

UF0081: Gestión de la información y
documentación turística local

Elaborado por: Rocio A. Pérez Utrera

Edición: 5.0

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16102-92-1

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain

Presentación

Identificación de la unidad formativa

Bienvenido a la Unidad Formativa 0081: Gestión de la información y documentación turística local. **Esta Unidad Formativa pertenece al Módulo Formativo MF1074_3:** Información turística **que forma parte del Certificado de Profesionalidad HOTI0108: Promoción Turística Local e Información al Visitante.**

Presentación de los contenidos

La finalidad de esta unidad formativa es enseñar al alumno a seleccionar, almacenar y procesar información de interés sobre el entorno local para dar a conocer su potencial turístico, adaptándose a los requerimientos y necesidades de los clientes y a los objetivos del centro o de la planificación del destino. Para ello, se estudiarán las fuentes de información turística y se profundizará en la información e interpretación del patrimonio cultural y natural del entorno local.

Objetivos del módulo formativo

Al finalizar este módulo formativo aprenderás a:

- Analizar las fuentes y métodos que permiten la obtención de información de interés turístico sobre el entorno local, evaluando, seleccionando y adaptando la información obtenida a las necesidades de los clientes en función del segmento al que pertenezcan.
- Integrar información sobre bienes de interés cultural, espacios naturales y otros recursos culturales y naturales de entornos locales determinados para su posterior traslado a potenciales usuarios de servicios de información turística.

Índice

UD1. Las fuentes de información turística

1.1. Tipos de información a obtener y procesar	11
1.2. Identificación, valoración y clasificación de las fuentes de información	28
1.3. Técnicas de registro, archivo y actualización de la información turística.....	42
1.4. Sistemas y medios para la localización y obtención de la información turística.....	48
1.5. Metodologías para el análisis, contraste y archivo de la información	53
1.6. Soportes de la información: papel, electrónico.....	56
1.7. Sistemas de archivos: bancos y bases de datos	76
1.8. Metodología para la actualización permanente: procedimientos y costes.....	82
1.9. El centro de información turística como fuente de información del destino	86
1.10. Intercambio de información entre centros y redes de información: retroalimentación	93

1.11. Circulación y distribución de la información dentro del centro de información y otros sistemas de información no formales en el destino	97
1.12. Informática y tecnologías de la información aplicadas a los centros de información turística.....	104
1.12.1. Búsqueda, almacenaje y difusión de la información	107
1.12.2. Procesado y adaptación de la información para los diferentes soportes y vías de difusión de la información: atención personal, telefónica, webs-webs 2.0, descargas a móviles, puntos de auto-información	117

UD2. Información e interpretación del patrimonio cultural y natural del entorno local

2.1. Análisis de los recursos y servicios del destino turístico.....	131
2.1.1. Necesidades y expectativas de los distintos segmentos del mercado.....	135
2.1.2. Posibles segmentaciones del destino para poder responder al mercado.....	140
2.2. Principios y objetivos de la interpretación del patrimonio.....	146
2.3. Medios interpretativos personales y no personales	157
2.3.1. Medios personales: Visitas guiadas.....	157
2.3.2. Medios no-personales: Ediciones, material expositivo, exposiciones... ..	164
2.4. Adaptación de la información a los distintos soportes y vías de distribución de la información	169
2.4.1. Atención personal, atención telefónica y electrónica.....	169
2.4.2. Puntos de auto-información en el centro	186
2.4.3. Páginas web (estáticas, webs 2.0)	186
2.4.4. Ediciones turísticas.....	190
2.4.5. Otras posibilidades ofrecidas por las tecnologías de información	191
2.5. Adaptación de la información en función de los tipos de grupos o turistas destinatarios	206
2.5.1. Traducción de la información turística a diferentes idiomas	207
2.5.2. Tematización de la información en función de los nichos de mercado	212

2.5.3. Accesibilidad de la información para los clientes con necesidades especiales	226
2.6. Integración e interrelación de información	233
Glosario	249
Soluciones	255

Área: **hostelería y turismo**



UD1

Las fuentes de información
turística

- 1.1. Tipos de información a procesar
- 1.2. Identificación, valoración y clasificación de las fuentes de información turística
- 1.3. Técnicas de registro, archivo y actualización de la información turística
- 1.4. Sistemas y medio para la localización y obtención de la información turística
- 1.5. Metodología para el análisis, contraste y archivo de la información
- 1.6. Soportes de la información: papel, electrónico
- 1.7. Sistemas de archivos: bancos y bases de datos
- 1.8. Metodología para la información permanente: procedimientos y costes
- 1.9. El centro de información turística como fuente de información de destino
- 1.10. Intercambio de información entre centros y redes de información: retroalimentación
- 1.11. Circulación y distribución de la información dentro del Centro de información y otros sistemas de información no formales en el destino
- 1.12. Informática y tecnologías de la información aplicadas a los centros de información turística
 - 1.12.1. Búsqueda, almacenaje y difusión de la información
 - 1.12.2. Procesado y adaptación de la información para los diferentes soportes y las diferentes vías de difusión de la información: atención personal, telefónica, Webs-webs 2.0, descargas a móviles, puntos de auto-información

1.1. Tipos de información a obtener y procesar

El turismo es una actividad multisectorial que requiere la unión de diversas áreas: productivas, agricultura, construcción, fabricación además de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. No tiene límites definidos con claridad ni un producto tangible, sino que es la producción de servicios que varía dependiendo de los países; por ejemplo podemos decir que en España es importante tanto el entretenimiento como las compras (cine, teatro, conciertos, museos, monumentos, etc)

Durante la historia de la humanidad hasta nuestros días las personas han viajado por motivaciones o para cubrir sus necesidades, estas pueden ser de varia índole: económica, políticas, social y cultural. En la mayoría de los casos saciar una necesidad o motivación es el objetivo principal del viajero, motivos individuales, familiares, viajes de exploración, de formación, especialmente por estudiantes, religiosos, trabajadores, políticos, escritores e intelectuales, ya sea en grupos o como emigrantes o peregrinos que se hospedaban en residencias religiosas o familiares.

Hoy día el turismo es uno de los sectores más dinámicos de la economía mundial, que crece a ritmo sorprendente, porque muchas personas de países ricos tienen más tiempo para sus vacaciones, una mejor disponibilidad para conocer otras sociedades y descansar.



Definición

Turismo: etimológicamente deriva de la palabra “tornus”, acción de movimiento y retorno. Su definición actual es la afición de viajar para conocer un país o una región y la organización de medios que permiten y facilitan esos viajes cualquiera que sea la motivación o necesidad que los motiva.

¿Cuáles son los inicios del turismo?, una pregunta que es fundamental para los profesionales que se dedican a informar en las oficinas de turismo, como profesionales tienen que tener un perfecto conocimiento de la profesión que ejercen y comprender la esencia del turismo y la importancia de su finalidad para ofrecer un buen servicio al cliente identificando las fuentes de información del turismo tal y como veremos en este apartado.

Basic tourist information
Last minute accommodation
Tickets for cultural events
Cheap international calls

Información principal ofrecida por las oficinas de turismo



Sabías qué

El primer viaje organizado fue dirigido por Thomas Cook en 1841 í iniciando así la época moderna del turismo. Se le considera el fundador de los viajes organizados transportando turistas en un tren alquilado desde Loughboroug a Leicester. Un antecedente de lo que hoy es un paquete turístico, diez años más tarde, fundó la primera agencia de viajes del mundo: Thomas Cook and Son.

Se puede decir que el turismo puede ser reconocido desde el momento que se empezó a viajar; <la narrativa de Marco Polo en el siglo XIII, el "Grand Tour" de la aristocracia británica a Europa en el siglo XVIII son ejemplos de los orígenes del turismo. Antes de 1950 el turismo era sobre todo una actividad nacional, salvo algunos viajes internacionales, en particular en Europa continental. Los factores que más contribuyeron a la práctica del turismo son los siguientes:

Factores impulsores del Turismo
Número creciente de personas empleadas
Aumento de ingresos reales
Tiempo libre disponible
Revolución industrial
Cambio de actitud social con respecto a la diversión y el trabajo

Esta combinación de factores dio lugar a la estimulación de la demanda de los viajes y las vacaciones en el extranjero.

Actualmente el turismo ha ido evolucionando, disponemos de una gran información turística sobre el turismo y la información turística que han dado lugar a una internacionalización y globalización del turismo, es decir disponemos de toda la información que queramos a nivel internacional en el momento gracias a las nuevas tecnologías y la actualización de la información turística.

La información en todos sus campos es necesaria para despertar motivaciones a los turistas, sociales, económicos...a través de los conjuntos o sistemas de información, redes sociales podemos comprobar la gran importancia y el movimiento de la información pero para poder saber utilizarla es imprescindible saber identificarla y clasificarla, para ello es necesario la planificación, una organización sobre todo en el sector turístico ya que genera una gran cantidad de información anualmente y la caducidad de la misma, continuamente la información tiene que ser contrastada y verificada por los informadores y técnicos de las oficinas de turismo, tenemos que tener en cuenta que el Turismo es considerada como una de las principales fuentes de ingresos que dispone un

país. El factor económico es una de las causas del que hacer turístico porque sencillamente nos enfrentamos a la fórmula:

Servicio – consumidor/turista -servicio.

El turista es un consumidor y por lo general así es considerado por el productor de servicios. El hotelero, el gastronómico, el transportista o el agente de viajes observan al turista en su entorno macroeconómico, es decir, como el cliente de su mercado que producirá un beneficio. Por este motivo, intentaran incrementar el número de las actividades que permitan la permanencia y el crecimiento de las interrelaciones para lograr obtener mayores beneficios, por ejemplo España, ocupa la cuarta posición por entradas a nivel internacional y el segundo puesto por ingresos según los datos ofrecidos por la organización mundial del Turismo (OMT), además es el primer destino a nivel europeo elegido por los turistas (Eurostat) y ocupa el primer destino mundial en el sector destino vacacional.

El turismo es un sector fundamental para mantener la economía de un país y es generador del 11%(dos millones de personas aproximadamente) de empleo al año en España.

Vista la importancia del Turismo es esencial que ofrezcamos una buena calidad de información y servicio de atención al cliente al turista para poder conseguir la satisfacción y fidelización de los mismos.

A continuación vamos a ver los tipos de información existentes y como saber obtenerlas y procesarlas para ello es muy importante primeramente que sepamos qué es exactamente la información turística y por qué se diferencia y que son las oficinas de turismo ya que estás son las encargadas de distribuir la información.



Definición

Información Turística: es un conjunto de servicios que orientan y asesoran a los turistas nacionales e internacionales durante su viaje o estancia en el lugar de destino.

**Definición**

Oficinas de Turismo: son aquellas entidades u organizaciones sin finalidad de lucro que dependen de otros organismos públicos y se encargan de distribuir y facilitar la información turística durante la estancia de los turistas en la ciudad o destino.

Una vez aclarados estos términos, podemos decir, que la información turística posee un gran valor ya que es la encargada de satisfacer las necesidades de los turistas, por este motivo es muy importante saber identificar la demanda y el tipo de información que se entrega.

Es decir la información turística sería aquella que se compone de la información de la oferta turística, destinos así como la información que nos facilita las tendencias y gustos de la demanda.

La información turística es fundamental para el proceso productivo turístico, es fundamental para generar más demanda y grandes ingresos. Las solicitudes de información que reciben las oficinas de turismo son de varios tipos y tienen un orden de prioridad para responderlas, se establece un criterio de clasificación para que el trabajo sea más sencillo y eficiente para los informadores turísticos y se pueda distinguir con claridad el tipo de información, nos podemos encontrar con solicitudes de información que hacen referencia por ejemplo a pedidos de folletos sobre los monumentos a visitar de la zona, de próximos eventos, de turismo de ocio, datos para estudios de mercado y estadísticas o investigaciones para algún campo en concreto.

La información se distingue en dos tipos

— **Genérica:**

La proporcionada en el origen de la demanda a los turistas, cuyo principal objetivo es atraerlos a un destino determinado, hacen referencia a la orientación y asesoramiento de los turistas en el destino turístico:

- Información sobre los recursos turísticos de la ciudad, de la provincia y la comunidad autónoma.
- Información sobre el turismo monumental del casco antiguo de la ciudad y alrededores.

- Información sobre el turismo monumental del casco antiguo de la ciudad y alrededores.
- Información sobre ubicaciones de las distintas oficinas de Turismo.
- Rutas y excursiones naturales, disfrute de servicios turísticos como actividades deportivas, enoturismo etc. alternativas en cuanto a ocio disponibles en la ciudad, bares, teatros, cines etc.
- Información sobre empresas turísticas de la zona, hoteles, alojamiento en general, restaurantes, agencias de viaje, guías turísticos etc.
- Facilitar callejeros y mapas de la ciudad señalando los puntos más importantes del destino visitado.
- Asesoramiento sobre empresas privadas y servicios públicos como transportes, hospitales, bancos, cambio de moneda.
- Facilitar guías elaboradas gastronómicas (de la tapa), de flamenco, de espacios naturales, de rutas en bicicletas, de senderos naturales, de turismo de salud, de los pueblos y lugares de interés turístico en general.

– Específica

La información genérica podemos dividirla en imagen o temática y la información específica podemos dividirla en producto o empresa, según los contenidos de cada una. Por ejemplo la información que se proporciona a los turistas de cada zona suele ser normalmente genérica ya sea de imagen o temática, mientras que cuando se encuentran en el destino es más concreta ya que los orientará sobre los intereses, cultura y productos que oferta el lugar de destino así como de la empresas turísticas y públicas que la proporcionan.

Este tipo de solicitudes de información se denominan específicas y hacen referencia a la contratación y reservas de servicios y productos turísticos, en ningún caso el informador turístico se decanta por ninguno de ellos, por este motivo, facilita al visitante flyers, listados y guías elaboradas de empresas y servicios turísticos, además también pueden realizar reservas de guías turísticos, restaurantes, espectáculos, medios de transporte etc.

Este tipo de información es la más demandada por organismos públicos para poder realizar el diseño y la internalización de turismo de las comunidades autónomas y poder posicionarlas de una forma más selectiva y dirigirla a los mercados internacionales.

La gestión de la información a los turistas que visitan un lugar sobre las actividades y como hemos citado anteriormente además de ofrecer información, promocionan un determinado territorio, asesoran sobre la elaboración de los proyectos turísticos, planifican rutas de viaje adecuadas a las necesidades y expectativas de los turistas, y es que, se debe transmitir más allá del encanto de la ciudad y de un listado de monumentos, restaurantes o eventos para captar la finalidad de un turista que cada vez es más exigente, así podríamos decir que el agente turístico tiene que tener una filosofía de labor activa hacia el visitante y personalizar la información que solicita cada uno de ellos (sobre turismo de sol y playa, de aventura, cultura...)

A continuación vamos a ver como se organizan las solicitudes genéricas y específicas en las oficinas turísticas por parte de los informadores turísticos, estas son las tareas que forman parte de su labor diaria:

- Los informadores turísticos tienen que llegar antes de que empiece la jornada laboral, media hora antes de la apertura al público para organizar el trabajo del día.
- Contestación de solicitudes de información realizadas por todos los medios de comunicación (correo electrónico, postal, fax, por teléfono..)
- Actualización de informaciones sobre actividades de carácter local en la ciudad.

Clasificar y leer los periódicos locales, revistas de eventos y publicaciones que contengan contenido local para fotocopiarlas y posteriormente clasificarlas y disponer de ficheros actualizados y tener la información necesaria para facilitarlas a los turistas.

- Recopilar, ordenar el material de la oficina como folletos, directorios, callejeros, mapas.
- Actualización de las empresas turísticas vigentes de la ciudad con la dirección y datos de contacto.
- Realización de pedidos y comprobación de stock de material para ver que es lo que tenemos en la oficina y en el almacén y que es necesario solicitar a la unidad de abastecimiento de la Red de Oficinas Turísticas de la comunidad autónoma o la entidad, organismo u empresa correspondiente que lo suministre.
- Actualización y mantenimiento de la información de la oficina de turismo y la que se facilita al turista revisando todo el material turístico con periodicidad.

- Ordenar y reponer todo el material informático de los soportes físicos de la oficina de turismo siempre que sea necesario para ofrecer una buena calidad de servicio e imagen.
- Elaboración de recogida de datos de estadísticas como origen, procedencia, idioma, motivo por el que visita la ciudad, como nos ha conocido etc. Las estadísticas son fundamentales para adecuar las infraestructuras así como los recursos turísticos de la ciudad a la demanda y se genere una así una mayor fuente de ingresos y se ofrezca una buena calidad de turismo.
- Facilitar atención personalizada y directa de los turistas con profesionalidad independientemente de quién sea el trabajador que lo esté atendiendo siguiendo el protocolo de actuación.
- Capacidad de escucha, utilizar de forma adecuada la comunicación verbal y no verbal, demostrar profesionalidad y eficiencia en todo momento, saber gestionar reclamaciones, tener conciencia de las diferencias culturales existentes entre países, buena imagen, formación etc.
- Saber utilizar de forma adecuada la comunicación verbal y no verbal.
- Asistencia de información turística en cruceros (en las ciudades portuarias que lo requiera) se trata de atender personalmente a los cruceristas y acercarlos a la oferta turística de la ciudad, por ejemplo esta iniciativa la desarrollan en la oficina turística de Cádiz y se denomina "Hospitality Desk".

Además de las funciones citadas, hay que tener en cuenta lo más importante y es el saludo al turista, darle la bienvenida con una sonrisa y amabilidad, tener vocación por lo que haces es primordial para dar un buen servicio a los usuarios, confían en ti plenamente para que les des una información correcta y profesional. En definitiva ofrecer calidad, un buen servicio unido a una buena imagen dan lugar a la fidelización del cliente y que éste regrese.

Los informadores turísticos, recepcionistas, personal dedicado en general al mundo de la hostelería y el turismo tienen un trato constante con los viajeros y clientes por lo que obtienen una información valiosa a través de la comunicación e interacción con ellos. Con solo escuchar y hacer las preguntas adecuadas se consigue una información muy útil para que las empresas públicas y privadas de la ciudad o destino visitado puedan realizar una buena base de datos, es muy importante consultar al turista estableciendo una rutina de

preguntas para luego poder así elaborar estadísticas, estudios de mercado y viabilidad de la zona, mejora de la demanda etc.

Cuestionario
Nombre, edad y procedencia
Cómo nos ha conocido: internet, prensa, recomendación
Si es la primera vez que visita la ciudad
Datos de contacto (dirección, teléfono, e-mail)
Qué tipo de información le gustaría recibir
Motivo por el que ha visitado la ciudad: cultural, negocios, familiares etc.

Para poder llevar a cabo un buen servicio al cliente es necesario adquirir habilidades de comunicación que ayuden a conocer mejor al cliente o turista, hacer que se sienta cómodo, siempre hay que intentar ponerse en el lugar de la persona que nos está solicitando información o ayuda.

Un buen profesional de turismo se comunica de manera eficaz con los clientes, identificando sus problemas e intentado satisfacer sus necesidades para que estos se sientan satisfechos por el servicio o producto recomendado.

Al usar eficientemente las habilidades de comunicación o técnicas de comunicación, se beneficia tanto al cliente como el profesional, En primer lugar el profesional identifica la información solicitada o resuelve la incidencia que el turista le plantea de manera más rápida y eficaz, en segundo, lugar, los clientes valoran los servicios recibidos; y en tercer lugar, se reduce el malestar de los clientes y profesionales ante situaciones difíciles.

Un problema de las técnicas de comunicación es que para que funcionen es necesario saber utilizarlas y no siempre se consigue, bien por desconocimiento de la técnica, uso o falta de empatía en la comunicación. Es imprescindible practicar, las técnicas de comunicación para desarrollar distintas situaciones y soluciones que se pueden utilizar en cualquier contexto.

Entre las técnicas o habilidades de comunicación se pueden hacer dos distinciones principales: habilidades de recepción y de emisión.



Habilidades de recepción: son técnicas que aplica el receptor del mensaje para entender de la mejor manera posible el mensaje que se está enviando al emisor, por ejemplo: la empatía, escucha activa, sonrisa telefónica, saludo etc.



Habilidades de emisión: son técnicas que se aplica el emisor para que su mensaje se reciba de la mejor manera y no lleve a malentendidos, por ejemplo: mensaje coherente o no verbal conexo etc.

Las técnicas de comunicación aseguran una comunicación eficaz y de vital importancia habría que destacar la asertividad y la escucha activa como principales técnicas de comunicación

Ante cualquier tipo de respuesta en una comunicación existen tres tipos:

- Asertiva
- Agresiva
- Pasiva

De las tres, la más acertada es la asertiva cuando estamos de cara al público en una oficina de turismo, un profesional que se dedica al turismo y ofrece servicios y productos turísticos a distintos clientes o viajeros diariamente tiene que mantener una comunicación asertiva.

¿En qué consiste la comunicación asertiva? Es una expresión directa de ideas y opiniones o sentimientos sin dañar al otro, es decir, sin violar los derechos de las personas ni faltar al respecto aunque la información ofrecida no sea la que busca el cliente.