver paisajes nuevos y “desconectarse” momentáneamente con lo conocido o la rutina diaria.

Motivaciones de status o prestigio: referidas al deseo de ser reconocido por los viajes realizados (relacionadas al ego) o a la adquisición de conocimientos por participación en convenciones o programas de estudio (relacionadas al desarrollo personal).

Motivaciones de diversión y esparcimiento: necesidades que pueden ser satisfechas con la participación en actividades como bailes, juegos, paseos, actividades deportivas extremas, concurrencias a espectáculos o presentaciones artísticas por ejemplo.

Otro tipo de análisis se basa en la tipología de las personas: diversas escuelas y teorías tratan el tema del comportamiento de los turistas en el proceso de compra y consumición de los servicios turísticos, mientras que otras tienen como eje la constitución física o biotipología (E. Kretschmer y W. Sheldon). La biotipología presenta según los distintos autores, entre tres y cuatro tipos de formas corporales (delgado y alto, musculoso y atlético, redondeado y bajo, y un tipo no definido) que relaciona las características físicas de cada persona con sus preferencias y comportamiento.

⁴ Vannucci, Eugenio O. “Sistema gestión de calidad”. Educación a distancia. Instituto Universitario Aeronáutico. 1996. página 81.

⁵ Kotler, Philip y otros. “Mercadotecnia para hotelería y turismo”. Primera edición. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., 1997. página 195.

Otros estudiosos prefirieron analizar la personalidad psicosocial (C. Jung), basada en las relaciones sociales y rasgos de temperamento y carácter (extrovertido o introvertido), mientras que un psicólogo norteamericano (S. Plog), relacionó las preferencias en los viajes, con el comportamiento psicográfico y perfil demográfico (tipo psicocéntrico o aloecéntrico).

Se conoce que cada individuo posee gustos y necesidades diferentes, y que es posible identificar algunos de ellos con la observación de su físico y el temperamento. Sin embargo, es válido agregar, que cada persona según su formación, está capacitada o acostumbrada a percibir el mundo que lo rodea de una manera determinada, más allá de sus características físicas y temperamentales.

Philip Kotler⁶ hace mención de un proceso psicológico que lleva a cabo cada persona y que influye en la forma en que la gente crea una "imagen significativa del mundo". Este proceso se llama Percepción y es a través de él que un individuo selecciona, organiza e interpreta la información que recibe para ordenarla según le convenga.

La percepción sobre un determinado estímulo puede variar de acuerdo a cada persona en particular, pues existen tres procesos perceptuales:

Atención selectiva: de la gran cantidad de estímulos (información, colores, sonidos, formas, etc.) que recibe una persona por día, al no poder centrarse con la misma atención en todos, la persona fija su interés sólo en los que le atraen o llaman la atención de alguna manera, ignorando el resto.

Distorsión selectiva: la persona tiene tendencia a adaptar la información que recibe a su forma de pensar, de tal manera que apoye sus creencias. Es por ello que los consumidores no siempre perciben los estímulos de compra de un determinado servicio con la intención con la que se pensaron.

Retención selectiva: las personas olvidan gran parte de lo que aprenden y recuerdan la información que apoya su forma de vida, sus creencias y actitudes.

Este proceso de percepción también influye a la hora de elegir un servicio. Sin embargo no es detectable por simple observación, como pueden ser otras características de un turista, o las necesidades que éste posee en relación al servicio que se le va a brindar. Es igualmente válido mencionarlo como parte componente de las personas y de su proceso de selección de servicios.

Si bien la información completa sobre el pasado de cada persona, sus gustos, preferencias, creencias y actitudes ante la vida no serán posibles de conocer exactamente en un primer contacto ni en cien que tenga el cliente con la empresa, sí es posible captar buena parte de esta información con su lenguaje corporal, algunas breves preguntas que se le puedan ir realizando y la observación e interpretación de sus actitudes a medida que recibe un servicio. Esta tarea implica una atención constante hacia ese cliente y el saber detectar de inmediato distintos rasgos de personalidad que pueden ayudar a un prestador de servicios a adecuar los mismos a las expectativas del cliente.

Como se expresó anteriormente, las características y elementos de la personalidad expuestas, no brindarán un conocimiento instantáneo ni acertado en su totalidad de las necesidades y los deseos del turista. Sin embargo pueden llegar a ayudar en un primer contacto con el mismo, a la hora de dar buenas primeras impresiones. (Es fundamental el hecho de causar buena impresión y vale la pena recordar que: "No existe una segunda oportunidad para causar una primera buena impresión"). Ellas pueden allanar el terreno de los primeros contactos entre la empresa y el consumidor, que en ocasiones se torna rugoso.

ALGUNAS ESPECIFICACIONES SOBRE LA COMUNICACIÓN

Cómo transmitir el mensaje

En la comunicación es fundamental no sólo el contenido del mensaje sino también la forma en que éste se transmite. Es tan importante la imagen de persona que está hablando (como va vestida, peinada, maquillada) como el propio mensaje que está transmitiendo.

⁶ Kotler, Philip y otros. "Mercadotecnia para hotelería y turismo". Primera edición. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana S.A., México, 1997. páginas 196, 197.

Al emitir un mensaje se confía en que el significado que le dé el interlocutor se ajuste o sea similar al atribuido por el emisor; de aquí la importancia de dominar un idioma con el fin de no cometer errores en la codificación.

A menudo el tono de voz delata los sentimientos o el estado emocional a los demás aunque no se sea consciente, por lo que se debe cuidar la entonación con el fin de motivar la escucha.

Se debe creer en lo que se explica, debe haber algo 'afectivo' en el estilo si se quiere retener la atención e interesar al cliente.

Los gestos de la cara, el lenguaje del cuerpo comunican tanto o más que las propias palabras.

Los comunicadores eficaces, aquellos que quieren ser comprendidos, están orientados hacia las personas y no hacia la estética del lenguaje. Es preferible emitir para ser comprendido que construir un discurso oratorio perfecto pero difícilmente comprensible.

La comunicación es un sistema de dos direcciones y necesita de retroalimentación, se debe evaluar constantemente la reacción de los clientes a las palabras del emisor; hay auditorios apasionados por tal o cual cuestión, los hay agresivos, etc. Siempre se deben adecuar las palabras según se vayan produciendo determinadas reacciones en los oyentes. La retroalimentación es tanto verbal como visual:

- **Verbal:** hay que prestar atención a las preguntas que se formulan como a los comentarios que se hacen.
- **Visual:** atender a sus gestos y expresiones, si bostezan constantemente, si están dormidos, si se sientan en el primer lugar que encuentran o si miran repetidamente el reloj.

La comunicación unidireccional se limita a ser información que el cliente puede escuchar o no, ya que no implica ninguna participación por su parte, el Guía, si bien es cierto que transmite información, no se puede olvidar que afortunadamente no es un cassette y que tanto mayor será la satisfacción del cliente cuanto más se acerque a comunicar en lugar de a simplemente informar.

A quien y en qué circunstancias se emite el mensaje

A la hora de transmitir un mensaje, el Guía debe tener en cuenta el tipo de cliente, el tiempo del que se dispone, el momento del día, la dinámica del propio grupo, los factores ambientales, etc. Hay que tratar de conocer el grupo que se va a asistir: su edad, su nivel cultural, su nacionalidad, intentando averiguar lo que el auditorio sabe sobre los temas que se van a tratar: ¿por qué abrumarles con una información exhaustiva si ellos son especialistas en el tema?, ¿qué quieren saber?, ¿qué necesitan saber?, ¿qué no necesitan saber?, etc.

Cuanto más se ajusten los mensajes a las experiencias mentales y emocionales de las personas a quienes van dirigidos, tanta más eficacia se producirá en las comunicaciones; por lo tanto, el Guía intentará siempre adaptar el mensaje en función del cliente, no explicando lo mismo a un grupo de estudiantes que a un grupo de jubilados.

Si el Guía se fija en las características del grupo puede intuir sus intereses y preferencias. Si detecta que los pasajeros tienen propensión a acercarse a las costumbres del lugar, muy probablemente agradezcan una parada para degustar un dulce o bebida típica. Uno de los peligros que se corre al evaluar los estereotipos radica en que se pueden cometer errores al enfocar las cosas de un modo determinado y después descubrir que el "turista" no corresponde al cliché con el que se le había relacionado.

Algunos consejos para hablar en público

A la hora de hablar en público, los candidatos a Guía de Turismo, con las explicaciones teóricas expuestas hasta aquí, podrían defenderse con suficiente éxito; sin embargo, con el fin de facilitar este primer momento, que para algunos resulta un tanto difícil, se va a presentar una lista con unos pequeños consejos en la esperanza de que puedan ser de utilidad:

Preparación previa

Puede ser conveniente un ensayo previo en casa. Ejercitarse hablando ante una grabadora sobre cualquiera de los temas que componen la futura exposición contribuye a ordenar las ideas y a detectar irregularidades.

Dado que los oyentes de nuestra próxima intervención, además de oír estarán mirando, es conveniente ejercitarse ante un espejo, a ser posible de cuerpo entero, lo que permite depurar la técnica de los gestos.

Procurar dormir las horas suficientes proporciona un aspecto más “fresco”.

Antes de la primera intervención en público no se debe comer demasiado a fin de evitar problemas si los nervios afectan a la digestión.

Cuidar al máximo la imagen: un buen baño, lavarse el pelo, vestirse adecuadamente contribuyen al éxito; a la hora de vestir hay que recordar que se es Guía de Turismo y no “artista de varietés”.

En algunos casos, el cambiar de peinado, estrenar una prenda de ropa, tomar alguna sesión de rayos UV o perder algún kilo produce una satisfacción personal, un bienestar que, sin apenas percatarse, irradia felicidad, dando más seguridad y confianza al encontrarse más “guapo”.

Estar seguro de lo que se quiere transmitir; una presentación de viaje, un explicación de un país o una descripción de un monumento requieren una preparación. Se debe estar en posesión de todos los datos necesarios, si se considera útil se puede confeccionar una pequeña “ficha” para las primeras veces, en la que de manera telegráfica se condensará aquella información que es difícil retener en la memoria. No es recomendable que el Guía saque toda la información de dichas fichas ya que dará la impresión de no manejar bien la información.

Recordar que el “miedo escénico” es la cosa más natural; la adrenalina que se segrega será de gran utilidad cuando empiece la exposición.

Técnicas a emplear según el escenario: Los espacios abiertos

Los guías dan sus explicaciones en espacios abiertos o en lugares cerrados, como el colectivo, el transporte o en el interior de un monumento o museo. Según sea el escenario, variarán las técnicas que empleen para ello, en especial que puedan usar el micrófono o que den las explicaciones “a viva voz”.



En los espacios abiertos (en la vereda de una plaza, el exterior de un monumento, las afueras de una iglesia), el Guía da las explicaciones a viva voz, en este caso se deben observar las siguientes pautas:

- Antes de llegar se explica el programa de lo que se va a hacer y se dan indicaciones, tanto operativas (flash, fotos, etc.) como de seguridad (cuidar las pertenencias, no dejar bolsos en cualquier lugar, etc.), eximiéndose así de posibles responsabilidades.
- Antes de bajar del coche, el Guía da la hora que tiene en su reloj, y da la hora y lugar de encuentro por si alguien se pierde o quiere perderse. También se hace una breve descripción del itinerario que se va a realizar.
- Organización del desplazamiento: hay que esperar que hayan descendido todos e indicar de nuevo de manera ostensible qué dirección se va a tomar. En grupos numerosos nombrar un “farol rojo”, es decir alguno de los componentes del grupo que por su afinidad, altura, simpatía, etc. colabore con el Guía situándose en última posición, de manera que cuando se le vea a él se sabrá que ya está llegando todo el grupo.

Al iniciar el desplazamiento

- Andar a ritmo adecuado, según el tipo de grupo.
- Utilizar elementos de reconocimiento visual, un paraguas en alto, una antena con un pañuelo de color fuerte atado a la punta.
- Utilizar los pasos peatonales, esperar a que los semáforos vehiculares estén en rojo, desplazar al grupo por veredas anchas, escogiendo pasos peatonales.
- Cuidar el efecto de “goma elástica”; no tirar más de lo que el grupo da de sí, podría romperse, perdiéndose algún cliente.

- Por mucha prisa que se tenga nunca se debe transmitir la sensación de agobio al grupo, procurando andar siempre de una manera sosegada que transmita calma y serenidad.

Toma de posición

- Búsqueda de un lugar tranquilo donde haya el mínimo de interferencia, tanto acústica como visual.
- No bloquear el paso a los otros peatones ni a los automóviles.
- Si es posible, hacer coincidir la parada para la explicación con la mejor perspectiva fotográfica con el fin de no perder a los “fotógrafos”.
- Buscar una tarima, bordillo, escalón, banco, etc. como para conseguir el contacto visual con todo el grupo, que siempre resulta positivo.

Exposición

- Siempre se darán las explicaciones pertinentes de cara al grupo y de espaldas al monumento, así se puede ver al Guía y al recurso turístico al mismo tiempo.
- El campo de voz debe cubrir correctamente la zona donde se encuentra el grupo, si el Guía gira hacia el monumento, su campo de voz no cubre al auditorio y la consecuencia es que el cliente ve perfectamente la nuca del Guía al mismo tiempo que deja de oírlo, con lo que se cometen simultáneamente dos errores, uno con respecto al lenguaje no verbal y otro con lenguaje oral.
- Se observará una correcta señalización: “a mi derecha”, “a mi espalda”, etc.
- Hay que minimizar el número de “maniobras”.
- Las informaciones tienen que ser breves para no agotar al pasajero, pero lo suficientemente consistentes como para que merezca la pena detener al grupo y esperar a los últimos, dado que no se empezará la explicación hasta que prácticamente hayan llegado todos los turistas al “campo de voz”.
- El Guía indexará aquella información que quiera explicar, siendo consciente de lo que va a exponer.
- Una vez indexada, explicará la información en una circunferencia lógica, no obligando a los turistas a una incoherente “gimnasia de cuello”.
- Se finaliza la exposición por el punto donde se deba continuar la visita.
- Se dan las indicaciones de dirección antes de empezar a desplazar al grupo.

DINÁMICA DE GRUPOS

Conocimiento de la dinámica de grupos, su utilidad en la profesión de Guía de Turismo

En la formación de los Guías de Turismo se ha ignorado durante mucho tiempo este aspecto fundamental, aunque éste sea un gran erudito en arte o historia, sólo puede llevar a cabo su función con éxito si no conoce los principios más elementales de la dinámica de grupos.

En esta actividad profesional hay una gran dosis de psicología, la mayor parte de las veces, producto de la experiencia, no el estudio. Para un Guía habituado resulta sencillo evaluar al grupo al cabo de pocos minutos de conocerlo, esto significa que existen una serie de conductas y gestos que permiten identificar aspectos como:

- Se conocen entre ellos (grupos cerrados).
- Hay algún líder natural, ya sea positivo (puede resultar útil) o negativo (es peligroso, hay que neutralizarlo).
- Hay algún inadaptado que no acepta al grupo como tal y le molesta que el Guía lo oriente, ya que preferiría viajar por su cuenta.
- También se da el caso contrario, gente que necesita ser liderada para funcionar.
- Prefieren organizarse solos, son generalmente mujeres (las “pateadoras”).
- Descienden al viaje colectivo pero quieren ser tratados como reyes.
- Hay algún erudito (el “sabelotodo”).
- A alguna persona se le nota que va a ser impuntual por determinados gestos.
- Se está seguro de que determinada persona se perderá.

Las relaciones del turista con los diferentes tipos de Guías son tan diversas como tipos de Guías hay, para un Guía de museos o de determinados monumentos la relación será muy corta, para un Guía de un

pedestre o city tour la relación será un poco más larga, y para un Guía de ruta o de un viaje de dos o tres días la relación es mucho más intensa.

Las técnicas a emplear siempre desde el punto de vista de la dinámica de grupos, son en todos los casos muy similares, y su conocimiento facilita el ejercicio de la profesión de Guía de Turismo. Llevar un grupo de personas es una tarea compleja debido a su heterogeneidad. Los intereses de cada turista son diferentes; por lo tanto, en la función de líderes/guías se debe considerar este aspecto y recordar que gustar a todo el mundo es prácticamente imposible, por tanto el Guía debe liderar al grupo de manera más conveniente para los intereses del mismo, por encima de las críticas o juicios de valor que puedan formular algunos de sus miembros.

Fases en la dinámica de grupo

Fase inicial: los integrantes del grupo no se conocen entre sí, su contacto tiene lugar en un plano convencional (diálogos de ascensor, saludo, presentación, como mucho una corta conversación), se evalúa la imagen de los demás. No hay conciencia de grupo y se busca la autoridad convencional, el líder formal.

Fase de expectación: los turistas intentan conocer algo sobre sus compañeros de viaje, se tantean. Es la fase de inseguridad y vaguedad. A menudo los turistas se comportan de forma fría y con poca comprensión, permaneciendo distanciados, con actitudes pasivas.

Fase de contacto personal: es la fase de “descongelamiento”, de la aproximación. Intentan conocerse unos a otros, dan conversación a sus compañeros de mesa, intercambian sentimientos.

Fase de selección: se conoce todo lo que en un principio puede interesar sobre el compañero, entonces o bien se estrecha la relación -desde ese momento procuran sentarse juntos en las comidas, etc.-, o bien se cambia a otro compañero porque el anterior no resulta interesante, entonces se produce una transición hacia otra persona.

Fase de integración: es la fase de la intensificación de las relaciones, una vez superadas con éxito las fases anteriores. Cuando existe una identidad como grupo y un sentido de interdependencia entre sus miembros, el grupo está cohesionado.

En las fiestas, estas cinco fases se suceden a una velocidad vertiginosa, porque se dispone de muy poco tiempo; en los viajes el tiempo es más relajado.

Es posible que parejas, siguiendo esta pauta, se acerquen a otras parejas o matrimonios, tomen contacto con personas individuales o que dos personas que ya hayan contactado se dirijan unidas a terceros.

Uno de los objetivos del Guía es acortar, en la medida de lo posible, las primeras fases, fomentando la convivencia, debido a la inseguridad e insatisfacción que genera el “primer día de viaje” cuando nadie conoce a nadie.

Las funciones del Guía en las diferentes fases son:

- Convertirse en el catalizador de las reacciones, acelerando las primeras fases.
- Hacer sentir a los turistas que cuentan y son importantes para el grupo.
- Evitar que algún miembro sea ignorado, aislado o rechazado, procurando integrar a todos y prestando especial atención a los introvertidos.
- Desarrollar estrategias que tiendan a la integración del grupo, despertando el interés de unos hacia otros y consiguiendo que se relacionen de manera igualitaria.
- Establecer reglas que faciliten la convivencia.

Tipologías de grupos

Es necesario segmentar a los grupos y a los individuos con el fin de facilitar su análisis pedagógico, dando por sentado que difícilmente se encontrará un grupo o individuo que coincida totalmente con el patrón preestablecido, debido a la imposibilidad de troquelar conductas, existiendo por tanto, un universo

de combinaciones posibles. Aquí se va a hacer un análisis clasificándolos en función de su procedencia, tamaño y vínculo.

A. Según su procedencia

A.1. Grupos heterogéneos o abiertos

Los componentes del grupo no se conocen entre ellos, no existe una conciencia de grupo y aunque sus motivaciones culturales, al igual que sus edades, son generalmente diversas, tienen un objetivo común: el destino del viaje al que asisten.

Están formados por pequeños sub-grupos que requieren un trato diferenciado por parte del Guía, son los menos problemáticos pues al no conocerse entre ellos no hacen un “frente común”, pudiendo ser “controlados” de manera más sencilla.

A.2. Grupos homogéneos o cerrados

Se trata de grupos en los que todos sus miembros se conocen previamente al viaje, sus edades, cultura, clase social y motivaciones son muy similares. Existe una dinámica preconfigurada del propio grupo, con su líder ya creado.

El Guía es el líder formal, pero le será más difícil llevar a cabo su labor la existencia de líderes de opinión “preexistentes” o, lo que es peor, la existencia de un “jefe de grupo” incompetente que puede dificultar enormemente la tarea.

Por otro lado, este “jefe de grupo” se puede convertir en su mejor aliado si se trata de alguien habituado al manejo de grupos, pues si su liderazgo se utiliza para aunar esfuerzos con la experiencia del Guía, se produce una “co-dirección del grupo” que resulta muy positiva.

El grupo ideal para un Guía es aquel suficientemente homogéneo para que no se pueda cuestionar fácilmente su autoridad.

B. Según su tamaño

B.1. Grandes o macros

En grupos de 30 o más personas, se multiplican las relaciones interpersonales y son mucho más frecuentes los subgrupos, hecho que refuerza el liderazgo del Guía como representante ecuaníme de los intereses colectivos. En estos grupos masivos se acentúan las características de la personalidad de cada individuo que lo compone: los tímidos serán más tímidos, los graciosos más graciosos y los charlatanes tendrán más conversación.

Por sus dimensiones requieren de una organización impecable, sin márgenes para la improvisación, lo que reafirma de manera incuestionable la existencia de un Guía (líder formal).

B.2. Grupos pequeños o micros

Si bien a priori podría parecer que son más sencillos de liderar, en la práctica no es así, puesto que al establecerse un trato más directo con el Guía, los turistas pueden hacer más peticiones de carácter personal, más excepciones a la regla, sin que el Guía pueda escudarse en la necesidad de un liderazgo absoluto e incuestionable que requieren los grupos más grandes.

En los grupos micros el Guía debe descender a un trato más personal con los componentes del viaje y tomar más en consideración sus opiniones y sugerencias.

C. Según su vínculo

C.1. Estudiantes

Se trata del clásico viaje de fin de curso o de las salidas que periódicamente realizan las escuelas. La franja de edad de los componentes de estos grupos es baja y habitualmente presenta un gran problema, la existencia de un jefe de grupo (por ejemplo en un grupo de estudiantes el profesor), es decir un líder formal al que hay que tomar en consideración. El problema estriba en la divergencia de intereses entre el profesor y los alumnos, mientras que para el primero la visita a un museo es indispensable para los alumnos carece totalmente de interés.

Las características de sus componentes -jóvenes que han dormido poco en viajes de fin de curso o jóvenes poco motivados- hacen que el Guía deba convertirse en un prodigio de adaptación para lidiar con estos elementos.

En este tipo de grupos cobra una gran importancia la adaptación del mensaje a la tipología del grupo. Por ejemplo, si se acompaña a un grupo de estudiantes en viaje de fin de curso a Córdoba, se es consciente de que apenas dormirán y es visible su desmotivación por los aspectos culturales. Lo más adecuado, en este caso es llevarlos a visitar por ejemplo, el estadio de fútbol Kempes, Chateau Carreras, antes que realizar una visita exhaustiva a las Criptas de los Jesuitas. Al contrario que los jubilados, los jóvenes prefieren tiempo libre para “descubrir” por su cuenta.

C.2. Tercera edad

Se trata de grupos -por lo general de jubilados- cuya motivación no es tan sólo la cultura *per se* sino que juega un papel importantísimo el pasarla bien. En ocasiones llega incluso a ser más importante para ellos la actitud de servicio del Guía, que sus conocimientos de arte o historia, la persona dotada de una gran paciencia, que escuche sus conversaciones, que los trate con cariño y que les amenice el viaje (canciones, música), será su Guía ideal.

Hay que tomar en consideración posibles problemas motrices (lentitud, visitas a pie, etc.), auditivos (el Guía debe conseguir ser oído por todos) y de memoria (deberá repetir horarios, indicaciones de dirección, etc.). Por lo general no les gusta disponer de tiempo libre, sino que prefieren que sea el Guía quien los organice.

C.3. Profesionales

Este tipo de grupo se caracteriza por la existencia de un fuerte vínculo en común, el caso más claro son las convenciones y congresos. Si es posible se pondrá el acento a lo largo de la visita en el tema que genera el vínculo (varía según se trate de arquitectos, deportistas, etc.). Con este grupo se puede entrar a fondo en temas específicos, pues su nivel cultural es más alto de los comentados, presentado una gran homogeneidad tanto de cultura como de extracción social, motivaciones, etc. Se recomienda que la especificidad en los temas no coincida con la especialidad de los profesionales ya que de lo que menos querrán escuchar es de lo que trabajan todo el año. Los comentarios específicos surgirán solos y espontáneamente.

Normas generales para la atención de grupos

Los Guías de Turismo profesionales desarrollan un sexto sentido que les permite realizar varias cosas a la vez. El adecuado uso de la dinámica de grupos permite basar la defensa no sólo en las respuestas, sino también en la previsión, no permitiendo que los problemas alcancen dimensiones superiores a las controlables. A continuación se va a reflexionar sobre algunas “técnicas de defensa” que se debe considerar para realizar el trabajo.

En lo referente a las explicaciones (considerando lo anteriormente sugerido sobre el tema) habrá que tener en cuenta que si el nivel y la calidad de las explicaciones son demasiado bajos en relación al nivel medio del grupo, se encontrarán con una cierta hostilidad que puede acabar en motín. Una de las reglas básicas para tratar con cualquier tipo de cliente es la educación, sin duda alguna la mejor arma del Guía de Turismo. Se debe tratar a todos los turistas con gran respeto y tacto.

Los grupos cerrados, es decir grupos que se conocen entre ellos con anterioridad al viaje, presentan una mayor dificultad, pues ya existe una dinámica del propio grupo establecida de antemano y, en caso de divergencia de intereses entre algunos componentes del grupo y el Guía; los turistas cierran filas al lado de sus compañeros, debiendo combatirse contra un frente común, cuando el terreno que mejor domina es la lucha cuerpo a cuerpo.

La existencia de un líder formal establecido en el grupo (profesor, sacerdote, jefe de grupo, representante de la agencia, etc.) puede dificultar enormemente la tarea del Guía cuando este líder, arrojándose la representación de todo el grupo, obliga al Guía a organizar actividades que claramente sólo le interesan a él. Frases como “todos queremos” o “el grupo desea” o “todos están muy interesados en...” son usadas frecuentemente para presionar. Aunque el Guía sea perfectamente consciente de lo inadecuado de la propuesta, es necesaria una gran dosis de diplomacia para convencer a ese líder, pues en ese caso no es aconsejable levantar al grupo en su contra, ya que probablemente se trata del turista

directo al que hay que dejar contento, con lo que el Guía se ve obligado a actuar antagónicamente a lo que sabe que sería la mejor opción para los intereses generales del grupo, respetando así la “escala de poder”.

El Guía está en una situación de privilegio frente a otros líderes, puesto que se encuentra en su “territorio”: conoce el itinerario, los monumentos, el valor de cada uno y el impacto que producen en el visitante, sabe si es mejor visitarlos por la mañana o por la tarde, cómo evitar las colas, etc.; está en posesión de la información.

Aunque se trate del primer viaje de un Guía, se debe suponer que esto lo ha preparado concienzudamente, por tanto sigue manteniendo esa situación de privilegio. No es conveniente poner en conocimiento de los turistas que se trata de la primera vez, puesto que esta aseveración lesionaría seriamente la confianza que los clientes deben tener en su Guía de Turismo, propiciando que pueda cuestionarse su liderazgo.

Se debe dedicar especial atención a los líderes: utilizar a los positivos a favor de los intereses del Guía (que representa los intereses del grupo) y neutralizar a aquellos que se consideran negativos, poniendo a todo el grupo en su contra a través de una actuación sutil pero efectiva.

La actitud humana tranquila y serena del Guía transmite seguridad al grupo.

Al grupo se lo domina cuando se lo “ama”, el Guía de Turismo debe tener una actitud positiva y de aceptación del grupo, pase lo que pase no debe enojarse, debe “educar” o “no consentir”, pero no puede enfadarse de manera visceral, debe tener una actitud conciliadora. El estado de ánimo del Guía influye en el grupo y a la inversa.

El grupo tiende a la imitación, si el Guía “ama” a todos, todos tenderán a hacer lo mismo entre sí, una buena relación con el conductor tiene un impacto positivo en el grupo y viceversa. El Guía es un “modelo de conducta” observado por todos y sus actitudes crean pautas de actuación.

El Guía no puede establecer relaciones íntimas personales en presencia del grupo porque provocaría conflictos (celos) en el mismo.

No hay que dar un trato preferencial a nadie. Es aconsejable relacionarse con todos los subgrupos y a la vez no identificarse con ninguno. El grupo no debe notar quien cae bien o quien cae mal, del mismo modo tampoco es aconsejable que se detecte un trato de favor para con los VIP, si éste existe, debe ser totalmente discreto e imperceptible para los otros componentes del viaje.

Por el mismo principio de ecuanimidad, si el Guía tiene como lengua materna el portugués o el italiano debe prestar especial atención a su uso con turistas de la misma procedencia como a los de otros países.

El Guía debe estar entregado y distante del grupo al mismo tiempo y ser neutral, así puede valorar las alabanzas y las críticas.

Asimismo, debe ser independiente del grupo y de la agencia, primero para poder ver qué hay de objetivo y real en las protestas y segundo para que sus opiniones y decisiones sean consideradas ecuanímes.

Es aconsejable no aceptar propinas de algún turista por dos motivos: en primer lugar, del algún modo se está comprando un trato preferencial (que no se debe dar a nadie) y en segundo lugar, en caso de que haya testigos se ha establecido un vínculo entre ese turista y el Guía a los ojos de terceras personas, creando un caldo de cultivo para posibles críticas y comentarios como “claro, a esos señores les da la mejor habitación”; mientras que una respuesta adecuada, no aceptando la propina en ese momento corta de raíz estos posibles conflictos.

Con el fin de suavizar las relaciones con algunas tipologías de turistas, se debe transmitir el concepto de que viajar en grupo no es hacerse carne de rebaño, es utilizar una organización para beneficio de los individuos que componen el grupo.

El Guía de Turismo tiene que procurar establecer complicidades con los diversos subgrupos e intentar adoptar conductas que satisfagan a todo el colectivo, por ejemplo, si se tiene que sacar a bailar a alguien, es aconsejable sacar a la persona de más edad.

En la medida de lo posible, también deberá estar atento a los deseos individuales, con el fin de establecer una complicidad con el turista y conseguir una mayor satisfacción del mismo.

Las preguntas positivas siempre serán bien recibidas con frases como “es una buena pregunta” o “quizá todos se están preguntando lo mismo”.

A veces es útil fingir que no se ha oído bien la pregunta, respondiendo con un cortés “¿perdón?” y así obtener tiempo para pensar la mejor respuesta.

Cuando hay algún problema que produce malestar en el grupo, deberá tratar de solventarlo por todos los medios, pero escogiendo el momento más adecuado para el “contraataque”, por regla general es conveniente dejar que se calmen los ánimos para poder razonar mejor.

Es muy importante ser consciente del enfoque que se da a las diferentes situaciones que se plantean a lo largo de un viaje, ante un cambio de hotel sería un grave error decir “señores, tengo una mala noticia”, puesto que se predispondrá negativamente al grupo, es preferible no decir nada y actuar con naturalidad o si el nuevo hotel es realmente bueno, empezar diciendo “señores, tengo una buena noticia”. Se trata de buscar siempre enfoques positivos y al mismo tiempo creíbles.

Cuando se viaja con grupos heterogéneos a veces puede resultar incómodo para el Guía o para algunos turistas acostumbrados a viajar, el hacer comentarios sobre los servicios que están incluidos y aquellos por los que el cliente debe pagar. Para evitar esta incomodidad se puede usar el llamado “método indirecto” que consiste en presentar los temas como si de una tercera persona se tratara. Si el Guía debe advertir de la obligación de pagar las bebidas del mini bar de la habitación es caso de que las consuman, no es aconsejable decir “si se las beben, las tienen que pagar” suena rudo y para algunos clientes se trata de una información obvia. Es más aconsejable plantearlo como “en el viaje anterior llevaba un cliente que pensando que era el hotel quien invitaba, se bebió prácticamente todo el mini bar, cuál fue su sorpresa cuando a la mañana siguiente tuvo que pagar casi \$50”, así habrán quedado avisados.

Un viaje organizado es lo contrario de la “anarquía”. La agencia de viajes y el Guía han planificado ese viaje o esa visita con total conocimiento de causa, las aportaciones espontáneas del tipo “¿por qué no estamos aquí más tiempo?” acostumbran a ser totalmente erróneas al ser formuladas por alguien que no tiene la necesaria visión de conjunto. El Guía debe ser capaz de liderar al grupo sin dejarse arrastrar por él. Hay que recordar que la mayoría de los turistas han contratado un viaje organizado para que sea el Guía quien decida por ellos, aplicando un escrupuloso cumplimiento del programa del viaje, que al fin y al cabo es el motivo común que genera la cohesión del grupo. Se considera por tanto un gravísimo error, que sin duda será fuente de problemas, someter cualquier decisión a votación.

En los viajes organizados existe la figura del Guía, él y sólo él toma las decisiones en función de los intereses de la mayoría, los sufragios son totalmente desaconsejables. A pesar de lo autoritario que pueda parecer, está claro que la mayor satisfacción de los turistas, cuando se habla de dinámica de grupos turísticos en viajes organizados, se consigue cuando hay uno que manda (el Guía) y el resto (los turistas) obedecen. Lo contrario lleva al caos y a la insatisfacción general.

El Guía de Turismo es la figura clave que encarna la autoridad, esta se basa en ser el representante de los intereses colectivos, por lo tanto en la ecuanimidad, en la humanidad y en la comprensión, nunca en el despotismo, la tiranía o el abuso de poder.

Al líder corresponde velar por el cumplimiento de las normas y en caso de que estas no existan, debe establecerlas, pues cuando hay normas es mucho más sencilla la convivencia.

En el grupo turístico el Guía es el líder formal que ha de conquistar y conservar la posición de liderazgo y autoridad mediante la adopción de conductas de líder que le permitan mantener un control de los procesos y dinámicas del grupo para poder guiarlo con eficacia.

Pautas de respeto grupal

La puntualidad

Es un aspecto fundamental en la dinámica de grupos turísticos, mucho más importante de lo que a priori puede parecer.

Imagine el lector la siguiente situación: el Guía da una hora de encuentro, la mayoría de turistas llegan puntualmente, pero los señores Costa se retrasan, en ese momento surge todo un abanico de comentarios destinados al representante de “la ley y el orden” en el vehículo, que reflejan el malestar del grupo:

...”esto no puede ser, no hay derecho”.... “si hubiese sabido no me habría apurado a llegar dejando de comprar aquel souvenir para estar a la hora”.... “ya te he dicho que no hacía falta correr tanto”... ahora no vamos a ver nada del próximo destino turístico”... “pues la próxima vez no me daré tanta prisa”... etc.

Todos estos comentarios se hacen en petición de justicia, no se culpa al autor del retraso sino al que lo consiente. De no imponerse en este primer estadio, se origina el “efecto bola de nieve”, cuando en la siguiente parada otros turistas también lleguen tarde argumentando que “los señores Costa ayer se retrasaron y usted no les dijo nada”, a partir de este punto el Guía estará desbordado puesto que ha cometido un gravísimo error, no atajar el problema en su origen.

Es, por tanto, la puntualidad un factor de vital importancia que debe ser abordado correctamente por el Guía, remarcando la comodidad que supone el que nadie deba esperar a nadie y procurando dotar de autoridad al grupo para conseguir que los clientes se sientan con más derecho a amonestar a los que se retrasan, convirtiéndose espontáneamente en “colaboradores autorizados” para el control de la puntualidad.

Existen dos maneras de hacerlo:

Método coercitivo: a menudo se comete el error de enfocar la puntualidad como necesaria pues hay muchas cosas que ver y se dispone de poco tiempo para hacerlo. Este planteamiento es erróneo por los siguientes motivos:

Cuando alguien se retrasa, se ha aceptado de modo explícito que ese tiempo de espera se está usando en detrimento de otras actividades posibles (visitas, tiempo libre, etc.) generando infelicidad al grupo y pudiendo incluso llegar a exigir los clientes una compensación, pues en muchos casos considerarán que no es su culpa si alguien llega tarde, lo que creará problemas.

Los turistas que se retrasan pueden utilizar argumentos justificativos, como que no pasa nada porque el turista se haya retrasado cinco minutos, colocando al Guía en una situación difícil de defender, pues efectivamente no es de vital importancia llegar 10 minutos antes o después al hotel.

El respeto a los demás: la forma adecuada de plantear la puntualidad es basarla en el respeto a los demás por los siguientes motivos:

Se trata de un argumento fundamental ante el que no caben justificaciones, pues siempre es una falta de respeto hacer esperar a los demás aunque sea tan solo un minuto.

Aunque por el motivo que fuere, hubiera algún retraso (del Guía, del conductor, de los clientes, del vehículo, etc.) no se ha entrado en el juego de que se va a ver menos, por consiguiente al tratarse de una cuestión de respeto a los demás, una disculpa pública del causante del retraso soluciona el problema, sin hacerse necesaria una compensación como podía producirse en el planteamiento anterior.

Este último método se fortalece con una serie de actitudes que tienden a reforzar el control de la puntualidad. Por ejemplo, cuando se cumpla la hora de salida, el Guía indicará al conductor que cierre la puerta trasera del vehículo, con lo que se consiguen tres objetivos:

- Marcar de manera clara la línea entre quien llega a la hora y quien llega tarde.
- Obligar a los que llegan tarde a entrar por la puerta delantera, con la consiguiente coacción que implica pasar por delante de todo el grupo.

- Dotar al grupo de un método educado de condenar el retraso ajeno utilizando el aplauso generalizado que puede motivar a esta entrada por la puerta delantera.



En caso de retraso de algún participante, la conducta que se debe adoptar es bajar siempre del vehículo e ir a recibir a los que llegan tarde, interesándose por lo que les ha sucedido:

Si efectivamente han sufrido algún percance el interés del Guía por lo acaecido es una actitud mucho más correcta que el reprender a los turistas antes de averiguar lo que en realidad les ha ocurrido.

Si no les ha sucedido nada de gravedad, el Guía está reforzando con un actitud muy educada la idea de que están llegando tarde, consiguiendo la disculpa de los turistas que de motus propio procurarán evitar que en un futuro se repita.

Esta actitud de amonestación es privado coloca al Guía de Turismo en una situación de privilegio frente a la posible demanda indiscriminada de “justicia para todos”, pudiendo adecuarse, en función de su criterio, sin duda más ecuánime, la amonestación a los causantes del retraso. No se debe reprender del mismo modo a aquella señora mayor, encantadora que llega sudorosa y angustiada por un retraso puntual de cinco minutos cuando explica que se ha perdido, que a aquel señor malhumorado que sistemáticamente llega tarde sin justificación alguna. En el caso de la señora la consolaremos quitándole importancia a su retraso, en el caso del señor adoptaremos una actitud mucho más estricta.

En la mayoría de ocasiones lo más adecuado es adoptar actitudes no personalizadas, haciendo ver que el problema no es entre el Guía y la persona que se retrasa, sino el grupo y la persona que se retrasa, actuando entonces el Guía como representante de los intereses del grupo de manera completamente desprovista de afectividad. Con los años se desarrolla un catálogo de técnicas para conseguir mayor puntualidad en función de los tipos de grupos y clientes.

Cuando liderando un grupo simpático se requiera especial puntualidad en una ocasión determinada, bien porque el lugar es tan encantador que existe una tendencia generalizada a demorarse, o bien por la presión de unos horarios que son espacialmente importantes de cumplir, el Guía podrá expresarse en los siguientes términos coloquiales:

“Querida familia, hoy vamos a introducir una novedad en nuestras costumbres, cuando sea la hora de partir mi compañero Gonzalo cerrará como es habitual la puerta de atrás, pero en esta ocasión también cerraremos la puerta delantera, entendiendo que aquellos compañeros que queden fuera del vehículo se comprometan a pagar una copita de licor típico de esta zona a aquellos que sí estén dentro del vehículo en la primera parada de la tarde”.

Es casi seguro que a la hora de partir todo el mundo estará a bordo. Un Guía profesional decide si es conveniente hacer una breve parada en algún lugar de belleza fotográfica para ofrecer una copita, en vaso de plástico, de alguna botella de licor típico comprada con anterioridad, es una manera de ganarse la simpatía del grupo. No son desaconsejables frases como “si hoy hemos conseguido ser todos puntuales también podemos conseguirlos en futuras ocasiones”.

Cuando se trate de clientes que después de repetidas amonestaciones en privado continúan llegando tarde, se debe poner a todo el grupo en su contra aun a sabiendas de que a partir de ese momento tendrá un enemigo declarado a bordo. Si se quiere dar mayor importancia a las palabras del Guía, la amonestación se hará a coche parado con las puertas cerradas. Para conseguirlo, se puede decir algo parecido a: “los intereses del colectivo están por encima de los intereses personales, a mi como Guía, me corresponde velar por esos intereses. Hasta ahora, de manera privada, le he hecho todo tipo de peticiones y ruegos para que usted sea puntual sin conseguirlo, hoy de manera pública para demostrarle cual es el sentir de los demás componentes del viaje, vuelvo a rogarle puntualidad. Espero que en el futuro no vuelva a retrasarse puesto que su actitud dificulta seriamente la convivencia”.

Sin duda al terminar la intervención, el grupo irrumpirá en un estallido de aplausos que ratificarán las palabras del Guía.

Cuando se considere efectivo “amenazar” a los que llegan tarde con frases como “hoy el vehículo no esperará” es conveniente buscar un motivo que obligue a ello, eximiendo al Guía la responsabilidad: por ejemplo, la imposibilidad de estar aparcados en ese lugar (zona de carga y descarga de pasajeros), el

horario inamovible de un avión, etc. Una manera sutil de dar a entender que el vehículo no esperará es explicar de manera amena pero documentada de dónde, qué precio tienen y a qué hora salen los colectivos u otros medios de transporte hacia el próximo destino, facilitándoles incluso por escrito la dirección del próximo hotel.

Si ha sido necesario recurrir a la amenaza hay que ser conscientes de que ineludiblemente se debe cumplir por tanto el Guía sólo recurrirá a ella cuando no revista excesiva dificultad dejar a los clientes que no estén a la hora prevista. Un buen momento para hacerlo es en los traslados dentro de la misma ciudad, puesto que el problema para el turista es fácilmente subsanable con un taxi.

En algunas ocasiones, dejar a unos clientes que no estén a la hora señalada entraña un riesgo moral, y es que puede darse que el motivo importante por el cual no están, no sea negligencia sino algún percance. El Guía será cauteloso a la hora de tomar la decisión de “dejarlos en tierra”.

Uno de los errores más frecuentes cometidos por algunos Guías es dar al grupo menos tiempo del que en realidad se piensa estar así respetar el horario, es decir, si se piensa parar media hora, a los pasajeros se les debe decir que se va a parar 20 minutos. Es evidente, que este proceder lesiona la autoridad del Guía creando problemas entre los que cumplen los horarios y los que se toman un margen que sin duda a la larga degenerará es mucho más conveniente y fácil para todos dar un horario cierto y respetarlo escrupulosamente.

En algunos casos puede resultar adecuado cuando por exigencias del programa no se pueda esperar a los que llegan con retraso, buscar la colaboración de algún familiar o amigo de la persona que se retrasa, facilitándole todo tipo de información de dónde estará el grupo, en qué horarios, cómo deslazarse, teléfonos de contacto, etc. para que esta persona se quede a esperar a los que faltan y les pueda dar toda la información necesaria.

Hay que recordar que siempre es mejor tener a dos personas quizá un tanto molestas por no haberlas esperado que al resto de los componentes del grupo molestos por haber tenido que esperar.

Todo lo expuesto en lo relativo a la puntualidad generará una buena convivencia, consiguiendo la máxima satisfacción del colectivo, del algún modo el Guía será el “sargento” estricto, pues a él le corresponde serlo, pero humano al mismo tiempo, creando un sentimiento de grupo liderado indiscutiblemente por el representante de los intereses del colectivo, el Guía de Turismo.

El aire acondicionado

Es importante saber diferencia entre aire forzado y aire acondicionado. El aire forzado es aquel aire exterior que se fuerza a entrar en el interior del vehículo sin tratarlo, es decir, entra a la temperatura ambiente y es muy útil para que el vehículo “respire”. El aire acondicionado es aquel aire tomado del exterior que a través de un proceso de enfriado, entra en el interior del vehículo refrigerándolo. Su funcionamiento es muy parecido al de una nevera por tanto cuando se conecta el aire acondicionado es conveniente que todas las puertas y ventanas, incluida la del conductor, estén cerradas para que al igual que en las neveras descienda la temperatura con mayor facilidad.

Si bien los vehículos van provistos de termostatos que regulan automáticamente la temperatura interior del coche según se hayan programado, también es cierto que esta temperatura interior es diferente en la “cabina del tripulación” que en el resto del pasaje. Cuando hace calor, hace mucho más calor delante y cuando hace frío ocurre lo mismo, debido a la gran superficie de cristal que se encuentra en el frontal del vehículo. Por tanto este servicio también puede ser fuente de problemas pues mientras unos clientes tendrán calor y pedirán que se ponga en funcionamiento el aire acondicionado, otros, minutos más tarde, tendrán frío y solicitarán que se desconecte. Por otro lado algún pasajero podría llegar a pensar que si no se conecta el aire acondicionado es con el fin de ahorrar, sintiéndose incluso estafado.

Las normas facilitan la convivencia, si el Guía establece “las reglas del juego” se evitarán este tipo de problemas.

Una posible solución es enfocar la cuestión en los siguientes términos: “para que no ocurra que cuando lleguemos a nuestro destino mi compañero Gonzalo y yo nos demos vuelta y los encontremos a todos llenos de escarcha, con la sonrisa helada, les rogaríamos que si tienen frío o calor nos lo hagan saber

con el fin de poder regular la temperatura del coche para que viajen de la manera más confortable posible”.

Este planteamiento sólo resuelve de momento el problema que se puede pensar que no se conecta el aire para ahorrar, puesto que ha quedado claro que son los turistas quienes deben pedirlo si lo desean, eximiendo al conductor y al Guía de la responsabilidad de la decisión.

A continuación se tratará cómo solventar que unos tengan frío y otros tengan calor, estableciendo una regla, de manera que el Guía podría decir a los pasajeros: “viajando la temperatura puede cambiar frecuentemente, por eso les aconsejo desde este momento que siempre lleven a mano un pullover o buzo que les será de utilidad en el vehículo, pues en los referente al aire acondicionado vamos a funcionar del siguiente modo, si alguien tiene calor puede aligerarse un poco de ropa, pero a partir de cierto punto la *moralidad* no permite aliviar esta circunstancia, mientras que si alguien siente frío siempre puede abrigarse”.

De este modo ya se ha creado una norma facilitando la convivencia con lo que la respuesta educada cuando alguien pida que se quite el aire, será “póngase aquel abrigo del que hemos hablado”.

Sentarse rápido

Hay que solicitar de todos los pasajeros su colaboración para que cuando suban al vehículo después de cada parada se sienten lo más deprisa posible y sin bloquear el pasillo por dos motivos:

- La comodidad de todos los pasajeros, al no bloquear el pasillo, todos pueden llegar a su asiento en el menor tiempo posible.
- Para que el Guía pueda pasar a comprobar con mayor comodidad si todos los turistas se encuentran a bordo, con el fin de poder dar la necesaria indicación al conductor para partir, estando totalmente seguros del número de pasajeros.

El cambio de menú

Ante la petición de cambio de menú del grupo por parte del turista, el Guía debe proceder de manera cautelosa para evitar mayores dificultades pues se trata de un arma de dos filos que puede ocasionar diversos problemas:

- Que el turista se habitúe a cambiar platos, hoy prefiere fruta en lugar de helado y mañana una tortilla a la francesa en lugar de carne.
- En los meses de mayor afluencia turística, cuando los restaurantes están completos por los grupos, ni a los camareros ni a los cocineros les agrada tener que realizar excepciones.
- Cuando un cliente consigue por medio del Guía cambiar un plato se registran unos “celos” considerables por parte del resto del grupo motivados por ese trato de favor que nunca se debe dar.

Este agravio comparativo puede llevar al resto de los pasajeros a exigir el mismo trato preferencial, bien en esa misma comida o en futuras ocasiones, pues se ha sentado un precedente.

El cambio de un menú supone un coste adicional para el restaurante, que ya ha preparado el total de menús reservados en función de lo acordado.

Además se debe considerar que no existe ninguna obligación de cambiar un plato del menú, hay que recordar que en las condiciones generales se explica claramente los términos a los que se debe atener el turista con la contratación del servicio solicitado.

Los robos

Por lo general los vehículos donde se transportan los pasajeros tiene un seguro, pero este seguro es limitado, es decir, no todos los seguros cubren todo. Un seguro puede cubrir los daños materiales del vehículo, daños personales de los pasajeros frente a un accidente, pérdida de objetos de un monto determinado y ubicados en lugares donde sólo acceden el conductor o el guía, etc. De esta manera el Guía debe avisar de ello. Si en alguna parada todos descienden del vehículo, se debe aclarar que sólo tales objetos de tal valor y encontrados en tales lugares están protegidos por el seguro, el resto de objetos personales que se carguen en las manos por lo general no están cubiertos por el seguro del vehículo, en cuanto es aconsejable que dichos objetos sean cargados por sus dueños en cada descenso.

Si un turista pregunta sobre ello y no se responde de manera clara y consistente, en caso de robo o pérdida, el grupo considerará que el Guía es el culpable.

Es importante considerar que si se deja algo en la cabina de pasaje, es conveniente hacerlo debajo de los asientos para que los objetos no puedan ser vistos desde fuera del vehículo, evitando así posibles tentaciones a los ladrones.

Si es posible, es más adecuado dejar los objetos de valor en el interior de la bodega, pues allí están cubiertos por seguro de equipajes, dado que para substraerlos hay que forzar el vehículo, lo que constituye un robo, que sí está contemplado en la cobertura del seguro.

Al descender, en paradas de media o larga duración, se recomienda que para deslindar completamente la responsabilidad de conductor o Guía, baje todo el pasaje y el vehículo sea cerrado, descendiendo también el conductor y por supuesto el Guía. De esta manera si se pierde algo, todo el pasaje estuvo abajo incluso el conductor y el Guía, de esta manera no hay forma de culparlos por robo.

El control del micrófono

El control del micrófono es fundamental en la dinámica de un grupo, por lo tanto el Guía debe ser muy cauto en esa cuestión, siendo totalmente desaconsejable ceder el micrófono a algún miembro del contingente, puesto que probablemente esto comportará futuras dificultades.

Jamás un conductor debe hablar por el micrófono cuando haya un Guía, del mismo modo que un Guía jamás conduce cuando hay un conductor. Se consiguen excelentes resultados cuando en un equipo cada uno realiza el trabajo que le corresponde.

Cuando es un cliente quien quiere hablar por el micro, se corren el riesgo de su uso inadecuado. Cuando éste haga bromas que no sean del agrado de todo el auditorio o cuando el pasajero en cuestión haga muy explicaciones, canciones o historias, inoportunas, el grupo no culpará al cliente sino al Guía por consentirlo.

Por estos motivos el Guía debe ser extremadamente precavido antes de acceder a su cuestión preguntando para qué lo quiere, qué va a explicar y evaluando si cederle o no.

Estando atento al sentir del grupo, para en su momento y siempre diplomáticamente, recuperar el control de la herramienta, frases como “disculpe, vamos a pasar por una zona urbana en la que probablemente habrá policía y no se puede ir de pie en el pasillo” o “disculpe pero ahora me gustaría explicar el lugar por donde vamos a pasar pueden ser de gran ayuda.

El uso de la música

La música puede ser una aliada en la creación de un buen ambiente de viaje y al Guía corresponde su control. Se trata de llevar la música más adecuada, no la que más guste al guía. Existen distintos tipos de música para cada ocasión, respetando siempre la tipología del grupo, si se trata de estudiantes, el Guía prácticamente se limitará a colocar las cintas que éstos le indiquen, mientras que si es un grupo convencional de mediana edad, la música será un tema que deberá cuidar por su gran influencia en los estados de ánimo que se desean controlar.

Antes de salir de viaje el Guía prepara la música para el vehículo, procurando que éstas sean muy variadas, 45 minutos seguidos del mismo cantante son excesivos, es mejor mezclar autores para crear ambientes de viaje adaptadas a los siguientes criterios:

Por la mañana temprano: música suave, preferiblemente instrumental.

Después de la parada de la mañana: música un tanto más participativa, versiones cantadas (salsa, rumba, etc.).

Al entrar en un nuevo país es aconsejable haber preparado música representativa del lugar.

TÉCNICAS DE COORDINACIÓN DE GRUPOS

Recreación: definición y concepto

“Hay quienes no parecen darse cuenta del inmenso interés humano que unido a la alegría, es una llama sagrada que hay que alimentar y que da vida a una luz brillante. El que se dedica a mantenerla, hace una labor tan provechosa para la humanidad, como el que hace puentes, perfora túneles, cultiva la tierra.

Conducirse de modo que se mantenga en sí, en medio de las labores y los sufrimientos de la vida, la facultad de ser dichoso y sea posible como por una especie de contagio saludable propagarla entre nuestros semejantes, es hacer obra de solidaridad, en lo más noble que encierra esta palabra”⁷.

Recreación es la “nueva creación” que sirve a la vez para descanso del quehacer diario obligatorio y de todas las preocupaciones que él origina, utiliza los momentos que deje libre el trabajo, sea físico o intelectual, para sustituir las energías gastadas en él y producir a la vez que goza un bienestar físico y mental.

Todo hacer que produce placer y bienestar es recreación.

Toda población necesita plazas de juegos, parques y centros recreativos, escuelas o academias municipales donde iniciar o continuar sus actividades dramáticas, artísticas, manuales y además recreacionales especializadas.

Recreación es: “desenvolvimiento espontáneo y placentero del ser humano en sus momentos no comprometidos, tendiendo a la satisfacción de necesidades fundamentales psico-espirituales de descanso, entretenimiento, expresión, socialización y creatividad”⁸.

Necesidades de la Recreación

Las necesidades de recreación pueden resumirse en las siguientes:

- 1) Necesidad de movimiento
- 2) Alcanzar cierto grado de autoestima
- 3) Necesidad de integrarse a la sociedad
- 4) Necesidad de nuevas experiencias
- 5) Necesidad de autoexpresión

Objetivos de la Recreación

Objetivo General: “Crear condiciones óptimas para el desarrollo integral de las personas, promoviendo su participación individual y colectiva en acciones que mejoren la calidad de vida, la preservación de la naturaleza y la afirmación de los valores esenciales de la humanidad”⁹.

Los objetivos se pueden clasificar en:

- 1) FÍSICO: realización de las actividades que exigen dispendio energético, que al ser repetidos logren cierto perfeccionamiento en la adquisición de destrezas.
- 2) HIGIÉNICO: los hábitos adquiridos constituyen verdaderos ejercicios que estimulan los procesos fisiológicos que hacen al mejor funcionamiento de órganos y aparatos en beneficio de la salud.
- 3) CULTURAL: algunas actividades permiten aproximarse a las fuentes universales de arte, otras acercan a los seres que habitan en distintos hemisferios con la posibilidad de observar la vida y costumbre de otros pueblos con su desarrollo social, económico e histórico.
- 4) ARTÍSTICO: pintura, escultura y música, no sólo como espectadores sino ejecutantes o mediante la expresión oral o escrita sin pretensión de virtuosismo buscando como única compensación satisfacer un íntimo deseo.
- 5) SOCIAL: establece asociaciones agradables y satisfactorias entre las personas.

⁷ Wagner, Carlos. Citado por Gómez Miguel en “Recreación”.

⁸ Gómez Miguel, en “Recreación”.

⁹ Ibidem.

Forma de concretar la tarea recreacional

Es evidente que las posibilidades operativas en el campo recreacional varían sustancialmente de acuerdo a la personalidad de cada animador (maestro, profesor, coordinador). Muchas veces se producen fracasos por no haberse adecuado convenientemente el líder a sus reales posibilidades o condiciones personales. Por ello es importante que cada uno analice dentro de sus capacidades, cuáles serían los pasos de las acciones a su alcance, y que sintetizan en los siguientes:

1. crear condiciones (presentar material, preparar terreno, proveer elementos)
2. motivar / promover / sugerir
3. instruir / capacitar
4. organizar
5. conducir
6. difundir / expandir
7. evaluar / corregir / mejorar

Cualidades y principios que deben regir la acción de un líder de recreación

Si bien ya se ha tratado en profundidad en la Cartilla Nº 7: Psicología del Cliente, resulta conveniente retomar este tema referido a la actividad del Guía en tanto líder de recreación.

Mucho es lo que se puede escribir tratando de las cualidades personales del líder de juegos, pero resultará más conveniente considerar las características positivas de un líder competente cuando éstas se expresan en su actuación.

SER ENTUSIASTA. El entusiasmo es contagioso. Gozar espontáneamente del trabajo de dirigir, tanto como el mismo jugador que goza del juego. El liderazgo debe llevarse a cabo con espíritu lúdico. Pero sólo ocasionalmente debe dejar transparentar a los jugadores que él también está gozando del juego. Los participantes captarán el entusiasmo pero no lo podrán hacer si el líder no está presente.

POSEER Y DESARROLLAR EL SENTIDO DEL HUMOR. Mostrarse al grupo perfecta y sencillamente humano. Líder y no dictador. Es diferente. Porque la diversión empieza cuando el primero inicia la explicación, pudiendo captarse así el verdadero espíritu del mismo. Ser interviene entonces, con la actitud material deseada y estimulada por el líder.

Este inspira el proverbial “vamos” mientras que el dictador crea una atmósfera tensa con el autoritario “vayan” o “deben”.

DISIMULAR LOS ERRORES AJENOS. El líder que entiende qué es simpatía disimula los errores y reconoce que es mejor “reírse con la gente que de la gente”. Nunca deben tomarse en cuenta los errores técnicos. Invariablemente el que peor se siente es el que se equivocó. Si lo comete por falta de habilidad, el líder debe ayudarlo a conseguir lo necesario. Es siempre más apreciado el líder que realmente puntualiza los errores en forma general, que el que constantemente está hallando y marcando errores y fallas individualmente en los integrantes del grupo o equipo.

SABER ANTICIPARSE A LOS ERRORES. Esto lo da la experiencia previa. Conocerá así los errores comunes y podrá superarlos sin interrumpir el juego. Por ejemplo, poner en sobre aviso al grupo y en forma amena la penalidad que se corresponderá al que se equivoque. En el caso de trampas, usa mucha más diplomacia que con los errores técnicos o físicos. Evitar las reprimendas individuales a menos que se haya atentado contra la moral del grupo.

SER INDULGENTE. El líder optimista, en contraposición con el testarudo adopta una actitud mental amplia en lo que respecta a la exactitud y técnica del juego. No sugiere ni fomenta ésta laxitud en la interpretación de las reglas, que deben ser seguidas con indiscutible precisión.

CUIDARSE DEL EXCESO DE CONFIANZA EN UNO MISMO. Por el otro lado hallamos algunas veces al líder, que intencionalmente da la impresión de que lo domina todo. Esta actitud cierra el camino a las sugerencias sobre el modo de renovar juegos viejos. Impide también que se acerquen ayudantes de confianza que colaboren con él en la confección de planes. Su dignidad no admite que se cometa error alguno.

ADOPTAR UNA ACTITUD POSITIVA. Al principio, al final y siempre, la función del líder es ser siempre líder. El buen liderazgo no deja lugar a posiciones intermedias o indefinidas. Mientras esté delante de la clase, no puede pretender abandonar su función y continuar siendo conductor, pues no se puede dirigir mientras haya duda en la mente de los jugadores sobre quién es el que comanda. Donde haya más de una cabeza sobreviene el caos. El moderno líder conduce de tal manera que un observador diría "parece uno del grupo" y sin embargo dirige.

PRINCIPIOS DE SUPERVIVENCIA

Si bien, antes de realizar una excursión, el Guía de Turismo debe chequear todos los elementos, itinerario, equipos y condiciones, puede ocurrir que se den situaciones en las que solo la pericia del profesional contribuirá a salvar la situación.

A continuación se exponen algunas pautas para resolverlas.

Situaciones de conflicto



Al estar perdidos, frente a una situación límite, se toman en cuenta tres pasos:

- Control: sólo sale a flote el líder que sabe dirigir las cosas tranquilo.
- Experiencia: puntos cardinales, cartografía (planos), conocer la flora y la fauna de la zona, saber cómo comunicarnos.
- Ingenio: buscar posibles soluciones eficaces.

Otras acciones esenciales a tener en cuenta en caso de un accidente son:

- Salvarse del peligro inmediato.
- Buscar agua.
- Buscar abrigo.
- Buscar alimentos: controlar bolsos, reunir todo y fraccionarlo.
- Buscar refugio.
- Definir la orientación tomando en cuenta las señalizaciones.

Orientación

La vida al aire libre trae la necesidad de desarrollar habilidades nuevas, una de ellas es orientarse para tornar el buen camino y llegar a destino rápidamente.

La mejor manera de adiestrarse en este arte es marchar campo traviesa leyendo una brújula, observando las estrellas o la naturaleza en general.

En un lugar desconocido la primera aproximación dará la trayectoria aparente del sol. Si mira en la dirección en que sale (que es el Este) tendrá a su izquierda el Norte, el Sur a tu derecha y el Oeste (donde se pone el sol) a su espalda.

Como la orientación sería poco precisa con solo cuatro puntos —llamados cardinales—, se han imaginado otros cuatro colocados entre éstos. Entre el Norte (N) y el Este (E) se halla el Noreste (NE). Entre el Sur (S) y el Oeste (O) se halla el Suroeste (SO). Entre el N y el O se halla el Noroeste (NO). Como es fácil ver los nombres se forman con la combinación de los puntos cardinales vecinos respetando la prioridad del N y S.

Al aumentar la necesidad de definir más precisamente las direcciones se han incorporado otros puntos llamados colaterales entre cada par de los anteriormente nombrados. De esta forma tenemos entre el N y el NE el Nor-Noreste (NNE), etc.

El hombre en su continuo afán de definir mejor las direcciones para sus viajes y excursiones, ha buscado la forma de tener datos seguros. Una forma muy eficaz de obtenerlos es por medio de la brújula. Este instrumento consta de un imán en forma de aguja suspendido de tal manera que pueda moverse en sentido horizontal, casi sin rozamiento. Debido a que se puede mover, tras algunas oscilaciones se para e indica indefectiblemente hacia el Norte magnético.

La mayoría de las brújulas tiene dibujada en su fondo la Rosa de los Vientos para poder identificar las distintas direcciones.

Para que sea más fácil visualizar todo esto, observe el dibujo que desde hace muchos siglos los marinos llaman Rosa de los Vientos o Rosa Náutica. Intenta reproducirlo de memoria en un papel y después de haberlo visto un tiempo.

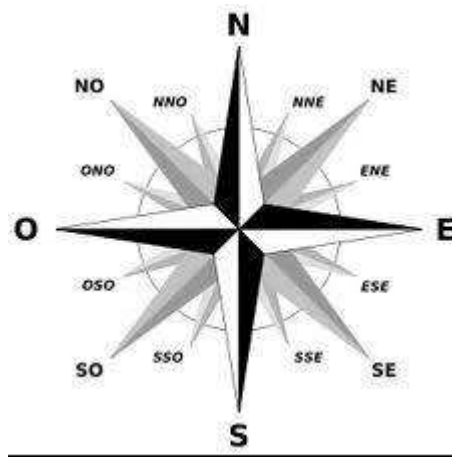


Imagen de la Rosa de los Vientos

Fuente: <http://es.encydia.com/ca/Rosa de los vientos>

A pesar de ser muy útil, la Rosa Náutica no se presta para definiciones precisas, de allí que se ha ideado el denominado Sistema de Grados. Este sistema consiste en trazar un círculo concéntrico con la aguja y dividirlo en 360 partes iguales a las que se denomina grados. Se los numera en el sentido de las agujas del reloj y se los marca con una raya en el cuadrante. De esta manera, lo que en la rosa de los vientos es N será en el sistema de grados 0° (que coincide con 360°), lo que antes era E pasa a ser 90° , etc.

Si bien la brújula es un instrumento de precisión, en muchas ocasiones, no resulta imprescindible para orientarse correctamente; también existe la posibilidad de hacerlo por la noche con la ayuda de las constelaciones y estrella polar Norte.

Gracias a ciertas constelaciones podemos ubicar de inmediato los polos celestes. Estas son la Cruz del Sur y de Orión.

La Cruz del Sur es una de las constelaciones conocidas en nuestro país y hace siglos que guía al viajero de las pampas. Son cuatro estrellas dispuestas en los puntos de una cruz imaginaria en las proximidades del Sur celeste.

Para encontrar la dirección Sur prolongue el lado mayor de la cruz unas tres veces y media, desde ese punto bastará bajar la vista para ver sobre el horizonte la dirección Sur.

Otra forma, con mayor aproximación, es hallar el punto de intersección entre la prolongación del palo mayor de la cruz (a partir del pie) y la mediatriz del segmento que une Alfa y Beta de Centauro. Estas dos últimas son más brillantes en las cercanías de la Cruz del Sur. Una vez ubicado el punto de intersección baje la vista sobre el horizonte y tendrá el sur terrestre.

Orión es otra constelación que permite encontrar con facilidad el norte. Representa un guerrero mitológico.

Orión se reconoce fácilmente gracias a tres estrellas alineadas (las Tres Marías) que forman el cinto, y otras tres más pequeñas e igualmente alineadas, que representan la espada. Dos estrellas más, a la derecha e izquierda bajo la espada, figuran los pies, mientras que otras dos más alejadas y encima del cinto, representan los hombros. Un grupo de tres estrellas entre los hombros indican la cabeza.

Para encontrar el N por medio de esta constelación, basta recordar que la línea que une la estrella del medio del cinturón (las Tres Marías) con el centro de la cabeza está orientada de Sur a Norte. Siguiendo esta dirección hasta encontrar el horizonte, podrá encontrar aproximadamente el Norte terrestre.

Sin embargo, la orientación por medio de la constelación de Orión presenta un inconveniente: es perfectamente visible sólo en invierno. En verano no se ve y vuelve a aparecer en otoño.



Imagen de las estrellas que dibujan la constelación de Orión.

Fuente: <http://www.moonmentum.com/>

Otra forma de orientarse prescindiendo de la brújula, pero con la ayuda del sol y de un reloj pulsera (acomodando a la hora del lugar de observación), es la siguiente:

1. Coloque el reloj con el cuadrante hacia arriba.
2. Ubique una aguja, palito o fósforo (la precisión exige que sea lo más fino posible), sobre el número 12 del cuadrante y perpendicular al plano del reloj.
3. Gire el reloj hasta que la sombra pase el centro del reloj y el número 6.
4. La bisectriz del ángulo formado por la sombra y la aguja chica del reloj le da la dirección exacta del Norte. Naturalmente la prolongación de esa bisectriz hacia el lado opuesto marcará el Sur.

A pesar de ser simple, la brújula es un instrumento de precisión y como tal requiere cuidado. Para obtener lecturas correctas debe mantenerse lejos de objetos metálicos o cables eléctricos y de cuanto material pueda estar magnetizado.

Golpes fuertes y proximidad de cuerpos metálicos son sumamente perjudiciales. Las brújulas modernas tienen una traba que permiten inmovilizar la aguja cuando no se necesita.



Si observa con detenimiento la corteza de los árboles verá que una zona de la misma presenta una pequeña cantidad de musgo. Si lo hace con detenimiento se dará cuenta que este musgo aparece siempre del mismo lado en todos los árboles. Esto se debe a que sólo crece en lugares húmedos en donde no da el sol. El sol, todos sabemos, aparece por el Este, pasa por el Norte y se oculta por el Oeste; por lo tanto **nunca** pasa por el Sur.

De esta deducción surge que los musgos aparecen del lado Sur, aunque se debe aclarar que este método sólo da ideas generales.

Con frecuencia sucede que caminando entre la maleza la persona puede descuidar y no se fija en qué dirección camina. A veces hay que cambiar de dirección para rodear un árbol caído o una roca y una vez salvada ésta, no se cuida de tomar nuevamente la dirección correcta.

El hombre, por lo general, se inclina a tomar su derecha y en consecuencia cuando menos se piensa no va en línea recta. A menos de observar constantemente el sol o la brújula, sin darse cuenta se describe un gran círculo. En tales casos, cuando se da cuenta que se ha perdido el camino, en general, se pierde también la calma. Probablemente empieza a correr cuando lo que debería hacer es conservar la serenidad y hacer algo útil, como por ejemplo, rastrear sus propias huellas y si tal cosa no es posible, juntar un poco de leña para prender una fogata y hacer señales a quienes puedan buscarlo.

En tales casos, lo mejor es detenerse y pensar en el lugar donde probablemente se encuentre y proyectar el camino a seguir. Observar desde algún lugar alto en busca de alguna señal, no gastar aliento en gritos constantes. En el día ayudarán las señales de humo y en la noche las fogatas. Se tendrá mayor oportunidad de salir si se busca un camino en lugar de una casa. Si no se tiene ninguna

idea de dónde ir, lo mejor puede ser caminar hacia abajo, seguir las corrientes de los ríos. Las haciendas y los pueblos generalmente se hallan en los valles.

Si lo sorprende la noche, haga campamento y espere a que amanezca. De noche todo es distinto a la vista y seguro puede extraviarse más aun.

ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACION

1. El Guía de Turismo es:
 - a. Un educador porque difunde conocimientos prácticos de lugares a visitar
 - b. Un educador porque difunde cultura acerca de un entorno determinado
 - c. Un educador porque solo describe los atractivos culturales del entorno al visitar
2. ¿Cuáles son las funciones principales de un Guía de Turismo? Nombre por lo menos tres (3)
3. ¿Qué tipo de información da un Coordinador de Viaje?
4. Mencione la información indispensable que debe dar un guía en el momento de la presentación-
5. ¿Cómo realiza la presentación de un viaje?
6. ¿Cuáles son las especificaciones para guiar desde un vehículo?
7. ¿Qué se debe tener en cuenta para hablar en un espacio abierto?
8. ¿Cómo se actúa ante una situación de robo a un pasajero en el vehículo?
9. ¿Quién maneja las fichas médicas de los pasajeros? ¿Cuáles son los datos que deben tener estas fichas?
10. En el caso que la Agencia de Viajes realice el contrato de transporte, el Guía tiene la obligación profesional de solicitar unos papeles o documentos obligatorios antes de partir de viaje para evitar cualquier inconveniente. ¿Qué papeles o documentos debería pedir?
11. Marque la/s respuesta correcta con respecto a las habilidades que debe tener un Guía
 - Hablar bien
 - Escuchar lo que es importante
 - Tratar con extraños
 - Expresar opiniones personales ante los pasajeros
 - Pedir ayuda para solucionar problemas
 - Aplicar técnicas de grupo, animación
12. COMPLETE: La información que brinda el Guía de Turismo depende de las del grupo.
13. COMPLETE: Existen dos fuentes de información las y las

BIBLIOGRAFÍA

AUTOR	TITULO	EDITORIAL	LUGAR Y AÑO DE EDICIÓN
CABO NADAL, Monica	“Asistencia y Guia de Grupos”	Thompson Parainfo	Madrid, 2004
DOMÍNGUEZ DE NAKAYAMA, Lia	“Relevamiento Turístico. Una propuesta metodológica para el estudio de una unidad territorial”	Centros de Estudios Turísticos. Instituto Superior de Turismo Sol.	Argentina, 1994
GOMEZ, Miguel	“Recreación”	Cartilla de Cátedra. Licenciatura en Turismo.	Universidad Católica de Salta.
PICAZO ZAMORA, Carlos	“Asistencia y guía a grupos turísticos”	Síntesis	Madrid, 1996

Cartilla Nº13 “Técnicas de Guiado”

Investigación de Contenidos: Lic. Paula Zenzano

Coordinación de Proyecto: Lic Carolina Mercado
