

UF0080: Organización del servicio de información turística local

Elaborado por: Cora Rilo

Edición: 5.1

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16102-86-0

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 UF0080: Organización del servicio de información 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, de la familia profesional de Hostelería y Turismo.

Presentación de los contenidos

La finalidad de esta unidad formativa es que el alumno aprenda sobre el servicio de información turística, su definición, los tipos de centros de información turística, sus objetivos, los recursos necesarios durante la prestación del servicio de información turística, cuál es el perfil que debe cumplir un informador turístico y cuáles son sus funciones, y todo lo relacionado con la gestión administrativa de la información turística.

Objetivos de la Unidad Formativa

Al finalizar esta Unidad Formativa aprenderá a:

- Analizar los tipos de centros y servicios de información turística explicando su función en el sector turístico.
- Aplicar procedimientos de gestión de información, documentación y programas de actividades de modo que sirvan para alcanzar objetivos pre-determinados.

Índice

UD1. El servicio de información turística 9

1.1.	Objetivos generales del servicio de información turística.....	11
1.2.	La información y atención al visitante como servicio turístico y herramienta de marketing del destino	16
1.2.1.	Información previa del viaje: promoción del destino y atención a las necesidades del viajero	19
1.2.2.	Atención e información durante la estancia.....	32
1.2.2.1.	Atención e información directa	32
1.2.2.2.	Información gratuita e información de pago	33
1.2.2.3.	Coordinación con otros agentes turísticos del destino.....	36
1.2.3.	Visitas guiadas. Tipología.....	36
1.2.4.	Call centers	44
1.2.5.	Centrales de reserva: comercialización del destino y su oferta.....	45
1.2.6.	Puntos de autoinformación.....	46
1.2.7.	Productos y servicios turísticos de destino: información y venta	46
1.2.8.	Venta de ediciones turísticas y objetos de recuerdo.....	49
1.2.9.	Fidelización de clientes y servicios postventa	49

1.2.10. Elaboración de estadísticas	50
1.2.11. Sondeo y prospección de las nuevas demandas y hábitos viajeros.....	51
1.3. Legislación en materia de información turística en España y en la Unión Europea	57
1.4. Tipos de Servicios o Centros de Información Turística.....	67
1.5. Comunicaciones internas de un Centro de información turística ...	75
1.6. Distribución externa de la información de un Centro de Información Turística	91
1.6.1.Publicaciones turísticas	92
1.6.2.Internet	94
1.6.3.Puntos de auto-información.....	95
1.6.4.Medios de comunicación	96
1.6.5.Otras posibilidades ofrecidas por las tecnologías de la información.....	97
1.7. Promoción de los servicios propios de un Centro de información turística.....	98
1.8. Técnicas de difusión y marketing electrónico	102
1.9. Relaciones con otras empresas y entidades del sector turístico .	112
1.10. Redes de centros y servicios de información turística	116

UD2.Recursos materiales en servicios y centros de información turística..... 149

2.1. Tipos de instalaciones	151
2.1.1.Centros permanentes	151
2.1.2.Centros y puntos de información estacionales.....	152
2.2. Organización del espacio.....	154
2.3. Aspecto físico de los locales de información turística en función de su tipología y las nuevas técnicas de comunicación.....	158
2.4. Equipamiento de las instalaciones.....	158
2.5. Informatización de centros y servicios de información turística	159
2.6. Centrales y sistemas automatizados de reservas	162
2.7. Ubicación y accesos a los locales	167

2.8. Señalización interna y externa	169
2.9. Uniforme y equipamiento de los trabajadores	170
2.10. Ediciones y materiales de promoción e información en distintos soportes. Tipología, diseño y preparación.....	170

UD3. Recursos humanos en centros de información turística..... 181

3.1. Perfiles y funciones del personal de un Servicio de Información Turística	183
3.2. Información telefónica y presencial	191
3.3. Informadores de calle	199
3.4. Guías.....	199
3.5. Administradores y gestores de la web	215

UD4 Gestión administrativa..... 227

4.1. Tipos de documentos necesarios en un Centro o Servicio de Información Turística	229
4.2. Gestión de sugerencias, reclamaciones y quejas.....	231
4.3. Control estadístico	235
4.4. Seguros de viajes, visados, divisas y documentación bancaria...	236

Glosario.....251

Soluciones.....255

Anexo.....257

Área: **hostelería y turismo**

UD1

El servicio de información
turística

- 1.1. Objetivos generales del servicio de información turística
- 1.2. La información y atención al visitante como servicio turístico y herramienta de marketing del destino
 - 1.2.1. Información previa al viaje: promoción del destino y atención a las necesidades del viajero
 - 1.2.2. Atención e información durante la estancia
 - 1.2.2.1. Atención e información directa
 - 1.2.2.2. Información gratuita e información de pago
 - 1.2.2.3. Coordinación con otros agentes turísticos del destino
 - 1.2.3. Visitas guiadas. Tipología
 - 1.2.4. Call centers
 - 1.2.5. Centrales de reserva: comercialización del destino y su oferta
 - 1.2.6. Puntos de auto información
 - 1.2.7. Productos y servicios turísticos de destino: información y venta
 - 1.2.8. Venta de ediciones turísticas y objetos de recuerdo
 - 1.2.9. Fidelización de clientes y servicios post venta
 - 1.2.10. Elaboración de estadísticas
 - 1.2.11. Sondeo y prospección de las nuevas demandas y hábitos viajeros
- 1.3. Legislación en materia de información turística en España y en la Unión Europea
- 1.4. Tipos de Servicios o Centros de Información Turística
- 1.5. Comunicaciones internas de un Centro de Información Turística
- 1.6. Distribución externa de la información de un Centro de Información Turística
 - 1.6.1. Publicaciones turísticas
 - 1.6.2. Internet
 - 1.6.3. Puntos de auto-información
 - 1.6.4. Medios de comunicación
 - 1.6.5. Otras posibilidades ofrecidas por las tecnologías de la información
- 1.7. Promoción de los servicios propios de un Centro de Información Turística
- 1.8. Técnicas de difusión y marketing electrónico
- 1.9. Relaciones con otras empresas y entidades del sector turístico.
- 1.10. Redes de centros y servicios de información turística.

1.1. Objetivos generales del servicio de información turística

El **servicio de información turística** consiste en ofrecer información al usuario sobre recursos turísticos, alojamiento, transportes, lugares de interés, gastronomía, eventos culturales, consulados, embajadas, horarios de apertura de negocios, rutas, itinerarios, etc.

El informador turístico debe disponer de información actualizada en todo momento, para ello, debe consultar fuentes de información fiables, tales como: páginas web oficiales en materia turística, portales turísticos, datos estadísticos oficiales en materia de turismo, legislación vigente, etc.

Para intentar satisfacer la necesidad de información del usuario, además de consultar estas fuentes de información, el personal puede entregarle material informativo sobre la oferta turística como folletos, planos, mapas, etc.

Las **oficinas de información turística, centros de información turística u oficinas de turismo** se definen como aquellas entidades que tienen como objetivo gestionar todos los servicios relacionados con la atención, orientación y asesoramiento de los visitantes, ya sean potenciales o reales, así como coordinar, promocionar y comercializar los productos turísticos de su núcleo.

Se debe tener en cuenta, que el servicio ofrecido en estas entidades influye en la imagen que el visitante percibe del destino turístico.



Más adelante, estudiaremos que se pueden clasificar en distintos tipos atendiendo a aspectos como:

- Localización.
- Periodo de apertura.
- Medios utilizados en la prestación del servicio.
- Etc.

El servicio de información que recibe un usuario en una oficina de información turística puede condicionar la imagen que éste perciba del destino. Con este servicio, se debe perseguir la fidelidad de un turista que cada vez es más exigente. Por lo tanto, al ofrecer el servicio de información turística se debe prestar especial atención a distintos aspectos como son la profesionalidad, la amabilidad y la veracidad.

Profesionalidad y amabilidad

El informador turístico debe ser competente y contar con la formación necesaria para prestar un servicio de información eficaz. Además, debe ser educado, amable y respetuoso con el usuario.

Veracidad

La información ofrecida por un informador turístico a un usuario debe ser veraz. Por lo tanto, el informador turístico debe poseer total conocimiento de los productos y servicios turísticos del municipio en cuestión o de cualquier municipio de la comunidad autónoma donde se encuentra ubicada la oficina de información turística, y si no es así, puede hacer uso de las tecnologías de información o de material informativo (guías, folletos, planos, etc.), siempre teniendo en cuenta, que la información deber estar actualizada.



Es esencial que el informador turístico ofrezca una información de calidad, veraz y actualizada, ya que hará que el visitante quede satisfecho y perciba una imagen positiva del destino turístico.

Es importante que el informador turístico transmita confianza en el visitante, que tenga los conocimientos necesarios sobre los recursos turísticos e idiomas para satisfacer las necesidades y demandas del usuario.

A continuación, se exponen los principales objetivos del servicio de información turística:

- Proporcionar información de interés sobre direcciones, servicios sanitarios, embajadas, consulados, policía, **Servicio de Atención al Turista Extranjero (SATE)**, etc.
- Ofrecer información sobre la oferta turística del municipio y del entorno: alojamiento, agencias de viajes, restauración, transporte, empresas de alquiler de coches, etc.
- Proporcionar información: museos, eventos culturales, monumentos, etc.
- Orientación sobre los recursos turísticos
- Acoger e informar a turistas y visitantes de la localidad.
- Comercializar servicios turísticos. Un ejemplo es la venta de material informativo de pago, de bonos turísticos o tarjetas turística, etc.).
- Facilitar material informativo sobre la oferta turística: folletos, guías, planos, mapas, etc.
- Facilitar material promocional sobre la oferta turística.
- Fomentar la promoción de las empresas turísticas locales.
- Fidelizar al turista en nuestro destino.
- Promocionar los valores turísticos locales.
- Etc.

Sabías que... 

El **Servicio de Atención al Turista Extranjero (SATE)** ofrece al visitante asistencia personalizada en cualquier situación que requiera su presencia en comisaría.

Este servicio lo ofrece de manera conjunta el personal de los Centros de Información Turística y los cuerpos de seguridad. Este personal atiende al visitante para la realización de la denuncia y el resto de trámites necesarios.

Las funciones del SATE son las siguientes:

- Tramitación de presentación de la denuncia.
 - Cancelación de tarjetas y documentación de crédito.
 - Contacto con consulados y embajadas.
 - Ofrecer información turística.
-

El informador turístico tiene que desarrollar una serie de **funciones** en la oficina de información turística. Estas funciones son numerosas y muy diversas:

- El informador turístico es el encargado de atender y asistir a todos los visitantes y dar respuesta a cada una de sus demandas relativas a información turística.
- Debe hacer los pedidos del material informativo necesario para las oficinas de información turística. El pedido se enviará a la Red de Oficinas Turísticas de la comunidad autónoma en cuestión. Además, debe recopilar las encuestas que realizan los visitantes en ciertas fechas puntuales a lo largo del año.
- Debe contestar a todas las solicitudes de información que hayan llegado vía telefónica, por correo ordinario o por email.
- Es el responsable de poner al día la información necesaria sobre los eventos locales. Para ello, es recomendable que utilice como fuentes de información los medios de comunicación locales y publicaciones culturales y relacionadas con eventos y actividades. Debe, por tanto, promocionar al máximo su destino.
- Debe recopilar y mantener en orden todos los folletos, planos, mapas, guías, listados de alojamientos, etc. Es decir, todos los recursos que se ponen a disposición de los visitantes.
- Etc.

Por lo tanto, para que la oficina esté en perfectas condiciones en el momento de la apertura al público, el informador turístico debe comenzar su jornada laboral entre media hora y una hora antes de abrir. A lo largo de su jornada, el informador debe anotar cierta información de cada uno de los visitantes como su lugar de procedencia, su nacionalidad, su idioma, etc.



Además, todas las tareas llevadas a cabo durante el día deben regirse por unas pautas de actuación comunes para todos los empleados.

Sabías que... 

En España, la mayor parte del material informativo y promocional que se ofrece a un visitante en un Centro de información turística es gratuito (folletos, guías turísticas, listas de restaurantes, alojamientos, etc.). En muchos casos, hay material incluso que puede descargarse en la propia página web de la oficina de turismo para que los usuarios no tengan que desplazarse para conseguirlo.

Sin embargo, también hay material de pago tales como:

- Postales.
- Algunas guías turísticas especializadas o temáticas.
- *Souvenirs*.
- Etc.

Asimismo, la amabilidad, la atención y la cordialidad son pilares fundamentales para el informador turístico. Su objetivo es dar respuesta a las demandas informativas de los turistas y visitantes y debe hacerlo de forma eficiente y profesional. Para que el visitante se sienta bien atendido, el informador turístico no sólo debe cuidar la comunicación verbal, también debe cuidar la comunicación no verbal. Además, el informador turístico debe conseguir con la prestación de su servicio que el visitante quede satisfecho y de esta forma, fidelizarlo.

Como se ha comentado en apartados anteriores, el servicio de información turística busca satisfacer las demandas de información del visitante y la satisfacción de éste.

Por lo tanto, hay que destacar el papel tan importante que desempeña la información en el sector turístico. Los servicios de información y atención al visitante en el sector turístico son herramientas de marketing del destino.

Es decir, estos servicios sirven para promocionar el destino, para darlo a conocer, para atraer al visitante potencial, para fidelizar al visitante y mucho más, como veremos más adelante.

Debido a la importancia de la prestación del servicio de información y atención al visitante, es muy importante que el sector turístico cuente con capital humano cualificado, profesional, amable, servicial y respetuoso.



Es esencial que el informador turístico disponga en todo momento de información actualizada y veraz y debe ofrecer el servicio de información turística con amabilidad, profesionalidad, cordialidad y ser servicial.

1.2. La información y atención al visitante como servicio turístico y herramienta de marketing del destino

Como hemos estudiado en el apartado anterior, las funciones desempeñadas por el informador turísticos son muy numerosas, pero a continuación se exponen las principales tareas generales del informador turístico atendiendo al espacio de la oficina de turismo en el que las desempeñe (**back desk** o **front desk**).

Back desk

Este espacio de la oficina de turismo no es visible al visitante. En esta zona se realizan las tareas de gestión de la empresa y en ella, no se produce contacto directo con el visitante. También se le puede denominar ***back office***.

- Realización de inventarios.
- Gestión de recursos humanos.
- Elaboración de la información interna de la oficina.
- Elaboración de la información externa de la oficina.
- Relación con los medios de comunicación.
- Gestión de estadísticas realizadas al visitante.
- Gestión de encuestas realizadas al visitante.
- Trato con proveedores.
- Gestión de las quejas.
- Gestión de las reclamaciones.
- Archivo y almacenamiento de la información turística.
- Etc.

Frontdesk

Se trata de la zona de acogida, orientación y atención al usuario, el mostrador. Las funciones principales del ***Frontdesk*** son las siguientes:

- Acogida del visitante.
- Atención de las demandas de información del visitante.
- Realización de encuestas a los visitantes.
- Realización de estadísticas a los visitantes.
- Adaptación de la información turística a la tipología del visitante.

- Resolución de dudas de los usuarios.
- Acogida de los visitantes.
- Atención de quejas y reclamaciones.
- Etc.

Una vez analizadas la importancia de los servicios de información y atención al visitante en el sector turístico y las principales funciones del informador turístico se debe tener en cuenta que este servicio se ofrece tanto en el lugar de origen como en el destino.

El usuario que demanda el servicio de información turística puede hacerlo antes de realizar el viaje, en su lugar de origen, o una vez que ha llegado al destino, en el núcleo receptor.

Por ejemplo, hay oficinas de turismo de España distribuidas por muchos países del mundo (como veremos más adelante) y los habitantes de los países donde se ubican estas oficinas de turismo de España pueden acudir a ellas para solicitar información sobre nuestro país, sobre la documentación necesaria para entrar en España, las embajadas y consulados, servicios públicos, recursos turísticos, y mucho más.

Por lo tanto, además de atender a la naturaleza de la solicitud de información, se debe atender al tipo de cliente que realiza dicha solicitud. Por ello, debemos diferenciar entre cliente potencial y cliente real:

- **Cliente potencial:** usuario que demanda el servicio de información turística en su lugar de origen.
- **Cliente real:** usuario que demanda este servicio en el destino durante su estancia):

Se pueden destacar **dos tipos principales de solicitudes:**

- **Solicitudes genéricas.**
- **Solicitudes específicas.**

A continuación veremos las diferencias entre las solicitudes genéricas y las específicas recogidas en un esquema. En este esquema se explicarán los siguientes aspectos de cada una de estas solicitudes de información:

- Características principales.

- Ejemplos.
- Etc.

SOLICITUDES GENÉRICAS

Estas solicitudes demandan información general sobre el destino. Hacen referencia a peticiones de información sobre:

- Las actividades de ocio y culturales que se pueden desarrollar en dicha ciudad.
- Los recursos turísticos y el casco histórico del destino.
- Los medios de transporte de la ciudad.
- Alojamiento.
- Restaurantes.
- Etc.

SOLICITUDES ESPECÍFICAS

Implican la reserva y contratación de un servicio turístico como puede ser el alojamiento en un hotel, la entrada a una actividad cultural como puede ser una obra de teatro o una exposición. También se pueden incluir en este grupo, la información sobre rutas e itinerarios o actividades novedosas de carácter cultural o deportivo que se vayan a desarrollar en el destino. Ante este tipo de solicitudes, el informador debe dar respuesta a cada una de las consultas del visitante pero nunca influir en su decisión.

1.2.1. Información previa del viaje: promoción del destino y atención a las necesidades del viajero

Existen oficinas de información turística situadas en los puntos de origen de donde proviene la demanda turística para ofrecer información a potenciales visitantes y promocionar su destino en estos lugares. En estas oficinas de información turística, el usuario puede obtener información acerca de un destino, de los recursos turísticos que ofrece, sus servicios turísticos, documentación necesaria para viajar a ese destino, etc. Se trata de un servicio que ofrece al visitante potencial de España la posibilidad de obtener toda la información que necesite sobre el país.

Las OET's son las siglas de las Oficinas Españolas de Turismo, en algunos casos se les denominan OETE's (Oficinas Españolas de Turismo en el Extranjero). Se trata de un servicio que ofrece la Administración General del Estado en el exterior para promocionar nuestro país como destino.

Las **Oficinas de Turismo de España en el exterior** se sitúan en los principales mercados emisores (Berlín, Londres, Tokio, etc.). Al igual que en el caso de España, otros muchos países tienen oficinas de turismo en el exterior para dar a conocer su país, que también se sitúan en los principales mercados emisores de dicho país.

A continuación, se explicarán las principales funciones de las OET's.

Las **funciones principales de las OET's** son las siguientes:

- Promoción del turismo de nuestro país en el exterior.
- Promoción y apoyo a las empresas turísticas que deseen realizar negocios turísticos o implantarse en otros mercados.
- Organización de ferias y encuentros profesionales entre los distintos interlocutores turísticos (oferta y demanda). Organización de visitas de agencias de viajes minoristas y mayoristas a España, etc.
- Desarrollo de campañas de propaganda y publicidad de España como destino.
- Distribución de material informativo en distinto soporte (gráfico, audiovisual, etc.) para atender las demandas de información de los clientes (folletos, guías, mapas, carteles, etc.).
- Atención de todas las demandas de información de los turistas potenciales y contribuyen a su decisión de visitar nuestro país.
- Ejecución de planes de apoyo a la comercialización de los destinos y productos turísticos españoles en los mercados internacionales.
- Colaboración con comunidades autónomas y entes locales para llevar a cabo la promoción y comercialización del destino.
- Colaboración con el sector privado.
- Etc.