



Esta obra está bajo una [Licencia  
Creative Commons Atribución-  
NoComercial-Compartirigual 2.5 Perú.](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/)

Vea una copia de esta licencia en  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN-TARAPOTO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO – SEDE LAMAS**



**Liderazgo en el Guía Profesional de Turismo**

**Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de  
Licenciado en Administración en Turismo**

**AUTOR:**

**Dan Eber Torres Rucoba**

**ASESOR:**

**Lic. Mtro. Erika Patricia Chang Alva**

**Tarapoto – Perú**

**2019**

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN-TARAPOTO

## FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

### ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO – SEDE LAMAS



### Liderazgo en el Guía Profesional de Turismo

**AUTOR:**

**Dan Eber Torres Rucoba**

**Sustentado y aprobado el día 29 de octubre del 2019, ante el honorable jurado:**



.....  
CPCC. M. Sc. **Víctor Andrés Pretell Paredes**  
**Presidente**



.....  
**Lic. Mg. Very Rengifo Hidalgo**  
**Secretaria**



.....  
**Econ. Olga Adriana Arévalo Cueva**  
**Vocal**



.....  
**Lic. Mtro. Erika Patricia Chang Alva**  
**Asesor**

## Declaración de autenticidad

**Dan Eber Torres Rucoba**, con DNI N° 41998155, egresado de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración en Turismo, autor del Trabajo de Suficiencia Profesional titulado: **Liderazgo en el Guía Profesional de Turismo**.

Declaro bajo juramento que:

1. El Trabajo de Suficiencia Profesional presentado es de mi autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda la información que contiene el Informe Monográfico no ha sido auto plagiada;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumo bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de mi accionar, sometiéndome a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto.

Tarapoto, 29 de octubre del 2019.



.....  
**Bach. Dan Eber Torres Rucoba**

DNI N° 41998155

**Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis.**

**1. Datos del autor:**

Apellidos y nombres:	TORRES RUCOSAN DAN EBER		
Código de alumno :	018234	Teléfono:	982961171
Correo electrónico :	dtorresru@hotmail.com	DNI:	411996155

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

**2. Datos Académicos**

Facultad de:	CIENCIAS ECONOMICAS
Escuela Profesional de:	TURISMO

**3. Tipo de trabajo de investigación**

Tesis	( )	Trabajo de investigación	( )
Trabajo de suficiencia profesional	(x)		

**4. Datos del Trabajo de investigación**

Título:	LIDERAZGO EN EL GUIA PROFESIONAL DE TURISMO
Año de publicación:	2019

**5. Tipo de Acceso al documento**

Acceso público *	(x)	Embargo	( )
Acceso restringido **	( )		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

--

**6. Originalidad del archivo digital.**

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

## 7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".



Firma del Autor

## 8. Para ser llenado en la Oficina de Repositorio Digital de Ciencia y Tecnología de Acceso Abierto de la UNSM – T.

Fecha de recepción del documento:

15, 11, 2019



Firma del Responsable de Repositorio Digital de Ciencia y Tecnología de Acceso Abierto de la UNSM – T.

\* **Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

\*\* **Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

## **Dedicatoria**

### **A mi familia.**

Quienes han sido parte fundamental para realizar esta monografía, ellas son quienes me dieron grandes enseñanzas y los principales protagonistas de este “sueño alcanzado”.

### **A mis padres.**

Por acompañarme y estar conmigo, permanentemente en todos mis proyectos de vida.

**Dan Eber.**

## **Agradecimiento**

A Dios por permitirme tener y disfrutar a mi familia, gracias a mi familia, mi hija y esposa, por apoyarme en cada decisión y proyecto, gracias a la vida porque cada día me demuestra lo hermosa que es y lo justa que puede llegar a ser.

A mi familia por permitirme cumplir con excelencia en el desarrollo de esta monografía.

A Dios por permitirme vivir y disfrutar de cada día.

**El autor.**



## Índice

Dedicatoria.....	vi
Agradecimiento.....	vii
Índice .....	viii
Resumen .....	x
Abstract.....	xi
Introducción.....	1
I. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL INFORME MONOGRÁFICO.....	4
II. OBJETIVOS DEL INFORME MONOGRÁFICO.....	5
II. DESARROLLO TEMÁTICO.....	6
CAPÍTULO I: LIDERAZGO .....	6
1.1. Definiciones sobre liderazgo .....	6
1.2. Teorías sobre el liderazgo.....	6
1.3. Importancia del liderazgo.....	7
1.4. Estilos del liderazgo. ....	8
1.5. Habilidades del líder.....	9
1.6. Liderazgo y calidad. ....	10
CAPÍTULO II: EL GUÍA DE TURISMO.....	14
2.1. Antecedentes del guiado turístico.....	14
2.2. Concepto de guía de turismo .....	14
2.3. Funciones del guía de turismo.....	15
2.4. Clasificación del guía profesional de turismo .....	16
2.5. Tipos de conocimientos que requiere un guía profesional de turismo .....	17
2.6. Manejo de la información del guía profesional de turismo.....	19
2.7. La ética profesional del Guía Profesional de Turismo .....	21
2.8. Actividades en la que debe complementar la formación del Guía de Turismo.....	22
2.9. Principios de atención al turista.....	23
CAPÍTULO II: CALIDAD DE SERVICIO EN EL GUIADO PROFESIONAL DE TURISMO .....	25
3.1. Definición.....	25



## Resumen

Hablar de Turismo en el Perú es ubicarlo como la tercera industria más grande del país, seguido de la pesca y la minería. Los tipos de turismo que se pueden realizar son muy diversos como los monumentos arqueológicos, pues cuenta con más de cien mil sitios de interés, el ecoturismo en la Amazonía peruana, el turismo cultural en las ciudades coloniales, turismo gastronómico, turismo de aventura y turismo de playa. Con el ingreso de turistas a los diferentes circuitos que se ofertan en el Perú, se activan una serie de servicios que requieren necesariamente: transporte, hotelería, restaurantes, agencias de turismo, etc. Y paralelo a ello el brindar un servicio de calidad, tanto en los productos que se ofrecen como el del personal profesional que lo acompaña. San Martín como región ubicada en la Selva Peruana, no es ajena a este desarrollo y crecimiento, pues cuenta con un patrimonio turístico muy rico en naturaleza y cultura. El desarrollo de esta actividad social, cultural y económico, promueve diversas inversiones turísticas a nivel de infraestructura, edificaciones, lo cual conlleva al crecimiento y desarrollo en el país anfitrión. Ello impulsa y compromete la mejora de los sistemas de transporte, aumento de divisas, disminuye el desempleo, orienta hacia la calidad del servicio y mejora la calidad de vida de la población. El objetivo del presente es Determinar la importancia del liderazgo en el Guía Profesional de Turismo con la finalidad de garantizar la calidad del servicio en la región San Martín – 2019.

**Palabras Clave:** Liderazgo, Guía Profesional, Turismo.

## Abstract

To talk about tourism in Peru is to place it as the third largest industry in the country, followed by fishing and mining. The types of tourism that can be done are very diverse such as archaeological monuments, as it has more than one hundred thousand sites of interest, ecotourism in the Peruvian Amazon, cultural tourism in colonial cities, gastronomic tourism, adventure tourism and tourism from the beach. With the entry of tourists to the different circuits that are offered in Peru, a series of services are activated that necessarily require: transportation, hotel, restaurants, tourism agencies, etc. And parallel to this, providing a quality service, both in the products offered and the professional staff that accompanies it. San Martín, as a region located in the Peruvian jungle, is no stranger to this development and growth, as it has a tourist heritage that is very rich in nature and culture. The development of this social, cultural and economic activity, promotes various tourism investments at the level of infrastructure, buildings, which leads to growth and development in the host country. This encourages and compromises the improvement of transport systems, currency growth, unemployment decreases, guides service quality and improves the quality of life of the population. The objective of the present is to determine the importance of leadership in the Professional Tourism Guide in order to guarantee the quality of service in the San Martín region - 2019.

**Keywords:** Leadership, Professional Guide, Tourism.



## **Introducción**

El turismo siendo un fenómeno social, cultural y económico que consiste en el desplazamiento de personas a lugares diferentes al de su residencia motivados por el disfrute, recreación, placer o de negocios/profesionales, genera para los turistas una dinámica económica en el lugar destino. (OMT, 2007)

El desarrollo de esta actividad social, cultural y económico, promueve diversas inversiones turísticas a nivel de infraestructura, edificaciones, lo cual conlleva al crecimiento y desarrollo en el país anfitrión. Ello impulsa y compromete la mejora de los sistemas de transporte, aumento de divisas, disminuye el desempleo, orienta hacia la calidad del servicio y mejora la calidad de vida de la población.

La Organización Mundial de Turismo realizó una estimación al año 2020 se producirían 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales anuales (turistas que viajan de un país a otro país). Sin embargo, esta cifra ya se ha alcanzado en 2018, gracias al crecimiento económico más sólido, los viajes aéreos más asequibles, los cambios tecnológicos, los nuevos modelos de negocios y la mayor facilitación de visados.

Hablar de Turismo en el Perú es ubicarlo como la tercera industria más grande del país, seguido de la pesca y la minería. Los tipos de turismo que se pueden realizar son muy diversos como los monumentos arqueológicos, pues cuenta con más de cien mil sitios de interés, el ecoturismo en la Amazonía peruana, el turismo cultural en las ciudades coloniales, turismo gastronómico, turismo de aventura y turismo de playa. Con el ingreso de turistas a los diferentes circuitos que se ofertan en el Perú, se activan una serie de servicios que requieren necesariamente: transporte, hotelería, restaurantes, agencias de turismo, etc. Y paralelo a ello el brindar un servicio de calidad, tanto en los productos que se ofrecen como el del personal profesional que lo acompaña.

San Martín como región ubicada en la Selva Peruana, no es ajena a este desarrollo y crecimiento, pues cuenta con un patrimonio turístico muy rico en naturaleza y cultura. Así se demuestra que: La Catarata Ahuashiyacu, Laguna Sauce, Ciudad de Lamas, Baños Termales de San Mateo y Cuevas de Palestina son los atractivos con mayor crecimiento en los últimos años, ya que en el 2017 han triplicado el número de visitantes en relación al

2012. No obstante, la mayoría de atractivos manifiesta un descenso en el 2017 respecto al 2016. (DIRCETUR SAN MARTÍN, 2019)

Cómo se evidencia, el desarrollo del turismo en San Martín muestra una tendencia muy marcada de crecimiento, lo que fomenta la inversión tanto pública como privada. Es así, que, gracias a esa gran biodiversidad, las agencias de turismo y tour operadoras se han ido cimentando sólidamente en la región. Esto conlleva a la competitividad en el sector basado en la calidad del servicio que cada una ofrece al turista a través de los paquetes y circuitos turísticos con valores agregados en innovación y creatividad no sólo en las propuestas de los recorridos y servicio, sino también al poner a disposición el personal profesional altamente calificado para ejecutar dichos productos.

Es así, que el guía profesional de turismo, representa el eje principal de la garantía de calidad del servicio ofrecido. Por lo que se entiende, que quien ocupe estos puestos dentro de la empresa, deberá alcanzar los perfiles y expectativas de la demanda, dominando más que información, la correcta conducción de los turistas bajo su dirección. Lo cual parece una labor muy simple, que, llevada a la práctica o al campo, puede representar un verdadero reto en la consecución de satisfacer las elevadas expectativas con la que viene la demanda.

El liderazgo es la clave para que una empresa, departamento o proyecto de cualquier ámbito funcione. Sin embargo, encontrar a personas que desarrollen su liderazgo de forma acertada en un equipo no es una tarea fácil y mucho más tratándose del turismo que requiere una alta preparación y entrenamiento.

La importancia del liderazgo es más que evidente ya que el líder es el responsable de la consecución de los objetivos de una manera mucho más efectiva y rápida, teniendo en cuenta que el liderazgo no es plano, y dependiendo del contexto en donde se desarrolle puede determinar la clase de transformación social de la que es capaz. Tiene, por tanto, una función dentro de la organización, comunidad o sociedad que destaca por su relevancia e influencia. Es así como las organizaciones dependen para crecer y perdurar del liderazgo, he allí donde recae su gran importancia.

El presente trabajo monográfico está dividido en cuatro capítulos:

- **CAPÍTULO I: LIDERAZGO**
- **CAPÍTULO II: EL GUÍA PROFESIONAL DE TURISMO**

- CAPÍTULO III: CALIDAD DE SERVICIO.
- CAPÍTULO IV: PERFIL DEL GUÍA PROFESIONAL DE TURISMO EN LA REGIÓN SAN MARTÍN.

*“Un líder será capaz de establecer una buena comunicación y mejorar la capacidad de integración de los miembros, todo con el fin de lograr un objetivo en común”*

## **I. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL INFORME MONOGRÁFICO**

El presente informe monográfico se justifica en la necesidad de valorar la trascendencia que tiene el guía profesional en turismo sobre la satisfacción de las expectativas de los turistas que visitan la región San Martín; considerando la necesidad de desarrollar ventajas competitivas en lo que respecta a la labor del mismo.

En ese sentido, se debe comprender que además de las capacidades, competencias y habilidades, es una exigencia el desarrollar el liderazgo dentro del ejercicio del guiado profesional en turismo, con la finalidad de poder cumplir con las expectativas de los turistas, quienes por más emocionados y motivados que se encuentren en cada visita programada en los circuitos turísticos, puedan prestar la debida atención al guía profesional, no sólo en cuanto a la información sobre los atractivos turísticos visitados, sino también en las indicaciones que éste alcance, a fin de salvaguardar la integridad de cada uno de los visitantes y poder contar así con toda la atención correspondiente; ya que al finalizar el servicio será evaluado según la atención brindada.

El mercado turístico, al igual que muchos, se ha vuelto bastante competitivos, reduciendo así las brechas de innovación y creatividad. Por lo que garantizar la calidad de servicio diferenciada, es un reto que cada emprendedor se establece para poder captar y fidelizar su demanda. Con la recopilación de información incluida en este trabajo, se pretende mostrar y establecer la importancia y relación que tiene el liderazgo con el guiado profesional de turismo en la región San Martín, para que futuros profesionales o profesionales en actividad puedan acceder al presente material e complementar su conocimiento y formación con el ánimo de desarrollar en el trabajo que realizan valores agregados que incrementen su valía en el ámbito profesional. Además, se propone un perfil del guía profesional en la región San Martín, el cual se ajusta a la realidad geográfica y socio cultural.



## II. OBJETIVOS DEL INFORME MONOGRÁFICO

### ➤ **Objetivo general**

- Determinar la importancia del liderazgo en el Guía Profesional de Turismo con la finalidad de garantizar la calidad del servicio en la región San Martín – 2019.

### ➤ **Objetivos específicos.**

- Conocer los principales aspectos sobre el liderazgo.
- Identificar el rol, funciones, código de ética y el perfil del guía profesional de turismo.
- Establecer los estándares de nivel de calidad del servicio en el desarrollo del guiado profesional de turismo.
- Elaborar un perfil del guía profesional de turismo en la región San Martín.

### III. DESARROLLO TEMÁTICO

#### CAPÍTULO I LIDERAZGO

##### 1.1. Definiciones sobre liderazgo

Haciendo una exhaustiva revisión bibliográfica, se pueden encontrar un sinnúmero de definiciones que tratan sobre el liderazgo. A continuación, se citará algunas.

(Wendell L. French. Cecil H. Bell., 1995), afirman que: “El liderazgo es un proceso altamente interactivo y compartido, en éste los miembros de todos los equipos desarrollan habilidades en un mismo proceso; implica establecer una dirección, visión y estrategias para llegar a una meta, alineando a las personas y al mismo tiempo motivándolas”

(Koontz, H. y Weihrich, H., 2013), exponen que: “el liderazgo se define como influencia, es decir, el arte o proceso de influir sobre las personas de tal modo que se esfuercen de manera voluntaria y entusiasta por alcanzar las metas de sus grupos”.

“El liderazgo es el ejercicio de las cualidades de líder, que conlleva un comportamiento determinado para influir en la conducta de otras personas, o bien a cambiarla para alcanzar los objetivos de la organización” (Human and Partners , 2013)

(Builes Maya, Juan Fernando, 2016) El liderazgo es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser o actuar de las personas o en un grupo de trabajo determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo hacia el logro de sus metas y objetivos.<sup>1</sup> También se entiende como la capacidad de delegar, tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar un proyecto, de forma eficaz y eficiente, sea éste personal, gerencial o institucional (dentro del proceso administrativo de la organización).

##### 1.2. Teorías sobre el liderazgo

- a) **Enfoque personalista (principios de los años 20 del siglo XX):** (Gómez-Rada, 2002), igual que (Sánchez, 2010), afirman que las explicaciones más antiguas sobre el liderazgo estaban relacionadas con las características personales de aquellos o aquellas que poseían la cualidad del liderazgo. En este sentido, van apareciendo hipótesis sobre

los rasgos específicos en la personalidad del o la líder, partiendo de la suposición de que el líder tiene una gran capacidad de influencia porque posee un conjunto de cualidades innatas, superiores a las del resto de los individuos. Explica que a principios del siglo XX se creía que los y las líderes presentaban rasgos distintivos, por eso en los siguientes 40 años se llevó a cabo una búsqueda de la mejor combinación de rasgos.

- b) **Teorías situacionales o funcionalistas: Gómez-Rada (2002) y Sánchez (2010)** exponen que se van abandonando las teorías con enfoque personalista y, surge una nueva explicación del liderazgo, esta vez centrada en la conducta del o la líder (lo que hace), más que en su personalidad. Esta concepción del liderazgo considera las situaciones en las que se encuentran los grupos: su estructura, el tipo de tarea que realizan, sus objetivos, sus metas, sus necesidades... y la adaptación de las funciones del líder para acercar el grupo a sus objetivos.
- c) **Teorías contingenciales:** Finalmente, aparecen, según **Sánchez (2010)** las teorías contingenciales, éstas tienen en cuenta la interacción de un tipo de líder con las características de la situación en la que han de llevar a cabo su tarea.

### 1.3. Importancia del liderazgo

Las relaciones humanas siempre consisten de un complejo entramado de poder, jerarquía y dominación y es por eso que hoy en día una de las formas más importantes y efectivas para hacer que un vínculo entre individuos funcione es la del liderazgo. Cuando hablamos del liderazgo, estamos haciendo referencia a personas que ocupan de manera permanente o temporaria el rol de líder, de aquel que dirige los destinos de los otros con la idea del bien común o al menos de lograr un objetivo previamente establecido.

Si bien la idea de liderazgo se relaciona mayoritariamente con el ámbito del trabajo, la realidad nos muestra que la importancia del liderazgo se puede hacer visible en un sinnúmero de situaciones y vínculos: en grupos de amistad, en la familia, en los ámbitos educativos, etc.

Dicho esto, queda claro que en todo vínculo humano existe o puede existir un individuo que cumpla el rol de líder frente a los demás. Solemos pensar en un líder como alguien impuesto a los demás, por ejemplo, en el ámbito laboral, cuando un jefe actúa como director de determinadas actividades o cuando el cargo amerita el liderazgo. Pero no debemos olvidar que esto se hace presente también en otro tipo de vínculos y

roles: los padres son los que ejercen el liderazgo en la familia, especialmente el padre si nos encontramos en sociedades patriarcales. En un grupo de amigos puede darse fácilmente la dinámica en la cual uno se erige a sí mismo y por necesidad del grupo en líder y al cual todos siguen.

#### 1.4. Estilos del liderazgo

(Cuadrado, I, 2001) explica que “los estilos de liderazgo o de dirección son las formas alternativas en que los líderes estructuran su conducta interactiva para llevar a cabo sus roles en tanto a líderes”. Según esta definición, indica Cuadrado (2001), el estilo de liderazgo se refiere a las formas de estructurar la conducta del liderazgo, aun así, no debemos confundir estilo de liderazgo con conducta de liderazgo, ya que la conducta es más concreta y específica que el estilo.

	<b>AUTORITARIO</b>	<b>DEMOCRÁTICO</b>	<b>LAISSEZ-FAIRE</b>
<b>DECISIÓN</b>	1. Basa su liderazgo en el autoritarismo. El líder toma las determinaciones y los miembros ejecutan.	1. Basa su liderazgo en su identificación con el grupo y con su pericia. Todo plan es materia de discusión en el grupo, cosa que el líder fomenta y favorece.	1. El líder no ejerce liderazgo alguno. Da total libertad para la decisión personal sin apenas intervención del líder, que solo actúa en casos extremos.
<b>FUTURO</b>	2. El futuro del grupo es incierto, ya que solo el líder decide y nunca está claro lo que hará más adelante.	2. De la confrontación en el grupo sale cierta perspectiva de futuro. El líder en caso de duda suele proponer alternativas posibles, para ayudarlos a ver claro.	2. El líder “está disponible”, daría información, materiales o su opinión “si fuese necesario” pero no interviene por iniciativa propia. El futuro es incierto.
<b>PARTICIPACIÓN EN LA EJECUCIÓN</b>	3. No suele participar en el trabajo inmediato a no ser que tenga que enseñar cómo se hace, él lo que hace es mandar, organizar, etc.	3. En el trabajo actúa como “un miembro del grupo”. La tarea de organización le lleva tiempo y energías.	3. A menudo adopta la conducta del que trabaja como “uno más”.

<b>INTERVENCIÓN</b>	4. Suele decidir las tareas que hace cada miembro y los compañeros que tendrá cada uno de ellos.	4. Los miembros suelen ser bastante libres en elegir la tarea que les va y en elegir los colaboradores para llevarla a cabo.	4. No interviene señalando el cometido de cada uno. Tiene una actitud pasiva "que cada uno se las arregle".
<b>VALORACIÓN</b>	5. Suele ser muy personal, a veces arbitrario, en sus alabanzas y críticas de lo que hacen los miembros del grupo. Halaba y critica mucho más que los otros tipos de líderes, reforzando su autoridad.	5. El líder es muy objetivo a la hora de alabar o criticar.	5. Raramente comenta espontáneamente la actuación de los miembros del grupo. "Si quieren saber mi opinión ya me preguntarán". No intenta evaluar ni regular.

Fuente. Trabajo de Fin de Grado. Liderazgo: estilos de liderazgo según Kurt Lewin y análisis de un caso real. - María Zuzama Covas.

### 1.5. Habilidades del líder

El experto en pensamiento sistémico, (Senge, 2011) define el liderazgo como "la capacidad de una comunidad humana de dar forma a su futuro". Senge, da con esto un giro muy interesante al concepto clásico sobre el liderazgo. Para Senge, el liderazgo no solo reside un único individuo.

El líder es aquella persona que es capaz de influir en los demás. Es la referencia dentro de un grupo (ya sea un equipo deportivo, un curso universitario, una compañía de teatro, el departamento de una empresa, etc.). De tal manera debe desarrollar las siguientes habilidades sugeridas.

- **Comunicación verbal:** una persona con fuerte liderazgo es capaz de saber informar y comunicar lo que quiere a su equipo.
- **Escuchar:** la habilidad de escuchar permite al líder entender los problemas de las personas de su entorno, anticiparse a sus dudas y responder sus preguntas.
- **Persuadir:** las personas de buen liderazgo no piden a sus seguidores que simplemente sigan sus órdenes en forma ciega o vehemente. Primero los convencen que algo es bueno y se debe hacer.

- **Usar el pensamiento crítico:** sobre todo para tomar decisiones y resolver problemas. Los buenos líderes miden las acciones y posibles soluciones de acuerdo a sus costos y beneficios.
- **Delegar trabajo:** incluso si tienen todo el conocimiento práctico para cada tarea, lo cual es poco probable, las personas de fuerte liderazgo saben que es más productivo asignar trabajo a aquellos que pueden hacerlo igual de bien o mejor.
- **Organizar:** los líderes fuertes tienen la habilidad de ordenar sus tareas y las del resto para hacer un trabajo eficiente.
- **Asumir la responsabilidad:** los de fuerte liderazgo no solo asumen sus propios actos, sino los de su equipo. No culpan a otros por sus propios errores, y comparten los errores de otros.
- **Perseverar:** No importa cuán difícil se pongan las cosas y cuán frecuente sus planes no resultan como esperaban, los buenos líderes son tenaces y logran alcanzar sus objetivos.
- **Adaptarse al cambio:** Cuando las cosas no salen como se espera, la flexibilidad es clave. Las personas de fuerte liderazgo ajustan su plan a la coyuntura, mueven a su equipo y tienen más opciones de alcanzar el éxito.
- **Construir relaciones:** Los buenos líderes desarrollan buenas relaciones de trabajo con su equipo y sus jefes o gerentes.
- **Respetar:** Las personas de fuerte liderazgo no miran por encima del hombro a su personal a cargo; al contrario, muestran respeto hacia ellos.
- **Ayudar:** Los buenos líderes siempre dan una mano al que la necesita, sobre todo cuando se trata de alcanzar objetivos de trabajo.
- **Manejar las crisis:** los de buen liderazgo responden rápida y efectivamente cuando los problemas aparecen.

## 1.6. Liderazgo y calidad

Según (LLORENS MONTES, F. J., FUENTES FUENTES, M. M., 2005), “El Comité de Motivación de la Calidad de la Asociación Española para la Calidad (1987), describe un

programa de calidad total, como una secuencia de actividades cuya finalidad es elevar el nivel de calidad global de todas las operaciones de una empresa”

En la etapa primera, se realizan actividades de organización y planificación, las cuales, se realizarán una única vez. Las actividades de análisis, prevención, mejora y seguimiento de la calidad total, deberán incorporarse de manera permanente al sistema de gestión de la empresa, a través de programas anuales, y así, crear conciencia y espíritu de mejora de la calidad de la empresa en los niveles más altos.

Las actividades de la dirección como planificación, organización y toma de decisiones sólo serán efectivas cuando el líder, motive y dirija a los empleados a la consecución de los objetivos.

El líder, es la persona capaz de influir en las actitudes, opiniones y acciones de los demás miembros de un colectivo, sin necesidad de estar dotado de autoridad formal.

Al líder, se le juzga y se le admira por su eficacia, atractivo y por su bondad.

Todos los expertos, destacan la importancia del líder como apoyo necesario para la mejora de la calidad, puesto que, a través de su poder, y desde los niveles superiores, consigue un clima de cambio.

Podemos distinguir dos tipos de poder:

- a) **El poder legítimo**, quien puede formar la base para el poder de recompensa, coercitivo e informativo (refleja la posición que ostenta un individuo en una organización).
- b) **El poder basado en la experiencia**, quien puede formar la base para el poder informativo y de referencia. En una organización orientada a la calidad, el poder legítimo, se hará evidente cuando existan problemas en grupos disfuncionales.

Según Llorens y Fuentes (2005), los auténticos líderes, son quienes:

- Tienen una visión de su negocio y razón de ser
- Comunican su visión de negocio a través de la comunicación (reuniones de personal, hojas informativas, contacto con clientes y empleados), mostrando su compromiso con la calidad y premiando a los empleados héroes, que llevan cumpliendo las normas y objetivos del servicio.

- Son emprendedores, siempre buscan el cambio.
- Están obsesionados con la excelencia.

La calidad superior requiere un liderazgo inspirado a todos los niveles de la organización, con lo cual, se debe hacer llegar el mandato de calidad a los directivos medios, además de crear un clima organizativo que les aliente a ser líderes también.

Los directivos medios ofrecerán su apoyo y compromiso si están incluidos en la planificación del programa, análisis de progresos, compartir ideas e información.

Para (Showalter, M. J., y Mulholland, J. A. , 1992), el líder deberá:

- Reforzar la comunicación y cooperación entre grupos frente a solución de problemas
- Divulgar las lecciones aprendidas, tanto positivas como negativas para la organización.
- La provisión de un liderazgo de apoyo, requiere:
  - Identificar al personal clave e implicarlo en la toma de decisiones.
  - Recomendar la utilización de un lenguaje simbólico
  - Crear cultura de mejora continua, a través de recompensas y ánimos.
  - Demostrar constancia del fin u objetivo que se pretende.
- Gestionar diferentes niveles de cambio para asegurar la unidad de trabajo u uniformidad.
- Con ello, el líder organizador dirigirá a la organización hacia la rentabilidad y mayor productividad.

(GONZALEZ CRUZ, T. F., GUILLÉN PARRA, M, 2000), destacan, que la implantación plena de los principios que integran la GCT (gestión de calidad total) no es posible sin el liderazgo de la dirección, es decir, requiere una cierta dosis de liderazgo directivo para su implantación.

La Gestión de la Calidad Total, se divide en tres grupos:

- Diseño y conformidad de procesos y productos, gestión por procesos y administración por hechos. Puede ser implantado por directivos o están apoyados en su capacidad técnica.



- Satisfacción del cliente: a través de la cooperación de clientes y proveedores, formación, donde se requiere acción e influencia del líder.
- Mejora continua, participación, compromiso de los miembros y cambio cultural. Su implantación requiere del concurso necesario de la figura del líder.
- A medida que nos desplazamos del primer al tercer grupo, existe mayor importancia a la dimensión ética del liderazgo.

## CAPÍTULO II

### EL GUÍA DE TURISMO

#### 2.1. Antecedentes del guiado turístico

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

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

Profesión vocacional y espontánea, fue tomando cuerpo y en algunos países ya ha sido reglamentada, pero en otros todavía no

#### 2.2. Concepto de guía de turismo

(Rodríguez Achútegi, M.; Guerra Rosado, F. J., 2015) La definición que el CEN (Comité Europeo de Normalización) establece para el término guía de turismo en la Norma Europea EN 1809 sobre Servicios turísticos. Agencias de viaje y turoperadores.

Es la persona que guía a los visitantes en el idioma de su elección e interpreta el patrimonio cultural y natural de una zona, que normalmente posee una titulación específica sobre una zona, por lo general emitido o reconocido por las autoridades competentes.

La Comisión Europea ha podido constatar que los problemas de libre circulación que han tratado se deben muy a menudo a la confusión de dos profesiones diferentes, aunque complementarias: la de guía de turismo y la de acompañante.

CEN también define la figura del acompañante y del director de tour o jefe de grupo o correo de turismo, como:

- **Acompañante:** Representante de un turoperador que proporciona asistencia básica a los viajeros.
- **Director de tur o jefe de grupo o correo de turismo:** Persona que gestiona y supervisa el itinerario en representación del turoperador, asegurándose de que el

programa se desarrolla tal y como está descrito en el contrato del turoperador y vendido al viajero o consumidor, y que además proporciona información práctica del lugar.

### **2.3. Funciones del guía de turismo**

Según el Comité Europeo (CEN , 2003) las funciones del guía de turismo son:

#### **a) Guiar y Conducir la visita turística.**

Es la capacidad de liderazgo ejercida por el Guía de Turismo hacia el turista o turistas en forma cortés, responsable y prudente, para encaminarlo con seguridad y eficiencia por los atractivos turísticos, durante el desplazamiento hacia el destino y el guiado propiamente del atractivo.

#### **b) Brindar información sobre los puntos de interés en el recorrido y explicar el atractivo**

En esta función el Guía de Turismo imparte al turista la información necesaria y requerida, tanto de los atractivos turísticos como de cualquier otra información de interés, teniendo en cuenta el tipo de turista, el interés del turista y la disponibilidad de tiempo.

#### **c) Acompañamiento en almuerzos y/o cenas.**

En esta función el Guía de Turismo se encarga de hacer las coordinaciones y asistencia de los turistas en los almuerzos y/o cenas que tengan incluido dentro del programa del tour.

#### **d) Asistir al turista**

Es la función que se refiere al servicio de colaboración y ayuda oportuna, eficiente y suficiente que el Guía de Turismo presta al turista en diversas situaciones y eventualidades que se presenten durante su viaje, procurándole la mayor satisfacción y bienestar posibles y tomando las decisiones que le puedan afectar durante el recorrido, así como ocuparse de los primeros auxilios en caso de necesitarlos.

#### **e) Orientar y asesorar al turista**

Se refiere a la función por medio del cual el Guía de Turismo suministra al turista información o puntos de referencia generales sobre diversos aspectos relacionados con su viaje, de forma básica, precisa, breve y específica.

## 2.4. Clasificación del guía profesional de turismo

Las modalidades que presenta en la práctica el servicio de guías se aprecian enseguida (ROMO MARTINEZ, 2012):

- a) **Guía coordinador** : sus funciones principales son Coordinar la logística y operación de la ruta a seguir ,maneja y organiza los equipos de comunicación, define los lugares en donde se brindara la alimentación, vigila la seguridad de los turistas , organiza el medio de transporte en que se llevara a cabo el programa o ruta, coordina la Información que se va a suministrar sobre la zona a visitar, organiza los grupos de turistas grupos, delega y faculta funciones y responsabilidades y por ultimo controla y evalúa el cumplimiento del programa.
- b) **Guía de cierre (rastrillo)**: Garantiza que las personas rezagadas en el recorrido puedan llegar a la meta y se asegura que se cumpla la metodología sin dejar rastros cierra puertas y recoge señales dejadas durante el desarrollo de la ruta, debe tener comunicación permanente con el guía de ruta.
- c) **Guía paramédico**: Maneja técnicas de salvamento, garantiza la disponibilidad de los equipos para cualquier situación de emergencia, evalúa signos y síntomas de salud de los usuarios y aplica primeros auxilios, mantiene contactos con entidades de atención en salud y redes emergencias.
- d) **Guía fijo**: (públicos, privados u oficiales) Su ámbito de actuación es un determinado atractivo turístico o lugar de interés como museos, monumentos, palacios, estudios cinematográficos, etc. En muchos países, estos guías están siendo remplazados por sistemas electrónicos con grabación, que funcionan a voluntad del visitante.
- e) **Guía local**: Se encargan de mostrar los recursos turísticos de una zona determinada del territorio de un país (ciudad, provincia, región, etc.). Estos guías deben poseer conocimientos profundos en relación a su ámbito de actuación particular, así como de idiomas extranjeros, teniendo en consideración para esto el idioma nativo de la mayoría de los visitantes en las estadísticas de turismo receptivo.
- f) **Guía de ruta**: También llamado “tour conductor” o “gerente de viaje”, son los que están a cargo del desarrollo de un viaje en concordancia con el itinerario establecido

por la agencia de viajes; dirigen al grupo, coordinan y realizan el control de calidad de todos los servicios que conforman el paquete turístico (como por ejemplo hoteles, restaurantes, empresas de transporte, otras agencias de viajes, guías locales, etc.) y sugieren a los turistas algunos servicios que no estén incluidos en el contrato. También se encargan de las relaciones públicas de la agencia de viajes a la cual representan ante los proveedores y son los que tienen que solucionar situaciones problemáticas imprevistas como, por ejemplo, carreteras bloqueadas.

- g) **Guía interprete:** (políglotas), son los que prestan sus servicios al turista en recorridos locales, regionales, nacionales o internacionales.
- h) **Guía chofer:** son los que además de conducir el transporte de turismo o automóvil proporcionan la información turística correspondiente a cada lugar visitado.

## 2.5. Tipos de conocimientos que requiere un guía profesional de turismo

### a) El Guía de Turismo debe utilizar las técnicas de:

- **Expresión:** la expresión verbal y corporal es fundamental en el Guía. Parte de una buena expresión verbal correcta es la buena dicción, la vocalización correcta de las palabras, la utilización de términos adecuados, la no utilización de terminología vulgar o discriminatoria.
- **Descripción:** un Guía sabe describir cuando tiene amplio vocabulario técnico y general. La descripción se basa principalmente en hacer observar al turista lo que realmente es importante. La descripción del Guía es como una linterna en la oscuridad.
- **Comunicación:** un Guía sabe comunicarse no sólo cuando sabe hablar con otra persona, sino que sabe hacerse comprender, y puede comprender lo que quiere el turista.
- **Conducción:** es cuando el Guía tiene todas las capacidades para poder estar al frente de la dirección de un grupo o simplemente una persona. No sólo son conocimientos técnicos, sino también de experiencia.
- **Tramitación:** esto es la asistencia que puede dar un Guía respecto de las cuestiones formales del viaje de un turista. El Guía más allá de brindar la información sobre el

destino y los atractivos, debe tener conocimiento general sobre gestión de pasaportes perdidos, tramitación de pasajes aéreos o terrestres, empresas, etc.

- **Organización:** esto se refiere a la capacidad de poner en marcha correctamente los servicios contratados por el turista, y en solucionar los imprevistos del viaje. Para que un Guía pueda organizar el viaje, itinerario, etc. debe conocer a fondo los servicios contratados, las cláusulas de contrato, y tener plena comunicación con la agencia para solucionar los imprevistos sobre éstos. A su vez la agencia debe darle al Guía un margen de decisión para poder modificar el itinerario en casos de imprevistos.
- **Recreación:** el Guía no sólo es una persona que da información. En párrafos anteriores se expresó que además debe ser una persona jovial, simpática, agradable, esto es sencillamente estar preparado y dispuesto para participar de una guitarreada, para bailar una chacarera, para enseñarle al turista a bailar un gato. El Guía es una persona que brinda información también a través de actividades lúdicas.
- **Capacidad de análisis, de síntesis y de decisión:** estas capacidades se dan no sólo por los conocimientos técnicos adquiridos, sino también por la experiencia del Guía. Es un aspecto profesional que si el Guía no lo tiene naturalmente deberá desarrollarlo. La capacidad de análisis y síntesis veloz entra en juego sobre todo ante un problema, un accidente, un inconveniente. La capacidad de decisión no sólo es un aspecto profesional propio sino también un espacio de confianza dado por la agencia. Este espacio de confianza por lo general es ganado a lo largo del desempeño profesional, donde el Guía demuestra tener capacidad para tomar decisiones correctas frente a un inconveniente.

#### **b) Conocimientos generales**

- Es necesario que el Guía de Turismo tenga conocimiento profundo sobre aspectos relacionados con la actualidad política, social, cultural y medio ambiental, entre otros.
- Manejar correctos conocimientos en historia, geografía, geología, patrimonio, ecología, relaciones públicas, primeros auxilios, entre otros.

#### **c) Conocimientos específicos**

- Técnicas de guiado pedestre y vehicular.

- Conocer en detalle los sitios de atracción turística.
- Manejar información pertinente a los servicios de alojamiento y medios de transporte.
- Conocer sobre la psicología y dinámica del turista. Dinámica de grupo.
- Conocer sobre la legislación y reglamentaciones vigentes que afectan al sector.  
(Gobierno de la Provincia de Salta, 2010)

## 2.6. Manejo de la información del guía profesional de turismo

### a) Tipos de fuentes de información

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

- **Las fuentes primarias** son medios que nos proporcionan información o datos para armar información de primera mano. Existen diferentes técnicas para obtener información de primera mano, las más conocidas son: entrevistas, encuestas y observación directa. Cada Guía deberá aplicar las técnicas de recolección de datos e información que más convenga.
- **Las fuentes secundarias o de segunda mano** son aquellas que proveen información relevada y trabajada por otras personas. Estas son: libros, revistas, informes, conclusiones estadísticas, etc.

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

### b) Selección de información

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

Hay dos tipos de información:

- **La elemental o básica:** se refiere a lo más importante que debe incluir el guiado. La información básica es la información que tiene que quedar en la mente del turista,

ésta responde a las preguntas generales que el turista se hace sobre un lugar o atractivo. La información básica es la que debe darse sí o sí.

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

### c) **Presentación de la información**

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

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

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

- ✓ Los atractivos se van desarrollando en la medida de su “aparición” en el guiado. Es decir, siguiendo el recorrido del circuito.
- ✓ Se aconseja presentar un atractivo por página, de esta manera si se debe corregir algo no se modifica el resto del paginado. Y de esta manera el Guía puede ir agregando páginas a un atractivo en función de su actualización.
- ✓ La información por atractivo debe seguir el siguiente orden:
  - Presentación del atractivo (qué estamos viendo, en donde estamos)
  - Generalidades del atractivo
  - Referencia histórica del atractivo
  - Descripción arquitectónica: 1º la fachada, 2º el interior
  - Las funciones actuales del atractivo en caso de ser un edificio.
  - En caso de tratarse de Museos se agrega los días y horarios de visita y el precio de la entrada discriminando precios para extranjeros, nacionales, jubilados y estudiantes. Esto deberá estar actualizado constantemente.



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

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

**Gobierno de la Provincia de Salta (2010)**

## **2.7. La ética profesional del Guía Profesional de Turismo.**

### **Definición.**

Según (P, Barroso , 1991). Es:” Ética es la ciencia filosófico-normativa y teórico-práctica que estudia los aspectos individuales y sociales de la persona a tenor de la moralidad de los actos humanos, bajo el prisma de la razón humana, la honestidad teniendo siempre como fin el bien honesto, la honestidad.

(Esparza Bermúdez I.,Ruíz Caro, C.,Guzmán Khan, K., 2007) La buena ética profesional es una obligación para todos los profesionales que se desempeñan en las funciones de Guías de Turismo. Es indispensable que siempre se tengan en consideración los siguientes principios básicos:

- No dar información a nuestros turistas que perjudique la imagen del país, de la ciudad y/o del tour operador a cargo de los servicios.
- Dar a los turistas la información verídica, confirmada y actualizada de los datos geográficos, históricos, económicos, sociales y políticos.
- Tener presente en todo momento la presentación y comportamiento personal ante los turistas, en los lugares públicos y en los establecimientos de los proveedores de cada uno de los servicios turísticos.
- Cumplir en conservar y cuidar los lugares de visitas y denunciar ante las autoridades a los visitantes que atenten contra ellos.

- Cumplir con las normas de seguridad establecidas en los lugares de visitas.
- No proporcionar información de los turistas a personas que no pertenezcan a la agencia y/o el tour operador, salvo que existan instrucciones específicas, o la operatividad del servicio obligue a proporcionar alguna información.
- No realizar acciones o actividades que perjudiquen al tour operador o a sus turistas.
- No fijar ante los turistas posición alguna por una determinada ideología política, creencia religiosa o conflicto racial existente.
- Cumplir las normas y políticas del tour operador en la preparación, programación y realización.
- Utilizar el uniforme, credenciales o identificaciones que el tour operador designa para la atención de sus turistas.
- No ofrecer o vender servicios turísticos ajenos a los que el tour operador proporciona y que se puedan considerar como competencia desleal.
- Tener presente que la relación con nuestros turistas es meramente profesional, y en lo posible se debe mantener bajo dichas condiciones; salvo que exista algún caso especial que amerite desarrollar otra clase de vínculo personal.
- No quedarse con las propinas asignadas a los prestadores de servicios (guías, choferes, maleteros).
- Tener siempre en cuenta las buenas relaciones que el tour operador está en la obligación de tener con todos los proveedores contratados durante la operación de todos los servicios turísticos.
- Respetar los servicios aceptados y no cancelarlos por tomar otros servicios con otros operadores por un mejor beneficio económico.
- Respetar el tour establecido y no “sugerir” al turista el cambio del mismo por conveniencia propia, respecto al tiempo.
- Evitar el consumo de bebidas y/o drogas que afecten el normal desempeño ante los turistas.

## **2.8. Actividades en la que debe complementar la formación del Guía de Turismo.**

(Áviles, 2002) Para lograr la formación adecuada de este guía se ha pensado en una serie de actividades estratégicas. Estas estrategias se dividen en:

- Observación e interpretación de la naturaleza

- Observación y análisis del grupo de turistas
- Análisis de mapas, fotos u demás instrumentos de campo
- Manejo de cuestionarios de origen y destino y demás instrumentos de estudio del mercadeo turístico. Manejo de la normativo legal.
- Conocimiento de primeros auxilios, emergencias, sobrevivencia
- Capaz de desarrollar actividades recreativas deportivas, culturales, dinámicas de grupo con los turistas y con la comunidad.
- Con sensibilización turística humana
- Otras.

## 2.9. Principios de atención al turista

- **Características de un Guía Profesional en Turismo.**
  - ✓ Mantiene un aspecto cuidado y aseado.
  - ✓ Es educado, se dirige al turista con respeto.
  - ✓ Ofrece una acogida cordial, con una sonrisa.
  - ✓ Presta un servicio inmediato, es atento.
  - ✓ Escucha con atención e interés.
  - ✓ Satisface las necesidades del turista y hace sugerencias.
  - ✓ Ofrece ayuda o servicios adicionales.
  - ✓ Agradece la visita del turista y le invita a volver.
  - ✓ Demuestra satisfacción y orgullo de sí mismo.
  - ✓ Se preocupa de su formación y por ofrecer lo mejor de sí
  - ✓ Analiza las situaciones desde el punto de vista de
  - ✓ los clientes.
  - ✓ Intenta solucionar los problemas

La comunicación que realiza el Guía con el turista es por contacto directo, que es la comunicación más personal. Por lo tanto, hay que tomar en cuenta tres aspectos importantes:

- **La Imagen Personal:** que define rasgos de nuestra personalidad, gusto, constancia,
- seguridad en sí mismo y motivación. Un aspecto cuidado y limpio produce una predisposición positiva. El Guía de Turismo debe demostrar una presentación

personal óptima, vestimenta adecuada, impecable, con placa de identificación y el equipo personal de trabajo necesario para el contexto del circuito a visitar.

- **El Aspecto lingüístico:** con el uso del vocabulario correcto y técnico en el idioma en el cual ejerce su labor, que pueda ser entendido y que no dé lugar a equívocos o suposiciones, además de mostrar una cuidada dicción, utilizando el tono y énfasis adecuados a la hora de comunicar.
- **El Lenguaje Corporal:** el cual es un medio de expresión importantísimo, ya que se transmiten sentimientos y actitudes. Hay que recordar que “es más revelador lo que hacemos que lo que decimos”, con la mirada, la expresión facial, las posturas, la proximidad y la orientación, las manos y los movimientos.

### **Tipos de Turistas**

- Alegre y afectivo
- Enérgico y práctico
- Tímido e introvertido
- Charlatán
- Paternalista
- Acosador
- Protestón
- Distráido
- Indeciso
- Sabelotodo

## CAPÍTULO III

### CALIDAD DE SERVICIO EN EL GUIADO PROFESIONAL DE TURISMO

#### 3.1. Definición

La filosofía de calidad de servicio está fundamentada en un enfoque corporativo en el cliente, cultura y sistema de direcciones. El enfoque presenta todo un proceso que incluye desde la preparación y mejoramiento de la organización y del proceso hasta las estrategias, para que además del servicio base, se presten servicios a través de una comprensión total de las necesidades y expectativas del cliente.

Por tanto, para conocer mejor este concepto debemos saber primero que es un servicio y decimos que es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad. (Colunga, 2013)

#### 3.2. Componentes de la calidad de los servicios

- **Confiabilidad.** La capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente. La confiabilidad significa realizar bien el servicio desde la primera vez.
- **Accesibilidad.** Las empresas de servicios especialmente deben facilitar que los clientes contacten con ellas y puedan recibir un servicio rápido.
- **Respuesta.** Se entiende por tal la disposición atender y dar un servicio rápido. Los consumidores cada vez somos más exigentes en éste sentido.
- **Seguridad.** Los consumidores deben percibir que los servicios que se le prestan carecen de riesgos, que no existen dudas sobre las prestaciones.
- **Empatía.** Quiere decir ponerse en la situación del cliente, en su lugar para saber cómo se siente.
- **Tangibles.** Las instalaciones físicas y el equipo de la organización deben ser lo mejor posible y los empleados, estar bien presentados, de acuerdo a las posibilidades de cada organización y de su gente.

(Ramírez, 2013)

Para finalizar es importante identificar las expectativas de los clientes en cuanto a la calidad de servicio, esta es más difícil de definir en comparación a la calidad en los productos. La calidad de servicio siempre variará, dependiendo de las circunstancias del problema y de la interacción entre el empleado y el cliente.

### 3.3. Estrategias para lograr la calidad

- **Investigar y entender las necesidades y expectativas de los clientes.** La información se obtiene mediante distintas formas de investigación, desde datos estadísticos y encuestas, hasta saber interpretar las quejas de los clientes.
- **Comunicar las necesidades y expectativas de los clientes a través de la organización.** La comunicación, debería de ser fluida y sin tapujos, para obtener datos e información, conocer los defectos y mejorar servicio. Este punto se verá ampliamente desarrollado en otra sección.
- **Medir la satisfacción del cliente y actuar según los resultados** Todas las organizaciones deben tener medios para conocer la satisfacción del cliente e intentar mejorarla en vistas a los datos conocidos y las capacidades y posibilidades de la organización.
- **El fin último es satisfacer al cliente en el máximo grado posible.** El cliente debe sentirse satisfecho a todos los niveles, incluso cuando efectúa quejas. Ha de hacerse todo lo posible para mantener contento al cliente eliminando todo elemento de insatisfacción. La organización deberá hacer lo posible por subsanar las características negativas del servicio mediante los medios más adecuados, que, en determinados casos, están fijados por ley.
- **Manejo sistemático de las relaciones con los clientes** Asegurar una aproximación balanceada satisfaciendo a los clientes y otras partes interesadas (como propietarios, empleados, proveedores, financieros, comunidades locales y la sociedad como un todo)
- **Motivar al personal de la organización** Si hay motivación en los miembros de la organización, se esforzarán por mejorar sus resultados e integrarse en la organización. Este compromiso acercará al personal a los objetivos de la organización y por lo tanto la calidad de servicio mejorará.

- **Promover la iniciativa individual y la creatividad** Cuando los miembros de la organización se implican y toman la iniciativa en su tarea se generan y transmiten nuevas y buenas ideas motivadas por el interés y obtenidas mediante el análisis de los datos y la experiencia. La implicación, mejora el flujo de datos por la organización. La creatividad puede ser una herramienta interesante para innovar en calidad de servicio.
- **Incentivar la responsabilidad sobre los propios resultados** Los miembros de la organización debieran actuar por sí mismos. Tienen la obligación de cumplir con las necesidades y expectativas de su labor en un proceso. Tienen que ejercer el liderazgo en su tarea y poner todo lo que se pueda de su parte para que la tarea se realice con éxito y se consigan los resultados deseados.
- **Hacer sentir a los integrantes de la organización el deseo de participar y contribuir al proceso de mejora continua** Los miembros de la organización no debieran estar mentalizados sino sentir la necesidad de participar y contribuir a la mejora de la calidad. Para ello es conveniente que estén concienciados y motivados sobre la necesidad de participar en la gestión de la calidad. De este modo, el proceso de mejora continua se consigue por el propio dinamismo de la organización.
- **Mejorar la tecnología de la organización.** Para conseguir la máxima satisfacción en el cliente ha de mejorar la tecnología cuando resulte rentable pues los beneficios son inmediatos. La máxima calidad se obtiene con la unión de las mejoras tecnológicas y en el funcionamiento de la organización.

(Albrecht, 1995)

### 3.4. Principios de la calidad

El consumidor es el único juez de la calidad del servicio. El consumidor es quien comprueba el nivel de excelencia del servicio y siempre quiere más. La compañía debe formular promesas que le permitan alcanzar los objetivos, lograr dinero y diferenciarse de sus competidores. La compañía debe tratar la expectativa de sus clientes, reduciendo en lo posible la diferencia entre la realidad del servicio y las expectativas del consumidor. “Nada se opone a que las promesas se transformen en normas de calidad” (Colunga, 2013, p. 87). Para descartar los errores se debe imponer una disciplina dura y un constante esfuerzo.

### **3.5. Características de los servicios**

Los servicios no son tangibles aun cuando involucren productos tangibles. Los servicios son personalizados. Los servicios también involucran al cliente, a quien el servicio se dirige. Los servicios se producen conforme a la demanda. Los servicios no pueden ser manufacturados o producidos antes de entregarse. Los servicios son producidos y consumidos al mismo tiempo. Los servicios no pueden ser mostrados o producidos antes de la entrega. Los servicios son perecederos no pueden ser guardados o almacenados. Los servicios no pueden ser inspeccionados o probados previamente (corregidos al momento que se dan). Los servicios no producen defectos, desperdicios o artículos rechazados. “Las deficiencias en la calidad del servicio no pueden ser eliminadas antes de la entrega. Los servicios no pueden ser sustituidos o vendidos como segunda opción” (Colunga, 2013, p. 89). Los servicios se basan en el uso intensivo de mano de obra. Pudiendo comprender una integración interfuncional compleja de diversos sistemas de apoyo.

### **3.6. La calidad en la atención al cliente dentro del guiado de turismo**

La calidad se define como la diferencia entre los servicios esperados por el cliente antes de su prestación y los que realmente percibe haber obtenido. Es el nivel de excelencia que se ha establecido con la intención de satisfacer las expectativas de los clientes.

Si bien la calidad del servicio puede ser medida, el servicio en sí tiene la particularidad de ser intangible; y es el cliente el único que establece la medida de la satisfacción, él es el que determina el nivel de excelencia en los servicios ofrecidos.

Por lo tanto, las expectativas del cliente deben constituirse como el objetivo principal a alcanzar, tratando de reducir en lo posible la diferencia entre la calidad programada, la calidad realmente prestada y la calidad esperada.

Un servicio alcanza su nivel de excelencia cuando responde a las demandas del público. En el caso de nuestro sector, donde lo “único” que le queda al turista es el recuerdo de lo percibido, es importante recordar que “un cliente satisfecho transmitirá su experiencia positiva a un máximo de cinco personas, mientras que uno insatisfecho puede llegar a comunicárselo a dieciséis”.



El turista entonces es la persona más importante para nosotros, y cualquier persona que trabaja cara a cara con él, como es el caso del Guía de Turismo, debe intentar llegar a conocer cuáles son sus necesidades, dado que de éstas surgen sus deseos, apetencias y expectativas.

Las expectativas deben ser entendidas como lo que el cliente espera de un producto o servicio. El valor diferencial que otorgará un carácter de competitividad en nuestro desempeño para lograr la calidad y la excelencia en la atención y el servicio al cliente, será justamente alcanzar y si es posible, superar estas expectativas.

### **3.7. El perfil del turista actual**

- Además de buen servicio y precios adecuados, exige que el dinero que va a invertir sea producto de una cuota de placer determinada en los sentidos.
- No se conforma solamente con hacer una buena compra, sino que demanda del producto o servicio una serie de características determinadas que tengan que ver con su satisfacción por la adquisición. Este fenómeno se da independientemente del precio que va a pagar o la cantidad que va a llevar.
- Es un cliente con más alternativas para escoger entre un mercado de apertura que lo hace más exigente, tanto en el servicio como en la calidad del producto.
- Espera que se le muestre que lo más importante es él. Se dice que los primeros 30 segundos son básicos para causar una buena impresión y eso significa mirarlo a la cara, saludarlo amablemente, sonreírle y demostrarle que él es muy importante y que va a ser atendido de la mejor forma posible.
- Le gusta que lo atiendan bien. Para esto es necesario que el personal esté bien informado de los productos y/o servicios que ofrecen, que tengan información a la mano y que se interesen por resolver una dificultad o dar una respuesta con entusiasmo.
- Más que se le dé lo que exactamente quiere, le interesa encontrarse con una persona dispuesta a escucharlo y a proponerle otras alternativas a una dificultad o dar una respuesta con entusiasmo.
- Espera que lo atiendan como si fuera el único cliente. Si las personas se propusieran atender a cada cliente como si fuera el único, comenzarían a encontrar gran

satisfacción en su trabajo y por supuesto, asegurarían en un alto porcentaje el éxito de su gestión. (Esparza Bermúdez I., Ruíz Caro, C., Guzmán Khan, K., 2007).

### **3.8. Protocolo del guía profesional de turismo**

Todo servicio que se brinda o se ofrece dispone de un proceso de atención definido o estandarizado para garantizar el cumplimiento de todas las funciones que se debe tener en cuenta y por consecuencia realizar. Es así que los guías profesionales de turismo también tienen un proceso de servicio que deben cumplir. A continuación, se detalla dicho proceso. (Bonilla, 2007)

#### **1. Preparación del tour.**

- Antes de recibir el grupo, el guía coordinará con la empresa de viajes todos los aspectos de orden administrativo - logístico y visualizará el tour y sus diferentes componentes:
- Itinerario: manejo adecuado de los tiempos de desplazamiento
- Ruta: distancias, material de la carretera, altitud sobre el recorrido
- Tipo de atractivos y servicios turísticos: naturales, culturales, tecnológicos y servicios de hospedaje, alimentación y recreación.
- Segmento turístico identificado: general, especializado
- Documentación administrativa y equipo: Listado de turistas, material de apoyo (libros, láminas brochures, mapas), cámaras, equipo de óptica, etc.
- Servicios de salud localizados: Hospitales, clínicas.
- Limitaciones especiales del pasajero identificadas: Físicas y otras.

#### **2. Ejecución el tour.**

Comprende las actividades que se realizan a partir del momento en que el guía aborda el transporte y finaliza con la entrega de los documentos solicitados por la empresa.

##### ***Coordinación de actividades previas***

Coordinación con el conductor del vehículo: Se debe dialogar con el chofer y verificar el estado del vehículo; limpieza, equipos de apoyo del vehículo (extintor, botiquín de primeros auxilios, hieleras) y explicar cuáles son las normas de conducta para el trato cordial y amable con los turistas.

***Lugar de abordaje de los clientes:***

Con la puntualidad que corresponde a un servicio de calidad, se debe recoger a los pasajeros en las empresas de hospedaje o áreas públicas acordadas con ellos.

***Recibimiento y bienvenida***

En esta etapa, el guía debe realizar una presentación formal del tour, ofreciendo una atenta y cordial bienvenida, haciendo una corta presentación de su persona, identificando por el nombre al chofer, posteriormente una descripción general del país, y explicando con detalle el recorrido que realizarán, entre otros datos.

***Interpretación de la información de interés turístico***

El guía pondrá especial atención en cuanto a la información que se brinda intentando no saturar a los clientes y brindar detalles sobre los aspectos más relevantes durante el tour: paisaje, fisiografía, historia vinculada, actividades socioeconómicas, clima, realizaciones culturales, arqueológicas, arquitectónicas, flora y fauna. Asimismo, debe considerar guardar silencio para permitir la observación y asimilación de lo que le ha dicho al turista.

***Atención de clientes en situaciones imprevistas***

Deben estar atento a cualquier situación imprevista principalmente aquellas que atañen a la integridad física de los turistas y el disfrute del tour. En todo caso el profesional debe recordar que el fin último del tour es la satisfacción del turista y eso se logra con el control de los pequeños detalles.

**3. Finalización del tour.*****Conclusión de la actividad***

Con la misma cordialidad con se inició el tour, el guía debe cerrar su labor agradeciendo la participación en el mismo, augurándoles una feliz estadía y esperando verlos de nuevo en algún otro tour de la empresa.

***Aplicación de los cuestionarios***

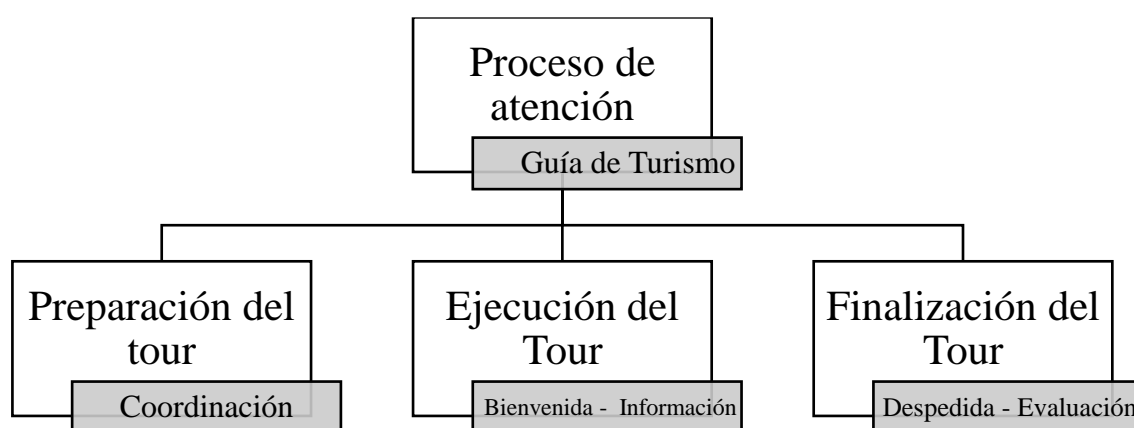
El guía deberá explicar a los pasajeros que, con el interés de mejorar el servicio, la empresa les solicita llenar un cuestionario de evaluación para valorar la calidad del

servicio recibido por ellos y estará pendiente de que el cliente llene el formulario y presto a aclarar cualquier duda.

*Cuestionarios y documentos administrativos entregados según las normas establecidas por la empresa.*

Debe entregar a la empresa contratante los formularios aplicados a los turistas y todos aquellos documentos que sirvan en la gestión administrativa y contable de la empresa.

### Proceso de Atención del Guía Profesional de Turismo



**Figura 1:** Proceso de Atención del Guía Profesional de Turismo – Elaboración propia

## CAPÍTULO IV

### PERFIL DEL GUÍA PROFESIONAL DE TURISMO EN LA REGIÓN SAN MARTÍN

#### 4.1. Perfil de un guía profesional en turismo

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

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

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

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

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

- Amabilidad,
- Intuición,
- Tacto,
- Equilibrio Emocional,
- Dominio De Sí Mismo,
- Compostura En Los Modos,

- Capacidad Comunicativa,
- Ánimo Jovial Y Alegre,
- Espíritu de Observación,
- Diplomacia,
- Paciencia.

#### **4.2. Actitudes, aptitudes y habilidades de un Guía Profesional de Turismo**

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

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

Un profesional del turismo entiende las características actuales de una empresa de turismo sabiendo que lo más importante es el cliente, que se trabaja para y por él y que, a diferencia de otras épocas, el beneficio lucrativo no es lo que prima. Un profesional del turismo actualmente en actividad laboral sabe que es un componente de un sistema de servicio y está consciente que cada persona que integra ese sistema, necesita o puede llegar a necesitar

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### **4.3. Perfil profesional del Guía de Turismo en la Región San Martín**

Para determinar el perfil del guía profesional de turismo en la región San Martín, se realizaron 09 entrevistas a agencias de viajes y turismo de la región, de la población entrevistada, el 100 % coincidieron positivamente en la necesidad de contar con un perfil del guía profesional acorde a la realidad de la región; además la mayoría manifestó estar satisfecho (67%) con el desempeño de los guías de turismo con los cuáles trabajan, el 22% manifiesta su descontento y el 11% expresa duda en referencia al desempeño realizado por los mismos.

A partir de información bibliográfica y de los aportes obtenidos en la entrevista aplicada a los prestadores de servicio se determinó el perfil del guía profesional de turismo de la región San Martín (Ver anexo N° 03)



#### IV. CONCLUSIONES

- Se logró determinar la importancia que tiene el liderazgo dentro del ejercicio del guía profesional de turismo, ya que siendo él la figura principal y el más próximo en el desarrollo de los tours y de los turistas, le es estratégico y necesario desarrollar un estilo de liderazgo que le permita tanto tener la dirección de toda la delegación a su cargo y de hacer partícipes en forma activa a cada uno de los turistas, con la finalidad de que todo lo ofrecido a éstos se desarrolle con total normalidad, tratando en la medida de reducir riesgos y cualquier tipo de imprevistos que puedan afectar la experiencia del mismo. Queda más que claro que sin liderazgo no se puede garantizar calidad de servicio.
- El liderazgo se define como la influencia, es decir, el arte o proceso de influir sobre las personas de tal modo que se esfuercen de manera voluntaria y entusiasta por alcanzar las metas de sus grupos. ( Koontz, H. y Weihrich, H., 2013) . teniendo como principales teorías el del enfoque personalista, teorías situacionales o funcionalista, teoría contingencial que sustentan la definición como su importancia según cada periodo. En cuanto a los tipos de liderazgo (Cuadrado, I, 2001) explica que “los estilos de liderazgo o de dirección son las formas alternativas en que los líderes estructuran su conducta interactiva para llevar a cabo sus roles en tanto a líderes” identificando a los siguientes estilos: autoritario, democrático y Laissez-Faire. Las habilidades de un líder comprenden desde la capacidad de comunicación, pensamiento crítico, delegación de trabajo, adaptación, responsabilidad, entre otros. El liderazgo y la calidad están se relacionan en el diseño y conformidad en procesos, satisfacción del cliente, mejora continua y la ética.
- El guía de turismo es la persona que guía a los visitantes en el idioma de su elección e interpreta el patrimonio cultural y natural de una zona, que normalmente posee una titulación específica sobre una zona, por lo general emitido o reconocido por las autoridades competentes. Tiene la función de guiar, conducir, asistir, acompañar y orientar al turista durante su estancia. Dentro de los tipos de guías se encuentran el guía local, guía fijo, guía de ruta, guía chofer entre otras tipologías más. Debe contar con un amplio conocimiento sobre el lugar destino tanto generales como de interés turísticos. Además, deberá manejar apropiadamente la información que

brindará para garantizar la veracidad de la misma utilizando fuentes primarias y secundarias, teniendo en cuenta información básica y complementaria, y su presentación respectiva ya sea escrita o verbal. El guía debe manejarse acorde a los códigos de ética, tales como: brindar información veraz y precisa, contribuir en el cuidado ambiental, mantener una conducta apropiada, entre otras normas.

- Con respecto a la calidad del servicio, la filosofía de calidad de servicio está fundamentada en un enfoque corporativo en el cliente, cultura y sistema de direcciones. El enfoque presenta todo un proceso que incluye desde la preparación y mejoramiento de la organización y del proceso hasta las estrategias, para que además del servicio base, se presten servicios a través de una comprensión total de las necesidades y expectativas del cliente, siendo los principales estándares los siguientes:
  - Confiabilidad.
  - Accesibilidad.
  - Respuesta.
  - Seguridad.
  - Empatía.
  - Tangibles
  - Amabilidad
  - Comunicación
  
- Finalmente, se concluye con el siguiente trabajo, dando un aporte consistente en un **PERFIL DEL GUÍA PROFESIONAL DE TURISMO EN LA REGIÓN SAN MARTÍN**. Luego de haber analizado todas las teorías consideradas en el presente informe, habiendo entrevistado a nueve responsables de agencias de viajes y turismo del distrito de Tarapoto, se identificó los siguientes requisitos, capacidades y competencias que debe considerar un perfil en la región San Martín tal como se detalla a continuación y que se amplía en el anexo N° 03.
  - Peruano de nacimiento, de preferencia oriundo de la región San Martín.
  - Debe ser mayor de edad.
  - Profesional titulado de un Centro de Educación Superior: Universidad o Institutos afines a la actividad turística.

- Debe estar inscrito en el registro de los guías de turismo (AGOTUR) y colegiado (En el caso de ser egresado de una universidad).
  - Debe portar el respectivo carné de registro durante el ejercicio de su labor.
  - Manejo de idiomas, en especial el inglés.
  - Debe tener buena dicción y timbre de voz
  - Su presencia personal debe ser impecable.
  - Debe estar dispuesto a portar el uniforme de la empresa para la cual trabaja.
  - Debe poseer y transmitir información turística especializada de toda la región San Martín.
  - Debe tener conocimientos de primeros auxilios, seguridad turística, técnicas de supervivencia.
  - Conocimiento de información complementaria sobre: botánica, actividades económicas, políticas, especies de flora y fauna, como en el caso de avistamiento de aves, servicios complementarios, entre otros.
- (Ver anexo N° 03)

## V. RECOMENDACIONES

- Incidir mediante capacitaciones sobre la importancia que tiene el liderazgo dentro de la labor del guía profesional de turismo, tanto en los centros de educación superior y en las empresas turísticas dentro de sus programas de actualización al personal, con la finalidad de generar conciencia y compromiso en los mismos.
- Los guías profesionales de turismo en cuanto al liderazgo, deberán comprometerse a conciencia en el desarrollo de capacidades, competencias y habilidades ligadas al tema en mención, ya que cada persona es única y diferente y no todos tienen en forma innata estas cualidades; sin embargo, con voluntad se pueden desarrollar, venciendo así las barreras que los limitan.
- Es importante, también, estar siempre actualizado con respecto al papel y rol que el guía profesional de turismo cumple, para poder estar así al nivel de las exigencias de los turistas y poder satisfacer sus expectativas.
- Se debe hacer de la calidad de servicio un estilo de vida, para así poder esmerarse en el trabajo y poder disfrutar al brindar un servicio de calidad total a los turistas, lo cual se verá reflejado en el efecto multiplicador que hará el mismo y de la construcción de una buena imagen profesional que se puede convertir en un valor agregado frente a tanta competencia laboral.
- Es necesario que se valide un perfil estándar de guías profesionales de la región San Martín, pues, al ser el Perú un país con mucha diversidad, se debe adecuar a cada realidad para no perder las características oriundas de cada región.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Koontz, H. y Wehrich, H. (2013). *Elementos de la Administración 8 edición*. California: Graw Hill Education.
- Albrecht, K. (1995). *Todo el Poder al Cliente*. EEUU: Paidós Empresa.
- Áviles, J. (2002). *El Guía de Turismo*. Venezuela: Monografías.com.
- Bonilla, R. (2007). *Atención y Guiado de Turistas*. San José - Costa Rica.: Instituto Nacional de Aprendizaje.
- Builes Maya, Juan Fernando. (2016). «*El líder de producción*». Medellín : C&E.
- CEN . (2003). *Estandarizaciones del Comité Europeo*. Dunblane,: Federación Mundial de Asociaciones de Guías.
- Colunga, C. (2013). *La calidad en el servicio al cliente (1° ed.)*. . México: : Panorama.
- Cuadrado, I. (2001). *Cuestiones teóricas y datos preliminares sobre tres estilos de liderazgo*. . España: Revista de Psicología Social. Vol.16 (nº2), .
- DIRCETUR SAN MARTÍN. (2019). *PLAN ESTRATÉGICO REGIONAL DE TURISMO PERTUR SAN MARTÍN*. Tarapoto: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo .
- Esparza Bermúdez I.,Ruíz Caro, C.,Guzmán Khan, K. (2007). *MANUAL DE BUENAS PRACTICAS GUIAS DE TURISMO Y OPERACION TURISTICA GESTION DE SERVICIO*. Lima: MINCETUR.
- Gobierno de la Provincia de Salta. (2010). *Técnica de Guiado*. Salta: Ministerio de Cultura y Turismo .
- Gómez-Rada, C. A. (2002). *Liderazgo: conceptos, teorías y hallazgos relevantes*. . Ecuador: Cuadernos.
- Gonzalez Cruz, T. F., Guillén Parra, M. (2000). *Necesidad de liderazgo y su dimensión ética en la gestión de calidad total*. Valencia: Universidad de Valencia.

- Human and Partners . (2013). *Glosario*. Sevilla: *Human&Partners*. Sevilla:  
<http://humanandpartners.com/glosario/>.
- Llorens Montes, F. J., Fuentes Fuentes, M. M. (2005). *Gestión de la calidad empresarial*.  
Madrid: Ediciones Pirámide.
- OMT. (2007). *Glosario Básico*. Madrid -España:  
<https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.
- P, Barroso . (1991). "*Diccionario de ciencias y técnicas de comunicación*". Madrid: San  
Pablo.
- Ramírez, M. (2013). *Atención auxiliar en la hospitalización del paciente*. . España: MAD  
S.L.
- Rodríguez Achútegi, M.; Guerra Rosado, F. J. (2015). *Reflexiones en torno al decreto  
regulador de guías de turismo en Andalucía*. Andalucía: Revista ph, n.º 88.
- Romo Martinez, T. (2012). *Manual de guías de turismo*. México: Trillas.
- Sánchez, J. (2010). *Liderazgo: Teorías y aplicaciones*. Salamanca: Universidad Pontificia  
de Salamanca. .
- Senge, P. (2011). *La Quinta Disciplina: el arte y la práctica de la organización abierta al  
aprendizaje*. Argentina: Ediciones Granica.
- Showalter, M. J., y Mulholland, J. A. . (1992). *Continuous Improvement Strategies for  
Service Organizations*. EEUU: Business Horizons.
- Wendell L. French. Cecil H. Bell. (1995). *Desarrollo Organizacional*. España: Prentice  
Hall,.

## **ANEXOS**

**ANEXO N° 01:****REGLAMENTO DE LA LEY DEL GUÍA DE TURISMO****REGLAMENTO DE LA LEY DEL GUÍA DE TURISMO****CAPITULO I DISPOSICIONES GENERALES****Artículo 1°.- Objeto**

El presente dispositivo establece las normas reglamentarias de la Ley N° 28529, Ley del Guía de Turismo.

**Artículo 2°.- Ámbito de aplicación**

Están sujetos a las normas del presente Reglamento todas las personas naturales que desarrollan la actividad de Guía de Turismo, quienes, para tal efecto, deberán cumplir con lo establecido en los artículos 2° y 6° de la Ley N° 28529, Ley del Guía de Turismo y el presente Reglamento.

**Artículo 3°.- Órgano Competente**

Las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo o las que hagan sus veces en los Gobiernos Regionales y la Municipalidad Metropolitana de Lima, son los órganos competentes para la aplicación del presente Reglamento.

**Artículo 4°.- Definiciones**

Para efectos de la aplicación del presente Reglamento se entiende por:

- a) **Ley:** Ley N° 28529, Ley del Guía de Turismo.
- b) **Guía Oficial de Turismo:** La persona natural acreditada con el título de Guía Oficial de Turismo otorgado a nombre de la Nación, por institutos superiores y centros de formación superior oficialmente reconocidos, después de haber cursado y aprobado estudios por un lapso mínimo de seis semestres académicos.
- c) **Licenciado en Turismo:** La persona natural que ostenta el título de Licenciado en Turismo expedido por las universidades del país, o revalidado conforme a ley, si el



título hubiera sido otorgado por una universidad extranjera, inscrito en el Colegio de Licenciados en Turismo.

- d) **Registro Nacional del MINCETUR:** Registro Nacional de Guías Oficiales de Turismo y Licenciados en Turismo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, en el que se deberá consolidar la información de los Registros de Prestadores de Servicios de Turismo de los Gobiernos Regionales y de la Municipalidad Metropolitana de Lima.
- e) **Registro:** Registro de Prestadores de Servicios de Turismo a cargo del órgano competente, en el que deberán inscribirse los Guías Oficiales de Turismo y los Licenciados en Turismo.
- f) **Carné de Guía de Turismo:** Documento expedido por el órgano competente, que identifica al Guía Oficial de Turismo y lo faculta para el ejercicio de su actividad. El carné debe contener la información establecida en el presente Reglamento. En el caso de los Licenciados en Turismo, el carné expedido por el Colegio de Licenciados en Turismo lo identifica para el ejercicio de la actividad de guía de turismo, siempre que esté inscrito en el Registro.

Artículo 5°.- Referencias al presente Reglamento

Cuando se citen artículos sin señalar el dispositivo correspondiente, se debe entender que éstos se refieren al presente Reglamento.

## **CAPITULO II DE LAS FUNCIONES DEL ÓRGANO COMPETENTE**

**Artículo 6°.- Funciones del Órgano Competente** Corresponde al órgano competente las siguientes funciones:

- a) Inscribir en el Registro a los Guías Oficiales de Turismo y a los Licenciados en Turismo que cumplan con los requisitos exigidos en la Ley;
- b) Expedir el Carné que identifica al Guía Oficial de Turismo.
- c) Llevar y mantener actualizado el Registro.

- d) Remitir al MINCETUR, en el plazo máximo de tres (3) días útiles de realizada la inscripción en el Registro, los datos consignados en el mismo de acuerdo al artículo 9º del presente Reglamento.
- e) Promover acciones que coadyuven a la capacitación permanente de los Guías Oficiales de Turismo y Licenciados en Turismo, en coordinación con las asociaciones y entidades públicas o privadas vinculadas a la actividad;
- f) Coordinar preferentemente con la Federación Nacional de Guías de Turismo del Perú - FENAGUITURP y con el Colegio de Licenciados en Turismo - COLITUR, las asociaciones representativas de su jurisdicción y entidades públicas o privadas las acciones que sean necesarias para la mejor aplicación y cumplimiento del presente Reglamento;
- g) Supervisar la prestación del servicio y el desarrollo de la actividad del Guía Oficial de Turismo y del Licenciado en Turismo, de acuerdo a las disposiciones contenidas en la Ley y en el presente Reglamento;
- h) Otras funciones y/o atribuciones que les sean asignadas de acuerdo a las disposiciones sobre la materia.

### **CAPITULO III DE LA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE LOS GUÍAS DE TURISMO Y DE LOS LICENCIADOS EN TURISMO**

#### Artículo 7º.- Inscripción en el Registro

Para ejercer la actividad de Guía de Turismo, tanto el Guía Oficial de Turismo como el Licenciado en Turismo deberán estar inscritos en el Registro.

#### Artículo 8º.- Requisitos y procedimiento para la inscripción de los Guías Oficiales de Turismo en el Registro

**8.1** Para la inscripción en el Registro del Gobierno Regional y de la Municipalidad Metropolitana de Lima, el Guía Oficial de Turismo deberá presentar una solicitud de acuerdo al Formato que aparece en el Anexo N° 1, que forma parte del presente Reglamento, acompañando los documentos siguientes:

- a) Copia legalizada del título de Guía Oficial de Turismo expedido por un instituto superior o centro de formación superior oficialmente reconocido o copia fedateada de

la Resolución Directoral que dispone la expedición e inscripción del Título de Guía Oficial de Turismo, emitida por el Sector Educación.

- b) Copia del certificado o constancia que dé cuenta del conocimiento y dominio del idioma extranjero expedido por una institución oficialmente reconocida o declaración jurada.
- c) Dos fotografías a color tamaño carné;

**8.2** La inscripción en el Registro da lugar a la expedición del Carné de Guía de Turismo por el órgano competente, el que tendrá una vigencia de 3 años renovables.

**8.3** Para la renovación de la inscripción en el Registro, el Guía Oficial de Turismo presentará al órgano competente una Declaración Jurada según el Formato que aparece en el Anexo N° 2, que forma parte del presente Reglamento.

Artículo 9°.- Carné de Guía Oficial de Turismo

**9.1** El Carné de Guía Oficial de Turismo deberá incluir la información siguiente:

- a) Nombres y apellidos completos.
- b) Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- c) Número de Documento Nacional de Identidad (DNI) o carné de extranjería vigente.
- d) Nombre del instituto superior o centro de formación superior que expidió el título de Guía Oficial de Turismo.
- e) Idioma (s) extranjero (s) que domina.
- f) Nombre de la asociación a la que se encuentra afiliado, de ser el caso.
- g) Número del carné.
- h) Fecha de expedición del carné.
- i) Fecha de caducidad del carné.

**9.2** El carné deberá incluir en el reverso, el texto del artículo 4° de la Ley.

**Artículo 10°.- Requisitos y procedimiento para la inscripción de los Licenciados en Turismo en el Registro.**

**10.1.** La inscripción de los Licenciados en Turismo se realizará de oficio, por el órgano competente basada en la relación que el Colegio de Licenciados respectivo le remita.

**10.2.** La relación referida en el numeral precedente, deberá contener la información señalada en el artículo siguiente.

#### **CAPITULO IV DE LA INFORMACIÓN DE LOS REGISTROS**

##### Artículo 11°.- Registro

El Registro deberá consignar la información siguiente:

- a) Nombres y apellidos completos del Guía Oficial de Turismo o del Licenciado en Turismo.
- b) Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- c) Número de Documento Nacional de Identidad (DNI) o carne de extranjería vigente.
- d) Domicilio.
- e) Teléfono.
- f) Correo electrónico, de ser el caso.
- g) Nombre del instituto o centro de formación superior que expidió el título de Guía Oficial de Turismo, o de la universidad que le expidió el título de Licenciado en Turismo.
- h) Idioma (s) extranjero (s) que domina.
- i) Nombre de la asociación y/o colegio profesional al que está afiliado, de ser el caso;
- j) Número del carné;
- k) Fecha de expedición del carné;
- l) Fecha de caducidad del carné.

##### Artículo 12°.- Registro Nacional del MINCETUR

El Registro Nacional a cargo del MINCETUR deberá consolidar la información de los Registros de los Gobiernos Regionales y la Municipalidad Metropolitana de Lima.

##### Artículo 13°.- Difusión de la información de los Registros

La información contenida en los Registros de los órganos competentes, así como en el Registro Nacional del MINCETUR se publicará en la página web del órgano competente y del MINCETUR, respectivamente.

## **CAPITULO V DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD**

Artículo 14°.- De la prestación de los servicios

**14.1** El Guía Oficial de Turismo y el Licenciado en Turismo, inscritos en el Registro, podrán prestar sus servicios en forma independiente o mediante otros prestadores de servicios turísticos.

**14.2** Las funciones, derechos y obligaciones del Guía Oficial de Turismo y del Licenciado en Turismo son los establecidos en los artículos 3°, 4° y 5° de la Ley.

**14.3** Para el ejercicio de sus funciones, el Guía Oficial de Turismo y el Licenciado en Turismo; de conformidad con lo establecido en el artículo 6° de la Ley, deberá portar permanentemente el carné que lo identifique como tal, siendo este el único documento exigible para la prestación de sus servicios.

### **Artículo 15°.- Ejercicio de los derechos del Guía Oficial de Turismo y del Licenciado en Turismo:**

Para el ejercicio de los derechos del Guía Oficial de Turismo y del Licenciado en Turismo inscritos en el Registro, previstos en el artículo 4° de la Ley, se deberá tener en cuenta lo siguiente:

- a) El acceso gratuito a museos, monumentos arqueológicos, áreas naturales protegidas de uso turístico, centros de atracción turística, eventos especiales, eventos folklóricos y actividades declaradas de interés turístico, se permite sin perjuicio del cumplimiento de las demás disposiciones previstas por las entidades u organizadores de los lugares y/o eventos señalados, ya sea que ingrese con o sin compañía de un turista o grupo de turistas.
- b) Los Guías Oficiales de Turismo y los Licenciados en Turismo para tener acceso a las facilidades señaladas en los incisos 2 y 3 del artículo 4° de la Ley, cuando las mismas se refieran a la adquisición de publicaciones, fotocopias, copias electrónicas u otros documentos de investigación, deberán asumir, según corresponda, los pagos respectivos conforme a las disposiciones legales vigentes.
- c) El órgano competente en coordinación y con la colaboración de la FENAGUITURP, el COLITUR, las asociaciones representativas de su jurisdicción y entidades públicas

o privadas, desarrollará acciones de capacitación, teniendo en consideración los lineamientos, objetivos y estrategias del Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR y el Plan Nacional de Calidad Turística del Perú - CALTUR.

## **DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES**

**Primero.- Régimen especial para la Municipalidad Metropolitana de Lima** Las funciones establecidas en el artículo 6° del presente Reglamento serán ejercidas por la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico del Viceministerio de Turismo del MINCETUR, en el departamento de Lima, hasta que la Municipalidad Metropolitana de Lima cumpla con lo establecido en la Ley N° 28273, Ley del Sistema de Acreditación de los Gobiernos y Locales, su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 0802004-PCM, y normas complementarias.

**Segunda.- Reglamentación de las actividades especializadas**

Las especializaciones referidas en el artículo 7° de la Ley sólo podrán ser obtenidas por los Guías Oficiales de Turismo y los Licenciados en Turismo de acuerdo a Ley.

Estas actividades serán reglamentadas mediante Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo y de Educación, cuando la materia lo amerite.

**Tercera.- Requisito para ejercicio del guiado de otros profesionales**

En los casos de otros profesionales como biólogos, arqueólogos y otros análogos, deberán cumplir con los requisitos de formación en las universidades o institutos de turismo calificados para ejercer el guidismo profesional de acuerdo a Ley.

**Cuarta.- Orientador Turístico**

El Orientador Turístico es la persona que ejerce las actividades especializadas referidas en el artículo 7° de la Ley. Presta servicios de información y orientación turística en el caso de no contar con Guías Oficiales de Turismo o Licenciados en Turismo en determinado ámbito circunscrito. En los demás casos podrán prestar servicios de manera conjunta.

**Quinta.- Participación privada en el Registro**

Para el registro de los Guías Oficiales de Turismo, las asociaciones representativas, podrán colaborar con el órgano competente, presentando los documentos exigidos en el artículo 8° del presente Reglamento que correspondan a sus asociados, para que sean tramitados por el órgano competente.

**Sexta.- Cumplimiento del dominio del idioma extranjero.**

Los guías oficiales de turismo y los licenciados en turismo en ejercicio, que a la fecha no estén en capacidad de acreditar el dominio de un idioma extranjero, por única vez, podrán ser inscritos en el Registro, acreditando ante el órgano competente haber iniciado la capacitación respectiva en una institución oficialmente reconocida; quedando obligados a acreditar el dominio del referido idioma extranjero en el plazo de tres (03) años, computados desde la inscripción en el Registro.

En el caso que, no se cumpliera con acreditar el dominio de un idioma extranjero en el plazo antes referido, la inscripción en el Registro será cancelada de forma automática.

**Sétima. - Norma supletoria**

En todo lo no previsto en el presente Reglamento, resulta aplicable la Ley N° 27444 - Ley del Procedimiento Administrativo General.

*Fuente. Reglamento de la Ley del Guía de Turismo*

**Anexo N° 02:**

**Formato de entrevistas aplicadas.**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN.**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.**  
 Departamento Académico de Ciencias Económicas  
 Escuela Profesional de Turismo.



**CUESTIONARIO**

**PERFIL DEL GUÍA PROFESIONAL DE TURISMO**

Buen día, con la intención de identificar y elaborar el Perfil de Guía Profesional de Turismo en la Región San Martín, le presentamos este breve cuestionario para que desde su experiencia como empresario turístico nos pueda proporcionar información más cercana a nuestra realidad. Gracias.

1. **Razón comercial de la empresa:**

\_\_\_\_\_

2. **Ubicación:**

\_\_\_\_\_

3. **Nombre del responsable y/o colaborador:**

\_\_\_\_\_

4. **¿Cuáles considera usted que son las funciones principales de un guía de turismo?**

-----  
 -----

-5. **¿Considera usted que el desempeño de los guías de turismo de San Martín responde a nuestra realidad? ¿Por qué?**

.....  
 .....

6. **¿Cree usted que es necesario la elaboración de un perfil del guía profesional de turismo acorde a las necesidades y realidad de nuestra región?**

.....

7. **Podría indicarnos que competencias, capacidades, habilidades y/o destrezas deberían desarrollar o contar los guías profesionales en turismo de nuestra región.**

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....

*¡Gracias!*



**Anexo N° 03:****Perfil del Guía Profesional de Turismo de San Martín.**

- Peruano de nacimiento, de preferencia oriundo de la región San Martín.
- Debe ser mayor de edad.
- Profesional titulado de un Centro de Educación Superior: Universidad o Institutos afines a la actividad turística.
- Debe estar inscrito en el registro de los guías de turismo (AGOTUR) y colegiado (En el caso de ser egresado de una universidad).
- Debe portar el respectivo carné de registro durante el ejercicio de su labor.
- Manejo de idiomas, en especial el inglés.
- Debe tener buena dicción y timbre de voz
- Su presencia personal debe ser impecable.
- Debe estar dispuesto a portar el uniforme de la empresa para la cual trabaja.
- Debe poseer y transmitir información turística especializada de toda la región San Martín.
- Debe tener conocimientos de primeros auxilios, seguridad turística, técnicas de supervivencia.
- Conocimiento de información complementaria sobre: botánica, actividades económicas, políticas, especies de flora y fauna, como en el caso de avistamiento de aves, servicios complementarios, entre otros.
- Resolución de conflictos e imprevistos
- Capacidad de trabajo bajo presión sin perder la amabilidad y la cortesía en el trato al turista.
- Capacidad de liderazgo para el buen manejo de grupos.
- Debe conocer terminología regionalista, palabras en quechwa.

- Debe tener conocimientos de la localización de áreas naturales protegidas por el Estado.
- Conocimiento referente a trámite policial en caso de que el turista sea víctima de dolo, para que pueda asistirlo y orientarlo.
- Debe tener un buen dominio en técnicas de animación turística y recreación.
- Debe saber nadar y aplicar técnicas de salvataje en agua y tierra, según sea el caso.
- Debe contar con buen estado físico y psicológico para el ejercicio de la labor.
- Debe promover la responsabilidad y conciencia ambiental, evitando la comercialización de especies.
- Debe conocer y ejecutar las danzas de la región San Martín, en caso de que el turista solicite una demostración de las mismas.
- Tiene que estar capacitado y apto para responder ante cualquier situación de emergencia e imprevista dentro del desarrollo del programa turístico.
- Entre otros.

*Fuente. Entrevista aplicada a prestadores de servicio de la región San Martín.*

**Anexo N° 04:****Relación de Agencias de Viajes y Turismo entrevistadas**

- ✓ **Agencia de Viajes y Turismo “PIRATA TOURS” SAC**  
Jr. Alegría Áreas de Morey N° 150 – Tarapoto  
Entrevistado(a): Bidalita Bustamante – Encargada
- ✓ **Agencia de Viajes y Turismo “YANAY VOYAGES”**  
Jr. Plaza Mayor N° 251 – Tarapoto  
Entrevistado(a): Kiara Fonseca – Encargada
- ✓ **PERUVIAN - Tarapoto**  
Jr. Pedro de Urzua N° 464 – Tarapoto  
Entrevistado(a): Patricia Fernández Seijas – Encargada
- ✓ **Davi´s Tour & Destinos Tarapoto**  
Jr. San Pablo de la Cruz N° 137 – Tarapoto  
Entrevistado(a): David Vásquez López – Encargado
- ✓ **Laguna Azul Tour Operador**  
Jr. Plaza Mayor N° 251 – Tarapoto  
Entrevistado(a): Diego Quebedo – Encargado
- ✓ **Agencia de Viajes y Turismo “HUAMBRILLO TOUR´S”**  
Jr. Moyobamba Cdra – 01 – Tarapoto  
Entrevistado(a): Sara Castillo – Ayudante
- ✓ **Agencia de Viajes y Turismo “FOMENTOURS”**  
Jr. San Martin N° 148 – Tarapoto  
Entrevistado(a): Gianerlla Ibañez – secretaria
- ✓ **Agencia de Viajes y Turismo “YURIPARI”**  
Jr. Plaza Mayor N° 135 – Tarapoto  
Entrevistado(a): Katia Córdova – Encargado
- ✓ **Agencia de Viajes y Turismo “YANAY VOYAGES”**  
Jr. Plaza Mayor N° 251 – Tarapoto  
Entrevistado(a): Mishell Yshuiza – Caunter

**Anexo N° 05:**

**Relación de Agencias de Viajes y Turismo Formalizadas en la región San Martín.**

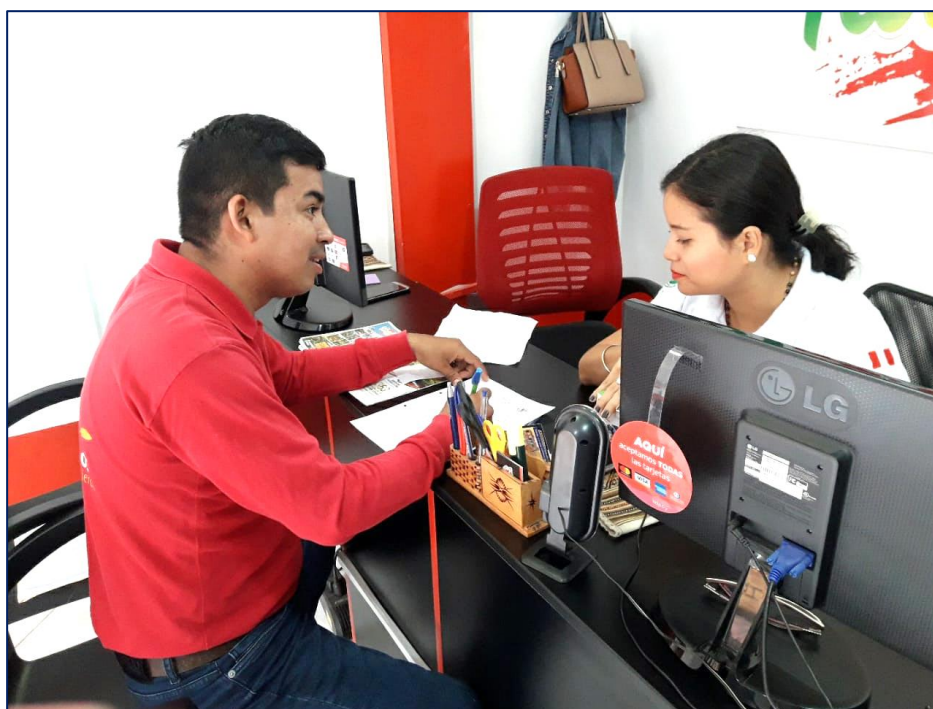
*(Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – San Martín – DIRCETUR/ D.S. N° 004-2016-MINCETUR - 11.06.16)*

**Anexo N° 06:**  
**Relación de Guías de Turismo inscritas en AGOTUR**

**Anexo N° 07:**  
**Testimonio Fotográfico.**



*Foto 1:* Testimonio Fotográfico – Elaboración propia



*Foto 2:* Testimonio Fotográfico – Elaboración propia