

UF0083: Diseño de productos y servicios turísticos locales

Elaborado por: Rocío Pérez Utrera

Edición: 5.0

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16275-90-8 • Depósito legal: MA 2034-2014

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 UF0083: Diseño de productos y servicios turísticos locales. Esta Unidad Formativa pertenece al Módulo Formativo MF1075_3: Productos y servicios turísticos locales, 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 enseñar al alumno a evaluar la potencialidad turística del entorno local, a partir de sus recursos, servicios e infraestructuras, teniendo en cuenta las tendencias y demandas reales y potenciales del mercado, así como participar en el diseño y mejora de productos y servicios turísticos locales, aportando sugerencias encaminadas a satisfacer las expectativas de la demanda actual y potencial y a rentabilizar los recursos y la oferta de servicios del entorno. Para ello, se estudiará en profundidad el sector turístico, la ordenación territorial y planificación estratégica, la creación y desarrollo de productos y servicios turísticos locales y el desarrollo turístico sostenible.

Objetivos de la unidad formativa:

- Evaluar la potencialidad turística en un ámbito determinado que permita detectar oportunidades de creación y desarrollo de productos turísticos locales.
- Poner en práctica y evaluar estrategias de creación, mejora y desarrollo de productos y servicios turísticos en entornos locales, teniendo en cuenta la potencialidad turística del área, la demanda actual, potencial y la protección ambiental.

Índice

UD1. El sector turístico

1.1. Origen y evolución histórica del fenómeno turístico. Factores que influyen en su desarrollo. Dinámica y evolución de los flujos turísticos: los nuevos hábitos viajeros	11
1.2. La organización del sector. El marco jurídico, económico y social. Administraciones Públicas competentes en materia de turismo.	37
1.3. Oferta y demanda turística: recursos, servicios, equipamientos y productos turísticos	50
1.4. La estructura de comercialización en el sector	68
1.4.1. Operadores turísticos: Funciones que desarrollan	68
1.4.2. Actuales vías de comercialización: compra directa por parte del cliente	70
1.5. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos	72

UD2. Ordenación territorial y planificación estratégica

2.1. Los planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico. Normativas	121
2.2. Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución y tendencias de los productos turístico locales	136
2.3. Análisis y aplicación de técnicas de identificación y catalogación de recursos turísticos	138
2.4. La investigación de mercados como instrumento de planificación en el sector. Métodos cuantitativos y cualitativos. Aplicaciones estadísticas.....	148
2.5. Análisis y aplicación de técnicas de planificación estratégica de productos y destinos turísticos. Posicionamiento estratégico frente a la competencia	157
2.6. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.	163

UD3. Creación y desarrollo de productos y servicios turísticos locales

3.1. Análisis comparativo y caracterización de los diferentes tipos de productos y servicios Turísticos locales	191
3.2. Definición, redefinición y desarrollo de productos turísticos locales. Fases y ejecución. Diseño y desarrollo de servicios	208
3.3. Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales: oportunidad, viabilidad y plan de ejecución. Financiación de proyectos. Gestión de proyectos.....	225
3.4. Fases del ciclo de vida de un producto turístico local.....	245
3.5. Gestión de iniciativas turísticas.....	254

UD4. Desarrollo turístico sostenible

4.1. Introducción al desarrollo sostenible: aspectos económicos, ambientales y socioculturales.....	283
4.2. El desarrollo sostenible para planificadores locales.....	301
4.3. La importancia del ambiente para el desarrollo turístico. Impactos ambientales.....	309
4.4. Surgimiento y desarrollo de la interpretación del patrimonio natural como herramienta para su preservación y adecuada utilización como recurso turístico	314
4.5. La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos	324
4.6. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad	333
Glosario.....	377
Soluciones	383
Anexo	385

UD1

El sector turístico

- 1.1. Origen y evolución histórica del fenómeno turístico. Factores que influyen en su desarrollo. Dinámica y evolución de los flujos turísticos: los nuevos hábitos viajeros
- 1.2. La organización del sector. El marco jurídico, económico y social. Administraciones Públicas competentes en materia de turismo.
- 1.3. Oferta y demanda turística: recursos, servicios, equipamientos y productos turísticos
- 1.4. La estructura de comercialización en el sector
 - 1.4.1. Operadores turísticos: Funciones que desarrollan
 - 1.4.2. Actuales vías de comercialización: compra directa por parte del cliente
- 1.5. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos

1.1. Origen y evolución histórica del fenómeno turístico. Factores que influyen en su desarrollo. Dinámica y evolución de los flujos turísticos: los nuevos hábitos viajeros

El turismo está formado en distintos segmentos turísticos como: económicos, tecnológicos, sociales y medioambientales entre otros, y por supuesto se tienen que tener en cuenta los viajes que realizan los turistas por las distintas motivaciones y que hacen posible el consumo de estas.

El cliente es un factor importante para el turismo ya que este gracias a su elección y a la satisfacción de consumir unos u otros servicios o productos turísticos nos permite estructurar el mercado turístico.

La aparición de las nuevas tecnologías, las nuevas tendencias y los comportamientos turísticos han hecho posible que un gran número de cambios que pueden ser útiles para lograr la satisfacción de la demanda turística actual.

Turismo, ¿Qué es el turismo? El turismo representa la mayor fuente de ingresos de un país, es una actividad multisectorial que necesita de la producción, de los sectores públicos y privados para poder elaborar productos y servicios turísticos con el objetivo de que puedan ser disfrutados por la sociedad.

La producción del turismo (productos y servicios) depende de la demanda de cada país, por ejemplo, en España una actividad turística muy importante es la monumental y la gastronómica, mientras que en otro país como por ejemplo, E.E. U.U una de las actividades turísticas mas demandadas es el entretenimiento en sí, además de las compras.

A lo largo de la historia de la humanidad, desde los inicios, las personas han viajado por distintas motivaciones: políticas, negocios, placer etc. Ya entonces

existían los viajes de formación, de exploración, de políticos, escritores, intelectuales que hacían posible el conocimiento de las culturas de otros países del mundo. Viajaban de forma individual y grupal y los peregrinos como los emigrantes se hospedaban en residencias religiosas, posadas o de carácter familiar que solían encontrar a lo largo del camino.

La palabra turismo etimológicamente viene de la palabra latina <turnus>, cuyo significado quiere decir movimiento y retorno.

Actualmente la definición de turismo se acerca más a la afición de viajar para conocer, adquirir conocimientos, dar lugar al recreo y diversión de otros destinos turísticos.

El turismo tiene sus inicios con los viajes de tren. El tren de Leicester a Longborough, en Inglaterra, el 5 de julio de 1841, llevaba un grupo de pasajeros, estos eran miembros de la «Sociedad de la Esperanza», cuyo objetivo era encontrar nuevas ciudades, otras culturas, conocer otras personas. Así surge el primer viaje organizado de la mano de un grande del turismo como fue Thomas Cook, el es el impulsor y responsable de la época moderna del turismo.

El primer grupo de turistas fue enviado por Thomas Cook a Glasgow cuando fundó la agencia de viajes Cook. En 1851 Londres fue visitada por más de seis millones de personas procedentes de toda Europa.

Otro factor importante impulsor del turismo fue el invento del ferrocarril, permitiendo así agilidad y rapidez para llegar a las ciudades. Posteriormente surgió el turismo de playa así como el turismo de invierno donde los turistas de la época disfrutaban de actividades como baños termales, sanatorios o cuidado para la salud.

El interés por viajar se acentúa sobre todo a principios de este siglo con el transporte (avión, coche, navegación). Pero sin embargo tras las Guerras Mundiales que se produjeron en Europa se paraliza la actividad del turismo debido a una gran crisis económica a nivel mundial.

El turismo es un movimiento migratorio temporal que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro.

Para que el turismo siga creciendo es necesario realizar investigaciones de mercados para evaluar la calidad de los productos y servicios adecuados. La población cada vez viaja más y conoce por tanto varios destinos turísticos, internet es una gran ventana al mundo que hace que los turistas se vuelvan cada vez más exigentes. Por ello la calidad en lo ofertado y el buen hacer de

los profesionales es fundamental para obtener un buen resultado y hacer que los turistas deseen volver al destino.

Fines del turismo:

Una contribución cada vez mayor a la educación.
La igualdad de los pueblos.
La liberación del hombre, respetando su identidad y dignidad.
La realización plena del ser humano.
Crear una estructura socioeconómica sólida.
Fomentar empleo y enriquecimiento de los pueblos.
Respeto por la naturaleza y le medio ambiente y la población autóctona local.

Respecto a la breve historia del turismo

El turismo como tal se empieza a reconocer desde la narrativa de Marco Polo, siglo XIII, con la aparición del "Grand Tour".

Este surge con la aristocracia británica a Europa en el siglo XVIII y los viajes de David Livingstone por África en el siglo XIX, lo podemos considerar como uno de los ejemplos del turismo temprano. Por el contrario a Thomas Cook, como citamos anteriormente, se le considera el fundador de los viajes organizados, en 1841, utilizó un tren alquilado (lo que podemos llamar actualmente como servicio intermediario) para transportar turistas de Loughborough a Leicester.

El turismo antes del año 1950 era sobre todo de ámbito nacional, sólo algunos que tenían un mayor poder adquisitivo se podía permitir viajar al extranjero, los viajes internacionales que solían hacerse eran a Europa Continental.

Tras la segunda Guerra Mundial, una mezcla de factores propician los viajes internacionales:

- El aumento de ingresos de los trabajadores.
- Mayor empleo.
- Tiempo libre disponible.
- Cambio de la actitud hacia la diversión.

Estos factores se combinaron con el objetivo de estimular la demanda de los viajes y vacaciones al extranjero.

Otro hecho importante que fomentó los viajes internacionales fue la creación de las agencias de viajes especializadas en viajes organizados.

Los viajes organizados incluían alojamiento, servicios y transportes bajo un precio más económico, lo que hizo posible acercar los viajes al extranjero a un colectivo de turistas de clase media.

Gracias a los paquetes turísticos o viajes organizados se democratiza el turismo, es decir surge un turismo para el disfrute y el conocimiento de todos.

Con la democratización de los viajes tiene lugar el desarrollo tecnológico, las líneas aéreas compraron aviones con capacidad para mayor número de personas.

Actualmente un avión puede volar de un extremo del mundo a otro en pocas horas, es decir, las vacaciones a lugares lejanos son cada vez más confortables en relación a la duración del mismo, las condiciones de los precios etc. Con la aparición de los vuelos denominados "low-cost", de última hora se posibilita viajar a un precio muy reducido. Este tipo de compañías aéreas de bajo coste surge en los 90 y dio lugar a una revolución ya que operadoras principales como Spanair o Iberia vieron como su economía se veía afectada.

Pero, ¿Cómo es posible que abaraten tanto un billete de avión? La clave del éxito de los viajes low-cost reside en que suprimen comodidades y servicios, es decir ofrecen lo imprescindible a cambio de poder ofrecer tarifas más económicas que las empresas tradicionales, si sumamos a esto que puedes comprar o reservar un viaje al mismo destino con poca antelación lo hace aún más atractivo.

Ventajas e Inconvenientes

A la hora de viajar tanto en un vuelo de compañía tradicional como en un vuelo low-cost se debe hacer una comparativa ya que las comodidades del viaje distaran mucho entre ellos:

Los servicios como prensa gratuita, catering, billetes numerados con asientos desaparecen si se opta por el vuelo low-cost.

Los billetes numerados con la posibilidad de elegir ventanilla o pasillo desaparecen y tienes que hacer tú mismo la gestión por internet.

Las compañías low-cost no cubren todas las rutas que hacen las compañías tradicionales, normalmente despegan de aeropuertos secundarios por lo que el coste del desplazamiento lo paga el cliente.

En el caso de que realices un viaje con trasbordo, necesitaras dos billetes, de los cuales si pierdes algún vuelo, las compañías low-cost no se responsabilizan, en cambio las tradicionales sí.

Además del rey del turismo, es decir turismo sol-playa, existen otros mercados, como el turismo de negocios.

Los turistas de negocios utilizan transporte, alojamiento y servicios similarmen-te al turismo de vacaciones; pero, como sus gastos son de negocios (en su mayoría)aunque su estancia sea más corta en general, tienden a comprar más por visita que los turistas vacacionales.

Hoy en día se ha desarrollado un sub-mercado en el sector negocios, es decir, sector de reuniones, incentivos, convenciones y exposiciones.

En muchas ciudades importantes o capitales existen centros de convencio-nes y exposiciones, sala de conferencias, palacio de congresos, instituciones feriales para realizar eventos de negocios con otros países, por ejemplo, Fitur, "Feria internacional del turismo" celebrada cada año en Madrid y donde profesionales del sector turístico nacionales e internacionales tienen cita para exponer las propuestas y destinos de empresas, organismos e instituciones de todo el mundo.

Las ciudades con mayores ingresos respecto al turismo de negocios son las ciudades asiáticas, por ejemplo Yakarta, Hong Kong y Singapur, disfrutan de años excelentes gracias a las instalaciones que han construido y que compiten con los centros asentados en Europa y Estados Unidos.

Las convenciones y exposiciones son eventos que atraen a visitantes de distintas partes del mundo. Pueden ser culturales, conferencias sobre algún tema en concreto para un sector profesional en concreto etc.

En el año 1994 se estimó que el mercado de negocios generó unos beneficios de 97.000 millones de dólares en ingresos a nivel internacional.

El aumento del turismo internacional se refleja en:

- Aumento de los miembros de la OMT.
- Creación por parte de la mayoría de los países de una Organización Nacional de turismo (ONT) promovida generalmente por el Estado:

Estas organizaciones se ocupan de la actividad del sector privado y del gobierno para representar en el extranjero las ventajas turísticas del país.

El apoyo gubernamental a las ONT se basa en la necesidad de asegurar los beneficios económicos derivados del turismo.

La importancia del turismo como entrada de capitales se demuestra en países como la India y Tailandia, donde el turismo es la primera fuente de ingresos de divisas. En España, el turismo tiene una importancia económica de primera magnitud, en 1995 se recibió la visita de 51 millones de turistas.

Según Organización mundial del turismo (OMT), se considera turismo a aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes en lugares distintos al de su vivienda habitual por un periodo inferior a un año.



Organización Mundial del Turismo

Organización de carácter intergubernamental cuyo objetivo es:

1. La promoción y el desarrollo del turismo con vistas a contribuir al desarrollo económico.
 2. La paz, la prosperidad, la comprensión internacional y el respeto universal así como la observancia de los derechos humanos y las libertades fundamentales para todos, sin distinción de sexo, raza, lengua o religión.
-

Origen y Evolución histórica del fenómeno turístico

Tenemos constancia del término turismo por primera vez en el siglo XIX, concretamente en el Reino Unido, tiene su origen de la palabra francesa “touriste”.

Etapas del turismo

El turismo ha dado lugar hasta nuestros días de un gran conjunto de empresas que hacen posible el actual mercado turístico. Para ello ha tenido que pasar por una serie de etapas

a. Etapa Inicial

Comprende las civilizaciones griega y romana, la Edad Media y la Edad Moderna.

Grecia

En la cultura griega, la diversión y el ocio estaba muy presente. Atenas disfrutaba de 120 días festivos al año, donde se producían desplazamientos para ver, participar y disfrutar de espectáculos deportivos, culturales o religiosos.

Las fiestas eran utilizadas para exaltar los sentimientos religiosos, el patriotismo, la fe en los dioses y el orgullo nacional de la ciudad.

Los espectáculos deportivos más importantes eran los Juegos Olímpicos, tenían lugar en la ciudad de Olimpia cada cuatro años, surgen asimismo las primeras peregrinaciones religiosas a Dodona y Delfos, para venerar a los dioses.

En Roma

Los desplazamientos de las personas de la civilización romana eran realizados por nobles, patricios. En su tiempo libre tenían la motivación de satisfacer necesidades tales como búsqueda de placer, salud, termas y el impulso de los negocios.

Los romanos fueron impulsores de lo que conocemos hoy en día como turismo salud-wellness, las termas eran lugares públicos aprovechados para descansar y para la salud. También fueron los primeros en preocuparse de la diversión y el esparcimiento de la sociedad romana constru-

yendo grandes edificios civiles como: teatros, hipódromos, circos y una modalidad de disfrute en las casas de campo utilizadas como segunda residencias,agrorresidencialismo, estas eran aprovechadas para el ocio y el descanso con la naturaleza.



Las fiestas en honor al dios Dionisos, eran festivales donde se representaban obras dramáticas, estas eran las más conocidas y recibían una gran afluencia de visitantes (origen del turismo cultural).



Monumento romano destinado a embellecer la ciudad.

Edad Media

Comienzan a tener presencia las peregrinaciones a ciudades como Jerusalén, la Meca y Santiago así como la aparición de las Cruzadas, movimiento armado para la defensa de los lugares santos de la cristiandad. Estos desplazamientos eran realizados por un gran número de viajeros que se hospedaban en posadas y residencias religiosas a lo largo de la peregrinación.

A partir del siglo XII resurge el comercio, aparecen las rutas comerciales hacia Europa:

- Italia, puerto entre Europa y los imperios musulmán y bizantino.
- Norte de Europa, esta ruta comerciaba con el mercado ruso, lanas inglesas etc.

También aparecen las ferias comerciales en ciudades europeas, citamos algunas de las más importantes: Brujas, Amberes, Bruselas, Venecia, Flandes, Florencia, Venecia, Milán y Génova.

En 1812, en Florencia surge el Gremio de los Hospedajes, primeros establecimientos de alojamiento con manutención.



Sabías que

La Edad Media abarca desde el año 476 d. C, caída del Imperio Romano de Occidente hasta el año 1492, descubrimiento de América.

Edad Moderna

En la época moderna aparecen dos nuevas clases de viajeros:

Con el Grand Tour, viajes de larga duración de entre tres y cinco años que se realizaba por distintos países europeos y de donde provienen palabras como turismo, turista etc., jóvenes británicos de clase media-alta,

viajaban por las grandes capitales europeas para adquirir conocimientos de otras culturas, aprender idiomas etc. Servía como formación (esparcimiento, educación) previa al matrimonio y a la edad adulta.

Viajeros aventureros, gracias a ellos se dieron a conocer otras nuevas culturas y lugares hasta entonces desconocidos como Occidente.

Se realizan las primeras guías de viaje gracias al invento de la imprenta etc.

b. Etapa de desarrollo

Se fomenta el turismo a través de la revolución industrial y la aparición de la burguesía, el turismo empieza a practicarse por placer por un turismo de masas.

George Pulman aportó grandes ideas al ferrocarril creó vagones y servicios de restaurante, literas, baños y salón de juegos, dando lugar a un gran afluencia de desplazamientos entre las ciudades. En España la primera vía ferroviaria se fundó en 1848 y la ruta que tenía asignada era Barcelona-Mataró.

En 1872, se crea la compañía Wagons-Lits por Georges Nagelmackers:

- Primer operador de coches cama en Europa.
- Compañía de trenes de lujo.

Esta empresa se basaba en trenes de lujo como el conocido Orient Express, con su itinerario París-Estambul.

Respecto al primer barco transatlántico surge en 1819, en Savannah, Georgia (EE.UU) con el itinerario Savannah-Liverpool.

A principios del siglo XX, lanzaron al mercado el modelo Ford T, Henry Ford padre e impulsor de las cadenas de producción de masas, revolucionó el mercado automovilístico con la independencia y libertad personal. Esto significó que las personas pudiesen moverse libremente de una ciudad a otra sin necesidad de coger un tren o un barco y en cualquier momento.

Los destinos más demandados eran Austria, Suiza, Vichy (Francia) y Spa (Bélgica).

Un paso muy importante para el turismo fue la mejora del hotel como servicio personalizado y completo, añadiendo cuartos de baño, el primero