

## EL GUÍA DE TURISMO 3.0

### EN LA ERA DE LA GLOBALIZACIÓN Y LA INNOVACIÓN

Alfredo Rios Mercedes, Guía Oficial de Turismo. Trujillo – Perú. Julio, 2017.

[www.alfredorios.com](http://www.alfredorios.com)

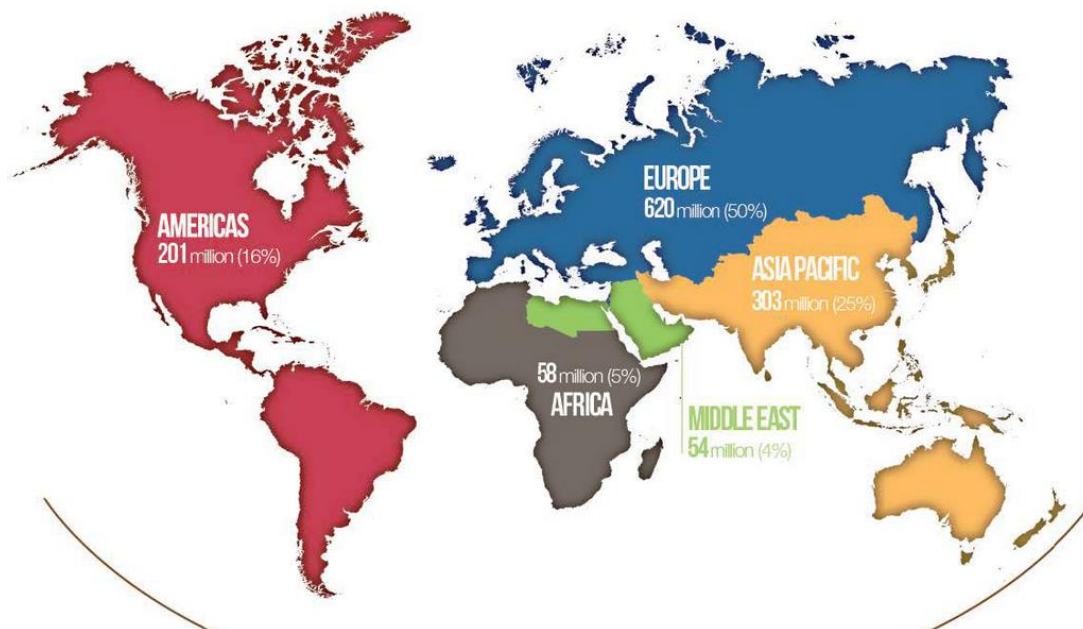
#### **PANORAMA MUNDIAL.-**

Las buenas noticias para el turismo empezaron con una trascendente decisión a nivel global, al designar la Organización de las Naciones Unidas el 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo.

A fines del año 2016 la población mundial ha alcanzado los 7 400 millones de habitantes, que en teoría es nuestro mercado global. Si consideramos las cifras oficiales de la OMT, de ese universo de población el año pasado viajaron en el mundo 1.235 millones de personas, lo cual significa un crecimiento de 3.9 %, es decir 46 millones de turistas más que el 2015. Si hacemos una analogía comparativa, ello significa casi toda la población de Perú y Ecuador.

*“Por regiones, la de Asia y el Pacífico (+8 %) ha liderado el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales. África (+ 8%) ha experimentado un repunte muy significativo tras dos años menos prósperos. En las Américas (+4 %) se ha mantenido el impulso positivo alcanzado con anterioridad. Europa (+2 %) ha arrojado resultados desiguales, con incrementos de dos dígitos en algunos destinos y caídas en otros. La demanda en Oriente Medio (-4 %) ha registrado incrementos en algunos destinos y desplomes en otros, por lo que también ha resultado irregular.” Fuente: OMT*

Las llegadas de turistas internacionales en **las Américas** (+4 %) se han incrementado en 8 millones hasta situarse en los 201. El crecimiento en América del Sur y Central (en ambas, del +6 %) fue algo mayor, mientras que en el Caribe y América del Norte se registró un aumento del 4 %.



México: 32 millones, Brasil: 6 millones, Chile tuvo 5.640.700 turistas 26% más que el 2015.

De acuerdo al MINCETUR, el Perú recibió 3.7 millones de turistas el año pasado. De los cuales la ruta sur recibió cerca del 85%.

En el aspecto laboral es necesario indicar que de acuerdo a la OMT, uno de cada once puestos de trabajo están en el turismo y además las mujeres empresarias son casi el doble que en otros rubros.

### LOS INICIOS DEL TURISMO ORGANIZADO.-

Un 5 de Julio de 1841, en Loughborough, situada a once millas de Leicester en Inglaterra se desarrollaba un congreso anti alcohólico que por azares del destino y la historia está ligado con nuestra actividad del turismo. Fue un religioso inglés perteneciente a la iglesia Bautista quien para permitir el desplazamiento de sus amigos y correligionarios tuvo la idea de facilitar el movimiento de tantas personas fletando para ello un tren que transportó 540 personas, ese personaje fue **Thomas Cook**, considerado como el primer agente de viajes.



Thomas continuó con esta labor, desplazando luego a ciento cincuenta mil personas a la Exposición Universal celebrada en Londres en 1851. Luego organizó viajes a otros países y logró acuerdos con empresas ferroviarias incluso en los Estados Unidos hacia donde viajó con ese propósito. Para facilitar los pagos y no llevar dinero ideó un sistema que se utiliza hasta la actualidad: los Vouchers. Es necesario indicar que la agencia de viajes Thomas Cook se mantiene vigente hasta la actualidad.

Es probable que muchos consideremos que difícilmente alguien podrá ser un innovador o pionero en este campo de las agencias de viajes estando casi todo ya estandarizado o explotado. Sin embargo, lamento informarles que otro inglés quiso seguir los pasos de Thomas Cook, aunque la gran diferencia de este señor es que es un multimillonario. Es

el séptimo hombre más rico de Inglaterra con una fortuna, según Forbes de 5 billones de dólares.



Este personaje es **Richard Branson**, que en el año 2004 creó la agencia de turismo espacial Virgin Galactic que ofrece ya viajes al espacio por la módica suma de 250.000 dólares americanos. Al momento unas 800 personas ya han reservado un vuelo. En el viaje inaugural ha sido invitado el astrofísico británico Stephen Hawking quien aceptó inmediatamente. La nave espacial se llama VSS Unity, y volará a 110 kilómetros de altura de la tierra a una velocidad de 4,000 kilómetros por hora.

Su frase ***“My biggest weakness in life is that I can't say no”***.

## LA INNOVACIÓN

**La innovación:** “es la siguiente gran cosa”. Para el equipo de Google: **La Innovación** abarca tanto la producción como la implementación de ideas novedosas y útiles. Y se añade a modo de aclaración: ***“Para que algo sea innovador, necesita ser nuevo, sorprendente y radicalmente útil”***. (Cómo trabaja Google, página 279).

La Innovación es un proceso que consiste en convertir en una solución a un problema o una necesidad, una idea creativa.

Un estudio del Banco Mundial del 2014 sobre la Innovación en Latinoamérica tiene como título: “Muchas Empresas, pero poca Innovación”. Las estadísticas señalan que los países de Latinoamérica y el Caribe presentan unas 1200 aplicaciones anuales de

patentes ante la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) que representan solo el 10% de las 12400 patentes que presenta Corea del Sur.

### ***¿Qué es una cultura de la innovación?***

*Es un clima que produzca un entusiasmo colectivo por la creatividad y glorifique a los innovadores productivos de la misma manera en que se glorifica a los grandes artistas o a los grandes deportistas y que desafíe a la gente a asumir riesgos sin temor a ser estigmatizados por el fracaso. (Andrés Oppenheimer, Crear o Morir).*

## **LA GLOBALIZACIÓN**

La caída del muro de Berlín significó un paso trascendental en la historia del mundo y su conexión sin barreras físicas. El 9 de noviembre de 1989.

Hacia el año 1995 en Perú empezó la gran expansión de la telefonía celular, antes de los 90 la única forma para comunicarse en el turismo era la telefonía fija, esta red necesitó 89 años para llegar a los 150.000.00 de usuarios, sin embargo el sistema operativo Android de uso libre en los celulares en sólo cinco años alcanzó mil millones de usuarios.

En la actualidad Facebook busca hacer llegar el internet a los lugares más recónditos a través de drones y por su parte Google lo hace utilizando globos que duran unos 190 días en el aire.



## LOS INNOVADORES Y LAS GRANDES MARCAS

La innovación tecnológica ha dado un gran impulso a la conexión global en el mundo empresarial, las marcas y sus creadores han hecho del marketing y la publicidad una nueva manera de llegar a la gente. Los negocios más exitosos están ligados a esa tendencia. El turismo digital además tiene en estas marcas su soporte esencial.

Entre los grandes innovadores y marcas podemos resaltar:

### **1.- Steve Jobs y Steve Wozniak creadores de Apple en 1976.**

Ellos revolucionaron la tecnología aplicada a los teléfonos móviles convirtiendo a éstos en pequeñas computadoras capaces de almacenar y procesar información de manera rápida y eficiente. Los smartphome actuales son hijos del iPhone que fue presentado por Steve Jobs en el año 2007.



### **2.- Jeef Bezos fundador del portal Amazon en 1994.**

La gran transformación de los negocios por internet tiene su punto de partida aquí. Bezos empezó vendiendo libros en línea a través de Amazon pero con el paso del tiempo su oferta se fue abriendo a casi todos los productos, convirtiéndose en el portal de ventas más exitoso del mundo.

### **3.- Larry Page y Sergey Brin fundadores de Google en 1998.**

Google revolucionó las búsquedas en internet desplazando a un segundo plano a Yahoo y Altavista que eran los buscadores más populares. Google ha ido ampliando su influencia comercial en internet y actualmente esta empresa es propietaria también de Gmail, Google Maps, You Tube y el sistema operativo Android.

#### **4.- Mark Zuckerberg creador de Facebook en 2004.**

Sin duda las redes sociales han marcado la historia del presente siglo. Sin embargo, Facebook ha sido la red social con el más alto impacto y crecimiento sacando del mercado a otras empresas como Hi5 que en su momento tuvieron una fuerte influencia. En la actualidad cuenta con 1890 millones de usuarios.

#### **5.- Jack Dorsey fundador de Twitter en 2006.**

Una de las redes sociales que ha agregado nuevos términos a nuestro lenguaje cotidiano como “tuitear” o “tendencia” cuenta ya con 328 millones de usuarios. Es una herramienta útil para las empresas que quieren tener una presencia directa en tiempo real con sus clientes.

#### **6.- Andy Rubin creador del sistema operativo Android en 2007.**

La gran revolución de los teléfonos inteligentes empezó con este sistema operativo pues permitió que cualquier persona pudiese acceder a variadas aplicaciones desde su celular. Ya en el año 2013 se llegó a 1000 millones de smartphones Android en el mundo.

### **LA GLOBALIZACIÓN DIGITAL Y EL TURISMO**

#### **1.- BOOKING (1996) Holanda.**

Esta empresa tiene como objetivo ofrecer al cliente la posibilidad de reservar una noche de hotel al mejor precio. Diariamente se reservan más de 1.200.000 noches. Actualmente pertenece a la empresa americana The Priceline Group. Los hoteles inscritos en este portal pagan una comisión a Booking por cada reserva que reciben.



## 2.- VIATOR (1997).

Esta una agencia de viajes online que trabaja con operadores locales. Pertenece a Tripadvisor. por lo cual generalmente cuando una persona entra a este portal buscando las recomendaciones de un hotel o un sitio turístico que visitar se le hace la recomendación de contratar una opción de tour en la ciudad utilizando Viator.

## 3.- DESPEGAR.COM (1999) Argentina.

Es la agencia de viajes online número 1 de Latinoamérica. Nació con el propósito de ofrecer la venta de pasajes aéreos evitando de esta manera a que los usuarios tengan que ir las oficinas comerciales de las aerolíneas.

## 4.- TRIPADVISOR (2000) USA.

Actualmente es el portal de viajes por excelencia antes de reservar un hotel o elegir una ruta turística. Las empresas turísticas que deseen existir en el mundo virtual necesariamente tienen que tener una cuenta en Tripadvisor. Las opiniones positivas son una fortaleza para los negocios, museos o sitios turísticos que pretendan tener más clientes o visitantes.

## 5.- TRIVAGO (2005) Alemania.

Es el competidor más visible de booking.com y cuenta con más de 120 millones de usuarios. Inicialmente sus fundadores pretendieron que fuese como la Wikipedia pero enfocada a los viajes. Actualmente su nicho de mercado es la reservación de hoteles en todo el mundo.

## 6.- AIRBNB.COM (2008) USA.

Esta empresa fue fundada por Brian Chesky y Joe Gebbia. **"Air bed and breakfast"**. Cama de aire y desayuno, ese es el significado de su nombre comercial. Luego se sumó al proyecto Nathan Blecharzyk quien apoyó en la construcción de la página web. Su portal ofrece diferentes opciones de hospedaje de bajo costo en casi todo el mundo. En realidad no son hoteles sino casas de familia que tienen habitaciones libres para poder recibir huéspedes.



### EL 3.0 LOS DIGITOS O VERSIONES

En las diferentes actividades tecnológicas o empresariales cada paso o desarrollo o mejora lleva un número como indicativo de su versión. Generalmente se asigna un número, es lo que ocurre cuando hablamos de Windows 10, Android 7.1 o si nos referimos a actividades profesionales actualmente se habla del Marketing 3.0

En el campo del turismo para explicar el proceso histórico y su desarrollo también podemos utilizar el mismo método numérico. Por ejemplo:

**TAXI 1.0** – Servicio de movilidad que se realizaba de manera casi individual contactando el servicio en la calle o plazas o sitios principales como aeropuertos u hoteles, etc.

**TAXI 2.0** – El avance está expresado en el surgimiento de empresas con un número de teléfono y número de móvil. Desde la comodidad de la casa o trabajo, el cliente puede llamar pidiendo una movilidad para determinado lugar.

**TAXI 3.0** – Es la tendencia actual de este servicio: son empresas que utilizan aplicaciones instaladas en los celulares las cuales permiten al cliente contactarlos haciendo clic desde sus smartphones. El cliente puede saber en tiempo real la ubicación del auto asignado y las características personales del conductor. Son ejemplos Easy Taxi y Uber.



En las agencias de viajes podemos hacer una asignación similar:

**AGENCIAS 1.0** – Las empresas se fundaban y funcionaban en una oficina con personal que esperaba por los clientes. Algunas agencias tenían la opción de vender pasajes internacionales al ser incorporados a IATA. Generalmente se pedía una garantía monetaria para crear una agencia de viajes.

**AGENCIAS 2.0** – Son las empresas que empiezan a buscar su mercado en el exterior, participando en grandes ferias mundiales donde se conectan con otros Tour Operadores. En el mundo desarrollado se hablaba de “salir a buscar el cliente”. Las oficinas siguen siendo importantes para recibir a los clientes y hacer los contratos.



En el Perú se tergiversó esta frase y entonces los dueños de las agencias contrataron personal para promocionar en plazas y calles sus servicios de tours y poder así llevarlos a las oficinas para hacer los contratos. El personal tenía inicialmente un sueldo, pero pronto estos se dieron cuenta que ganarían más convirtiéndose en socios o clientes de las agencias ganando ya no un sueldo sino una comisión por cada venta. Es lo que llamamos “jaladores” y que sin temor a equivocarme ya no solo están presentes en Huaraz, Cajamarca o Cusco sino hasta en Lima y en todo el Perú.

**AGENCIAS 3.0** – La gran herramienta de estas agencias es el uso de la tecnología del internet a través de diferentes plataformas. Las páginas web, el Facebook y tripadvisor son sus principales socios. Los clientes casi nunca conocen la oficina pues hasta los contratos se hacen de manera virtual, prueba de ello es el éxito de despegar.com o viator.com



viator.com  
Travel with an insider

## EL TURISTA Y SUS VERSIONES

El 2015, Elogia, una agencia española especializada en marketing digital hizo un estudio en México sobre el perfil del turista actual. Cuando el internet tiene una influencia marcada en cualquier industria se producen dos cambios o revoluciones:

**1.- Revolución Adaptativa**, fue la etapa cuando se usaba el internet para hacer las reservas de hoteles y otros servicios.

**2.- Revolución Disruptiva**, esta nos permite hacer compras online desde nuestro celular. Por ejemplo comprar pasajes aéreos, de trenes o comprar boletos para visitas arqueológicas, el mejor ejemplo es a Machu Picchu.

### TIPOS DE TURISTAS

**Turista 1.0. El tradicional:** en el pasado, para hacer la reserva de un vuelo se acudía a una agencia de viajes o a las terminales aéreas, para comer se pedía consejo a los lugareños, y se usaba cámaras para recordar su viaje.



**Turista 2.0. El social:** empezó a hacer reservas de vuelos y hoteles mediante Internet, descubrió que podía compartir las fotos de sus viajes por herramientas de mensajería en línea, y se apoyaba en páginas de Internet y blogs para planificar sus viajes. Un primer paso dentro del turismo online.



**Turista 3.0. El colaborativo:** el verdadero fan del turismo online se centra en una cultura de interacción, la mayor parte de sus decisiones las toma y ejecuta a través de aplicaciones basadas en los contenidos de otros usuarios. Así, para llegar a un lugar usa Waze, reserva su estancia en AirBnB, planea su viaje gracias a Tripadvisor, y, finalmente, comparte su experiencia a través de redes sociales al instante. Navega generalmente a través de smartphones y tablets.

Ya hay países como España donde las reservas de viajes se hicieron en más del 80% a través de una computadora.

Existen empresas que están usando el sistema “**Social Seating**”, es decir permitir que los pasajeros viajen de acuerdo a sus perfiles del Facebook u otras redes sociales. Esto lo está realizando KLM con “**Meet and Seat**” un sistema que permite elegir a los compañeros de viaje de acuerdo a esos perfiles: actividad profesional, gustos e intereses. Claro autorizando previamente participar en este programa.

**TURISTA 3.0**

Las mayor parte de las decisiones están basadas en el uso de **apps colaborativas**

**¿Cómo planeas el viaje?**  
Tripadvisor.com  
Vayable.com

**¿Cómo llegas a un lugar?**  
A través de las aplicaciones de :  
Waze  
Foursquare  
Google maps

**¿Cómo buscas el mejor lugar para comer?**  
Foursquare  
Cookening

**16.54%**  
De los turistas en México son **Turistas 3.0**

**¿Cómo encuentras hotel?**  
A través de:  
Trivago.com  
Hoteles.com  
Bestday.com  
Tripadvisor.com  
Airbnb.com

**¿Cómo compras boletos?**  
A través de:  
Despegar.com  
Bestday.com  
Páginas de aerolíneas,  
autobuses, trenes y barcos.

**¿Cómo tomas fotos/video y los compartes?**  
Con Smartphone y cámaras digitales  
A través de Facebook  
Twitter  
Instagram  
Pinterest  
Flickr  
Whats app

The infographic features a central globe with a hand holding a smartphone in front of it. Surrounding the globe are various travel-related icons: a hot air balloon, a suitcase, a camera, a passport, and a plane. Social media and travel app icons are also scattered around, including TripAdvisor, Waze, Foursquare, Google Maps, Twitter, Instagram, Pinterest, WhatsApp, and Airbnb. The background is a vibrant yellow and green gradient.

## EL GUÍA DE TURISMO Y SU DESARROLLO EN EL TIEMPO

Al igual que todos los servicios turísticos el del guía también ha ido adaptándose a los nuevos cambios globales. Podemos entonces señalar sus características de manera resumida y luego nos enfocaremos principalmente en el Guía 3.0

**EL GUÍA 1.0** – Aunque hubo un tiempo en Perú en que para ser guía no se estudiaba para efectos de la presente exposición nos referiremos esencialmente al guía profesional.

En Trujillo los primeros guías fueron egresados de la Universidad Nacional de Trujillo y salieron a partir del año 1981. El Guía 1.0 es el pionero, de una época en que no existían los celulares ni el internet. Son los guías que establecieron su centro de operaciones o trabajo en los lugares emblemáticos y turísticos como Chan Chan o Machu Picchu. Este guía es el de planta, el que espera la llegada de los visitantes para hacer el recorrido del sitio o empezar una visita más extensa.



**EL GUÍA 2.0** – La llegada del servicio de celulares al Perú significó un gran avance en la historia de los guías. Esto permitió la comunicación en tiempo real y una conexión directa con los turistas. El celular revolucionó y aceleró las transacciones turísticas.

Los guías que laboraban en Chan Chan a partir del año 1996 empezaron a utilizar la telefonía móvil lo cual significó un gran avance para sus labores profesionales pues hasta la actualidad el lugar no cuenta con servicios de electricidad y muchos menos con teléfono fijo. Los turistas que requerían de un guía tenían que tomar un taxi para ir en busca de un guía para sus recorridos turísticos.

**EL GUÍA 3.0** – Está gran revolución empezó con el uso del internet y se ha ido desarrollando con cada avance. Las redes sociales, las plataformas de opiniones y la globalización del idioma inglés.



*En la foto, la actual Junta Directiva de AGOTUR LIB (Asociación de Guías Oficiales de Turismo de La Libertad)*

En las siguientes líneas nos enfocaremos en analizar cuáles son las características resaltantes del Guía de Turismo 3.0

## EL GUÍA DE TURISMO 3.0

Es el guía que está dedicado laboralmente en un 100% a su profesión y que además utiliza todas las herramientas tecnológicas para adaptarse a los nuevos cambios y necesidades de los turistas actuales. Por eso era importante conocer cuáles eran esas nuevas expectativas del turista 3.0

No es un secreto decir que el turista 3.0 reserva ya sus hoteles y vuelos vía internet y que cada vez son menos los que compran a través de una agencia de viajes un paquete todo incluido. Muchos turistas ya están buscando sus guías de turismo utilizando la web, se contactan con ellos antes de decidir la ruta final a seguir. Por ello, resulta primordial que los guías de turismo empiecen desde ahora a utilizar medios y herramientas eficientes para poder llegar al turista 3.0

Los 3 Requisitos:

### **1.- SER VISIBLE EN INTERNET**

Te has buscado en Google y no te encuentras, entonces es momento de empezar. Tenemos que ser visibles.

a) Usa las Redes sociales pero con una cuenta profesional, no personal. Puede ser en Facebook, Twitter o Instagram ofreciendo un contenido acorde con nuestra oferta turística que queremos vender.

Utilizar un perfil personal interactivo, no sólo con información de nuestros estudios profesionales sino también nuestras cualidades personales. ¿Por qué un turista debe contratar nuestro servicio de guía? Tenemos que ofrecer un valor agregado y aprovechar las ventajas competitivas.



b) Las web de las Asociaciones de Guías de Turismo tienen que ser un medio para fomentar la promoción y sana competencia de sus socios, indicando sus perfiles profesionales donde se resalten las cualidades de cada guía así como su participación en actividades y talleres especializados dirigidos a mejorar su calidad de servicio.

Buscar... 

AGOTUR **DIRECTORIO DE GUÍAS** AGENDA EVENTOS  ATRACTIVOS TURÍSTICOS GALERÍA NORMAS CONTACTO

Regresar a **DIRECTORIO DE GUÍAS**

**VISITAS EN LIMA**

**VISITAS FUERA DE LIMA**





**BASTOS PALOMINO, CECIL RUBEN**

CELULAR : 997-533-573

CORREO : [cecilbastos@yahoo.com](mailto:cecilbastos@yahoo.com)

[cecilbastos.cb@gmail.com](mailto:cecilbastos.cb@gmail.com)

Mi nombre es Cecil R. Bastos guía oficial de turismo acreditado. Trabajo en el segmento más de 18 años, desempeñándome como Transfer, Tour escort, Guía de Turismo.

En mi labor diaria interactúo con personas de todo el planeta los cuales vienen a conocer un país increíble, el Perú es geográficamente diverso, Multétnico y milenario, mi trabajo es darles una información actualizada, amena y fácil de entender.

El Turista del siglo 21 tiene en el internet mucha información, el guía debe crear un espacio donde él y el visitante puedan compartir la circunstancia de vida de cada hecho histórico.

Bienvenidos al Perú

[Dejar un mensaje](#)

ESPAÑOL

INGLES

c) Los guías tenemos la capacidad de interpretar y explicar nuestra riqueza turística y no nos será muy difícil escribir lo que ofrecemos en nuestra actividad diaria como guías. Creemos nuestro Blog utilizando [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com) no necesitamos saber códigos o lenguaje html pues a través de este portal tenemos la posibilidad de elegir entre varias maquetas web ya pre-diseñadas y adaptables a Smartphone y tablets.



Si nos decidimos por una web más personalizada con un nombre o marca elegido hay que registrar nuestro dominio. Para ello podemos utilizar la plataforma [www.whois.is](http://www.whois.is) donde verificamos si el nombre elegido está disponible o ya se encuentra registrado. La primera opción es optar por un dominio **.com** Vamos a suponer que hemos decidido registrar el nombre: **guiaperu.com** al buscarlo en el portal veremos que no está disponible, alguien lo registró antes. Entonces tenemos la segunda opción **guiaperu.net** que si está disponible. Lo ideal al registrar un dominio es tomar las dos opciones (.com y .net) así evitaremos que otra persona o empresa tenga un nombre parecido al nuestro.



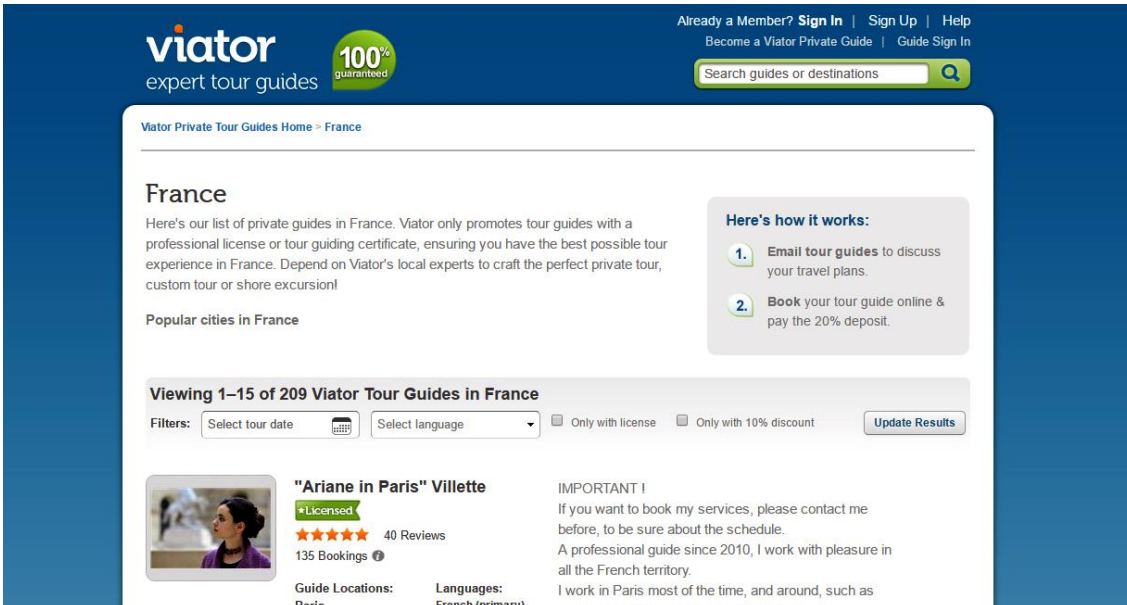
Suponiendo que ambas alternativas (.com y .net) están ya registradas nos queda una posibilidad más, los dominios .pe que son administrados por la Sociedad Científica Peruana. Para verificar un dominio .pe entramos a [www.punto.pe](http://www.punto.pe) si bien el costo es de 120.00 soles muy superior a los dominios .com que cuestan en promedio 35.00 soles la ventaja es que contaremos con un nombre identificado con Perú.

Ejemplos de dominios .pe con éxito son: [www.rpp.pe](http://www.rpp.pe) , [www.elcomercio.pe](http://www.elcomercio.pe) ambas empresas no tuvieron otra alternativa pues los dominios .com ya estaban registrados por otras empresas.

Lo recomendable al registrar un dominio es contratar también nuestro Hosting donde hospedaremos nuestra página web. Existen muchas empresas que brindan ese servicio pero la más grande y recomendada es la empresa americana [www.godaddy.com](http://www.godaddy.com)

Para los que empezamos y no conocemos mucho sobre hosting, podemos elegir a una empresa peruana donde podremos recibir orientación antes de contratar los servicios o registrar nuestro dominio: [www.wperu.com](http://www.wperu.com)

d) Si nuestra meta es tener un alcance global y ser contratados por personas de cualquier parte del mundo sin tener una página web la mejor opción es inscribirnos en Viator.com en la sección de Private Tour Guides, para ello entramos a: [www.tourguides.viator.com](http://www.tourguides.viator.com)



The screenshot shows the Viator website interface for finding private tour guides in France. At the top, there's a navigation bar with the Viator logo, a '100% guaranteed' badge, and links for 'Sign In', 'Sign Up', and 'Help'. A search bar is present with the text 'Search guides or destinations'. Below the navigation, the page title is 'Viator Private Tour Guides Home - France'. The main content area is titled 'France' and includes a brief description of the service. A 'Here's how it works' section lists two steps: 1. Email tour guides to discuss your travel plans, and 2. Book your tour guide online & pay the 20% deposit. Below this, there's a filter section for 'Viewing 1-15 of 209 Viator Tour Guides in France' with options for 'Select tour date', 'Select language', 'Only with license', and 'Only with 10% discount'. A 'Update Results' button is also visible. The first guide listed is 'Ariane in Paris' Villette, who is licensed, has 40 reviews, and 135 bookings. Her profile includes a photo, a 'Licensed' badge, and a bio: 'IMPORTANT! If you want to book my services, please contact me before, to be sure about the schedule. A professional guide since 2010, I work with pleasure in all the French territory. I work in Paris most of the time, and around, such as Normandy, the Loire valley, or Burgundy.'

## 2.- SER UN ESPECIALISTA

El nuevo Reglamento de Guiado Especializado propuesto por el MINCETUR -sin considerar la inclusión de Orientador Turístico- tiene una visión de futuro porque nos abre ese gran desafío de seguir estudiando, de seguir explotando nuestras capacidades al máximo.

Decía el poeta griego Arquíloco: **“El zorro sabe muchas cosas, pero el erizo sabe una gran cosa”**. Necesitamos ser maestros y duchos en un tema en particular, ello nos ayudará abrimos mercados en el mundo virtual y globalizado.

Ser experto o especialista en una actividad conexas al guiado, con creatividad, ganarse la atención por la forma diferente de hacer las cosas es de hecho una ventaja competitiva. Si además tenemos un estilo personal, mostrando ciertos atributos peculiares: amable, divertido, energético, extrovertido o introvertido significa que estamos en el camino correcto.

### **3.- SER UN CREATIVO INTELIGENTE**

Eso significa dejar un recuerdo imborrable, sorprender, emocionar porque no hay una segunda ocasión para causar una primera impresión.

El término de “creativo inteligente” ha sido acuñado por Google y está referido a las personas que utilizan el valor de la innovación como punto de partida.

Hay que tener una visión empresarial poniendo énfasis que el mejor negocio somos nosotros mismos.

El guía que es además un creativo inteligente se expresa con encanto e incluso carisma ya sea en intercambios personales o ante un grupo.

Un buen ejemplo de un creativo inteligente fue precisamente Steve Jobs.



## LOS CINCO SECRETOS DEL GUÍA 3.0 PARA TRIUNFAR

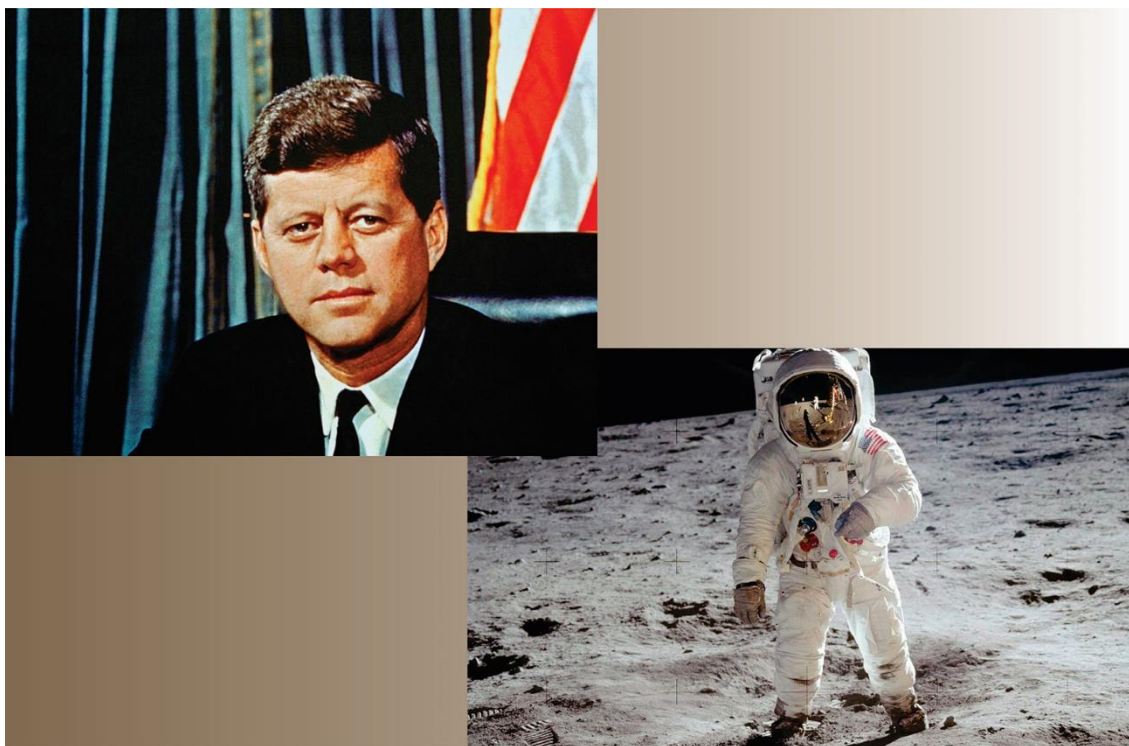
### 1.- LA PASIÓN

Es lo que verdaderamente nos gusta hacer. La pasión es producto de la vocación y nace en el corazón.

Cuando desarrollamos nuestro trabajo por vocación la pasión se nota en nuestras palabras. Cuando estamos enamorados el tiempo pasa volando. Cuando no existe vocación o pasión en lo que hacemos terminamos haciendo visitas sosas e incompletas. Tratamos de hacer nuestro tour en menos tiempo dejando de visitar los sectores que consideramos que no son muy trascendentes. Al final si el turista regresa por una segunda vez y su guía es apasionado descubrirá que su primer guía no le hizo el recorrido completo y esto a mediano o largo plazo afecta la imagen de todos los guías.

Cuando John F. Kennedy asumió la presidencia de los Estados Unidos en 1961 en una de sus primeras reuniones en el congreso declaró: ***“Primero, creo que esta nación debe asumir como meta el lograr que un hombre vaya a la Luna y regrese a salvo a la Tierra antes del fin de esta década. Ningún otro proyecto individual será tan impresionante para la humanidad ni más importante que los viajes de largo alcance al espacio; y ninguno será tan difícil y costoso de conseguir”***

Fue Kennedy quien creó el Programa Apolo que permitió llevar al primer hombre a la luna en 1969.



### 2.- EL VIAJAR

Los grandes acontecimientos en el mundo están asociados con los viajes: Marco Polo en sus viajes llegó hasta Mongolia y China conociendo al emperador Kublai Kan, Cristóbal Colon buscando una ruta a la India descubrió un nuevo mundo y luego Francisco Pizarro surcando los mares llegó al Imperio de los Incas.

Los antiguos peruanos además asociaron a los viajes con los dioses, ellos enviaron a Manco Capac y Mama Ocllo a fundar el Cusco y en el norte del Perú los Lambayeques en sus leyendas hablaban de Naylamp y los Chimú de Tacaynamo dos míticos fundadores que llegaron por el mar desde la parte suprema.



Los guías estamos impregnados de recuerdos de viajes y conocemos cada día a viajeros de todas partes del mundo. El viajar nos ayuda a conocer otras realidades y ver las diferencias y similitudes con nuestro entorno. El viajar nos inspira a imitar lo bueno y perfeccionarlo.

Un guía necesita invertir en conocer nuevos horizontes. Recorrer el Perú nos hace descubrir la riqueza no sólo de los sitios históricos, culturales o paisajísticos sino también el alma de nuestro país: su gente, costumbres y tradiciones.

### 3.- EL IDIOMA

La Ley del Guía establece la obligatoriedad de hablar un idioma extranjero. Sin embargo, muchos guías no cumplen con ello. Muchos aducen que la ley no se ajusta a la realidad pues la mayor parte de turistas hablan español. Esa idea parte del concepto de mirar hacia atrás:

**Presente – Pasado:** “desde hace años hay más turistas que hablan español entonces no es necesario que el guía hable otro idioma”. Este es un concepto retrogrado que nos mantiene en nuestro sitio de confort pero que no nos ayuda a mejorar. Dejar hacer, dejar pasar.

A la misma velocidad que crece el número de visitantes extranjeros en nuestro país, crece la necesidad de hablar un idioma extranjero. Sin embargo, muchos guías consignan en su carné idiomas que al final no hablan.

Den Xiao Ping, presidente chino decía: “No es importante que el gato diga miau sino que case ratones”.

El Guía actual tiene en el idioma extranjero una herramienta imprescindible que le abre las puertas al mundo globalizado.



#### 4.- LA IDENTIDAD

En el Perú tenemos la suerte de que casi cada ciudad tiene algo peculiar que lo diferencia de las demás. Los guías somos los embajadores de nuestra ciudad y nuestro país. La riqueza ancestral la llevamos en las venas.

Una vez un turista de un crucero emocionado y con su filmadora en modo de grabación me dijo: ¿Podría usted por favor enviar un saludo en quechua a mi esposo que es profesor de idiomas? Con gran pena tuve que decirle que no hablaba quechua.



Los guías tenemos esa gran oportunidad de mostrar la riqueza de nuestro país, no necesariamente hablando el quechua y vistiéndonos como en épocas pre hispánicas

pero si promocionando nuestros símbolos emblemáticos. Resulta paradójico que hablemos sobre cultura e historia, de símbolos y de arte y al final usemos una gorra con el logo de Nike o del equipo de futbol Barcelona y muchas veces de manera instintiva vestimos camisetas con diseños o figuras de Nueva York o Disney World.

Sería importante que Prom Perú reconozca a todos los guías oficiales de turismo como Embajadores de la Marca Perú, invirtiendo dinero para que todos los guías portemos en nuestra vestimenta un símbolo de la Marca Perú donde además se indique que somos Guías Oficiales de Turismo. La Asociación de Guías Oficiales de Turismo de Arequipa representado por su presidente Jorge Meza ya hizo este pedido al Vice - Ministro de Turismo durante la ceremonia de clausura del XX Congreso Nacional de Guías de Turismo del Perú, Trujillo - Huamachuco 2017.

## 5.- LA REPUTACIÓN

El talento más valorado en el siglo XXI es el que tiene que ver con el conocimiento, la experiencia y la capacidad de colaborar con los demás.

La reputación buena o mala es la opinión que tiene la gente sobre nosotros. Si tenemos una buena reputación nuestros clientes seguirán haciendo negocios con nosotros.

En el mundo actual las personas que no se **adaptan a los cambios** o se duermen en sus laureles simplemente perderán sus clientes. Es lo que les ocurrió a Kodak, Blackberry y Nokia que no supieron adecuarse a los nuevos tiempos.



Es importante señalar que los guías del Perú de acuerdo a las estadísticas del grado de satisfacción de los turistas que visitan nuestro país son los mejor valorados, con un desempeño que supera a todos los otros servicios turísticos (hospedaje, transporte, comida). En el año 2014 la revista británica Wanderlust premió al guía cusqueño Efraín Valles como el Mejor Guía del Mundo. Posteriormente Prom Peru lo reconoció como uno de los Embajadores de la Marca Perú.

<https://peru.info/es-pe/marca-peru/embajadores/efrain-valles>

Para alcanzar la excelencia necesitamos prepararnos cada día, tener nuestra mente abierta para aprender nuevas cosas y así alcanzar nuestras metas. Como decía Albert Einstein: ***“La mente es como un paracaídas...sólo funciona si la tenemos abierta”***.

