



Apps, dietas, valoraciones y selfies: retos crecientes del trabajo de los guías turísticos

El 100% de los guías consultados comentan que un número creciente de clientes buscan confirmación de las explicaciones en sus móviles

El turismo y, sobre todo, los turistas han evolucionado enormemente con las nuevas tecnologías. El portal Winetourismspain.com, especializado en tours de gastronomía y vino en España, ha consultado con guías locales con los que colabora para entender mejor los retos que las nuevas tendencias tienen en su labor cotidiana. Si bien el conjunto de los guías preguntados se muestra contento con el crecimiento de turistas sí coinciden en que **la labor de guía turístico se enfrenta hoy a desafíos desconocidos hace escasamente 10 años.**

“Se ha hablado mucho del cambio en el modo de reservar viajes y el papel de las agencias online multinacionales en esto, pero muy poco de cómo los guías locales

tienen que hacer frente a turistas que tienen la información en sus dedos a cada instante”, comenta Luis Lechuga, gerente de Winetourismspain.com.

✘ En el portal, especializado en tours a bodegas para extranjeros, comentan que son muchos los clientes que viajan con apps especializadas en vino en sus teléfonos. Sus guías saben que, en cualquiera de sus [tours desde Madrid](#), se van a encontrar clientes que, incluso, antes de catar un vino ya han sacado una fotografía a la etiqueta y miran su precio medio, la valoración de otros usuarios e información u otros datos.

“Al principio resultaba un poco molesto”, explica Raúl Buendía, guía experto de Winetourismspain, “pero es una tendencia imparable y hay que entender a los clientes, que están rodeados de información continuamente... ¡No podemos esperar que lleguen a un tour y desconecten y cambien sus hábitos de repente!”.

La solución que aportan desde el portal es trabajar mucho el contenido de los tours y buscar la excelencia con los proveedores elegidos. De este modo la información que podrá encontrar el cliente sólo reafirma la calidad del tour elegido. Los guías deben tener también muy trabajados los itinerarios para evitar que una búsqueda en Google de un turista curioso pueda poner en duda la calidad de las explicaciones.

Las valoraciones en medios como Tripadvisor son otro elemento a tener en cuenta, si bien en el portal señalan que los guías consultados suelen estar más relajados que restaurantes u hoteles con este tema. “El servicio de un guía es normalmente la parte más humana y local de un tour o una excursión y parece que nos ensalzan; mientras que pueden al mismo tiempo criticar a un restaurante al que los hemos llevado”, asegura Miguel, guía en la ciudad de Barcelona.

✘ **Tema aparte son las peticiones que se reciben sobre dieta y restricciones alimentarias.** La percepción general de los guías consultados es que en los últimos años las peticiones han crecido de forma considerable. En un mismo tour en el que se lleva a clientes a un restaurante se pueden dar cita personas veganas, celiacas, pescetarianas, alérgicas al marisco y con dieta kosher. “A la agencia nos llegan peticiones del tipo queremos comida baja en grasa y en sal, comida sin picante ni leche y que no contengan camarones, cacahuetes ni kiwi”, añade Luis Lechuga.

Lejos de verlo como un problema, en Winetourismspain afirman que se trata de una oportunidad para las agencias enfocadas a la calidad del servicio. Un mundo más global implica más complejidad y variedad para los operadores turísticos. Según un estudio de Ipsos en Reino Unido, **el número de veganos en ese país creció de 150.000 a 542.000 personas en los últimos 10 años**, lo que representa un 1% de la población enorme crecimiento en uno de los emisores más importantes de turistas a España.

Otra tendencia que ha tenido una evolución muy rápida en los últimos años es la búsqueda de la fotografía perfecta. “La fotografía siempre ha estado allí. Lo que han cambiado son dos cosas: la posibilidad de hacer miles de fotografías digitales sin que implique gasto y la posibilidad de compartirla con amigos y seguidores en redes sociales. Ambas cosas juntas hacen que en ocasiones haya que poner un poco de límite al tiempo que se pasa buscando rincones”, sostiene Mikel, guía en San Sebastián.

Las peticiones que implican buscar la fotografía perfecta se multiplican. “En una ocasión tuvimos que buscar un árbol precioso con vistas a un castillo para que el cliente pidiera en matrimonio a su novia. Les hice una foto y al poco tiempo el ‘Sí quiero’ estaba compartido en medio planeta”, explica uno de los guías.

En Winetourismspain señalan que las implicaciones para los guías se dejan también sentir en el trabajo en oficina. “Muchas peticiones llegan primero al agente de viajes primero y se comentan con proveedores y con los guías para que todo el tour salga bien. **El mayor desafío para un guía se produce cuando los filtros no han funcionado y el cliente no ha aportado información**”.

Una reflexión final que apuntan desde el portal es que **la labor del guía seguirá siendo fundamental en el futuro** y que, si bien, consideran que las tendencias tecnológicas hacen necesario una adaptación de su labor, seguirán siendo un elemento esencial para el turismo de calidad.