

Manual de Cultura Turística

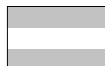
Programa de Asistencia a Pequeños
Hoteles de Centroamérica



Programa de asistencia
a pequeños hoteles
de centroamérica



Costa Rica



El Salvador



Guatemala



Honduras



Nicaragua



Panamá

Índice

Información General	7
República de Costa Rica	7
República de El Salvador	8
República de Guatemala	9
República de Honduras	10
República de Nicaragua	11
República de Panamá	12
Antecedentes del Programa	13
Concepto de Turismo	17
Diferentes formas de hacer turismo	18
Historia del Turismo	21
Mercado Turístico	22
Elementos del Mercado	23
Componentes de la oferta	25
Productos Turísticos	27
Servicios Turísticos	27
Beneficio Económico Turístico: Impactos positivos y negativos del turismo	29
Rol de la comunidad receptora en la actividad turística	30
Importancia socio-económica del turismo en la región	30
Protección y valoración de tradiciones y costumbres diversas	31
Tendencias Turísticas	32
Importancia de la región como destino turístico	33
Sostenibilidad del turismo	34
Acciones de ordenamiento sostenible	35
Impacto ambiental de comunidades receptoras	35
Medidas de control y protección del medio ambiente	37
Globalización del Turismo	38
Administración de los pequeños hoteles	39
Cultura Turística	41
Calidad en el Servicio al Turista	42
Importancia de la calidad en el servicio al turista	42
Aspectos de comportamiento	43
La importancia de la comunicación	43

Reglas en la prestación de servicio	44
Reglas de cortesía	45
Quiénes tienen éxito en el servicio al turista	45
Expectativa del turista sobre el servicio	46
Todos somos anfitriones del turismo	46
Principios básicos de la hospitalidad para nuestros clientes	47
Directorio	48
Bibliografía	49

Presentación

Es bien conocido el mito de Sísifo condenado por los dioses a trasladar una piedra a la cumbre de la montaña solo para que al llegar esta volviera a bajar y con ella Sísifo empezar de nuevo el recorrido. Para los pequeños empresarios hoteleros, el mito se vuelve una realidad en cuanto se refiere a la permanente búsqueda de mejorar el servicio, la calidad, la atención, en general la cultura turística.

Cada cliente se convierte en una nueva etapa y desafío. Seguramente el mismo camino a recorrer pero diferente esfuerzo. El desarrollo de la empresa en su conjunto en un aprendizaje permanente. Por este motivo, el Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica, presenta en esta oportunidad el Manual de Cultura Turística, un esfuerzo mancomunado de sistematización en seis países y posterior homologación para entregar un producto que esperamos sirva para “este camino” en el que nos encontraremos permanentemente con gente nueva. Consideramos que el Manual puede ayudar a nuestra memoria a recordar elementos importantes de nuestra Cultura Turística que a veces por estar siempre allí no los tomamos en cuenta, como un cuadro en la pared que hay que desempolvar para que vuelva a lucir. Este Manual homologado por la Arquitecta Violeta Valencia de Guatemala, de forma agradable y sencilla nos invita a volver al sendero todas las veces que sean necesarias.

Esperamos que lo aprovechen y lo disfruten. Buen viaje...

Gonzalo Aguirre Pérez

Director Regional

Información General

República de Costa Rica

Capital	San José
Superficie	19.730 millas ² 51.100 km ²
Población estimada en el año 2050	Población 3.773.057 (est. julio 2001) 5.696.700
Lenguas	Español (lengua oficial), Inglés (alrededor de Puerto Limón)
Alfabetismo	94,8% total; 94,7% hombres; 95% mujeres (est. 1995)
Religiones	Católicos romanos un 76,3%, Evangélicos un 13,7%, Protestantes un 0,7%, testigos de Jehová un 1,3%, otros un 4,8%, ningunos un 3,2%
Expectativa de vida	Hombres: 73,49 años; mujeres: 78,68 años (est. 2001)
Gobierno	República democrática
Moneda	1 Colón de Costa Rica (C) = 100 céntimos
Producto nacional bruto (per cápita)	US\$6.700 (est. 2000)
Industria	Microprocesadores, industria de alimentos, telas y tejidos y ropa, materiales para construcción, fertilizantes, productos plásticos
Agricultura	Café, piñas, plátanos, azúcar, maíz, arroz, habas, patatas; carne de res; madera para construcción
Tierras de Labrantío	6%
Minerales y Recursos	Hidroelectricidad

Fuente: website ICT

República de El Salvador

Capital	San Salvador
Superficie	8.124 millas ² 21.040 km ²
Población	6.237.662 (est. julio 2001)
Población estimada en el año 2050	12.039.149
Lenguas	Español, Nahua (entre algunos indios)
Alfabetismo	71,5% total; 73,5% hombres; 69,8% mujeres (est. 1995)
Religiones	Católicos 86% Nota: a través del país hay inmensa actividad entre los grupos protestantes; a finales de 1992 habían proyecciones de 1 millón de protestantes evangélicos en el Salvador
Expectativa de vida	Hombres: 66,43 años; mujeres: 73,81 años (est. 2001)
Gobierno	República Democrática
Moneda	1 Colón Salvadoreño (C) = 100 centavos. Libre circulación de dólar americano.
Producto nacional bruto (per cápita)	US\$4.000 (est. 2000)
Industria	Industria de alimentos, bebidas, petróleo, fertilizantes, productos químicos, telas y tejidos, muebles, metales
Agricultura	Café, azúcar, maíz, arroz, habas, granos para aceites; algodón, sorgo; camarones, carne de res, productos lácteos
Tierras de Labrantío	27%
Minerales y Recursos	Fuerza hidroeléctrica, fuerza geotérmica, petróleo, tierra de labrantío

Fuente: website CORSATUR

República de Guatemala

Capital	Guatemala
Superficie	42.043 millas ² 108.890 km ²
Población	12.974.361 (est. julio 2001)
Población estimada en el año 2050	31.471.616
Lenguas	Español (lengua oficial) 60%; lenguas indígenas 40% (más de 20 dialecto indígenas, incluso Quiché, Cakchiquel, Kekchi, Mam, Garifuna, y Xinca)
Alfabetismo	63,6% total; 68,7% hombres; 58,5% mujeres (est. 2000)
Religiones	Católicos, Protestantes, creencias tradicionales Maya
Expectativa de vida	Hombres: 63,85 años; mujeres: 69,31 años (est. 2001)
Gobierno	República democrática constitucional
Moneda	1 Quetzal (Q) = 100 centavos
Producto nacional bruto (per cápita)	US\$3.700 (est. 2000)
Industria	Azúcar, telas y tejidos, ropa, muebles, productos químicos, extracción de petróleo, minería de metales, caucho, turismo
Agricultura	Caña de azúcar, maíz, bananas, café, habas, cardamomo; ganado vacuno, ovejas, cerdos, pollos
Tierras de Labrantío	12%
Minerales y Recursos	Petróleo, níquel, recursos forestales (incluso maderas raras), pesca, chicle, hidroelectricidad

Fuente: website INGUAT

República de Honduras

Capital	Tegucigalpa
Superficie	43.278 millas ² 112.090 km ² Población 6.406.052 (est. julio 2001) nota: las estimaciones para este país consideran explícitamente los efectos de exceso de mortalidad debido al SIDA; esto puede afectar y disminuir la esperanza de una vida más prolongada, índices de mortalidad y de mortalidad infantil más altas, tarifas más bajas con respecto a la población y los niveles de crecimiento, y cambios calculados en la distribución de la población por edad y sexo
Población estimada en el año 2050	11.861.333
Lenguas	Español (lengua oficial), varios dialectos indígenas
Alfabetismo	72,7% total; 72,6% hombres; 72,7% mujeres (est. 1995)
Religiones	Católicos 97%, Protestantes (una minoría)
Expectativa de vida	Hombres: 67,51 años; mujeres: 71,28 años (est. 2001)
Gobierno	República constitucional democrática
Moneda	1 Lempira (L) = 100 centavos
Producto nacional bruto (per cápita)	US\$2.700 (est. 2000)
Industria	Azúcar, café, telas y tejidos, ropa, productos a base de madera
Agricultura	Bananas, café, frutas cítricas; ganado vacuno para carne; madera para construcción; camarones
Tierras de Labrantío	15%
Minerales y Recursos	Recursos forestales, oro, plata, cobre, plomo, cinc, mineral de hierro, antimonio, carbón, pesca,

Fuente: website IHT

República de Nicaragua

Capital	Managua
Superficie	49.998 millas ² 129.494 km ² Población 4.918.393 (est. julio 2001)
Población estimada en el año 2050	9.084.165
Lenguas	Español (lengua oficial) nota: idiomas inglesas e indígenas en la costa atlántica
Alfabetismo	65,7% total; 64,6% hombres; 66,6% mujeres (est. 1995)
Religiones	Católicos 85%, Protestantes 15%
Expectativa de vida	Hombres: 67,1 años; mujeres: 71,11 años (est. 2001)
Gobierno	República Democrática
Moneda	1 Córdoba (C\$) = 100 centavos
Producto nacional bruto (per cápita)	US\$2.700 (est. 2000)
Industria	Industria de alimentos, productos químicos, siderurgia, telas y tejidos, ropa, refinación y distribución de petróleo, bebidas, calzado, madera
Agricultura	Café, bananas, caña de azúcar, algodón, arroz, maíz, tabaco, sésamo, soya, habas, ganado para carne de res, carne de cerdo, avicultura, leche
Tierras de Labrantío	9%
Minerales y Recursos	Oro, plata, cobre, tungsteno, plomo, cinc, recurso forestales, pesca

Fuente: website INTUR

República de Panamá

Capital	Panamá
Superficie	30.193 millas ² 75.517 km ²
Población	2.948.023 (est. julio 2001)
Población estimada en el año 2050	5.001.801
Lenguas	Español (lengua oficial), Inglés 14% nota: muchos panameños son bilingües
Alfabetismo	92,4% total; 50,6% hombres; 49,4% mujeres (est. 1995)
Religiones	Católicos 85%, Protestantes 15%
Expectativa de vida	Hombres: 72,94 años; mujeres: 78,53 años (est. 2001)
Gobierno	Democracia constitucional
Moneda	1 Balboa = 100 centésimos. Libre circulación de dólares americanos
Producto nacional bruto (per cápita)	US\$6.000 (est. 2000)
Industria	Construcción, refinación de petróleo, industria de cerveza, cemento y otros materiales de construcción, molienda de caña de azúcar
Agricultura	Bananas, arroz, maíz, café, caña de azúcar, sandía, melón, verduras, ganados, pescadería (camarones)
Tierras de Labrantío	7%
Minerales y Recursos	Cobre, oro, recursos forestales (madera de caoba), camarones, hidroelectricidad

Fuente: IPAT

Antecedentes del Programa

Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica

Es un Programa del Consejo Centroamericano de Turismo del Sistema para la Integración Centroamericana, auspiciado por la Agencia Interamericana para la Cooperación y el Desarrollo, AICD y la Unidad Intersectorial de Turismo de la Organización de Estados Americanos, OEA.

Antecedentes del programa

La Unidad Intersectorial de Turismo de la OEA ha venido desarrollando una exitosa iniciativa de carácter regional en el Caribe para fortalecer las posibilidades y la competitividad de pequeños hoteles.

Este programa ha vinculado un número significativo de donantes y ha implementado tecnología innovadora para el sector de los pequeños hoteles.

Por lo anterior, los países de Centroamérica se han interesado en participar del proyecto, ya que los operadores de pequeños hoteles representan un segmento importante del Turismo.

En Centroamérica, un gran número de los establecimientos de alojamiento lo constituyen pequeños y medianos hoteles, los cuales no cuentan con las herramientas y técnicas para hacerlos competitivos en el mercado turístico internacional.

El hecho de que la mayoría de los establecimientos de alojamiento sean pequeños y medianos hoteles es de suma importancia para el desarrollo turístico de la región, por cuanto garantiza que la generación de riqueza que el turismo produce se queda en la propia región, con el consiguiente beneficio para las comunidades locales, por lo que la implementación del Programa de Asistencia a los Pequeños Hoteles de la región es de carácter estratégico para los países.

La Región le ha dedicado gran importancia al fortalecimiento del sector turístico, estimulando el desarrollo de empresas pequeñas y suministrando asistencia e incentivos al sector de pequeños hoteles.

Mandato

La XXII Cumbre de Jefes de Estado de la Región realizada en San José, Costa Rica el 12 diciembre del 2002, ratificó la importancia del sector y se comprometió a:

- Incorporar al sector turismo como prioridad en las estrategias de desarrollo nacional y regional así como en las iniciativas regionales que se promuevan.
- Continuar una política de desarrollo sostenible del turismo en Centroamérica para la preservación y promoción del patrimonio natural y cultural con la participación de las comunidades locales.
- Consolidar, fortalecer y proyectar ampliamente la imagen promocional de Centroamérica como un multidestino turístico.
- Gestionar el apoyo para la creación de un fondo de desarrollo turístico Centroamericano, con instituciones financieras y organismos de cooperación.
- Reforzar los programas orientados a elevar la competitividad, calidad y excelencia de los servicios turísticos de la región.
- Desarrollar programas que tiendan a fortalecer una Cultura Turística en Centroamérica.

Relevancia

Este Programa justifica su existencia y desarrollo por:

- La importancia del sector turismo en el desarrollo nacional y el reconocimiento de la contribución de los pequeños hoteles como contribuyentes a este desarrollo y a la generación de divisas para cada país.
- La ausencia de un sistema nacional y regional que articule las actividades de apoyo a los pequeños hoteles de forma integral.
- La necesidad de cambios tecnológicos, comercialización y modernización de las formas de gestión de estas empresas.
- La necesidad de avances en el desarrollo de productos turísticos regionales y diversificados.
- La necesidad de cambios en el entorno macroeconómico que estimulen la inserción de los pequeños hoteles en las economías regionales.
- En suma...la necesidad de estimular la COMPETITIVIDAD como objetivo central del desarrollo del sector y SU EFECTO MULTIPLICADOR.

Objetivos

Con el objetivo general de contribuir al desarrollo de un turismo sostenible en la región, se propone:

- Fortalecer la competitividad y prácticas de negocios.
- Desarrollo de alianzas y encadenamientos.
- Asistencia de recursos humanos para: Capacitación Gerencial y Mercadeo.
- Capacitación y asistencia en el uso de nuevas tecnologías, posicionamiento y actualización de producto.
- Incremento de la oferta turística de multidestino.
- Incremento de las tasas de ocupación.
- Promoción de Certificados de Sostenibilidad acordes con la realidad y diversidad del sector.

Participantes

Durante el primer año de implementación del Programa, el que se constituirá en piloto del mismo, se trabajará con 180 pequeños hoteles de la región, 30 por cada país, número que se incrementará en los años siguientes. Los participantes deberán contar con los siguientes requisitos:

- **Tamaño:** 5 a 50 habitaciones
- **Ubicación:** preferente en rutas turísticas establecidas y con un flujo regular de visitación.
- **Servicios:** que brinde fundamentalmente alojamiento y cuenten con medios de comunicación.
- **Personal:** que laboren en su empresa 2 a 15 empleados
- **Estabilidad:** que sean nacionales o extranjeros viviendo en el país por más de 5 años.

Concepto de Turismo

TURISMO, se deriva del latín “**TORNUS**” que quiere decir girar, vuelta o movimiento. Esta palabra fue adoptada por los ingleses, franceses y españoles para definir un “**Tour**” que significa viaje y de allí proviene la palabra “**turismo**”.

Es una serie de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de:

- Descanso
- Cultura
- Negocios
- Salud
- Diversión

Turismo, es la tendencia natural del ser humano a cambiar de sitio para beneficiarse de las bondades de otros lugares distintos de aquel donde usualmente vive para disfrutar y descansar de un ambiente agradable. Dentro de las actividades turísticas existe la concurrencia de las diversas áreas productivas, sectores públicos y privados que proporcionan bienes y servicios utilizados por los turistas.

Turista

Es quien ha dejado su lugar de residencia y quien por propia elección ha decidido visitar nuestra localidad y espera ser tratado como a ti te gustaría que te trataran.

Es el huésped a quién se le ha invitado a conocer el país a través de la propaganda hecha por la promoción, y publicidad turística.

MODULO DE TRABAJO:

- 1) Elabore su propio concepto

Diferentes formas de hacer turismo

Como el turismo implica movimiento de un lugar a otro podemos distinguir dos tipos de países:

- **Emisores:** Son aquellos en los que reside la gente que viajan de distintos lugares.
- **Receptores:** Son los destinos visitados por los turistas

La Organización Mundial de Turismo (OMT) distingue las siguientes categorías de turismo:

- **Turismo doméstico:** Abarca a los residentes de un país que visitan ese mismo país
- **Turismo de entrada:** Implica a los no residentes de un país 'A' visitando el país 'A', por ejemplo turistas japoneses que viajan a España
- **Turismo de salida:** Comprende a los residentes de un país que visitan otros países, por ejemplo un residente de Roma, Italia, visitando Bruselas, Bélgica.

Las tres clasificaciones básicas pueden combinarse entre sí para derivar en las siguientes categorías de turismo:

- **Turismo interno:** que abarca el turismo doméstico y el turismo de entrada.
- **Turismo nacional:** que incluye el turismo doméstico y el turismo de salida.
- **Turismo internacional:** que comprende el turismo de entrada y de salida. Determinados por viajes y destinos fuera de las propias fronteras del país y a cualquier parte del mundo.

Clasificación de Turismo

Las diferentes formas de hacer turismo:

Turismo de aventura

Carece de objetivos prácticos, pero tiene la curiosidad de conocer regiones ignoradas a veces motivados por relatos verbales o escritos. Tal fue el caso de Cristóbal Colón, turista de los tiempos modernos y creador de la escuela que proporcionó la imaginación de los aventureros, descubridores y conquistadores. Actividad realizada en lugares a veces desconocidos, y en algunos casos, en situaciones difíciles de atravesar, con el propósito de vivir experiencias emocionantes en diferentes grados o intensidades.

Turismo de descanso

No existe mejor descanso que el derivado de un cambio de ambiente y no puede ser más beneficioso ni más completo si se obtiene mediante un viaje, sea al exterior o dentro del país.

Turismo deportivo

Este se ha desarrollado en forma especial en la actualidad debido a la implantación del deporte como norma de descanso y fortalecimiento del ser humano.

Este tipo de turismo cuenta con muchas líneas de diversión para practicar los deportes de aventura, la forma más sana de disfrutar de la naturaleza. Senderismo, escalada, alpinismo, bicicleta de montaña, rutas ecuestres, todo terreno, rafting, espeleología, pesca deportiva, buceo, golf, son algunas de las posibilidades de hacer ejercicio al aire libre.

Turismo religioso

Hace relación como su nombre lo indica a romerías y peregrinaciones que los fieles realizan a los lugares sacrosantos.

Turismo gastronómico

Es la afición de satisfacer los gustos, que, al paladar produce, la comida selecta, dando lugar no solo a una serie de viajes para encontrar los manjares agradables, sino a un continuo intercambio de alimentos y bebidas.

Turismo de estudio

Especialización, cursillos. Tiene el hombre la virtud de ver atraída su curiosidad por lo nuevo y lo ignorado. Se ha considerado a este tipo de viajes como un complemento indispensable de la educación.

Es el turismo constituido por programas y actividades para el aprendizaje, prácticas o ampliación de conocimientos in situ, en los que participan estudiantes y profesores con profesionales locales. Ejemplos: antropología, botánica, cocina, idiomas, fotografía, zoología etc.

Turismo salud

Actividad que conlleva, principalmente, el propósito de curar o prevenir algunas enfermedades y en otras instancias, incluye el cuidado de la apariencia (belleza).

Esta actividad turística puede realizarse en lugares donde existan pozos termales.

También se practica la fisioterapia, con lodo o fango de diferentes lugares procedencia, a los que en ciertos casos, se les añade la combinación de otros componentes, dependiendo del propósito específico que se busque. El turismo de salud tiene mucha relación con el turismo de descanso, ya que muchos médicos prescriben este último para prevenir recaídas severas por causa del estrés u otros síntomas. Esta clase de turismo hoy en día está tomando bastante auge y se surge, como es lógico, en gran parte con personas pertenecientes a la tercera edad, a quienes se debe atender en forma especial. El traslado y atención a quienes viajan en busca de salud debe estar a cargo de profesionales del turismo debidamente especializados para este fin.

Turismo científico

Estos viajes tienen fines de carácter intelectual o científico. Se le debe dar importancia, desde el punto de vista turístico a las bibliotecas, archivos, museos, sitios arqueológicos, reservas naturales (flora y fauna) que atraen a tantos investigadores.

El turismo científico tiene el componente académico, científico y tecnológico, dirigido preferiblemente a estudiantes y profesionales, en cualquier nivel educacional, pero por su concepción puede satisfacer los intereses de otros sectores, tales como gremios, asociaciones y grupos de personas con el deseo de conocer aspectos de la vida, la historia, la cultura y sociedad, al igual que otros –aspectos del saber humano.

Turismo cultural y artístico

El concepto de Turismo Cultural ha evolucionado considerablemente en los últimos años. Originalmente se consideraba como recorridos o visitas por sitios históricos, con lo cual se acercaba más a la antropología, o bien, visitas a museos, asistencia a espectáculos de alto nivel como opera, ballet y demás. Por lo general, este tipo de turismo constituía un complemento de un turismo que se originaba por otras motivaciones.

Para conocer las obras de arte no hay medio más eficaz como la contemplación directa de las mismas y de allí la gran atracción que ejercen los monumentos, los museos, etc. Los recitales y conciertos de las grandes orquestas e intérpretes de la música clásica y moderna atraen aficionados de todas las partes del mundo, originando así viajes de turismo cultural y artístico.

Turismo ecológico o ecoturismo

El Ecoturismo implica un enfoque científico, estético y filosófico, con un alto grado de interpretación y educación, y con respeto a la integra-

ción de las comunidades receptoras. Un concepto de aceptación general muy moderno y que se aleja un poco de lo que hasta ahora se ha conocido como Ecoturismo pero que se acerca más al nuevo concepto de Turismo Rural

Turismo rural

El Turismo Rural “aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados con el medio rural”.

Agroturismo

Es un tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas. Por sus características, este tipo de turismo se desarrolla en actividades vinculadas a la agricultura, la ganadería u otra actividad, buscando con ello generar un ingreso adicional a la economía rural.

Podríamos agregar que es una actividad que se realiza aprovechando las localidades y prácticas agrícolas como atractivo turístico para quienes no han tenido la oportunidad de conocer más profundamente de dónde proceden algunos productos, así como observar cómo se extraen algunos de ellos de la tierra o de animales.

MODULO DE TRABAJO

- 1) ¿Qué tipo de turismo se realiza en tu país?
- 2) ¿Qué tipo de turismo se realiza en el área donde está ubicado tu hotel?
- 3) ¿Qué tipo de turismo propondrías para que lo realicen en tu comunidad?

Historia del Turismo

El turismo tiene una historia ancestral, se puede decir que Marco Polo, nacido en Venecia, fue el primer turista. El padre de Marco Polo de nombre Nicolás hizo el primer viaje de Venecia a la China (Catay) regresando cargado de pieles, esencias, especias, etc. para retornar veinte años después en su segundo viaje con su hijo quien gozó de la confianza del Emperador Kublailkan.

A su regreso Marco Polo fue hecho prisionero, por inmiscuirse en la Guerra de Venecia con Génova y en la cárcel contó a su compañero de celda sus aventuras. Allí escribió los célebres “Viajes de Marco Polo”

relatos que influyeron en su libertad. Este es el primer libro sobre turismo del cual se tiene noticia en el mundo.

El turismo viene a través de la historia desarrollándose lenta y espontáneamente. Hay muchas causas que hacen que el turismo haya tomado mundialmente importancia.

En los países Europeos y en Estados Unidos el turismo, como movimiento más o menos interesante de volumen de personas, toma fuerza al establecerse el ferrocarril como medio de transporte.

La aparición del ferrocarril (siglo XIX) viene a marcar la verdadera aparición del turismo masivo. Hay muchos factores que han influido en el desarrollo del turismo, tales como el mejoramiento salarial del público en general, el crecimiento del nivel cultural de las masas, el acercamiento de los pueblos mediante el transporte moderno, las facilidades de financiamiento de los viajes, el crecimiento urbano que obliga a sus habitantes a buscar descanso y sosiego en otros lugares, y las condiciones naturales presentes en los sitios turísticos y las creadas por el hombre. Todos estos factores y otros más, han hecho que el turismo se haya desarrollado a través del tiempo y de la historia hasta llegar a ser hoy en día un factor de primer orden como vía alterna de desarrollo económico.

MODULO DE TRABAJO:

- 1) ¿Cuál es la historia de tu hotel?
- 2) Descríbela y escríbela para dejar constancia del esfuerzo empresarial.

Mercado Turístico

El mercado turístico es aquel ámbito donde concurren los prestadores de servicios y sus clientes.

Crece el número de turistas que desean participar en actividades recreativas, deportivas y de aventura, conocer de historia, cultura, naturaleza y la vida silvestre de las zonas que visitan.

Hoy en día los turistas son mas activos, física e intelectualmente que antes. Cada día desean cultivar sus intereses y hobbies personales.

Buscan nuevos destinos y nuevos productos, mejora de su salud y son más experimentados y exigentes.

Mercados prioritarios

- Canadá
- E.E.U.U.
- México
- Francia
- Italia
- España
- Reino Unido Alemania
- Europa
- Norteamérica -Europa

Mercados potenciales

- Holanda
- Canadá
- Brasil
- Chile
- Argentina
- Bélgica

Mercados de oportunidad

- Japón
- China
- Federación Rusa

Elementos del Mercado

Un análisis del mercado de servicios turísticos interesa, no sólo a las entidades involucradas, sino también a toda la sociedad en general, sobre todo por su implicación en la evolución de la economía como negocio en potencia.

La calidad del servicio y la buena imagen de la empresa que preste servicios serán factores determinantes en la:

Oferta

La oferta es: la cantidad de productos o servicios que se está dispuesto a intercambiar o vender. Se asigna previamente un valor intrínseco para realizar la transacción. La curva de oferta, mide la cantidad del bien que está dispuesto a ofrecer el consumidor a cada uno de los precios de

mercado posibles Producto y servicio que se ponen a disposición del cliente en este caso EL TURISTA..

Ejemplo: sitios de hospedaje, transporte, centros comerciales, entre otros.

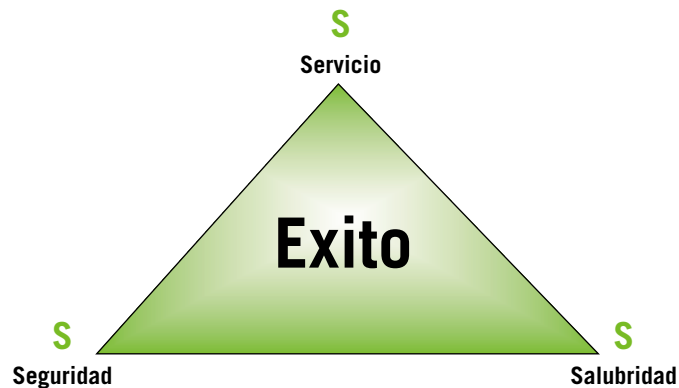
Demanda

Público con necesidades, que solicita adquirir bienes y servicios. Al igual que todos nosotros, el turista tiene necesidades básicas, por lo tanto, necesitará de todos los bienes y servicios que se encuentren en el lugar.

Para satisfacer al **TURISTA**, y obtener éxito en la empresa se debe proporcionar:

Un compromiso personal de los servidores de los Pequeños Hoteles de Centroamérica

Para ser exitoso en el servicio de pequeños hoteles su compromiso debe basarse en practicar las 3S del éxito:



Servicio: Mi compromiso con la calidad en busca de la excelencia.

Salubridad: Mi compromiso con la Higiene

Seguridad: Mi compromiso con la capacitación profesional y actitud positiva

Componentes de la oferta

Los bienes y servicios que se encuentren en el lugar.

Infraestructura

Conjunto de instalaciones y servicios, creados para satisfacer las necesidades de la comunidad en general. Todas aquellas instalaciones y servicios básicos creados por el estado para la comunidad, son de igual forma utilizados por los turistas.

Generalmente la infraestructura se divide en:

- A) Transporte (terrestre, acuático, aéreo),
- B) Comunicaciones (Teléfonos, correos, telégrafos, etc.)
- C) Salud y seguridad (agua potable, drenajes sanitarios, basureros, hospitales, policía, etc.)
- D) Energía. (Dotación eléctrica y combustible)

Infraestructura turística

Es la creada específicamente para satisfacer las necesidades del visitante, como por ejemplo: baños públicos, cajeros automáticos, señalizaciones turísticas, centros de información.

Equipamiento turístico

Comprende las empresas y organizaciones creadas especialmente para operar la actividad turística. Ejemplos: Agencias de viajes, hoteles, restaurantes, fondas, sitios turísticos y transporte turístico.

La supraestructura

Llamada también superestructura turística comprende todos los organismos especializados, tanto públicos o privados, organizaciones sin fines de lucro trabajando para el desarrollo y buen funcionamiento del sector, publicidad interna externa, control de calidad y precios, planificación territorial, asociaciones de hoteleros y restauranteros, guías turísticos, agencias, transportistas.

Atractivos turísticos

Características y eventos propios del lugar que provocan el desplazamiento turístico. El turista se desplaza motivado por alguna razón, aunque sea mínima; si se logra motivar accederá al viaje. Dentro de la oferta existen dos tipos de atractivos: los naturales y los culturales.

Los atractivos se refiere a todos los lugares, objetos, o acontecimientos de interés turístico, entre los cuales podemos mencionar como más importantes, los paisajes, los climas, tradiciones folclóricas, balnearios, música, artes culinarias, arquitectura, sitios arqueológicos, áreas naturales únicos por su biodiversidad.

MODULO DE TRABAJO:

- 1) Enumera los atractivos turísticos de tu país
- 2) Describe que atractivos turísticos están cerca de tu hotel

Demanda turística

Son personas que están en posibilidad de solicitar y hacer uso de la oferta turística.

Clasificación de la demanda turística

Esta comprende el tipo de turistas y su forma de viajar.

- Nacionales
- Extranjeros
- Individual
- Grupo

Tipo de transporte

Aéreo, terrestre, acuático.

Tipo de viaje

- **Independiente:** Turistas que no hacen uso de las agencias de viajes
- **Organizados:** Viajeros que hacen uso de las agencias viajes y operadores turísticos

MODULO DE TRABAJO:

- 1) Clasifica la demanda turística de tu país
- 2) Describe la demanda turística de tu hotel
- 3) Cual es el medio de transporte que más utilizan los turistas que visitan tu hotel

Productos Turísticos

Es el conjunto de prestaciones materiales e inmateriales que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del Turista.

Es la oferta turística preparada y presentada para que resulte atractiva a los turistas.

- **Tangibles:** Es aquello que podemos ver y tocar.
- **Intangible:** Es lo que no vemos y no podemos tocar.

El producto turístico está compuesto por :

- **Actividades:** Las que involucran acciones, que hacen una estancia placentera.
- **Experiencias:** Identifica sentimientos nuevos al convivir en lugares diferentes a su entorno.
- **Servicios:** La cantidad de servicios ofertados por las diferentes empresas al turista.
- **Organización:** Integración ordenada de todos los servicios.
- **Infraestructura:** Instalaciones creadas para satisfacer las necesidades de los turistas.
- **Transporte:** Medios de transporte necesarios para satisfacer los requerimientos de desplazamiento del turista.
- **Equipamiento básico:** Proporcionar los servicios necesarios para dar confort al turista.
- **Recursos:** Dar la oportunidad de descubrir lugares, y cosas que ver.
- **Atractivos:** Disfrutar de lugares, en sus distintas actividades: aventura, compra etc.
- **Animación:** Proporciona programas con actividades o acciones dentro de los establecimientos para una integración al escenario turístico.

MODULO DE TRABAJO:

- 1) ¿Qué buscan los turistas que llegan a tu comunidad?
- 2) ¿Con que expectativas llegan los turistas a tu empresa?
- 3) ¿Qué actividades ofreces tú como empresa para el turista?
- 4) ¿Cómo logran en tu empresa satisfacer las expectativas turista-cliente?

Servicios Turísticos

Es el conjunto de bienes- servicios, prestadores de servicios y transportes esenciales para el desarrollo de la Industria Turística de un País.

- Agencias de viajes
- Artículos Regionales
- Capacitación en Turismo
- Cambio de divisas

- Comercios, compras
- Cines
- Empresas en la Web
- Espectáculos
- Gimnasios
- Guías de turistas
- Hoteles, cabañas, apartamentos
- Museos
- Parques Nacionales
- Restaurantes
- Renta Autos
- Operadores de turismo
- Salas de Congresos, Convenciones y Exposiciones
- Transportistas (buses, taxis especializados)
- Teléfonos de emergencia
- Discotecas
- Casinos
- Bares
- Internet cafés
- Boteros
- Alquiler de bicicletas, coches, tablas de surf y motocicletas

¿Qué espera el turista?

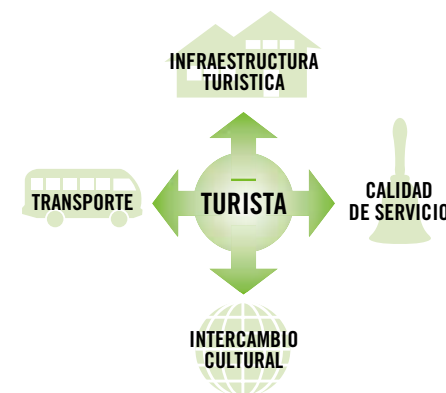
- EL TURISTA, NO se conforma con buenos servicios, el quiere vivir una experiencia inolvidable.
- EL TURISTA, ES el cliente a quien proporcionamos un servicio.
- EL TURISTA, SABE lo que quiere y no se puede engañar, el se informa.
- EL TURISTA, ES un visitante amigo.

MODULO DE TRABAJO:

1) Qué servicios esperamos nosotros como turistas?

Beneficio Económico Turístico

Distribución de las divisas



Es importante resaltar los beneficios económicos del turismo, estos provocan beneficios sociales; para el desarrollo, progreso y equilibrio social de un país.

Impactos positivos y negativos del turismo

	POSITIVOS	NEGATIVOS
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo 	<ul style="list-style-type: none"> • Mala distribución de la riqueza
	<ul style="list-style-type: none"> • Captación de divisas 	<ul style="list-style-type: none"> • Empleos mal pagados
	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la región 	
Sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento de la calidad de vida 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de vicios sociales
Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> • Protección y conservación 	<ul style="list-style-type: none"> • Deterioro ambiental
Culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento de la identidad nacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de identidad y valores culturales

MODULO DE TRABAJO:

- 1) ¿Cuáles crees que son los impactos positivos y cuáles son los impactos del turismo en tu país?
- 2) ¿Cuáles crees que son los impactos positivos y cuáles son los negativos del turismo en tu comunidad?

Rol de la comunidad receptora en la actividad turística

Es importante que se considere el contexto histórico, político y económico no solo desde el plano regional, sino dentro de un marco de globalización donde se están reconfigurando los significados culturales y políticos de toda comunidad receptora en la actividad turística.

Se sugiere la implementación de una estrategia para que el rol de la comunidad accione dentro de sus áreas de competencia.

Los siguientes son parte de nuestras propuestas para reflexionar y accionar en la construcción de los roles que debe asumir cada comunidad para el desarrollo del turismo:

- Integrar en una participación activa a las organizaciones e instituciones y profesionales involucrados en el sector turismo dentro de las comunidades.
- Generar espacios de cooperación tanto en los planos internacional y regional para facilitar la discusión sobre los nuevos desafíos de la Formación de calidad en la prestación de Servicios.
- Promover actividades diseñadas para incrementar la conciencia del pueblo y los organismos que toman decisiones de la importancia de tomar en cuenta los factores culturales en el proceso de un desarrollo duradero.
- Generar una amplia integración entre la cultura, el turismo y el sistema educativo y capacitación, desde aspectos de la formación de calidad para los distintos niveles.

Estos son algunos conceptos que pretendemos incorporar en las propuestas concretas y donde en cierto modo constituyen ejes de trabajo

Importancia socio-económica del turismo en la región

El turismo se ha convertido en un fenómeno social de extraordinaria importancia en la región Centroamericana, que moviliza a miles de personas en todo el mundo, especialmente, a Centroamérica, constitu-

yendo no sólo un factor de riqueza y progreso económico sin precedentes, sino también un elemento decisivo para la mejora del conocimiento, la comunicación, el grado de relación y el respeto entre los ciudadanos de distintos países.

Los países centroamericanos, privilegiados por su acervo histórico, por su riqueza cultural y artística, por sus bellezas naturales y paisajísticas, por su clima benigno y, sobre todo, por la pluralidad de estilos de vida, se convierte en un atractivo único para el turismo mundial.

El turismo es un bien social de primera magnitud que debe estar al alcance de todos los ciudadanos, sin que ningún grupo de población pueda quedar excluido, con independencia de las circunstancias personales, sociales, económicas o de cualquier otra índole que concurren en sus componentes.

Protección y valoración de tradiciones y costumbres diversas

De conformidad con la Constitución de cada uno de los países que conforman Centroamérica, es obligación de cada Estado asegurar a los habitantes el goce de la cultura, preservar el idioma castellano y las lenguas autóctonas.

Así como también salvaguardar la riqueza artística, antropológica e histórica y arqueológica del país como parte del tesoro cultural de la región, para lo cual deberán emitirse leyes que permitan su difusión y conservación.

Los bienes culturales, expresan las tradiciones de la región y configuran el fundamento y razón de ser de la identidad como región.

El Patrimonio Cultural de Centroamérica, debe ser objeto de rescate, investigación, estudio, reconocimiento, identificación, conservación, fomento, promoción, desarrollo, difusión y valoración; por lo que se vuelve indispensable regular su propiedad, posesión, tenencia y circulación, para hacer posible que sobre esos bienes se ejerza el derecho de goce cultural mediante la comunicación de su mensaje a los habitantes de cada país.

Tendencias Turísticas

Datos Estadísticos de las tendencias turísticas

Llegadas de turistas europeos a todas las fronteras de los seis países centroamericanos, 2002

MERCADO	COSTA RICA	GUATEMALA	HONDURAS	NICARAGUA	PANAMA	EI SALVADOR
España	20.398	15.525	4.801	7.535	6.548	7.631
R.U.	14.764	9.343	4.298	2.331	2.947	4.116
Italia	18.806	17.752	3.519	2.971	2.868	4.741
Alemania	27.302	18.895	6.919	4.644	2.801	5.615
Francia	9.363	12.937	2.701	1.815	2.228	4.288
Holanda	11.412	7.775	3.085	2.365	1.556	n/d
Suiza	8.315	4.965	2.217	1.848	1.331	n/d
Austria	2.963	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Otros	12.816	14.630	5.414	5.889	4.734	716
Total	126.139	101.822	32.954	29.398	25.013	27.107

FUENTE:www.acepsa.org/perfil.htm

El ingreso de turistas hacia América Central, registró en el año 2002 una aceleración de tasa de aumento de las llegadas turísticas a un 10,7% y un fuerte aumento de los gastos del 9,1%.

Entre los 15 primeros países receptores a nivel del continente, Costa Rica alcanzó el rango 14, primero y único de América Central.

MODULO DE TRABAJO:

- 1) ¿Cuales consideras que son las preferencias de los turista hacia tu país?
- 2) ¿Cuales crees que son los tipos de turistas que visitan tu comunidad?

Importancia de la región como destino turístico

Centroamérica posee 5 grandes productos turísticos. De los cuales, su naturaleza es el más importante, esta representa alrededor del 15% del mercado de viajeros por vacaciones del mundo y refleja las mayores tasas de crecimiento del mercado. Las otras cuatro categorías resultan ser un magnifico complemento de la naturaleza:

- Arqueología
- Arquitectura
- Ciudades Mayas
- Culturas vivientes

Este nuevo modelo de desarrollo tiene como marco un proceso de pacificación y consolidación de las instituciones democráticas, en aras de afianzar a Centroamérica como una Región de Paz, Libertad, Democracia y Desarrollo.

El Turismo, enmarcado en la Alianza para el Desarrollo Sostenible de Centroamérica, debe centrarse en contribuir a mejorar la calidad de vida de todos los centroamericanos, incorporando y capacitando a los grupos locales y comunales en el manejo eficiente de esta actividad, de tal manera que permita involucrarlos en el proceso de Desarrollo Sostenible, aumentando los niveles de bienestar, respetando la diversidad cultural y étnica, y contribuyendo a fortalecer la identidad centroamericana.

Fortalezas del destino

- Posición geográfica
- Diversidad climatológica
- Flora
- Fauna
- Costumbres
- Tradiciones
- Arqueología
- Cordialidad y amistad
- Patrimonio de la Humanidad

Debilidades del destino

- Inseguridad
- Contaminación ambiental
- Contaminación visual
- Transporte deficiente
- Poco servicio competitivo
- Manejo inadecuado de los recursos
- Falta de Cultura Turística

MODULO DE TRABAJO

- 1) ¿Cuáles cree usted que son las fortalezas y debilidades de la ubicación de su país, comunidad y empresa?
- 2) Con tu equipo de trabajo, realiza un inventario de los atractivos turísticos sean estos naturales y/o culturales de tu comunidad

Sostenibilidad del turismo

El desarrollo del turismo sostenible, significa lograr el crecimiento de manera tal que no agote el medio ambiente natural y construido y preserve la cultura de la comunidad local.

Elementos clave de la sostenibilidad del turismo:

1. Preservar los recursos para las generaciones futuras.
2. Mantener la productividad de los recursos.
3. Mantener la biodiversidad y evitar cambios ecológicos irreversibles.
4. Asegurar la equidad dentro de las generaciones y entre ellas.
5. Mantener y proteger el patrimonio cultural (e histórico) de la zona, región o nación; integrado activamente a la comunidad local.

Desarrollo positivo del turismo sostenible

Los responsables de ofrecer productos y servicios al visitante deben crear acciones de un ordenamiento sostenible de los recursos, tales como:

- Protección de la biósfera
- Conservación del agua
- Reducción y eliminación de desechos
- Adopción de prácticas de uso más eficiente de la energía
- Reducción al mínimo de los riesgos para la ecología
- Comercialización con criterio ecológico

- Mitigación de la comercialización ambiental
- Suministro de información ecológica completa y veraz a los visitantes
- Incorporación de valores ecológicos en la conducción de las operaciones
- Realización regular de verificaciones ecológicas

El enfoque conceptual del desarrollo del turismo sostenible que ha adoptado la Unión Mundial para la Naturaleza incluye cuatro principios básicos:

- **Sostenibilidad ecológica:** El desarrollo deberá ser compatible con el mantenimiento de procesos Ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los recursos biológicos.
- **Sostenibilidad cultural:** El desarrollo deberá dar al hombre más control de su vida, ser Compatible con la cultura y los valores de la población afectada y mantener y fortalecer la identidad de la comunidad.
- **Sostenibilidad económica:** El desarrollo deberá ser económicamente eficiente y los recursos deberán ordenarse de manera tal que sirvan también a las generaciones futuras.
- **Sostenibilidad local:** El desarrollo tiene por objeto beneficiar a las comunidades locales y sustentar la rentabilidad de las empresas locales.

Acciones de ordenamiento sostenible

- **Consevación :** Contribuir a la conservación de los paisajes, los ecosistemas, las especies y la diversidad genética.
- **Desarrollo:** Fomentar el desarrollo económico y humano de una forma racional y duradera, tanto desde el punto de vista ecológico como sociocultural.
- **Logística:** Servir como base para la investigación, la vigilancia, la educación y el intercambio de información sobre los problemas de conservación y desarrollo a escala local, nacional y mundial.

Impacto ambiental de comunidades receptoras

Como puede verse, la actividad turística, dividida en tantos elementos como se quiera, afecta un infinito número de sectores o áreas relacionadas con el quehacer humano.

Organizaciones públicas y privadas, políticas locales, estatales o nacionales, economía, tradiciones, cultura local, geografía regional, sistemas

naturales, industria y comercio, impuestos, propiedad pública y/o privada, en fin, un ilimitado número de áreas que, afectadas positiva o negativamente por esta actividad económica en todas sus etapas, influyen la vida de una localidad o región, aumentando o disminuyendo las perspectivas de las poblaciones y comunidades a ella relacionada, directa o indirectamente. Prácticamente es una verdadera revolución que altera, más rápido que lentamente, las estructuras sociales de una comunidad.

Por otro lado, sus consecuencias muestran el cuidado que debe tenerse al desear establecer una actividad tan influyente como esa, exigiendo una profunda meditación de como conducir el proceso. Y cuando se habla de esto, no se trata de escoger la vía turística como salvadora de situaciones y contraponerla a las más diversas dificultades presentes vividas por las diversas comunidades, o escoger aquel tipo de turismo que cause menos impacto.

Se trata de aprovechar el Turismo como producto, para colocar la casa en orden y hacer del MEDIO AMBIENTE un crecimiento y desarrollo.

Cuadro relación turismo y consecuencias

Elemento	Sector	Consecuencias
Producto Turístico	<ul style="list-style-type: none"> * Geografía local, regional y nacional * Visión de la comunidad * Planificación general * Estudios de factibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Valorización, Depreciación, Mercado inmobiliario • Mudanzas de visión, Movilización popular • Organización en niveles oficiales
Inversiones	<ul style="list-style-type: none"> * Empresarios * Comerciantes * Institutos bancarios * Políticas financieras * Infraestructura física * Capacitación * Servicios públicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Capitalización, Concentración • Estratificación social, Empleo • Diversificación económica, Lobbies • Incentivos fiscales, Incremento de los servicios • Población

Elemento	Sector	Consecuencias
Divulgación / Marketing *	<ul style="list-style-type: none"> * Publicitarios * Industria gráfica * Empresarios * Agencias de viajes * Medios de comunicación * Escuelas / Comunidades 	<ul style="list-style-type: none"> • Población fluctuante, Empleo • Autoestima, Organización comunitaria • Congestionamiento de servicios • Influencia social y cultural
Administración / Gestión de la Oferta	<ul style="list-style-type: none"> * Industria de la construcción * Centros de capacitación * Producción agrícola * Tecnología * Comercio y prestación de servicios * Servicios públicos * Planificación urbana * Aspectos culturales 	<ul style="list-style-type: none"> • Impactos ambientales • Aumento de residuos • Congestionamiento • Aumento poblacional • Impactos culturales • Aumento de servicios, Niveles de empleo • Aumento de renta local, Impactos regionales
Evaluación y Replanificación	* Todos los sectores	<ul style="list-style-type: none"> • Reformulación de objetivos, productos, metas y redireccionamiento de actividades

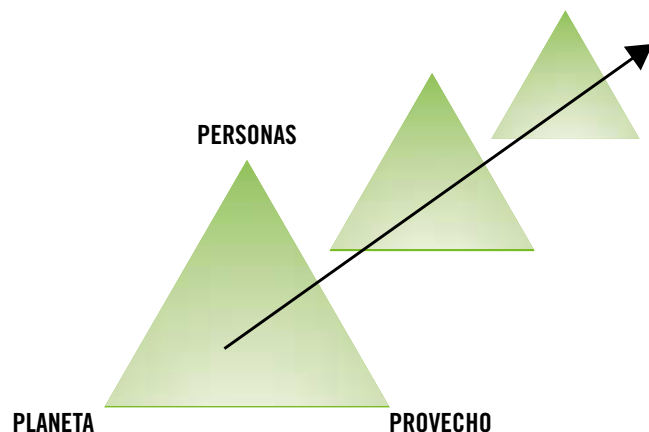
Fuente: *Jesus M.Delgado M .
 - Presidente de la Sociedad Educativa Gaia
 - SEG. Bauru, SP. Brasil.
 E-mail: jesusd@uol.com.br

Los pequeños hoteles y las ventajas del desarrollo sostenible

Para los pequeños hoteles, las ventajas de la inversión en sostenibilidad pueden parecer menos evidentes y las oportunidades más restringidas. "La iniciativa empresarial sostenible" suena reservado y académico. Es considerado como caro, como demasiado difícil o demasiado complicado. Estas tesis pueden ser más mitos y excusas. Las pequeñas empresas están, en general, bien integradas a su entorno social. Por eso, el proceso de transición hacia la sostenibilidad se hace más fácil. Sin embargo, se necesita una manera más cuidadosa de aproximarse. Los gobiernos y las organizaciones intermediarias pueden jugar un papel importante para ayudar y estimular a las empresas a dar estos pasos.

¿Qué son las empresas sostenibles?

Las empresas sostenibles comprenden las tres "P": personas, planeta, provecho. Estos tres no solamente se dirigen a los beneficios directos y al rendimiento económico, sino también a las personas dentro y fuera de su compañía y al ambiente natural.



Una posición financieramente sana, invertir en el personal, combatir el despilfarro, el ahorro de energía, cooperar con proveedores y cliente, una visión a largo plazo, apoyar al club de deportes local: todos estos son ejemplos de desarrollo empresarial sostenible. Maximizar los beneficios no es único objetivo o no lo es más. No se trata sólo de crear valores económicos, sino también de crear valores sociales y ecológicos: valores para los clientes, los empleados, los accionistas, los vecinos y otros interesados.

Por eso, en su definición, el turismo sostenible incluye una variedad de medidas sociales, económicas y ecológicas.

Las pequeñas empresas juegan un papel importante en el desarrollo sostenible. Por naturaleza son una parte orgánica del ambiente social y económico. A menudo, hay muchos vínculos locales y han sido bien intercaladas en la región de una manera social, cultural y económica.

Fuente: La contribución de las microempresas al desarrollo del turismo: los caminos para el siglo XXI. Universidad de Wageningen, Retour, Bureau Buiten, Prodesarrollo, Utrecht, mayo 2003

MODULO DE TRABAJO:

- 1) ¿Cuáles consideras que son los elementos claves para la sostenibilidad del turismo?
- 2) ¿Qué consideras positivo en un turismo sostenible?
- 3) ¿Qué otras acciones impondrías para lograr un ordenamiento sostenible?
- 4) ¿Qué beneficios crees que obtendrías como empresario dentro de un desarrollo sostenible?

Globalización del Turismo

La información de un destino empieza a ser accesible desde el principio de la humanidad y se globaliza vertiginosamente a partir del Siglo XXI.

Factores básicos

- Demanda turística: Exploradores, viajeros, aventureros etc.
- Oferta turística: Lugares donde vivir mejor, descubrir, conquistar
- Medios de transporte: Automóvil, avión cruceros
- Medios de comunicación: Radio, televisión, Internet, receptores móviles.

Brecha digital

La brecha digital que separa los países más desarrolladas de los países menos desarrollados es cada vez más ancha. 10% de la población mundial esta conectada al internet, en mayo 2002: 580.78 millones de personas.

De estas personas "internautas",

- 32% se conecta desde Europa
- 31% desde Estados Unidos y Canadá
- 29% desde Asia Pacifico
- 6% están en Latinoamérica
- 2% en África y Oriente próximo

Beneficio de negocio

Tan pronto como los empresarios de establecimientos complementarios del turismo descubrieron las ventajas que les reportaba esta nueva actividad, se integran a nuevos programas de desarrollo por medio de la web.

MODULO DE TRABAJO:

- 1) ¿Qué información proporcionarías como destino turístico?
- 2) ¿Qué medios utilizarías para ofertar tu hotel?
- 3) ¿Qué ventajas consideras que tiene la brecha digital?
- 4) ¿Cómo consideras que es tu oferta turística ante las exigencias del consumidor?

Administración de los pequeños hoteles

Impartir educación técnico-profesional a personas involucradas en la rama hotelera, turística y gastronómica, así como desarrollar programas de complementación, profesionalización, especialización y recalcificación del personal.

Ventajas para el empresario:

- Facilitar la gestión automatizada de los datos y herramientas del Sistema de Calidad.
- Crear redes capaces de almacenar y transmitir información sobre el Plan de Calidad.
- Posibilitar la comunicación más fluida entre empresas.
- En consecuencia, mejorar la fortaleza del tejido empresarial.

Aplicación de tecnologías limpias

Contempla dentro de sus principales beneficios, los siguientes:

- Estandarización y control de los procesos productivos.
- Incremento en la productividad de los procesos
- Ahorros substanciales en materia prima
- Reducción en los costos
- Reducción en los costos de disposición final de materias primas
- Cumplimiento absoluto de la normatividad

MODULO DE TRABAJO:

- 1) ¿Porqué debo profesionalizar a mi equipo de trabajo?
- 2) ¿Cuánto he perdido como empresario (tiempo, dinero, esfuerzo y preparación de personal) por contratar personal empírico?
- 3) ¿Porqué debo profesionalizarme?

Cultura Turística

Este término se refiere a los valores realmente trascendentales que rescatan el amor por nuestra cultura y nos motivan a proyectarla al mundo entero. Al adquirir una Cultura Turística estaremos preparados para la posibilidad de relacionarnos con los turistas, ambos en busca de calidad, ellos de su vivencia y nosotros en mejorar la calidad de vida.

Elementos de la cultura turística

- **Preparación:** En nuestra actividad profesional concreta, preparación que nos mantenga vigentes y actualizados que cada día nos califique más para interactuar con los turistas.
- **Servicio:** Cordial, eficaz, desinteresado, buscando únicamente la satisfacción del turista y no solamente la propina. Sobre todo un servicio honesto y profesional.
- **Calidad:** En todo lo que hagamos, que lo hagamos bien, que garantice la satisfacción de cuantos tengan relación con nuestro trabajo. Valor agregado.
- **Profesionalismo:** En cada una de nuestras intervenciones en el trabajo, que sean el reflejo de que por sencillo o humilde que sea lo que hagamos la calidad y servicio que prestemos sean calificados como óptimos por el turista.

Gestión de la calidad

Consiste en hacer las cosas bien y dar satisfacción al cliente, en este caso al turista. No olvidemos que todo lo que hacemos lo hacemos por esa persona que se llama “turista”.

Excelencia

La excelencia la reflejamos en actos tan sencillos como sonreír, llamar al cliente por su nombre, ser amables y corteses y hacer un esfuerzo extra al facilitar el servicio.

MODULO DE TRABAJO:

- 1) Escriba su concepto de Cultura Turística.
- 2) Escriba su compromiso de cultivar la Cultura Turística.

Calidad en el Servicio al Turista

Brindar al personal vinculado a la industria turística, la formación que le permita mejorar el desempeño de sus funciones y tomar conciencia de su responsabilidad como agente de calidad del servicio que ofrece.

La calidad soy yo

En la actividad Turística la calidad del servicio, es lo que cuenta, un servicio de calidad, es la suma de esfuerzos de cada uno de los que prestamos el servicio, tratando de ofrecer cada vez mayor valor o sea la calidad de todos. Es un hecho que cada uno aporta su calidad y esta se refleja en todo el equipo.

Importancia de la calidad en el servicio al turista

¿Quién es el cliente?

Es una persona que impulsada por un interés personal, tiene la opción de recurrir a usted en busca de un servicio o producto, o de ir a otra parte. Este cliente puede tener opciones a las cuales recurrir, por lo tanto debemos tratar de captarlo antes de que lo hagan otros, ya sea por ofrecerles o presentarles mejor la idea. Recordemos que un cliente no deja de ser potencial hasta que está consumiendo nuestro producto o servicio.

Servicio de calidad

Un servicio de calidad al cliente satisface (de manera real o percibida) las necesidades del cliente de un modo consistente y confiable y muchas veces le ofrece al turista más de lo que espera. Se debe tener siempre en cuenta que el primer cliente es el empleado que sirve a la empresa, por lo tanto, sería imprescindible tener un programa de motivación constante para él. Se recomienda para un servicio de calidad impartir educación técnico-profesional a personas involucradas en la rama hotelera, turística y gastronómica, así como, desarrollar programas de complementación, profesionalización, especialización y recalificación del personal.

Ventajas para el empresario

- Buena imagen
- Profesionalización
- Respeto dentro del medio turístico

MODULO DE TRABAJO:

- 1) ¿Porqué crees que es importante la calidad en el servicio?
- 2) ¿Qué beneficios vas a generar en tu empresa implementando calidad en el servicio?

Aspectos de comportamiento

- **Actitud:** es su pensamiento en relación con los hechos o simplemente la manera en que usted ve las cosas. – Es disposición positiva del servidor hacia el cliente, hacia sus compañeros y en general, hacia su trabajo.
- **Aptitud:** – son los conocimientos y habilidades que se poseen para realizar un trabajo con eficacia y eficiencia

Aspectos de la actitud que usted debe recordar:

- Tu actitud hacia los turistas tiene influencia en tu propio comportamiento, no siempre se puede esconder lo que se siente.
- Tu actitud determina qué tan satisfecho se siente de su trabajo.
- Tu actitud afecta a todos los que tengan contacto contigo.
- Tu actitud no sólo se refleja en su tono de voz, sino también en la forma en que usted se para o se sienta, en la expresión de su cara, y otras formas no verbales.
- Tu actitud no está predeterminada; la actitud que usted decida demostrar depende de usted.

MODULO DE TRABAJO:

- 1) ¿Cuáles son las actitudes que debemos tomar en cuenta para cambiar con nuestro equipo de trabajo?
- 2) ¿Cuáles son las aptitudes que debemos desarrollar con nuestro equipo de trabajo?

La importancia de la comunicación

Comunicación verbal

Usar palabras adecuadas y que el cliente pueda entender.

Tono de voz

- Lograr que nuestro tono denote calidez, amabilidad y respeto. Mantener el tono tranquilo en las horas críticas.
- Debemos construir las frases que usamos para evitar responder al cliente con monosílabos.

- Pronunciar correctamente cada palabra que utilizamos en su relación con el cliente.

Modulación de voz

Ni demasiado alto, ni demasiado bajo (que el cliente no nos escuche con dificultad).

Nuestra imagen de comunicación es importante

Para poder comunicarnos contamos con dos herramientas muy importantes:

- **El lenguaje**
Comunicación verbal
- **Nuestro cuerpo**
Comunicación no verbal

Comunicación no verbal

Con nuestro cuerpo, manos, rostro, también enviamos mensajes a los clientes y expresamos la forma en que nos sentimos. Por lo tanto debemos poner especial cuidado en esta forma de comunicación:

Cuerpo	Rostro	Manos
<ul style="list-style-type: none"> • Posición recta • Hombros erguidos • Músculos relajados • Caminar con calma 	<ul style="list-style-type: none"> • Sonrisa • Mirada afable • Expresión agradable 	<ul style="list-style-type: none"> • Movimientos suaves y seguros • Mantener los utensilios con destreza

MODULO DE TRABAJO:

- 1) Escribir como ejemplo 10 frases o expresiones inadecuadas en la prestación del servicio.
- 2) ¿Qué debemos mejorar para ser eficiente nuestro equipo de trabajo?
- 3) ¿Sabe comunicarse en forma efectiva?

Reglas en la prestación de servicio

Siete pasos en la prestación del servicio

- PASO 1: Inicie el servicio con una buena impresión.
 PASO 2: Conozca bien y ponga mucho interés en su trabajo.
 PASO 3: Conozca los atractivos turísticos de su país y los que están cerca de su hotel.

PASO 4: Escuche atentamente y muestre interés por su huésped y equipo de trabajo.

PASO 5: Comprométase con su empresa y su país.

PASO 6: Colabore con otros prestadores de servicios.

PASO 7: Finalice el servicio con una buena impresión.

Reglas de cortesía

- Sonría constantemente
- Mire a la gente directamente a los ojos
- Mantenga una postura derecha
- Utilice formas corteses para llamar a las personas (empatía)
- Anticipe las necesidades de sus clientes
- Esté bien informado
- Póngase usted en el lugar de otras personas
- Elogie a su equipo de trabajo
- Admita sus errores
- Colabore con su equipo de trabajo
- Corrija a sus colaboradores en privado
- Este bien presentado, y practique buenos modales

Quienes tienen éxito en el servicio al turista

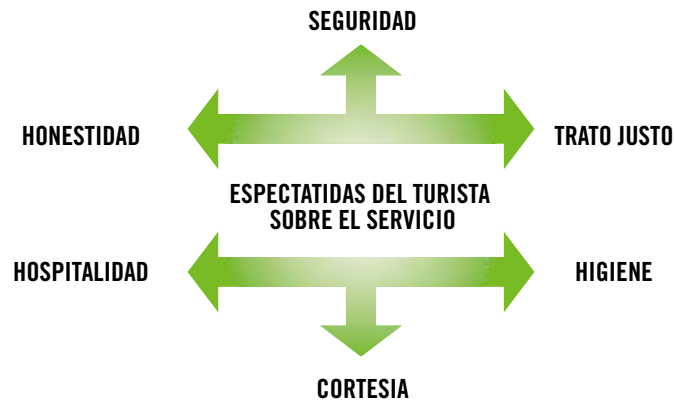
Aquellos que:

- Disfrutan trabajando con y para otras personas.
- Poseen la capacidad de hacer que el turista se sienta importante.
- Gozan de un alto nivel de energía y que disfrutan trabajando a un ritmo acelerado.
- Consideran que su trabajo es fundamental.
- Son flexibles y se pueden adaptar a demandas y experiencias nuevas.
- Son capaces de reconocer sus errores, enmendarlos y aprender de ellos.

MODULO DE TRABAJO:

- 1) ¿Qué reglas de cortesía adoptarías para tener éxito en tu empresa?
- 2) ¿Qué vas a hacer para ser de aquellos que tienen éxito en su empresa?
- 3) Escribe 5 frases exitosas en la prestación de un servicio de calidad.

Expectativa del turista sobre el servicio



Todos somos anfitriones del turismo

Nosotros como centroamericanos somos anfitriones de los turistas que visitan nuestra región, por esos debemos recibirlos bien y hacerlos sentir como si estuvieran en su casa.

- Gente del campo
- Trabajadores de otros sectores
- El personal turístico
- Los empresarios
- Los funcionarios públicos
- El ciudadano en general.

Somos todas las personas de un destino turístico, ya que formamos parte de la comunidad que recibe los visitantes.

El turista que nos honra con su visita, a través de la promoción y la divulgación que hacemos de nuestros países, desea una estancia placentera, que lo traten bien, si recibe todo esto, seguramente regresará y hablará bien de nosotros. ¡Recuerde que un turista mal atendido lo comunica a 24 personas y uno bien atendido a 8!

MODULO DE TRABAJO:

- 1) Escribe un breve párrafo que exprese lo que sientes por tu país o comunidad.
- 2) ¿Cuál va a ser tu compromiso como empresario turístico?

Principios básicos de la hospitalidad para nuestros clientes

1. Recibe al visitante con calidez y amabilidad.
2. Trátalo como a ti te gustaría que te traten.
3. Ofrece siempre un servicio o apoyo amigable y rápido.
4. Interésate por capacitarte o estudiar continuamente.
5. Conoce tu ciudad o localidad y sus atractivos para que brindes una orientación oportuna y confiable
6. Promueve con orgullo los atractivos de tu localidad.
7. Cuida los parques, monumentos y zonas de interés de tu localidad.
8. Comenta con tus compañeros, amigos y familiares que atender bien al turista es tarea de todos.
9. No abuses del turista cobrando más o prometiendo lo imposible.
10. ¡Tu mejor cara será siempre una SONRISA!



Directorio

Para mayor información se pueden contactar con:

GONZALO AGUIRRE PÉREZ
 Director Regional del Programa, OEA-CCT
 paphoea@ict.go.cr
 Costa Rica

VICTOR RAMÍREZ
 Instituto Costarricense de Turismo
 vramirez@ict.go.cr
 Costa Rica

ELENA DE RIVERA
 Corporación Salvadoreña de Turismo
 planifcorsatur@salnet.net
 El Salvador

MARIA EUGENIA ESCOBAR
 Instituto Guatemalteco de Turismo
 fomento@inguat.gob.gt
 Guatemala

TATIANA SIERCKE
 Instituto Hondureño de Turismo
 tsiercke@iht.hn
 Honduras

TANIA CASTRO
 Instituto Nicaragüense de Turismo
 tcastro@intur.gob.ni
 Nicaragua

YAMINA COVER DE CASTILLERO
 Instituto Panameño de Turismo
 yaminac1@starmedia.com
 Panamá

Bibliografía

1. Bullon, R. (1986): Las Actividades Turísticas Recreacionales: EL Hombre Como Protagonista.
2. Bouillon, R. (1991): Planificación del Espacio Turístico.
3. ICOMOS/INGUAT/CIFA (1995): Arquitectura Vernácula, Colegio de Arquitectos de Guatemala.
4. Guatemala-INGUAT. (1992): Desarrollo Turístico Sustentable Hacia el Año 2,000.
5. ASIES. (1991): Propuesta del Sistema Nacional de Educación para el Trabajo.
6. Bonilla, R, (1993) Ecoturismo..
7. Martínez Figueroa L.(1998): Turismo Rural y Desarrollo Sostenible. Sigenerly Consultores Limitada.
8. Boo, E. 1990. Ecotourism: The Potentials and Pitfalls. World Wide Fund, Washington D.C.
9. Ceballos-Lascuráin, H. 1996. Turismo, Ecoturismo y Áreas Protegidas. Organización Mundial de Turismo, Madrid
10. Paginas web OMT
11. Paginas web SICA
12. Paginas web OEA
13. Paginas web Agencia Interamerica para el Desarrollo
14. Programas de Cultura Turística de Centroamérica, ICT, IPAT 2002