

1. TIPOS DE INFORMACIÓN A OBTENER Y PROCESAR

La información es esencial para poder llevar a cabo cualquier actividad económica, y concretamente en el ámbito turístico resulta imprescindible. Actualmente se considera una actividad de naturaleza turística, y su objetivo principal en los centros u oficinas, es proporcionar determinados contenidos e indicaciones sobre los recursos y sobre el destino, de una forma **neutra y rigurosa**, para que visitantes y turistas, puedan tomar una decisión en relación a la forma de viajar. Se trata por tanto de dar a conocer hechos, situaciones o procesos, transmitiéndolos **a todos los públicos de un modo accesible y comprensible**.

Como sabemos, existen numerosas definiciones del término información turística, que han sido formuladas por diferentes autores, administraciones, y normativas turísticas. En cualquier caso, la interpretación relacionada específicamente con el desarrollo del servicio de información turística, es aquella que se refleja como el hecho de proporcionar al público información, orientación y asistencia en relación a la oferta turística.

La información turística se apoya como veremos en:

Un conjunto de datos debidamente seleccionados, elaborados y presentados de formas diferentes, dotados de un significado y un propósito determinado.

Con respecto a los tipos de información turística a obtener, han experimentado cambios acordes con los nuevos parámetros de la demanda turística actual, caracterizados como sabemos, por la búsqueda de nuevas experiencias, mayor actividad en los destinos y el predominio de la autoorganización, que lógicamente han generado cambios en la presentación de los datos turísticos de los destinos.

Antes de comenzar con la organización general del servicio de información turística, conviene siempre detenerse y reflexionar sobre la cantidad, la variedad temática y la calidad de información y documentación necesaria en cada caso y, tener en cuenta, las posibilidades reales y los recursos técnicos, financieros y humanos disponibles, que serán necesarios para dar a la respuesta a la demanda de los centros.

En primer lugar, a modo de introducción, se exponen algunos aspectos teóricos y generales, de interés para desarrollar los siguientes apartados y contenidos. Asimismo, en la bibliografía de

consulta y en el glosario de términos, pueden ampliarse nociones, conceptos básicos y términos turísticos generales.

1.1. LA NECESIDAD DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN TURÍSTICA DE CALIDAD

La investigación y análisis de la actividad turística requiere de **herramientas metodológicas** y del empleo de diferentes **fuentes de información turística**.

En las fases iniciales de planificación de los trabajos, el paso obligado en cualquier oficina o centro de información turística, es conocer las principales características del destino turístico de actuación, de **forma global** para entender el contexto turístico general, y de **forma particular**, a través del conocimiento de la oferta y de la demanda turística, teniendo en cuenta sus principales características, tipologías, funcionamiento del destino y las relaciones existentes entre los diferentes agentes y entidades turísticas, entre otros aspectos de interés.

Dedicar esfuerzos a conseguir una información y documentación turística de calidad, nos permite diseñar propuestas y actividades acordes con la realidad del entorno local y con la demanda, y al mismo tiempo, contribuimos a generar conocimientos de utilidad en materia de turismo, en la zona de actuación.

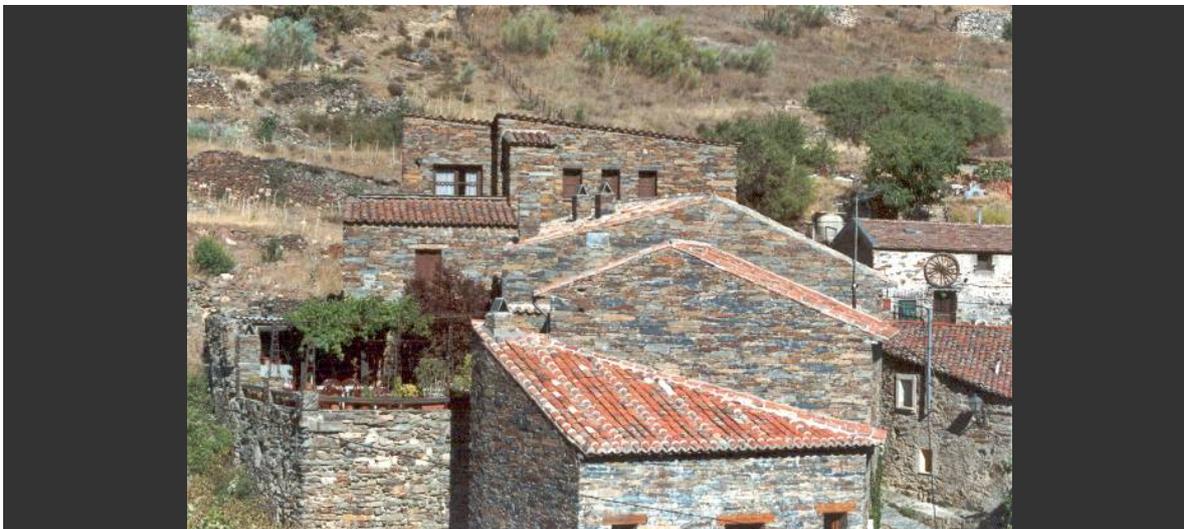
De manera general, la investigación turística actual se desarrolla desde dos grandes perspectivas o líneas de trabajo:

A. INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA OFERTA BÁSICA

Información de los distintos elementos que configuran la oferta básica (alojamientos) y la complementaria (restauración, actividades, transporte, etc.), tipología, caracterización, organización general, estadísticas de la oferta (tipologías diferentes de acuerdo a la normativa correspondiente, grado de ocupación, períodos de ocupación, duración de la estancia, etc.), entre otros datos de interés.

“Como fenómeno impulsado por la demanda, la contribución económica del turismo debe enfocarse desde la perspectiva de las actividades realizadas por los visitantes y sus efectos en la adquisición de bienes y servicios. Sin embargo, también debe considerarse desde la perspectiva de la oferta, en cuyo caso el turismo se entenderá como un conjunto de actividades productivas concebidas para atender fundamentalmente a los visitantes, o cuyos resultados principales se destinan en gran parte a su consumo por los visitantes”.

(RECOMENDACIONES INTERNACIONALES PARA ESTADÍSTICAS DE TURISMO,
ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO - OMT, 2008).



“La **oferta turística** es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo”.

Fuente: GLOSARIO ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO - OMT, 2008.

Imagen: Patones de Arriba, Comunidad de Madrid.

B. INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA DEMANDA

Conjunto de datos cualitativos y cuantitativos de la demanda (número, procedencia, perfiles, características del viaje, etc.).

Este análisis está orientado principalmente, a realizar una **interpretación adecuada** de la demanda, que unido a las particularidades de cada lugar, permita plantear estrategias acordes con las preferencias de los clientes. Saber interpretar los deseos del futuro visitante, analizarlos psicológicamente, es lo que los expertos denominan conocer al cliente.



El centro de atención actual en el turismo es la **perspectiva económica**, y desde esta perspectiva el turismo se define como las actividades realizadas por las personas, identificadas como visitantes.

Un **viajero** es cualquier persona que viaje, independientemente de los motivos y duración que tengan los desplazamientos. Incluye a turistas y excursionistas, y otras personas no incluidas en las estadísticas turísticas.

Un **visitante** es una persona que viaja a un destino principal diferente de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como **turista** (visitante que pernocta), sí su viaje incluye una pernoctación, o bien, como visitante del día o **excursionista**, en caso contrario.

El turismo incluye las **actividades realizadas por todas estas categorías de visitantes**. Este alcance es mucho más amplio que la percepción tradicional de los turistas, que incluye únicamente a aquellos que viajan por motivos de ocio. La noción de actividades abarca todas las actividades realizadas por los visitantes para preparar un viaje o durante el viaje propiamente dicho.

Fuente: RECOMENDACIONES INTERNACIONALES PARA ESTADÍSTICAS DE TURISMO, ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO - OMT, 2008.

Recuperado de <http://statistics.unwto.org/es>.

Imagen: Hayedo de Montejo de la Sierra, Comunidad de Madrid.

ACTIVIDAD 1

Con ayuda de Internet y de la bibliografía de consulta, y con objeto de ampliar los contenidos del manual, especifique qué aspectos se contemplan en los estudios de investigación turística desde la perspectiva de la demanda, relacionados con la identificación y medición de las características de los visitantes y de los viajes.

La investigación turística también puede realizarse, y de hecho se realiza de forma habitual, con un **enfoque mixto**, analizando conjuntamente la oferta y la demanda. Destacamos al mismo tiempo, los estudios actuales realizados desde las diferentes administraciones turísticas y desde el ámbito académico, donde se contempla el análisis de la oferta y de la demanda turística y al mismo tiempo, se analiza el turismo desde la **perspectiva de la sostenibilidad**, de forma, que se contemplan determinados aspectos, como por ejemplo, el análisis y medición de impactos ambientales, económicos y sociales en el territorio de actuación.

ANÁLISIS DEL TURISMO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA SOSTENIBILIDAD



IDEAS CLAVE

“EL EQUILIBRIO ENTRE ECONOMÍA, SOCIEDAD Y MEDIO AMBIENTE ES EL CENTRO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE”.

*Se pone de manifiesto la estrecha relación y dependencia del turismo con los recursos naturales como atractivos y factores de producción.

*Se contemplan los impactos negativos del turismo y los riesgos asociados con el crecimiento de la actividad.

*Se realizan análisis y mediciones periódicas a través de indicadores de aplicación turística (ambientales, sociales, económicos, e institucionales).

ACTIVIDAD 2

En el enfoque mixto de análisis turístico, se analizan por tanto, las variables más relevantes del destino (oferta, recursos y políticas del destino), y además, se tienen en cuenta los aspectos más importantes de la demanda. Con ayuda de Internet, busque algún ejemplo de estudio turístico desde este enfoque mixto y con orientación sostenible. Precise la finalidad principal y las fuentes de información empleadas.

1.2. TIPOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Existen diferentes clasificaciones de la información turística formuladas por diferentes autores y expertos, en base a criterios diferentes, como consecuencia de la propia naturaleza de la actividad informativa:

*Turísticas – No turísticas.

*Internas o generadas desde los centros – Externas procedentes de organismos y entidades externas.

*Públicas – Privadas.

*Gratuitas – De pago.

*Orales, escritas y digitales.

*Internacionales, nacionales, autonómicas, regionales y locales.

*Generales – Especializadas.

En relación a la disposición de las fuentes de información se clasifican en dos grandes categorías principales:

*Las fuentes primarias (cualitativas y cuantitativas).

*Las fuentes secundarias (internas y externas).

En el siguiente esquema se describen estas categorías de fuentes de información turística.

FUENTES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA		
FUENTES PRIMARIAS Cualitativas y cuantitativas		
Información	Herramientas	Ejemplos
Datos nuevos y originales.	Censos y registros administrativos: control de las empresas y actividades turísticas.	Registros oficiales de las diferentes Comunidades Autónomas.
	Cuestionarios o encuestas: métodos cuantitativos estadísticos que permiten extraer conclusiones sobre la realidad turística.	Encuestas visitantes
	Entrevistas, estudios de caso, método delphi: métodos cualitativos para interpretar aspectos del turismo.	Panel de expertos.
		
FUENTES SECUNDARIAS Internas y Externas		
<p>*Datos ya existentes, generados con otras finalidades por parte de otras personas y organizaciones (fuentes bibliográficas y fuentes estadísticas).</p> <p>*Material organizado de acuerdo un esquema o estructura de análisis.</p> <p>*Información obtenida como resultado de las fuentes primarias, convenientemente organizada, sintetizada e interpretada para presentar los resultados y conclusiones.</p>		

Con respecto a las fuentes secundarias externas, las **fuentes bibliográficas** nos proporcionan información y documentación sobre aspectos teóricos, técnicas y métodos de investigación, y las **fuentes estadísticas** nos facilitan datos y registros cuantitativos, imprescindibles a su vez para la investigación turística. En todos los casos, a la hora de utilizar las diferentes fuentes informativas externas (bibliográficas y estadísticas), conviene tener presentes los aspectos o criterios generales, relacionados con la adecuada identificación de la autoría (autores individuales o entidades), y de los datos y recursos consultados.

A estas directrices o normas para la presentación de los elementos de las diferentes citas y referencias bibliográficas, como el orden en el que deben aparecer en los diferentes recursos

físicos (autor, título, medio, soporte, edición, datos de la publicación, fecha, etc.), recursos electrónicos, materiales audiovisuales, cartografía, videos, páginas webs, etc., se le suman al mismo tiempo, aspectos específicos de **utilidad para el desarrollo del trabajo informativo de los centros**, contemplando de este modo, que los contenidos sean **exactos, rigurosos, objetivos, actualizados y que se encuentren disponibles en formatos accesibles y manejables.**



ACTIVIDAD 3

La investigación turística desde la perspectiva de la demanda, tiene una gran importancia en la planificación de cualquier actividad turística para adaptarse de este modo a sus expectativas. Con ayuda de Internet y de la bibliografía de consulta, exponga algún ejemplo de estudio de la demanda, y detalle los tipos de fuentes de información empleadas.