

Estructura del mercado turístico

LOURDES OL莫斯 JUÁREZ · RAFAEL GARCÍA CEBRIÁN

3.^a
edición



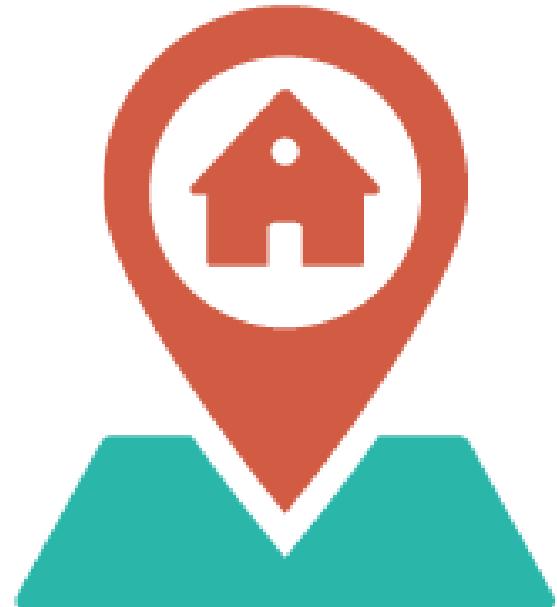
3.5 Km

UNIDAD 6

Oferta complementaria

Contenid

- 6.1.** Empresas de restauración
- 6.2.** Empresas y entidades que prestan el servicio de información turística
- 6.3.** Empresas y entidades de organización de eventos
- 6.4.** Empresas organizadoras de actividades de ocio y tiempo libre
- 6.5.** Otras empresas turísticas



6.1. Empresas de restauración

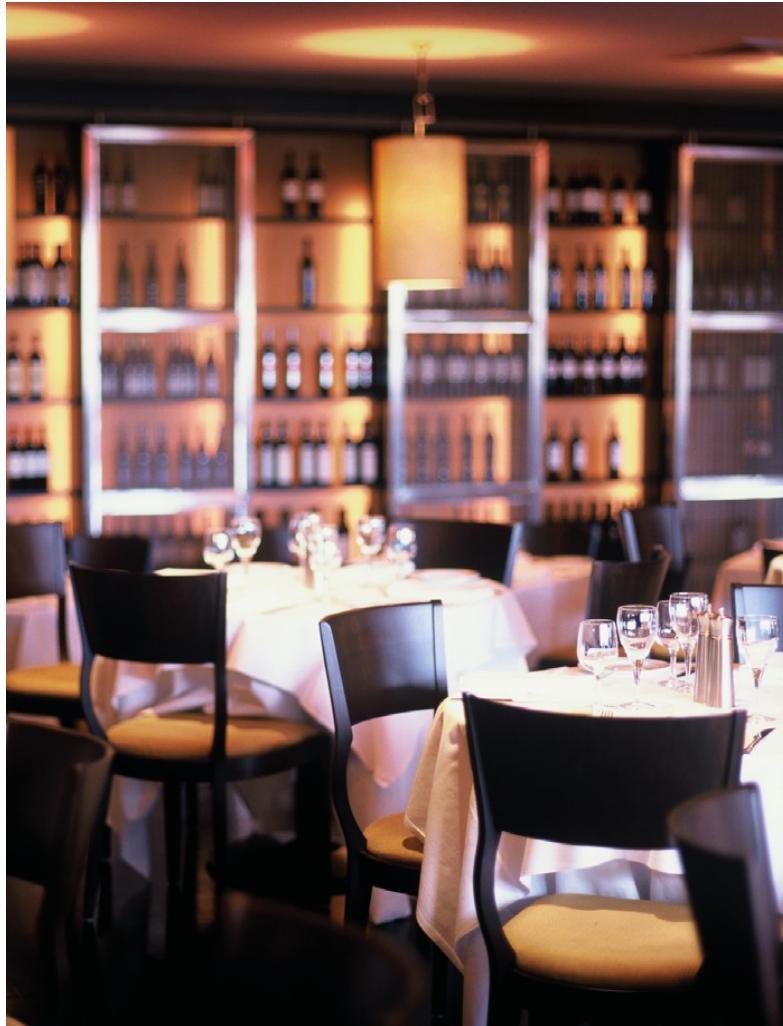
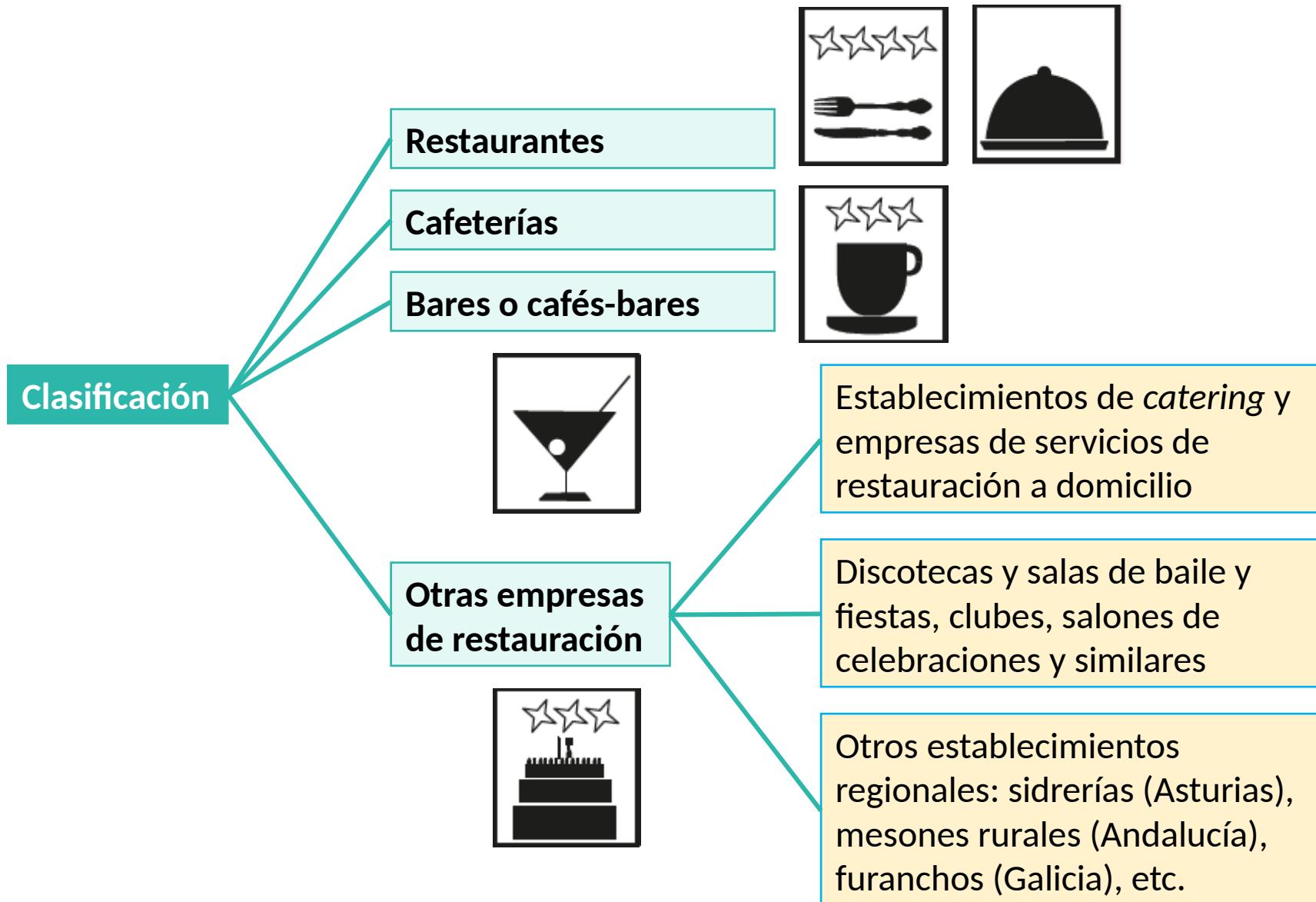


Figura 6.1. Restaurante y bar.



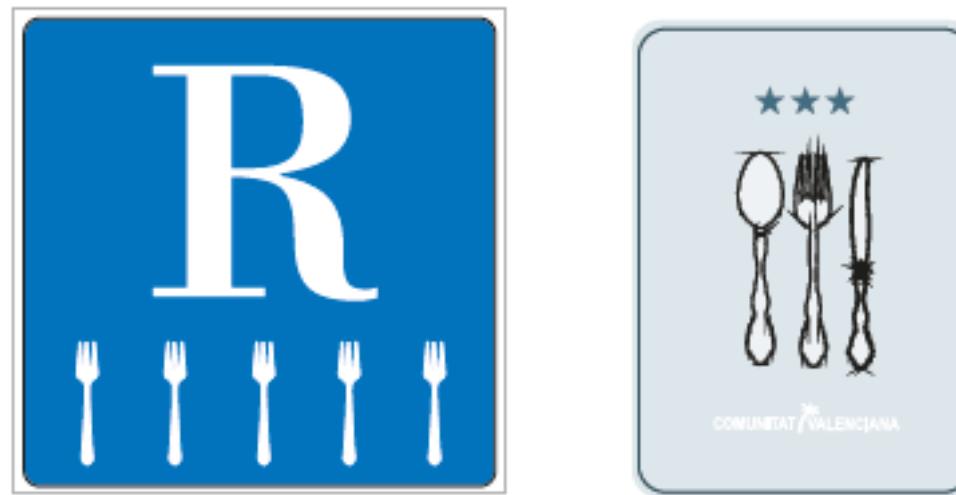


Figura 6.2. Distintivos de restaurante de lujo en Aragón y primera categoría en la Comunidad Valenciana.



Figura 6.3. Distintivo de cafetería de primera categoría y bar en la comunidad de Castilla y León.

Clasificación en función de la oferta



Establecimientos de restauración tradicional

Establecimientos de neorestauration

Fast-food

Self-service

Otros: *drugstore, vending, delivery food, catering, etc.*



Mesón Rural

Figura 6.4. Distintivo de Mesón Rural en Andalucía.



Figura 6.5. Restauración tradicional.



Figura 6.6. Ofertas de *fast-food*.



Figura 6.6. Servicio *self-service*.

6.2. Empresas y entidades que prestan el servicio de información turística

6.2.1. Oficinas de información turística

- **Oficinas de turismo en origen:** se encuentran en el lugar de residencia del turista potencial.
- **Oficinas de turismo en destino:** ubicadas en el ámbito geográfico receptor.



Figura 6.8. Oficinas de turismo.

Funciones

- Facilitar información sobre actividades, recursos, servicios, establecimientos y visitas turísticas de interés.
- Distribución de planos y material informativo de la oferta turística del destino.
- Ofrecer el servicio de audioguías en varios idiomas.
- Facilitar catálogos, directorios, guías y acceso a los sistemas informáticos.
- Información al usuario de los servicios turísticos sobre sus derechos y obligaciones.

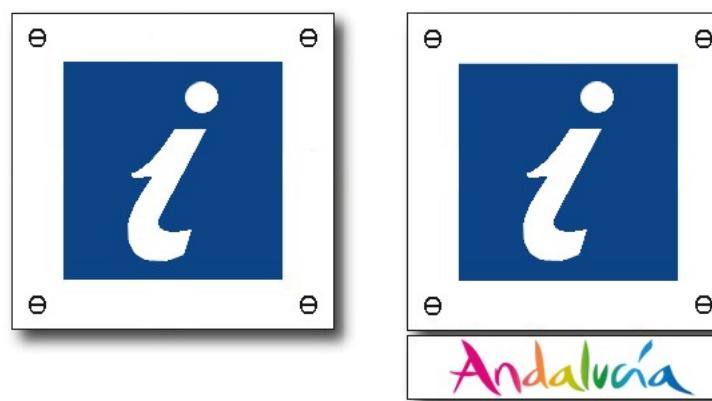


Figura 6.9. Distintivo genérico de las oficinas de turismo y de los puntos de información turística de Andalucía y distintivo acreditativo de la integración de una oficina de turismo en la Red de Oficinas de Turismo de Andalucía.

6.2.2. Centros de interpretación



- Son espacios que contienen información referida a un recurso determinado, por ejemplo, un monumento, un espacio natural, la obra de un artista, un evento, un yacimiento arqueológico, un período histórico, etcétera.
- La finalidad de estos centros es traducir el significado del recurso en cuestión a un lenguaje más sencillo que el visitante pueda entender.

Figura 6.10. Centro de visitantes Torcal Alto (Paraje natural del Torcal de Antequera, Málaga).

Servicios

Información de los principales recursos del espacio natural: conocer los elementos más característicos del paisaje, como su geomorfología, fauna y flora, sus redes fluviales, usos humanos, evolución de los paisajes y la propia historia del espacio.

Atención personalizada: recomendaciones y consejos sobre qué ver, dónde ir, qué itinerario seguir o cómo acceder a los lugares más interesantes.

Otros servicios: tienda, visitas guiadas, programas de educación ambiental, talleres, aparcamiento, aseos, restauración, etc.

6.2.3. Guías de turismo

Guía de turismo: para divulgar información real y objetiva de los recursos históricos, artísticos, patrimoniales, culturales y medioambientales.

Guía acompañante, guía de ruta, guía correo, tour leader o tour guide: realiza actividades de acompañamiento y asistencia en ruta. No necesita habilitación para prestar sus servicios. Alto conocimiento de técnicas de guía y del idioma del país visitado yo del grupo.



Figura 6.11. Distintos tipos de guías: guía acompañante y guía local de turismo.

Guía transferista: es el encargado de recibir a los turistas en terminales de llegada y trasladarlos hasta el alojamiento, repitiendo la operación cuando finalice la estancia. También puede acompañarlos en excursiones y necesita saber su idioma o inglés.

Guía de receptivo: además de guía transferista, ofrece apoyo en las operaciones de registro, información y venta de excursiones y asistencia en caso de problemas.

Guías especialistas: informan, orientan y asisten grupos de turistas.

- *Guías de Patrimonio Nacional.*
- *Monitores, guías e instrucciones de actividades de turismo activo.*
- *Otras guías.*



Figura 6.12. Guía de receptivo.



Figura 6.13. Monitor de actividades de turismo activo.



Figura 6.14. Visitas guiadas.



Figura 6.15. Coche de caballos frente a la catedral de Sevilla.

6.2.4. Otras empresas que prestan el servicio de información turística

Visitas terrestres	Visitas acuáticas	Visitas aéreas	Visitas en tren turístico
<ul style="list-style-type: none">• Panorámicas• Diurnas y nocturnas en autobús• Guiadas en otros medios (trenes)	<ul style="list-style-type: none">• Recorridos marítimos• Fluviales• Lacustres	<ul style="list-style-type: none">• En globo aerostático• En avioneta	<ul style="list-style-type: none">• Tren Medieval de Sigüenza• Tren de la Fresa en Aranjuez

6.3. Empresas y entidades de organización de eventos

Las empresas de organización de eventos son aquellas que realizan actividades propias para la acogida y celebración de congresos, convenciones, seminarios, conferencias, ferias, incentivos y cualquier otro acontecimiento similar y otros eventos de naturaleza análoga.



Figura 6.16. Mercado de eventos y reuniones.

Funciones

- Proporcionar locales donde vaya a celebrarse el evento.
- Coordinar fechas del evento y duración del mismo.
- Definir un presupuesto.
- Preparar campañas de promoción, ruedas de prensa, diseñar e imprimir material promocional, etc.
- Tramitar los permisos administrativos.
- Seleccionar y contratar los proveedores idóneos.
- Preparar equipo técnico de medios audiovisuales.
- Contratar azafatas, intérpretes y otro personal necesario.
- Preparar y coordinar el desarrollo de las sesiones.
- Asistir el registro y la entrega de material a los asistentes.



Figura 6.17. Distintivo de organizador profesional de congresos de la Región de Murcia.

Convention Bureau

Promocionar el destino como sede de congresos, convenciones y otros eventos para captar y canalizar la demanda hacia el lugar.

Poner en contacto a los contratantes de estos servicios con los OPC.

Asesorar al organizador del evento sobre los aspectos organizativos básicos (fechas, espacios).

Informar sobre las infraestructuras, empresas y recursos turísticos del destino, así como facilitar material promocional del destino.

Contactar y colaborar con otras entidades similares dedicadas a la promoción de congresos.



Figura 6.18. El Spain Convention Bureau (SCB) promueve el intercambio de experiencias e información entre sus miembros.



Figura 6.19. Sala de reuniones.

6.4. Empresas organizadoras de actividades de ocio y tiempo libre

6.4.1. Empresas que ofrecen actividades de turismo activo y aventura

- Actividades subacuáticas
- Actividades náuticas
- Turismo ecuestre y similares
- Ciclismo
- Actividades aéreas
- Actividades de montaña y escalada
- Otras actividades en la naturaleza: actividad guiada de caza, actividad guiada de pesca, talleres de naturaleza, itinerarios didácticos e interpretativos y *team building*
- Actividades de nieve
- Actividades con vehículos de motor
- Actividades de orientación
- Supervivencia
- Espeleología
- Tiro con arco
- *Paintball* y similares



Figura 6.20. Escalada.



Figura 6.21. Salto con elástico.



Figura 6.22. Buceo, paracaidismo, paseo a caballo y ciclismo de paseo, y esquí alpino.

6.4.2. Otras empresas turísticas que organizan actividades deportivas

Nos referimos a las estaciones de esquí y montaña, a los campos de golf, a los puertos náuticos y otras actividades náuticas y cualquier otra empresa que se dedique a prestar servicios especializados de contenido deportivo.



Figura 6.23. Campo de golf.

6.4.3. Parques temáticos y similares

Son complejos turísticos situados en áreas de gran extensión donde se integran actividades y atracciones de carácter recreativo o cultural y usos complementarios deportivos, comerciales, hoteleros o residenciales, con sus servicios correspondientes. Establecimientos similares son parques acuáticos, parques infantiles, parques de atracciones, etc.



Figura 6.24. Parques de atracciones.

6.4.4. Empresas de espectáculos



Figura 6.25. Discoteca.

Estos establecimientos ofrecen al público servicios consistentes en la presentación de espectáculos artísticos, de teatro, folclóricos, coreográficos, humorísticos, audiovisuales, variedades y atracciones, baile público, etc.

6.4.5. Animación turística

Hay empresas especializadas encargadas de organizar competiciones deportivas, espectáculos, concursos, talleres, etc., dentro de empresas turísticas como hoteles, campings, restaurantes, medios de transporte o destinos turísticos.



6.4.6. Actividades de salud

Existen establecimientos que ofrecen actividades de tipo recreativo y de salud a sus clientes, como los balnearios, spas, centros de talasoterapia y similares.



Figura 6.27. Balneario y servicio spa.

6.5. Otras empresas turísticas

6.5.1. Consultorías y asesorías turísticas

- Estudios de mercado
- Inventarios de recursos, infraestructuras y empresas del destino
- Elaboración de planes de marketing
- Elaboración de planes de comunicación
- Diseño de material promocional
- Creación de marcas, logotipos y manuales de imagen corporativa
- Apoyo en la participación en ferias turísticas
- Desarrollo de productos turísticos
- Planes estratégicos de destinos
- Implantación de sistemas de calidad en la empresa o destino



Figura 6.28. Consultoría turística.

6.5.2. Otras empresas turísticas

- *Empresas de recuerdos o de souvenirs.* Incrementan la satisfacción del turista cuando se regalan a familiares y amigos, bien cuando permiten el recuerdo del propio viaje.
- *Compañías de seguros turísticos.* el asegurador se obliga, mediante el cobro de una prima y para el caso en que se produzca el evento cuyo riesgo es objeto de cobertura a indemnizar, dentro de los límites pactados por el daño producido al asegurador.
- *Empresas financieras.* Aportan el dinero necesario para la realización de un viaje en caso de que el turista no disponga del mismo. En ocasiones, se establecen acuerdos de colaboración entre empresas financieras y empresas turísticas, como agencias de viajes.



Figura 6.29. Empresa de souvenirs.



Figura 6.30. Oficinas de cambio.

- *Oficinas de cambio de divisas.* Empresas ubicadas en las principales zonas de acceso y paso de los turistas que realizan la compra de billetes, cheques y otros documentos extendidos en moneda extranjera mediante conversión a la moneda nacional del país que se visita, o viceversa.
- *Duty free shops.* Tiendas libres de impuestos que se encuentran en zonas internacionales de aeropuertos y puertos o a bordo de naves. Suelen vender artículos de perfumería, cosmética, tabaco, comestibles, bebidas, indumentaria y accesorios, relojes, juguetería, equipaje y otros similares.



Figura 6.31. Duty free shop de un aeropuerto.