



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

El guía de turismo en la gestión de la experiencia del visitante.

2021



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS





*Gestor de sueños, artesano
de experiencias
Pajarero y fotógrafo por
pasión*

*Administrador turístico de la
universidad católica de Manizales.
Estudiante maestría en gestión del
turismo sostenible – Universidad para la
cooperación internacional de Costa Rica
–UCI.*

Gerente de Nature Trips Colombia.

*Padre de Gabriela y Matías, esposo de
Diana.*

Colombiologo





Fotografías. Nature Trips Colombia

El guía de turismo en la gestión de la experiencia del visitante.





Fotografías. Nature Trips Colombia

El turismo es una de las actividades económicas más dinámicas y atractivas de Colombia. Infunde una nueva vida a muchas comunidades que se esfuerzan en desarrollarla, tratando de lograr el éxito de esta actividad económica, la cual refuerza y complementa otras actividades productivas de la región.

El ser un anfitrión de invitados especiales (turistas), a menudo estimula un sentimiento de orgullo e identidad comunitario. Sin embargo, no todas las comunidades pueden desarrollar el turismo, así como no todas las personas pueden dedicarse a la actividad de guía turístico.

Es decir, cuando se hayan esforzado por cumplir con el mínimo de parámetros para poder ser verdaderos embajadores de nuestra comunidad, entonces serán considerados en el mercado como verdaderos guías de turismo.



IMPORTANCIA DE LA CAPACITACION PARA EL GUIA DE TURISMO

En el mundo, la capacitación de los guías de turismo es variada. En algunos casos es nacional y en otros regional. En algunos profunda y en otros incipiente. Sin embargo, la capacitación del *guía de turismo* generalmente se presenta en una plataforma común y con un número de temas usuales. La profundidad de estas cuestiones varía según los requerimientos de la demanda y las proyecciones de los destinos involucrados. Pero en general, los guías de turismo necesitan conocer el contexto cultural del patrimonio de sus localidades.

La capacitación en la industria de la hospitalidad, ha probado ser la fuente de grandes avances y satisfacciones para diferentes destinos turísticos mundiales que han apostado a mejorar su servicio por medio del entrenamiento del personal que trabaja en sus establecimientos.

Cuando esta capacitación se realiza en forma asociativa, es decir, en conjunto con las autoridades y los empresarios, el impacto en la comunidad es mucho mayor al esperado. Pero, en una industria floreciente como lo es el turismo en nuestro país, ¿cómo lograr que la capacitación sea adecuada a las necesidades del mercado local?

La respuesta reside en la orientación que cada destino le da a los diferentes estándares educacionales de su industria, considerando sus necesidades y requerimientos del mercado al que se desea apuntar, de tal forma de crear un servicio y producto único e irrepetible. Los *estándares educacionales* incrementan el nivel de conocimiento, de habilidad y de actitud de las personas que trabajan o se están preparando para un empleo en la *industria de la hospitalidad*.





NOCIONES Y COMPETENCIAS BÁSICAS



Fotografías. Nature Trips Colombia



Fotografías. Nature Trips Colombia

EL ARTE DE GUIAR

ARTE INVISIBLE

El arte de guiar corresponde a **la habilidad que debe desarrollar el *guía de turismo*** al seleccionar la información turística y presentarla a la audiencia de forma simple y precisa, permitiéndole ver, interpretar y entender por su propia cuenta. Habilidad, que siendo bien ejecutada, es invisible.

La mayor función del *guía de turismo* es la didáctica. Es decir, la capacidad de transmitir la información o conocimiento adquirido por medio de una aptitud profesional que involucre un código aceptado de conducta, ética y límites geográficos y culturales definidos.

La actividad de *guía de turismo* no debe ser confundida con el organizador o monitor de excursiones y paseos sociales, ya que involucra mucho más que ello.





Fotografías. Nature Trips Colombia

TÉCNICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

El guía de turismo debe manejar algunas habilidades que le permitan establecer contacto efectivo con el visitante desde el primer momento que lo conoce, siendo una de esas habilidades la capacidad de comunicar a través de su vocabulario y sus gestos.

ALGUNAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SUGERIDAS

Es importante que el guía se prepare conscientemente en su forma de entregarla información. Para ello, debe vigilar, corregir y pulir su lenguaje verbal y no verbal.



LENGUAJE VERBAL Y NO VERBAL

PROYECCIÓN DE LA VOZ: La voz del *guía de turismo* debe ser clara y dócil. No debe ser un motivo de malestar para el visitante.

DICCIÓN: El guía de turismo debe modular correctamente las palabras, oraciones y discursos. Su dicción no debe confundir al visitante en la interpretación de la información, sobre todo si no es de habla hispana.

USO DEL MICRÓFONO: El micrófono debe examinarse antes del viaje, ajustando el volumen de acuerdo con las interferencias que se puedan presentar por el movimiento del bus y las detenciones que se produzcan en el trayecto. Se debe recordar que el objetivo de un micrófono es el amplificar la entrega verbal de información en un espacio grande como un medio de transporte o un auditorio o sala de reuniones. Por ello, el *guía de turismo* debe hablar y no gritar frente al micrófono, asegurándose que todos los visitantes escuchen claramente sus palabras.

CONTACTO VISUAL: El guía de turismo debe mantener contacto visual con las personas con las que está hablando o entregando una información determinada, pues es la forma en que logrará la confianza de su cliente.

Al mirar a los ojos se entrega al interlocutor una imagen que debe recordar: **veracidad**, sensación de que todo lo que estamos diciendo es verdad. El *guía de turismo* debe **lograr la confianza de los turistas**, para avanzar de mejor forma en la experiencia que les ha preparado a los visitantes.

LENGUAJE CORPORAL: Si el lenguaje verbal es importante, el lenguaje corporal lo es más aún, ya que el guía debe cuidar que sus gestos movimientos corporales acompañen a su tono de voz e información.



INTERACCIÓN CON EL TURISTA

POSICIONAMIENTO DE GUÍA Y GRUPO: La relación del *guía de turismo* con el turista, sea éste un pasajero individual o un grupo, debe siempre considerar los lineamientos de del tour operador que lo contrata, así como el origen y costumbres del turista.

El guía debe saber manejar las situaciones conflictivas de una forma amigable y sincera para que el visitante sienta que no tuvo problemas durante su estadía, sino que sólo contratiempos.

Sin embargo, existen algunas situaciones en las que el *guía de turismo* debe saber actuar adecuadamente: la muerte de un visitante durante una excursión bajo sus servicios; la solicitud de servicios indebidos o penados por la ley por parte de un cliente (Ej. ESCNNA); las disputas entre visitantes de diferentes credos o nacionalidades; el hurto de equipaje de un visitante a su cargo; etc.



Fotografías. Nature Trips Colombia



RELACIONES INTERPERSONALES:

Lo que sin duda quiera cada tour operador es que los turistas atendidos por sus guías queden satisfechos con los servicios prestados, les recomienden a sus amigos o familiares y tomen de nuevo sus servicios en el futuro. A veces, el lograr esta tarea no significa llenar de información al cliente.

Simplemente tiene que ver con tratar de entender la motivación del turista y tratar de cumplir con sus expectativas.

El *guía de turismo* debe desarrollar el *sentido de la ubicación* en su relación con el visitante, evitando ser el generador de situaciones poco amigables u opuestas a lo esperado por él. Para ello, siempre es bueno asesorarse por profesionales de las relaciones públicas, sicólogos o guías de turismo con experiencia.



Fotografías. Nature Trips Colombia



LOGRO DE ATENCIÓN DE LA AUDIENCIA:

El *guía de turismo* debe manejar la atención de sus clientes.

Para ello, debe **saber dosificar la información a entregar**, preparando con anterioridad cada uno de los temas a tratar de acuerdo al lugar y tiempo de la excursión.

No se debe obligar al visitante a prestar atención, sino que se debe ganar su atención por medio del **uso de herramientas pedagógicas**, como una conversación directa, historias entretenidas, momentos históricos de los lugares visitados, inflexiones de la voz, etc.

La atención del visitante se logrará por la buena información que reciba y por el respeto que le de a su origen, credo, nacionalidad y apariencia. Por ello, el guía de turismo debe estudiar las características, costumbres y perfil del visitante extranjero tipo que tiene el país.



Fotografías. Nature Trips Colombia



ADAPTACIÓN DE PRESENTACIONES A LAS NECESIDADES Y/O INTERESES DEL VISITANTE:

El *guía de turismo* debe saber manejar diferentes herramientas de presentación de información, ya que pueden ser solicitadas por sus clientes en alguna oportunidad.

Si en el pasado se requería que un orador supiera manejar un proyector de transparencias o un equipo de video VHS, hoy en día se debe saber manipular un data show (proyector multimedia) con sus respectivas conexiones, por ejemplo. Esto se tiene, en algunos casos, en el equipo de sonido del bus.



Fotografías. Nature Trips Colombia



TÉCNICAS DE MANEJO, CONTROL Y GUIADO DE GRUPOS:

El arte de guiar requiere **preparación y planificación** de las actividades que se desarrollarán con los visitantes.

A PIE

Cuando se realiza una excursión pedestre con un grupo de visitantes, el *guía de turismo* debe saber **mantener al grupo unido** y entregar la información en los momentos en que todos sus integrantes puedan escucharla.

Antes de comenzar la excursión **debe informarle** al grupo sobre las facilidades de la excursión, la infraestructura, los requerimientos especiales al visitar los lugares determinados y la reglamentación local.

Por ejemplo, se debe informar si el acceso a determinado atractivo está incluido o debe costearlo el propio turista, si se pueden tomar fotografías o posar con los monumentos, si se aplica la ley de monumentos históricos y nacionales y si es adecuado adquirir productos locales durante la visita.

Asimismo, se debe comunicar sobre la duración de la visita y excursión para que el visitante pueda planificar su tiempo y apreciar mejor los atractivos de la localidad visitada.

Finalmente, el *guía de turismo* debe estar consciente de que **no todos los visitantes se desplazan a la misma velocidad**, por lo que debe dar el tiempo suficiente para que todos participen de la misma experiencia sin sobresaltos ni demoras.



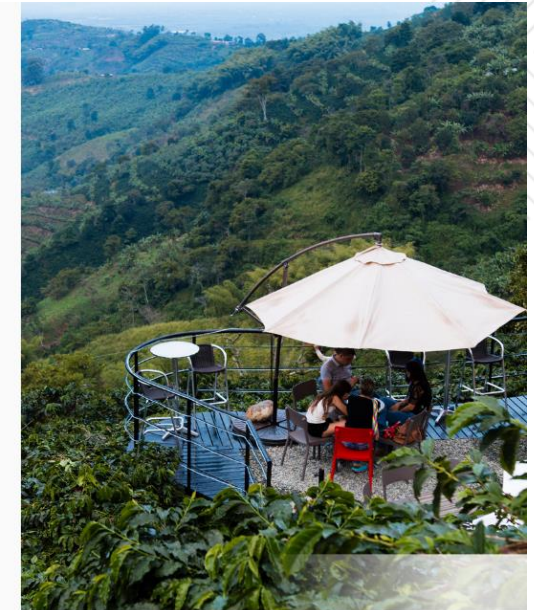
EL TURISTA, EL CLIENTE

MOTIVACIÓN DEL VIAJE

Aunque existen varios tipos de turismo y de turistas, ello no explica los estímulos que *motivan a* la gente para interesarse en viajar.

Si las motivaciones fueran las mismas para todos, los turistas viajarían a los mismos destinos, harían las mismas cosas, se alojarían en los mismos hoteles y usarían los mismos tipos de transporte.

El *guía de turismo* debe comprender y analizar aquellas motivaciones que los turistas desean satisfacer por medio del viaje para poder ofrecer un servicio asertivo. Para ello, debe ver el viaje como un medio para satisfacer las necesidades del turista. Estas necesidades se refieren no solamente a participar en actividades recreativas, sino que también como una herramienta de esperanza de que estas experiencias le entregarán un escape de la rutina.



Amazing Colombia

HELLO FROM
COFFEE CULTURAL LANDSCAPE!



www.naturetrips.co

Fotografías. Nature Trips Colombia



ALGUNAS MOTIVACIONES DE VIAJE DE INTERÉS PARA EL GUÍA DE TURISMO

RELAJACIÓN

Muchas personas viajan para **relajarse y quitarse el stress**.

Cuando escogen un destino, piensan sólo en el descanso y la recreación, la cual puede lograr de acuerdo a las características de su propia personalidad.

Si la persona se relaja con la adrenalina, buscará destinos de aventura; si se relaja con la paz y la tranquilidad, buscará destinos dónde esté en calma; y si se relaja con la cultura, buscará destinos donde pueda visitar vestigios patrimoniales.

El guía de turismo debe considerar esta motivación al momento de programar las excursiones, así como velar por los servicios que se le provean al visitante.



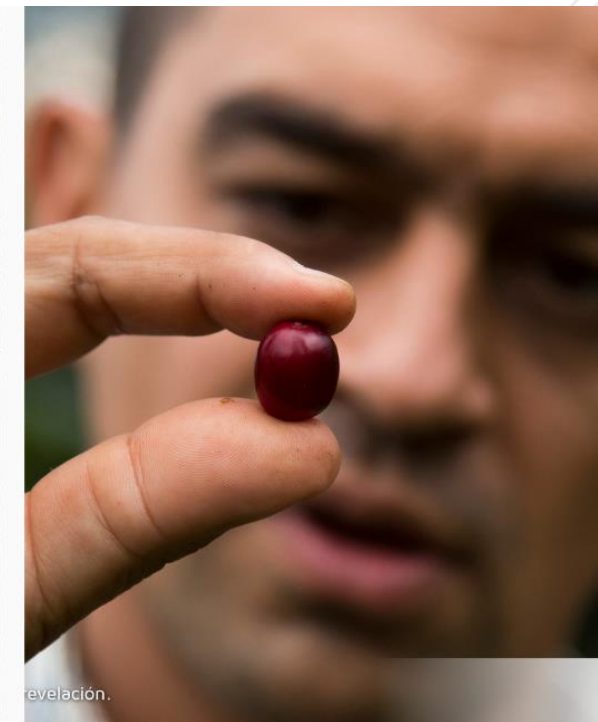
Fotografías. Nature Trips Colombia



POSICIÓN SOCIAL Y PRESTIGIO

Algunas personas viajan por mantener un status social frente a sus conocidos y familiares.

Generalmente, mantienen detallados registros gráficos y souvenirs de destinos turísticos tradicionales y no tradicionales para su procedencia.



Amazing Colombia

HELLO FROM
COFFEE CULTURAL LANDSCAPE!



www.naturetrips.co

Fotografías. Nature Trips Colombia / Rutas del PCC



COMPAÑERISMO, FAMILIA Y AMIGOS

De acuerdo a las estadísticas de nuestro país, un porcentaje de los visitantes extranjeros viene a Colombia, o de los colombianos que viajan dentro del país buscan visitar a familiares y amigos.

AUTOCONOCIMIENTO

Este tipo de motivación está generalmente ligada a la práctica de actividades de turismo de intereses especiales y principalmente al turismo de aventura.

En este tipo de disciplinas deportivas es donde el visitante aprende a conocerse a sí mismo, a conocer sus límites y capacidades de reacción frente al medio. Así, el *guía de turismo* debe tratar de proveer el apoyo y estímulo adecuado para que el visitante cumpla con sus expectativas, participe de una experiencia exitosa y se recree de acuerdo a lo esperado. Para ello, debe familiarizarse con la disciplina escogida por el cliente y los posibles riesgos involucrados de tal forma de evitar accidentes.



Fotografías. Nature Trips Colombia



RESPONSABILIDADES DEL GUÍA DE TURISMO FRENTE A LA MOTIVACIÓN DE VIAJE DEL VISITANTE

La motivación del viaje del visitante puede ser resumida en:

- Ejecutar o llevar a cabo excursiones o tours guiados como se le solicite o como se mencione en el material promocional entregado al cliente, poniendo especial cuidado en los itinerarios y horarios;
- Crear una atmósfera amigable que cumpla con los requerimientos del cliente, ya sea en excursiones o paquetes turísticos;
- Mantener códigos profesionales de conducta; y
- Ofrecer información actualizada y adecuada a las necesidades y tipos de clientes atendidos.



Amazing Colombia

HELLO FROM
COFFEE CULTURAL LANDSCAPE!

www.naturetrips.co



Fotografías. Nature Trips Colombia

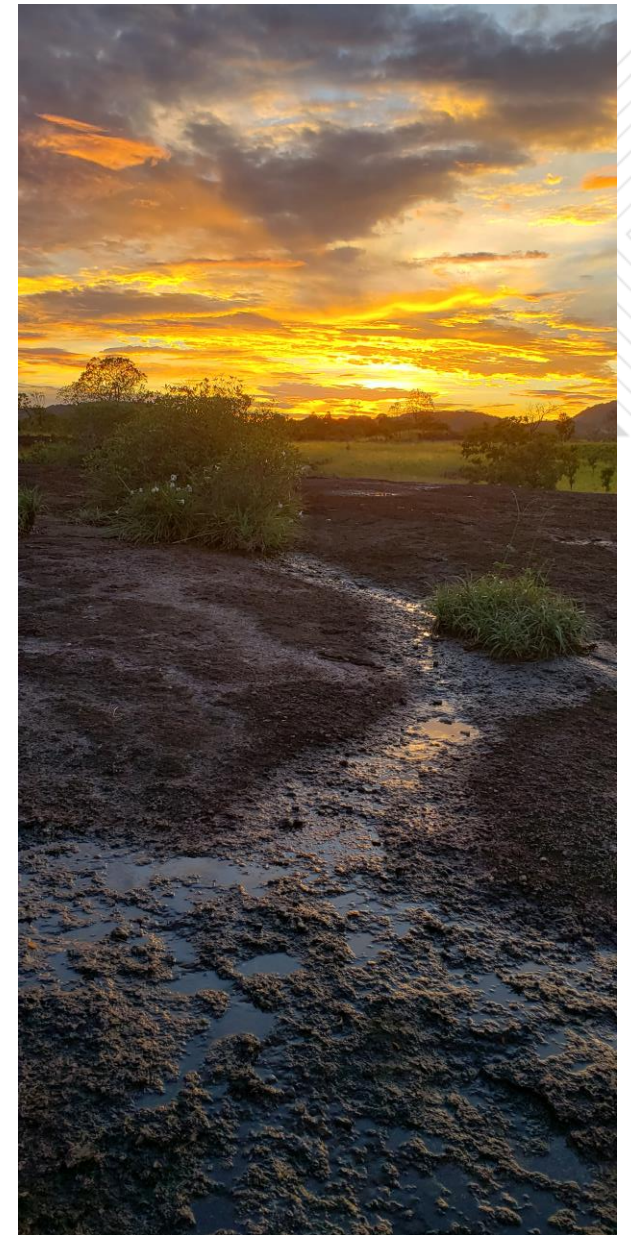


ACTIVIDADES PRE EXCURSIÓN

CONOCIENDO AL CLIENTE

Antes de la excursión, el guía debe interiorizarse sobre el o los clientes que atenderá. Para ello, debe:

- Solicitar al coordinador de operaciones los documentos de arribo del cliente (vouchers, itinerario, programa de estadía, pasajes, tickets, cartas y encargos);
- Aprender sus(s) nombre(s) de memoria si es un grupo pequeño y el nombre del tour o paquete si es un grupo grande;
- Examinar por teléfono todos los horarios y costos de los servicios que puedan ser solicitados por el cliente o grupo (restaurante especializado en cierto tipo de comidas, museos, horario del comercio, valores de propinas, etc);
- Preparar un dossier de mapas locales para cada cliente. Se sugiere un mapa de rutas y un plano de la ciudad a recorrer.
- Sostener una breve reunión de coordinación con el conductor del vehículo (chofer) para acordar itinerario y servicio a entregar.



Fotografía. César Angel





Fotografías. Inkaterra

PRESENTACIÓN PERSONAL

La primera impresión queda para siempre. Por ello, el guía debe escoger muy bien su vestimenta en cada una de sus jornadas de guiado con los clientes. Por eso debe:



PRESENTARSE EN VESTIMENTA ACORDE CON LA EXCURSIÓN O SERVICIO QUE SE VA A PRESTAR:

- CAMISA POLO DEL TOUR OPERADOR

Si debe realizar una recepción en el aeropuerto, guiar un city tour, una excursión de día o un traslado de un punto a otro;

- CAMISA POLO O CAMISETA

Si debe realizar una excursión a un parque nacional, sitio campestre o silvestre, un full day en terreno o si se desempeña en una zona con un clima especial o extremo



Fotografías. Nature Trips Colombia



VESTIMENTA SEGÚN EQUIPAMIENTO REQUERIDO

Si debe practicar actividades de turismo de intereses especiales (rafting, ascenso a un cerro, etc.).

MANTENER UNA PRESENTACIÓN PERSONAL ADECUADA:

Es decir, el cabello peinado u ordenado, uñas limpias, buen olor corporal, ropa limpia y prendas de vestir de la empresa en buen estado.



Fotografías. Nature Trips Colombia



MANEJO DE EQUIPAJE

Una de las posesiones mas importantes de un turista durante su viaje es su equipaje. El correcto manejo que un guía le de a las maletas, bolsos o mochilas de un cliente será bien apreciado.

ASISTENCIA:

El guía debe *asistir* (ayudar) al pasajero en todo momento con el cuidado de su equipaje. Los traslados son una de las etapas del viaje más estresantes y preocupantes para el visitante, quién espera una actitud de confianza por parte de las personas que le atienden.



Fotografías. Nature Trips Colombia



VIGILANCIA:

Se debe vigilar atenta y sigilosamente el movimiento que realiza el equipaje del cliente, sabiendo el número de piezas que transporta, colores y marcas, reconociendo y recordando al personal que lo traslada en los hoteles (ojalá alguien conocido por el guía).

CHECK IN:

Chequear traslado, almacenaje y marcado del equipaje durante el ingreso al hotel.

CHECK OUT:

Solicitar a la recepción del hotel que verifique con el cliente el horario de su partida y el horario en que las maletas deben estar listas para retirarlas desde la habitación o si desea guardarlas en custodia de recepción.



Fotografías. Nature Trips Colombia



BIENVENIDA

Una vez que el guía ha conocido las caras de sus clientes y sabe cual es el servicio que debe proveerles, es importante dirigirse a ellos con mucho entusiasmo:

RECEPCIÓN DE LOS PASAJEROS SALUDO:

El guía debe saludar de manera formal y cordial a damas y caballeros en nombre de la empresa local y del operador de su visita a la zona:

***“ BUENOS DÍAS DAMAS Y CABALLEROS,
BIENVENIDOS A..., A NOMBRE DE... LES DAMOS
LA MAS CORDIAL DE LAS BIENVENIDAS A
NUESTRA ZONA Y ESPERAMOS QUE SU ESTADÍA
SEA PLACENTERA Y LLENA DE EXPERIENCIAS
POSITIVAS”.***



Fotografías. Nature Trips Colombia





Fotografías. Nature Trips Colombia

PRESENTACIÓN PERSONAL:

Posteriormente el guía se debe identificar y debe presentar al conductor del vehículo de la misma forma:

“ MI NOMBRE ES..., SOY GUÍA ... DE... Y EL CONDUCTOR DE NUESTRO VEHÍCULO SE LLAMA...”



RESUMEN DEL TOUR (BRIEFING):

Luego, el guía debe entregar una breve descripción de la excursión incluyendo lo siguiente:

ITINERARIO:

Entregar brevemente un resumen del itinerario a cubrir durante la excursión.

ATRATIVOS:

Resumir el tipo de atractivos que se visitarán o conocerán durante la excursión.

INDICACIONES GENERALES:

Indicar el número del bus, el lugar dónde se estacionará, los tiempos en que se visitará cada lugar, el nombre de los lugares que se visitarán. Por ejemplo:

“DAMAS Y CABALLEROS, NO OLVIDEN QUE NUESTRO BUS ES DE COLOR VERDE Y TIENE EL NÚMERO... EN FRENTE”

“POR FAVOR, AL REGRESAR AL BUS, RETOMEN SUS MISMOS ASIENTOS, GRACIAS”

“ESTAREMOS ESTACIONADOS EN ESTE LUGAR POR... MINUTOS Y EL CONDUCTOR PERMANECERÁ A BORDO POR SI DESEAN REGRESAR ANTES DEL TIEMPO DESTINADO PARA ESTA DETENCIÓN”

“AQUÍ VISITAREMOS... Y LUEGO... PARA RETORNAR AL BUS EN... MINUTOS MÁS. ES DECIR, A LAS... EN PUNTO POR FAVOR. GRACIAS”



CONTENIDOS DE LA EXCURSIÓN

Cada guía tiene su forma y tiempos de entregar la información al cliente de acuerdo a su propia experiencia o según los requerimientos del operador para el cual trabaja. Sin embargo, en este capítulo se sugiere al guía que siga un orden que le permita entregar la información de forma coherente con los lugares visitados y la cronología histórica de los hechos o eventos que informe.

Los contenidos propuestos son:

UBICACIÓN GEOGRÁFICA:

Exacta y en relación a otros destinos.

HISTORIA:

Primeros habitantes, hitos históricos.

ECONOMÍA DE LA ZONA:

Importaciones, exportaciones.

RESUMEN DE OTROS CIRCUITOS:

Que se pueden recorrer en otra oportunidad.



Fotografías. Nature Trips Colombia



ATRATIVOS TURÍSTICOS LOCALES:

A medida que se visitan en la excursión o en espacios libres del programa;

OPORTUNIDADES DE SHOPPING Y ARTESANÍAS:

Datos fijos y seguros.

GASTRONOMÍA TÍPICA DE LA ZONA

Preparación y degustación de platos y bebidas locales.

ANTECEDENTES GENERALES DE LA INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD LOCAL

Número de camas, restaurantes, eventos especiales, hoteles, etc.

OTROS DATOS GENERALES

Datos de Colombia y el PCC en comparación con otras naciones o regiones del país.



DESPEDIDA

Cuando la excursión llega a su fin el guía debe orientar la atención del visitante hacia los siguientes pasos en su itinerario, de tal forma de irle preparando para lo que viene de su viaje, recordándole de posibles acciones que debe llevar a cabo.

Asimismo, debe despedirse con la misma actitud amable con que saludó al comienzo de la excursión, tratando de ponerle un sello propio a sus palabras finales.





SERVICIOS O ACTIVIDADES QUE PROSIGUEN PARA EL CLIENTE:

Realizar un rápido resumen de las gestiones que se deben realizar por parte del cliente en torno a sus próximos destinos, tales como: confirmación de vuelos, programas, compra de tickets, reserva de espacios, etc.

DESPEDIDA:

Despedida formal y cordial a damas y caballeros en nombre de la empresa:

“ DAMAS Y CABALLEROS, A NOMBRE DE... LES DESEAMOS UN EXCELENTE VIAJE DE REGRESO Y ESPERAMOS TENERLES PRONTO DE VUELTA EN NUESTRA ZONA. MUCHAS GRACIAS POR SU PREFERENCIA”

DESPACHO:

Despacho del turista a domicilio, hotel, aeropuerto, terminal o combinación con otro transporte o lugar convenido con antelación.

CHEQUEO POSTERIOR DEL VEHÍCULO:

El guía personalmente debe revisar minuciosamente asientos, portaequipaje, piso o baño del bus en búsqueda de artículos olvidados por el visitante (periódicos, folletos, cámaras, lentes, etc) e inmediatamente entregarlos a su dueño o por intermedio del operador local si no se alcanza a contactar al propietario.



MANEJO DE LA PROPINA:

Los clientes que se sienten bien atendidos, generalmente entregan al guía una propina en dinero como agradecimiento por los servicios prestados. Esta gratificación no es obligatoria y no siempre que se haga un buen trabajo se recibirá en forma automática. Dependerá siempre de la voluntad del cliente y su grado de satisfacción.

El guía no debe realizar sus servicios anticipando que recibirá una propina.

El momento escogido por el cliente para la entrega de dicho estímulo es generalmente al término de la excursión, en el momento de darnos la mano para despedirse. Cuando se atiende a un grupo y se cree que la propina será generosa, lo usual es que el guía comparta lo obtenido con el conductor del vehículo, ya que fue quién le ayudó durante todo el trayecto a atender a los pasajeros de la excursión.

FIN DE LOS SERVICIOS:

Regreso a oficina del operador local o sitio de inicio del tour, despedida a los pasajeros con el conductor si procede.



ACTIVIDADES POST EXCURSIÓN

Ya la excursión ha terminado y hay que realizar un informe al empleador de lo que en ella aconteció. Se debe tener en mente que aquel que ha confiado el guiado de sus clientes, no sabe como se desarrolló la excursión o si hubo algún problema que pueda traerle complicaciones posteriores para su gestión.

Por ello, siempre se debe reportar cualquier novedad ocurrida durante el trayecto de la excursión. Algunas situaciones comunes son: enfermedad transitoria de algún pasajero o su derivación a un centro de salud; choque o vehículo defectuoso; problemas con el menú del almuerzo; mal servicio ofrecido por los proveedores contratados; pérdida de conexión con servicio de traslado por atraso del cliente o de la empresa; etc.



INFORME DEL SERVICIO A LOS RESPONSABLES DEL CLIENTE - REPORT:

Instrumento que generalmente se omite pero que es altamente necesario cuando ocurre un problema con la atención del cliente (detalles del servicio, horas y visión objetiva de los hechos).

Se debe oficializar con la firma del guía, del conductor como testigo y entregar al jefe de tráfico u operador de los servicios entregados al cliente. Sirve para corroborar los comentarios y reclamos que haya hecho el cliente a su operador o agente de viajes local.



También existe un REPORT que operadores mayoristas entregan en un sobre sellado al cliente para que éste evalúe los servicios de alojamiento, alimentación, traslados, guías y otros.

COMENTARIOS ADICIONALES:

Se puede incluir la opinión personal del guía en el report solicitado, en materias como la descripción del cliente atendido, el servicio entregado por otros proveedores al mismo cliente, etc. ,lo que ayudará al operador a tener una retroalimentación de los servicios de su empresa para mejorar sus debilidades y reforzar sus fortalezas





MANEJO DE TIEMPOS

La actividad de guía permite conocer a personas que provienen de diferentes culturas y nacionalidades, que sin duda poseen costumbres diversas. Por ello, el guía debe organizar sus servicios en forma adecuada para ejercer un buen uso del tiempo de los clientes durante la excursión.

AL COMIENZO DE LA EXCURSIÓN

INFORMACIÓN:

El guía debe informar al cliente de la duración de la excursión en términos de horarios (detenciones, visitas, traslados).

MANEJO DE ATRASOS:

“EL(LA) GUÍA NUNCA DEBE LLEGAR ATRASADO(A) A UNA EXCURSIÓN”

Si hubo un atraso por situaciones ajenas a la voluntad del guía o conductor(a), se debe explicar a los clientes en forma serena, clara y simple, reforzando la idea de que la demora tuvo que ver con la propia seguridad de los ellos: cambio de neumáticos, vehículo o conductor de última hora, confirmaciones de última hora de los servicios de la excursión u otros, etc.



DURANTE LA EXCURSIÓN

MANEJO DE ATRASOS:

Si el grupo se atrasa de acuerdo a un itinerario establecido, se debe tratar de apurar sin presionar o se puede modificar el itinerario si conviene hacerlo, previo aviso al grupo. Se debe esperar al pasajero que viene atrasado y solicitarle que por favor no se demore en la próxima detención, acompañándole en la próxima visita si reincide.

DETENCIONES:

Se debe calcular bien el tiempo de cada una de las detenciones y avisar a los pasajeros en forma clara el tiempo disponible. Unos 10 minutos antes de cada salida se debe comenzar a llamar a los pasajeros para que suban al bus, con la pizarra que tiene el nombre del grupo en alto.

CONTEO:

Se debe contar el número de pasajeros luego de cada detención y previo a cada bajada para asegurar que todos estén en sus lugares.



AL TÉMINO DE LA EXCURSIÓN

HORARIO:

Se debe tratar de cumplir con el horario de término preestablecido e informado al cliente.

Si el atraso es mucho, se debe avisar al operador para que se determinen los apoyos y gestiones necesarias de los pasajeros después del tour: conexión con un vuelo, demorar la salida de un vuelo o bus, cambiar el horario de un pasaje, retrasar una comida o celebración, etc.





LOS 10 MANDAMIENTOS DEL GUÍA DE TURISMO

- 01.- BIENVENIDA CORDIAL**
- 02.- CALIDAD DE SERVICIO**
- 03.- RESPETO POR NUESTROS CLIENTES**
- 04.- ENTUSIASMO EN LA LABOR ASIGNADA**
- 05.- ENTREGA DE INFORMACIÓN ADECUADA Y ACTUALIZADA**
- 06.- DESARROLLO PROFESIONAL CONTÍNUO**
- 07.- ORGANIZACIÓN Y ÓRDEN PERSONAL**
- 08.- COMPETENCIA**
- 09.- CONFIDENCIALIDAD**
- 10.- ÉTICA**





MUCHAS GRACIAS!!!





VIAJES DE NATURALEZA Y CULTURA

REVELAMOS UNA EXPERIENCIA VIVA!

**Nature Trips
Colombia**

Finca Vista Alegre. Cto. Morelia.
Km 5. Vía Pereira - Alcalá
Pereira - Risaralda – Colombia
RNT: 27300



Nature Trips Colombia



@naturetripscol
@cesarangeltrips



info@naturetrips.co
cesar.angel@naturetrips.co



Naturetripscol
cesarangeltrips



@naturetripscol
@cesarangeltrips



+57 3137994983 /

www.naturetrips.co

TAIKU PALDIES ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ TANAN благодаря
SHUKRAN DANKE TERMA KASSIH DÍKY
GRATIAS 감사합니 MATONDO MAAKE NANNI DIAKUIU
HVALA THANK YOU MERCI MOCHCHAKKERAM DIOLCH
TÄNAN YOU SPASIBO дякую FALEMINDERIT

GRACIAS

תודה ASANTE CHOKRANE ESKERRAK MISAOTRA GRAZIE
谢谢 OBRIGADO ARIGATO VINAKA
SULPÁY SPASIBO
DIOLCH ACIU DIOLCH WELALIN TAK KÖSZÖNÖM
EKELE NGIYABONGA MATUR NUWUN KIITOS DZIĘKUJĘ