

Servicios de Información Turística

Ciclo formativo de Grado Superior

Familia Profesional de Hostelería y Turismo

Santiago Rodrigo Tamarit



Servicios de información turística

Ciclo Formativo de Grado Superior

**FAMILIA PROFESIONAL DE
HOSTELERÍA Y TURISMO**

Santiago Rodrigo Tamarit

Primera edición, 2011

Autor: Santiago Rodrigo Tamarit

Maquetación: Patricia Penavella Soto

Edita: Educàlia Editorial, S.L.

Imprime:

ISBN: 978-84-15161-72-1

Depòsit Legal: SE-8029-2011

Printed in Spain/Impreso en España.

Todos los derechos reservados. No está permitida la reimpresión de ninguna parte de este libro, ni de imágenes ni de texto, ni tampoco su reproducción, ni utilización, en cualquier forma o por cualquier medio, bien sea electrónico, mecánico o de otro modo, tanto conocida como los que puedan inventarse, incluyendo el fotocopiado o grabación, ni está permitido almacenarlo en un sistema de información y recuperación, sin el permiso anticipado y por escrito del editor.

Alguna de las imágenes que incluye este libro son reproducciones que se han realizado acogiéndose al derecho de cita que aparece en el artículo 32 de la Ley 22/18987, del 11 de noviembre, de la Propiedad intelectual. Educàlia Editorial agradece a todas las instituciones, tanto públicas como privadas, citadas en estas páginas, su colaboración y pide disculpas por la posible omisión involuntaria de algunas de ellas.

Educàlia Editorial, S.L.

Mondúver, 9, bajo, 46025 Valencia

Tel: 963273517

E-Mail: educaliaeditorial@e-ducalia.com

<http://www.e-ducalia.com/material-escolar-colegios-ies.php>

ÍNDICE

TEMA 1: El fenómeno turístico

1. - El fenómeno turístico.
 - 1.1. - Introducción.
 - 1.2. - Definición de turismo.
 - 1.3. - Conceptos básicos relacionados con el turismo.
 - 1.4. - Análisis del origen y evolución histórica del fenómeno turístico.
 - 1.4.1. - Antecedentes históricos.
 - 1.4.2. - Desarrollo del turismo.
 - 1.4.3. - Situación actual.
 - En el mundo.
 - En España.
2. - Valoración del hecho turístico desde la perspectiva de sus efectos económicos, culturales, socio-políticos y medioambientales.
 - 2.1. - Efectos económicos.
 - 2.2. - Efectos culturales.
 - 2.3. - Efectos socio-políticos.
 - 2.4. - Efectos medioambientales.
3. - Dinámica de los flujos turísticos.
 - 3.1. - Los flujos turísticos.
 - 3.2. - Las regiones turísticas.
 - 3.3. - La estacionalidad.

TEMA 2: El mercado turístico

1. - El mercado turístico: Introducción.
2. - La oferta turística.
 - 2.1. - Concepto de la oferta turística: componentes básicos.
 - 2.2. - Tipos de productos y servicios turísticos.
- 3.- La demanda turística internacional y española.
 - 3.1. - Concepto de demanda turística.
 - 3.2. - La demanda turística internacional.
 - 3.3. - La demanda turística española.
4. - Proceso global de creación y prestación de los servicios turísticos en función de sus fases.
 - 4.1. - Fase de conceptualización.
 - 4.2. - Estructuración.
 - 4.3. - Comercialización.
 - 4.4. - Prestación.
5. - Profesiones turísticas.
 - 5.1. - Las figuras profesionales del turismo.
 - 5.1.1. - Los ámbitos de trabajo de trabajo del turismo.
 - 5.1.2. - Los niveles de responsabilidad.
 - 5.2. - Principios deontológicos.
 - 5.2.1. - Aptitudes generales de los profesionales turísticos.

TEMA 3: Empresas turísticas y sus interrelaciones

1. - Restauración.
 - 1.1. - Clasificación de los establecimientos:
 - 1.1.1. - Según sus características.
 - 1.1.2. - Normativa aplicable.
2. - Alojamiento.
 - 2.1. - Clasificación de los establecimientos:
 - 2.1.1. - Según sus características generales.
 - 2.1.2. - Tipo de clientela.
 - 2.1.3. - Normativa aplicable.
3. - Agencias de viajes.
 - 3.1. - Las AAVV y las empresas de alojamiento.
 - 3.2. - Las AAVV y las empresas de restauración.
 - 3.3. - Las AAVV y el transporte aéreo.
 - 3.4. - Las AAVV y el transporte acuático.
 - 3.5. - Las AAVV y el transporte ferroviario.
 - 3.6. - Las AAVV y el transporte por carretera.

TEMA 4: Tipos de entidades de información turística

1. - Servicios y entidades de información turística: concepto e importancia.
2. - Tipos de entidades que prestan servicios de información turística.
 - 2.1. - Evolución.
 - 2.2. - Clasificación.
 - 2.3. - Turespaña y la Red Tourist Info de la CV.
3. - Actividades de las oficinas de información.
 - 3.1. - Inventario y documentación de los recursos turísticos.
 - 3.2. - Actividades informativas.
 - 3.3. - Las actividades de promoción.
 - 3.4. - Actividades de animación.
 - 3.5. - Control de calidad.
4. - Organismo oficiales básicos.
 - 4.1. - Actividades de comercialización de estas oficinas.

TEMA 5: Organización en entidades de información turística

1. - Estudio de viabilidad.
 - 1.1. - Investigación de mercado.
 - 1.2. - Estudio económico.
 - 1.3. - Estudio de localización.
2. - Estructura organizativa y funcional.
 - 2.1. - Estructuras organizativas y funcionales del personal.
 - 2.1.1. - Servicios de información turística en destino.
 - 2.1.2. - Servicios de información turística en origen.
 - 2.2. - Organización y distribución espacial de la entidad.

TEMA 6: Tipos de solicitudes de información turística

1. - Fuentes de información turística.
 - 1.1. - Concepto.
 - 1.2. - Tipos de fuentes de información.
 - 1.2.1. - Según la titularidad.
 - 1.2.2. - Según el coste.
 - 1.2.3. - Según el procedimiento de búsqueda y obtención.
 - 1.2.4. - Según la procedencia de la información.
 - 1.2.5. - Según la naturaleza de la fuente informativa.
2. - Clasificación de solicitudes de información turística.
3. - Gestión de las reclamaciones de clientes.
4. - Ley 3/1998, de Turismo de la Comunidad Valenciana y Ley 1/2007 General de defensa de los consumidores.

TEMA 7: Gestión y tratamiento de la información

1. - Procedimientos para la gestión de la información turística.
 - 1.1. - Búsqueda y obtención de la información.
 - 1.2. - Organización de la difusión de la información.
 - 1.3. - Difusión de la información.
 - 1.4. - Registro de datos y control de calidad.

TEMA 8: La Calidad

1. - Introducción.
2. - Gestión y control de calidad en las empresas de hostelería y turismo.
 - 2.1. - Evolución del concepto de calidad.
 - 2.2. - Gestión de calidad turística.
 - 2.2.1. - Estrategia de calidad.
 - 2.2.2. - Calidad y RRHH.
 - 2.3. - Costes de calidad y no calidad.
3. - Sistemas aplicables al sector.
 - 3.1. - Sistemas adecuados para el turismo.
 - 3.2. - Gestión de calidad total.
 - 3.3. - El modelo SERVQUAL.
 - 3.4. - El sistema APPCC de seguridad alimentaria.
 - 3.5. - Certificaciones de sistemas de calidad.
 - 3.5.1. - Gestión de calidad.
 - Las normas ISO 9000:2000.
 - El sistema de calidad turística española.
 - QUALITUR de la Comunidad Valenciana.
 - 3.5.2. - Gestión medioambiental.
 - ISO 14000.
 - Reglamento europeo EMAS.
 - Banderas Azules.
 - Banderas AENOR.
4. - Peculiaridades de la gestión integral en las empresas y entidades del sector.
 - 4.1. - Gestión integral a nivel gobierno central.
 - 4.2. - Gestión integral a nivel gobierno autonómico.
5. - Relación entre calidad de servicios propios y ajenos y satisfacción del cliente.

TEMA 9: Introducción a la estadística

1. - Estadística descriptiva y análisis estadístico en hostelería y turismo.
 - 1.1. - Introducción.
 - 1.2. - Clasificación de la estadística.
 - 1.3. - Conceptos fundamentales.
2. - Técnicas estadísticas para la obtención y presentación de datos.
 - 2.1. - Tablas estadísticas.
 - 2.2. - Representaciones gráficas.
 - Diagramas.
 - Histogramas.
 - Varios.
3. - Tipos de análisis estadísticos básicos.
 - 3.1. - Análisis de una variable: medidas de posición.
 - 3.1.1. - Medidas de posición centrales.
 - 3.1.2. - Medidas de posición no centrales.
 - 3.2. - Análisis de una variable: medidas de dispersión.
4. - Aplicaciones estadísticas en hostelería y turismo.
 - 4.1. - En destinos turísticos.
 - 4.2. - En empresas turísticas.
5. - Fuentes estadísticas en hostelería y turismo.
 - 5.1. - Fuentes de España.
 - 5.2. - Fuentes europeas y mundiales.

TEMA 1

El fenómeno turístico

1. - El fenómeno turístico

1.1. - Introducción

Introducir con las cifras anuales de resumen mundial y nacional de turismo.

TURISMO MUNDIAL		2010		OMT
Turistas Internacionales	935		.+2% s/2007	690.000 M de ingresos
Previsión 2020	1.600 M			
Llegadas Europa	476		.(+50% del total)	170 M Europa Mediterránea
Ranking Mundial Visitantes	Francia - EEUU - China - España			China en 2020
Ranking Mundial Ingresos	EEUU - España - Francia - China			1º Destino
Pral Países emisores: EEUU - ALE - JPON - CHI - GB				

TURISMO RECEPTOR		2010		FRONTUR
Turistas Internacionales	52,7		.(+40 M excursionistas)	
Gasto Turístico	52.500 M €			
Gasto medio turistas	932 €		Gasto/día 98€	
Estancia media	9,5 noches			
Principales mercados emisores				Destinos principales
GB	} 60% del total			1 CAT 13,2 M
ALE				2 BAL 9,2 M
FRA				3 CAN 8,6 M
PAÍSES NÓRDICOS				4 AND 7,4 M
ITA				5 VAL 5 M
				6 MAD 4,6 M

TURISMO NACIONAL		2010		FAMILITUR
Total de 168 M de viajes				
INTERNO	162 M	EMISOR	13,6 M	COMUNIDAD VALENCIANA
AND	} Pral destinos	FRA		25 M de turistas totales 5 M Internacionales
CAT		POR		
CAST-LEON		ITA		
VAL		AND		
Impactur				

1.2. - Definición de turismo

Antes de analizar el origen, empecemos por una primera definición de lo que significa el Turismo. Al ser esta un fenómeno interdisciplinar que implica otras ciencias (jurídicas, económica, política, psicológica, social, tecnológica...), encontraremos muchas definiciones.

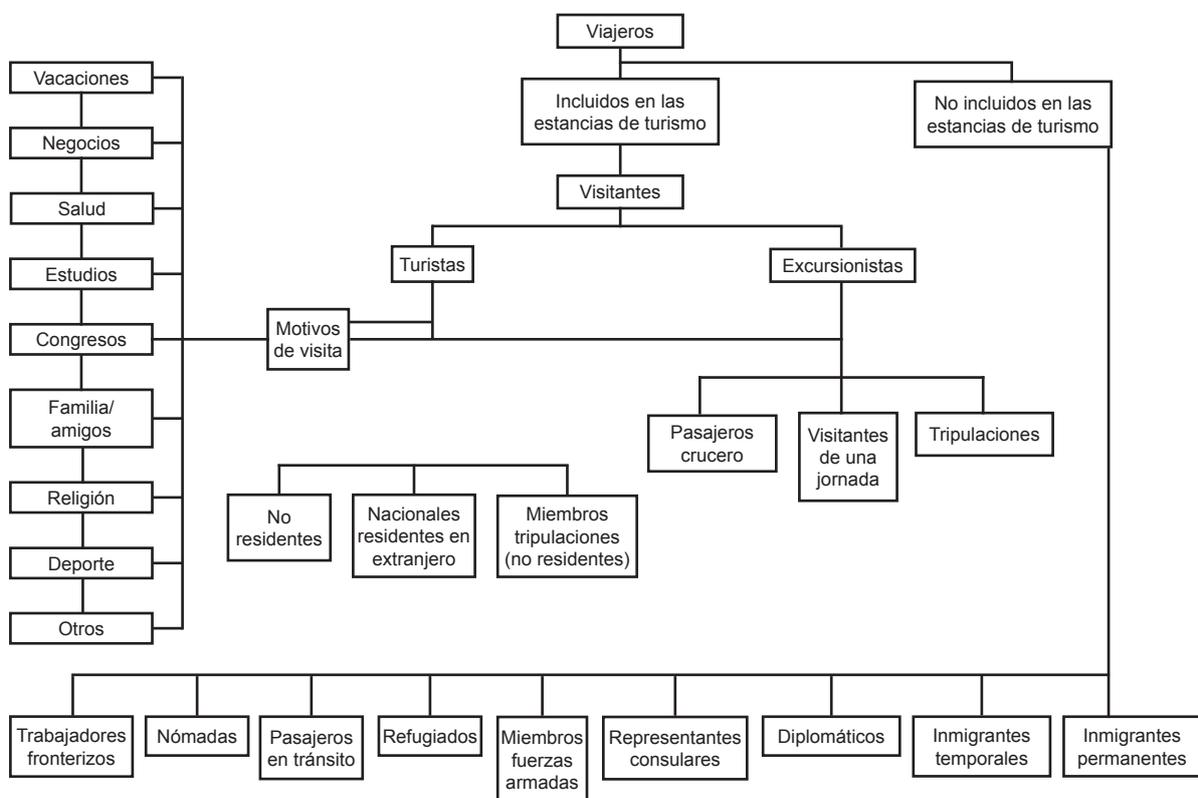
Es tras la primera guerra mundial cuando el turismo pasa a ser considerado materia científica de estudio y desde un primer momento desde la perspectiva económica. Los más destacados en estudio del turismo fueron los economistas de “la escuela berlinesa”, la definición más destacada es la expuesta por los suizos, 1ª potencia turística de la época, Hunziker y Krapft en 1942:

“Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que el desplazamiento o la estancia no estén motivadas por una actividad lucrativa”.

Dar una definición de turismo permite adoptar una terminología común en todos los países y profesionales y es posible establecer unas estadísticas internacionales fiables. Según la OMT, a efectos estadísticos, aprobado en la conferencia de Ottawa de 1991: *“las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”*.

1.3. - Conceptos básicos relacionados con el turismo

La OMT habla de unidades básicas de turismo internacional, a efectos estadísticos:



A nivel internacional la OMT habla de:

- Turismo interno (Domestic).
- Turismo receptor (inbound).
- Turismo emisor (outbound).

1.4. - Análisis del origen y evolución histórica del fenómeno turístico

1.4.1. - Antecedentes históricos

El turismo, como se entiende hoy, es un fenómeno reciente. Los viajes han existido siempre, pero no todos se pueden etiquetar de turísticos: migraciones, guerras...

Tres etapas:

La antigüedad:

Los imperio griegos y romanos tuvieron una vinculación especial con los viajes (libros de viajes). Clases sociales pudientes de la Grecia Clásica que podían desplazarse para culturizarse, divertirse o hacer deporte (olimpiadas): visita de templos, gimnasios y termas. Las Olimpiadas eran capaces de congrega un gran número de espectadores, así como el teatro Epidauró tenía aforo para 12.000 personas.

Los romanos copiaron a los griegos en muchos aspectos, especialmente en la cultura. Al igual que los griegos los romanos asistían a santuarios y templos y fueron muy aficionados a las termas (son muy conocidas las Termas de Caracalla en Roma), y a los grandes espectáculos como los teatros y los circos.

Los romanos se desplazaban con frecuencia a los campos así como a otros territorios del imperio gracias a las mejores redes de comunicación "vías romanas". Como la "Via Augusta" a su paso por nuestra comunidad.

La Edad Media:

La desaparición del Imperio Romano supuso la desaparición de un ambiente más propicio para viajar. Los viajes eran menos frecuentes.

Retroceso en las condiciones de viajar que sólo se daban para peregrinar: Camino de Santiago, Tierra Santa... donde se crearon rutas, mapas, hospederías.

Otros viajes tenían fines militares: cruzadas, reconquista....

La Edad moderna:

Con el Renacimiento se vuelve a viajar por motivos distintos a los religiosos. Los descubrimientos geográficos, nuevos continentes, despierta las ansias de aventura. Ya a finales del S. XVII es cuando se originan los "gran Tour", viaje de placer y de instrucción de larga duración que los jóvenes aristocráticos ingleses realizaban hacia la Europa Clásica (Francia, Italia...), con el fin de completar sus estudios. De este tipo de viaje surgió el término turismo y turista, la pequeña industria turística y bibliografía del viajar.

1.4.2. - Desarrollo del turismo

Del S. XVII hasta comienzos del S.XIX

Resurge el atractivo griego y romano de por los baños termales. Destacan los baños termales de Bath (Inglaterra) y Spa (Bélgica). Se descubren las playas y los baños de mar, primero como remedio terapéutico y después como búsqueda de diversión.

El S. XIX

Cambia cualitativamente y cuantitativamente el fenómeno turístico. La Revolución Industrial y sus repercusiones sobre los medios de transporte (ferrocarril, barcos de vapor...), acortando los viajes.

El crecimiento de la clase burguesa (turismo menos elitista que el aristocrático).

El auge del turismo de montaña de Centroeuropa, impulsado como medio de cura de la tuberculosis de la época.

Es el siglo dorado de los balnearios como el de Vichy (Francia), Marienbad (Rep. Checa) o Baden-Baden (Alemania). En la segunda mitad comienza a descubrir el Mediterráneo como destino turístico: Cannes fue uno de los primeros (Francia).

Aparecen los primeros personajes que en cierto modo dieron origen a la moderna industria turística actual:

- Thomas Cook crea las agencias de viajes: en principio motivado por el primer viaje organizado de Leicester a Loughborough. Autor del bono y cheques de viajes.
- Henry Wells y William F. Fargo, constituyeron la empresa American Express que se convirtió en una gran agencia de viajes y en una de las mayores empresas de financiación y emisión de cheques de viajes.
- El suizo Cesar Ritz considerado el padre de la hostelería moderna. Mejoró todos los servicios del hotel, modernizó instalaciones y creó un nuevo concepto de administración y del servicio hotelero.
- George Mortimer Pullman concibió la idea de dotar a los trenes de coches cama y de salones.

El S. XX

Primera mitad: Rompe con la dinámica anterior del turismo debido a las dos guerras. Sin embargo, se produce el desarrollo del automóvil, el autocar y la aviación como medios de transporte. Suiza es el destino preferido junto las playas frías del Canal de la Mancha y los balnearios. Pero algunas playas mediterráneas comienzan a despuntar: Costa Azul (Cannes, Niza, Saint-Tropez y Montecarlo), y la Riviera Italiana: San Remo.

El avión se desarrolla como medio de transporte para largas distancias, compitiendo con las marítimas.

España no es importante: coincide la guerra civil.