

SECTOR TURÍSTICO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Introducción

Esta optativa pretende dar a conocer una visión global de la actividad turística en general y en la Comunitat Valenciana en particular. Se trata de conocer la realidad de un sector cuya presencia ha ido creciendo a la par que lo hacía la demanda en nuestra sociedad, resaltar la importancia económica que representa en nuestro tejido productivo, creando o afianzando al mismo tiempo, vínculos culturales en una sociedad global.

En efecto, hasta hace unos años los servicios de información turística se limitaban en el mejor de los casos a una oficina de turismo que solamente funcionaba en verano y cuya función solía consistir en repartir folletos y mapas de la localidad para orientar al visitante despistado.

Hoy día asistimos a una transformación paulatina de estos servicios de información turística, motivada fundamentalmente por las nuevas exigencias y demandas de los turistas. La función de orientar al visitante en el espacio físico que visita sigue siendo primordial, pero ahora también se realizan otras actividades, como reservar habitaciones en un alojamiento, informar sobre nuevas actividades culturales y deportivas, difundir todo tipo de ofertas turísticas de una zona, buscar guías para atender la visita de un grupo, recomendar rutas e itinerarios o defender los derechos del consumidor turístico.

También la proyección exterior de la información turística se ha ampliado, de forma que actualmente es preciso desarrollar variadas acciones de promoción y relaciones públicas, muchas veces fuera de los límites físicos de la oficina.

Incluso la información turística en la calle, fuera de la oficina, es una posibilidad muy en boga.

Por tanto, podemos hablar de servicios de información turística como un concepto menos amplio que el mero concepto de "turismo". La concepción como servicio entraña numerosos y profundos conceptos turísticos.

Deben añadirse las transformaciones que suponen las nuevas tecnologías de la comunicación. Un porcentaje creciente de personas maneja medios informáticos y telemáticos que le permiten acceder directamente a las fuentes informativas. También es creciente la aparición de guías de viajes y de informaciones en prensa, radio y televisión sobre destinos y productos turísticos, de forma que el consumidor puede disponer de un volumen de información turística ingente.

Desde esta materia se pretende que el alumnado maneje y conozca las posibilidades de estas nuevas tecnologías, cómo el turista demanda servicios, ya que por sus propios medios puede llegar a tener más información que el mismo informador turístico.

Finalmente, otra novedad importante es la actividad comercial en el servicio de información turística. Hasta ahora en España la mayoría de las oficinas de información turística eran servicios públicos y gratuitos, incluso folletos y guías se entregaban gratuitamente. En otros países, a tenor de las nuevas funciones comentadas, los servicios de información turística cobran por algunas de sus prestaciones, como única forma de obtener los ingresos que permiten ir ampliando el personal y modernizando constantemente las instalaciones.

Por todo ello, el papel del profesor será fundamental en la aproximación al alumnado de toda esta realidad turística actual y moderna en lo que a proceso de gestión y terminología se refiere, ofreciendo sus conocimientos en combinación con el papel activo del alumno que le ayude a su desarrollo personal y a su progresivo aprendizaje específico en turismo.

Contribución de la materia a la adquisición de las competencias básicas

El objetivo de esta materia debe ser la de aproximar al alumnado la realidad de las diversas situaciones de la actividad turística y a situaciones derivadas de las diferentes actividades del sector empresarial: terminología específica; producto turístico (oferta y demanda turística); mecanismos funcionales de comercialización turística: intervenir de forma espontánea y personal en diálogos dentro de un contexto turístico local, utilizar fórmulas pertinentes de conversación en una situación profesional o extraer información específica básica propia del sector para poder afrontar cualquier tipo de situación de relación personal y/o laboral.

Además debe contribuir al aprendizaje básico del lenguaje turístico: comprensión y redacción global y específica de documentos visuales, orales o escritos relacionados con aspectos del sector así como la utilización de la terminología adecuada.

La materia debe lograr que el conjunto del alumnado conozca los principales recursos turísticos de su entorno más próximo tales como recursos naturales o los principales elementos del patrimonio histórico-artístico local. Con ello se sigue fomentando el turismo de la Comunitat Valenciana como una de las actividades principales en el ámbito territorial en particular y en el conjunto nacional. En general no puede eludirse estudiar la trascendencia del turismo en nuestro territorio a lo largo de la historia como un fenómeno que viene conformando nuestra singular estructura económica.

Por ello, se trata de conocer las características y demandas básicas del turismo, fomentando el interés por participar en su desarrollo desde un punto de vista tanto teórico como práctico y contribuir a la iniciativa personal y al desarrollo de una progresiva autonomía.

Objetivos

- 1.- Aproximación al concepto turismo. Conocer y valorar la importancia social, cultural y económica del turismo en la Comunitat Valenciana.
- 2.- Identificar fuentes de información que permitan analizar la oferta y la demanda turística nacional y local.
- 3.- Analizar e interpretar información del mercado turístico identificando y aplicando los procedimientos adecuados para su tratamiento conforme a los objetivos que se pretenden.
- 4.- Evaluar la potencialidad turística de los recursos naturales y culturales de una zona, ruta o localidad.
- 5.- Evaluar diferentes estrategias de comercialización de productos y servicios turísticos, estimando las acciones de comunicación que mejor se adaptan a situaciones de mercado concretas.
- 6.- Analizar, organizar y aplicar procedimientos de planificación, organización y control de los servicios de información turística.
- 7.- Aprendizaje de estrategias de comunicación para transmitir y recibir información correctamente expresándose de forma correcta.
- 8.- Evaluar las características y comportamientos de los grupos humanos y aplicar técnicas de dinámica de grupos.
- 9.- Seleccionar y valorar críticamente las diversas fuentes de información relacionadas con su profesión, que le permitan el desarrollo de su capacidad de autoaprendizaje y posibiliten la evolución y adaptación de sus capacidades profesionales a los cambios tecnológicos y a la terminología específica del sector.
- 10.- Resolver problemas y tomar decisiones individuales sobre sus actuaciones, identificando y siguiendo las normas establecidas precedentes.
- 11.- Actitudes personales-relacionales: saber escuchar, mostrar simpatía, mostrarse paciente, mostrar una actitud positiva frente a problemas y situaciones, valorar la importancia del aseo y presentación personal, utilizar el lenguaje con propiedad y corrección, ser puntual, valorar la importancia de la comunicación no verbal.

Contenidos

Bloque 1: visión general del turismo

- Introducción al concepto de turismo
- Importancia económica del turismo en nuestra sociedad
- Importancia del turismo en la Comunitat Valenciana

Bloque 2: producto turístico

- El sector turístico: la organización del sector. Las profesiones turísticas. La planificación turística

Bloque 3: oferta y demanda turística

La Oferta

- Identificación y estudio de la oferta
- Análisis y selección de las técnicas que permiten regular la oferta
- Caracterización de la oferta turística
- Conocer todos los tipos de turismo existentes en la oferta turística española
- Citar las grandes magnitudes que conforman la industria hotelera española: empresas de alojamientos turísticos
- Citar agencias de viajes (tanto mayoristas como minoristas) del contexto nacional
- La intermediación turística. Canales de distribución y terminología
- Los medios de transporte turísticos
- La oferta complementaria
- El núcleo turístico

La Demanda

- Análisis y estudio de la demanda
- Análisis y selección de las técnicas que permiten dinamizar la demanda

- Caracterización de la demanda turística
- Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística
- Motivaciones de la demanda turística
- Estacionalidad de la demanda: acciones de desestacionalización
- Tendencias actuales de la demanda turística
- Valoración de la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.

Relación Oferta-Demanda

- Elaboración de conclusiones sobre la interrelación entre la oferta y a la demanda

Bloque 3: mecanismos de comercialización turística

- Mecanismos de Promoción y Comercialización turística: manejo y uso de Internet como herramienta básica en el proceso y gestión en la promoción turística. Conocimiento de páginas webs dedicadas a la difusión del turismo (webs de agencias de viajes, cadenas hoteleras, información turística de la Comunitat Valenciana (www.comunitatvalenciana.es, ...). Publicidad como herramienta básica de difusión (folletos, catálogos turísticos, promociones ...)
- Terminología específica: rack, check-in, check-out, overbooking, GDS, Amadeus...
- Descubrimiento de las distintas formas de comunicación comercial utilizando ejemplos extraídos de diferentes actividades económicas
- Mediante material publicitario aportado por el profesor y por los propios alumnos sobre hoteles y agencias de viaje, deducción de las características y requisitos de los mensajes publicitarios realizando dinámica de grupos
- Discusión y crítica de los citados materiales evaluando la adecuación entre el mensaje, la calidad del soporte y el público objetivo
- Análisis y selección de los diferentes tipos de medios, soportes publicitarios y mensajes de acuerdo con los objetivos empresariales propuestos por el profesor.

Criterios de evaluación

- Conocer el sector turístico de la Comunitat Valenciana.
- Conocer las grandes magnitudes que conforman la industria hotelera española y de la Comunitat Valenciana.
- Conocer las agencias de viajes (tanto mayoristas como minoristas) del contexto nacional e internacional.
- Conocer los medios de transporte más significativos, tanto nacionales como internacionales.
- Conocer todos los aspectos que son objeto de regulación legal en establecimientos hoteleros.
- Conocer las fuentes documentales para la obtención de datos.
- Describir y enumerar todas las variables que emergen como consecuencia de la relación entre oferta y demanda.
- Seleccionar y aplicar las técnicas y estrategias adecuadas a situaciones concretas de oferta y demanda.
- Identificar y separar las evoluciones de la oferta y de la demanda.
- Descubrir y evaluar las tendencias de la oferta y la demanda.
- Identificar y describir las técnicas promocionales tradicionales y las emergentes. Demostrar la adquisición de un conocimiento de la oferta turística en el ámbito de la Comunitat Valenciana (importancia económica, zonas más turísticas, comarcas,...)
- Conocer e ilustrar con ejemplos los requisitos de los mensajes publicitarios.
- Identificar y caracterizar el público objetivo.
- Seleccionar un medio, soporte publicitario y mensaje en función de un objetivo.
- Identificar las técnicas aplicadas al punto de venta.
- Evaluar la relación coste-eficacia de una acción promocional o publicitaria.
- Conocer la terminología básica específica del turismo.
- Conocer las principales páginas webs dedicadas al turismo en todos los sectores que componen la oferta turística española.