

Plantilla de Técnicas para el Guiado de Turistas

La Marina, San Carlos, Costa Rica. 1 de octubre, 2014.

“promoviendo la interpretación turística de los recursos naturales”

Técnica de guiado	Definición	Aplicación	Observaciones
Ubicación	Posición estratégica	Tener la posibilidad de ver a sus clientes, así como dejarse ver	Es un principio de orden y comodidad
		Hacerse ver y sentir desde el momento en que se brinda la bienvenida	Genera en el cliente buenas expectativas para lo que sigue
	Proximidad	La interacción cliente-guía-atractivo ha de permitir el fácil entendimiento	En ciertos casos se requiere de equipo para simular esa proximidad
	Paradas interpretativas	Espacio suficiente para la totalidad y comodidad de los clientes	Ideal que las paradas se den en sitios seguros y con topografía regular
Evaluación	El cliente evalúa el servicio	Brindar espacios para conocer el parecer de los clientes	Sea durante o al final del servicio
		Evitar preguntas como: Le gusto el tour?, Que tal estuvo el almuerzo?	Esto induce a que el cliente brinde una respuesta positiva
	Entendimiento mutuo	Hacer preguntas como: ¿Hay consultas? ¿Está claro?	Hacerlo constantemente sin abusar de ello
		El cliente demuestra con hechos y palabras si hay entendimiento o no	El cliente repite o pone en práctica lo sugerido
Comprobar aprendizaje	Hacer preguntas dirigidas al cliente sobre los temas interpretados	Esto es muy práctico cuando se trata con adolescentes	
Re-alimentación	Mensaje significativo	Este mensaje es preciso y debe provocar admiración en el cliente	Procurar brindar siempre la mayor cantidad de mensajes significativos
		El cliente aprende, recuerda y reflexiona sobre el mensaje	Provoca emociones que se traducen en bienestar y calidad de vida
	Escuchar y aprender del cliente	Estar siempre dispuesto(a) a escuchar y aprender del cliente	La satisfacción del cliente también está en permitirle hacer aportes
		Aprovechar el momento y aprender del cliente	Esto se logra con una buena dosis de humildad
Conocer intereses del cliente	Preguntar al cliente por intereses particulares haciendo preguntas dirigidas	Por ejemplo: ¿Hay algo en particular que le interese de este tour?	
Participación del cliente	Dar espacios para que el cliente participe activamente de las interpretaciones	Ideal 50% guía y 50% cliente	
Animación	Manejo de situaciones adversas	Mantener los clientes activos(as) disimulando situaciones adversas	Con actividades anímicas o de entretenimiento
		Hacer ver situaciones adversas como normales y fáciles de superar	Evitar alarmar o asustar a los clientes
		Evitar preguntar: ¿Tiene hambre? ¿Esta con frío? ¿Está cansada? Se siente mal?	Ante los imprevistos o dificultades que se presenten
	Recreación	Poner en práctica: Juegos, adivinanzas, refranes, dinámicas, rifas	Por ejemplo: Dinámicas de presentación, integración y evaluación
		Enfocarse en la atención de infantes	Infantes satisfechos = acompañantes satisfechos
	Sorpresas	Sorprender con un detalle inesperado que no está en el itinerario	Por ejemplo: Regalías, presentaciones culturales, ofertas, entre otros
Disposición	Ser enérgico(a) y creativo(a) en todo momento	Es elemental para esto contar con una excelente condición física	

Comunicación	Postura	Cuerpo erguido y en movimiento	Demuestra ánimo y seguridad
		Uso de gestos y ademanes	Mantener un equilibrio en su uso, evitar los extremos
	Comunicación visual	Ver a la cara de sus clientes con cierta frecuencia mientras se comunica	Genera confianza
		Ver a la cara del cliente cuando la comunicación es personalizada	Son indicios de profesionalismo
	Saludo	Saludar con la mano tanto a hombres como mujeres	La posición de la mano cambia para con la mujer
	Orientación	Señalar para mostrar elementos de interés	Facilita la demostración
	Repetir las preguntas	Repetir las preguntas que hace el cliente para asegurar entendimiento mutuo	En un grupo se asegura que todos los clientes estén al tanto del tema
	Personalización	Dar toque personal a sus interpretaciones	Ser genuino(a) es algo que por lo general gusta al cliente
Humanización	Dar sentido humano a las explicaciones	El ser humano ha de ser el centro o núcleo de las interpretaciones	
Demostración	Muestra de atractivos	Referirse a lo que se ve en un momento dado	Esto cuando la interpretación lo amerite
		Procurar mostrar hechos y procedimientos apegados a la realidad	Respetar la forma tradicional o natural de como existen los atractivos
		Enfocarse en aquellos elementos curiosos de interés turístico	Conocer cuál es la información curiosa de cada atractivo
	Paradas estratégicas	Cuando el cliente muestre interés o se note emocionado(a)	Preguntas directas o toma de fotografías pueden evidenciar interés
		Velar por que esas paradas se den en un lugar seguro y cómodo	Cuidado en carreteras de alto tránsito o sitios con topografía irregular
	Material de apoyo	Uso de material de apoyo que facilite sus interpretaciones	Por ejemplo: Guías de campo, mapas, esquemas, App, audiovisuales
	Activación de los sentidos	Cuando sea posible, dar la oportunidad de: Oler, tocar, oír, probar y ver	Tomar medidas de prevención en algunos casos
	Utilizar experiencias personales	Hacer analogías o comparaciones de un hecho o elemento con la vida real	Así es más difícil para el cliente olvidar lo interpretado
Tiempos para brindar información	Dejar apreciar el atractivo para luego hacer la interpretación que corresponda	Más si el atractivo es temporal, como animales silvestres	
Dicción	Fluidez	Evitar el uso de "muletillas"	Algunas "muletillas" comunes: Verdad, ok, entonces, aja, este, o sea
		Utilizar lenguaje sencillo, fácil de entender	La interpretación ha de ser concisa, interesante y fácil de entender
		Orden y cronología de la narración	Orientada por las necesidades y expectativas de sus clientes
		Evitar el uso de tecnicismos	Los nombres científicos pueden no ser de interés para ciertos clientes
		Repetir preguntas que hagan los clientes para garantizar entendimiento	Más aún cuando haya contaminación sónica
	Manejo de información no precisa	Redondear datos para facilitar su comprensión	Es válido decir, en los años 80s; en lugar de, el 14 de Oct de 1982
		Utilizar la palabra "Aproximadamente"	Siempre y cuando la información este muy cerca de la realidad
	Volumen y tono de voz	Hablar fuerte o bajo dependiendo de la situación y el entorno	Informando sobre reglas (tono fuerte) y mostrando un ave (tono bajo)
	Guiado en otros idiomas	Evitar atender grupos con lenguaje mixto	Más aún cuando se trate de "giras largas"
Igualdad de género	Referirse a sus clientes según sean estos mujeres u hombres	Por ejemplo: Chicos y chicas, amigos y amigas, gente, jóvenes	
Organización	Unión de grupo	Iniciar la comunicación una vez que se encuentre la totalidad de los clientes	Implica conocer bien la cantidad y fenotipo de sus clientes
		Mantener el grupo unido independientemente del entorno	Permite atender imprevistos y expectativas de los clientes
		Contar o asignar un número o nombre a cada cliente	Facilita comprobar la presencia de la totalidad de sus clientes
	Itinerario	Describir y dejar claro el cronograma de actividades a seguir	Hacerlo de forma pausada y según su orden cronológico
		Brindar espacio para preguntas y aclaraciones	Asegurarse de que hay común entendimiento
Manejo de aglomeraciones	En la medida de lo posible retirarse de la aglomeración rápidamente	En puertos y aeropuertos, por ejemplo	

		Ser vigilante y mantener al grupo unido	Si se requiere, contar con un asistente que camine detrás del grupo
	Charlas interpretativas	Deben tener un orden lógico y dividirse en temas y subtemas	Esto requiere de conocimiento suficiente sobre tales temas
		Deben ser concisas y precisas	Se menciona lo más relevante de un atractivo
	Tiempo asignado para actividades	Respetar los itinerarios previamente establecidos	Cumplir a cabalidad con itinerarios significa eficiencia
		Cumplir con el tiempo estipulado en la ejecución de un tour	El cliente tiene otras actividades por realizar y se debe contribuir a ello
	Reglas del juego	Especificar y dejar claras las reglas del juego a seguir	Pueden estar relacionadas con la ética, la seguridad o la legislación
	Manejo de imprevistos	Tener un plan B y C	Debe definirse previamente, simulando la ocurrencia de imprevistos
Prevención	Formalidad	Evitar relaciones amorosas con clientes (as) o entre clientes	Puede afectar la integridad del grupo y la imagen profesional del guía
		Evitar el consumo de drogas o bebidas alcohólicas	Respeto a la Ley 9028
	Inventariar clientes y otros	Comprobar constantemente la presencia de la totalidad de sus clientes	A de hacerse de forma rápida y disimulada
		Comprobar la cantidad, calidad y funcionamiento del equipo y materiales	Por ejemplo: Micrófono, chalecos, cascos, focos, radio comunicación
	Uso de medicamentos	Recordar constantemente su acarreo y uso adecuado	Un cliente medicado, es un cliente que requiere mayor cuidado
		Evitar que el cliente realice actividades que ponen en riesgo su salud	Ofrecer una actividad de menor riesgo con igual o mayor significado
	Manejo de contingencias	Conocer el plan de contingencias previamente elaborado	Plan elaborado con la asistencia de un especialista en esta materia
		Ubicar y caracterizar: Rutas alternas, centros médicos, estaciones de servicio	Contactar entes claves (911, tránsito) y habilidad para primeros auxilios
	La decisión es del cliente	Evitar hacer recomendaciones	Sitios de comida /hospedaje recomendados pueden no gustar al cliente
	Igualdad de oportunidades	Respeto a la Ley 7600	Esto cuando no se ponga en riesgo la integridad de los clientes
	Cantidad de clientes por guía	Depende del entorno, servicio brindado, nivel de riesgo o peligrosidad	La relación 1:1 sería la ideal, entre más personalización mucho mejor
	Conocer especificaciones del cliente	Preferencias alimenticias, necesidades especiales, condición médica	Básico conocer sobre clientes alérgicos (as) o vegetarianos(as)
	¿Qué llevar?	Comprobar que la vestimenta, materiales y uso de equipo es el adecuado	El cliente no debe olvidar bloqueador solar, repelente, capa y sombrero
	Comunicación eficiente y eficaz	Comprobar disponibilidad para comunicarse de forma rápida y sencilla	Conocer cobertura celular u utilizar radios de comunicación
	Conocer el lugar	Haber hecho el mismo recorrido previamente en al menos 6 ocasiones	Lo puede hacer solo(a), con amigos(as) o acompañando a un colega
Descripción de actividades	Describir detalladamente y en orden lógico las actividades a realizar	Ya sea durante un tour, día o gira	
Pendiente del clima	Evitar practicar actividades turísticas ante situaciones adversas	Por ejemplo: Rayería, fuerte lluvia/sol/viento, terrenos inestables	

Compilado por el facilitador Harold Blanco Rojas.
Validado por Guías de Turistas de la Región Huetar Norte.