

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**“Plan de mejora de la Tourist Info
ubicada en la Plaza del Ayuntamiento
(Valencia, España)”**

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:

Rosana Mesa Grima

Tutor/a:

Santiago La Parra López

GANDIA, 2016

Contenido:

1.	AGRADECIMIENTOS:.....	2
2.	RESUMEN Y PALABRAS CLAVE:	3
3.	INTRODUCCIÓN:.....	5
3.1.	JUSTIFICACIÓN:	5
3.2.	OBJETIVOS:.....	6
3.3.	METODOLOGÍA:.....	6
4.	OFICINA DE TURISMO:	7
4.1.	DEFINICIÓN E IMPORTANCIA:	7
4.2.	OFICINAS DE TURISMO EN LA CIUDAD:.....	8
4.3.	OFICINA DE TURISMO UBICADA EN PLAZA DEL AYUNTAMIENTO:	9
4.3.1.	PROBLEMAS ENCONTRADOS:	10
4.3.2.	OTROS PROBLEMAS:.....	25
5.	ANEXOS:	28
6.	BIBLIOGRAFÍA:.....	32

1. AGRADECIMIENTOS:

Antes de empezar a desarrollar mi Trabajo fin de Grado, me gustaría agradecer a varias personas por su ayuda concedida para que este trabajo haya sido fructuoso.

- Primero de todo, a don Santiago La Parra, por su tiempo dedicado a lo largo de todo este proceso.
- En segundo lugar, a don Joan Carles Cambrils Camarena por su disposición a resolver cualquier duda surgida durante la realización del proyecto.
- A mi familia y pareja, por su apoyo incondicional.
- A todas aquellas personas entrevistadas, por su colaboración.
- A todas aquellas personas que, de algún modo y desinteresadamente, me dieron posibles soluciones para la mejora de la oficina.

2. RESUMEN Y PALABRAS CLAVE:

Una oficina de turismo influye decisivamente en la imagen que se da de la ciudad y hay que ser cuidadoso con ella. La ciudad de Valencia dispone de 6 oficinas de turismo repartidas por toda la ciudad, pero este trabajo se centrará en la que está ubicada en la Plaza del Ayuntamiento (actualmente la oficina más céntrica de la ciudad).

Hemos observado algunos problemas en la citada oficina de turismo, que afectan tanto a los trabajadores como a los turistas, de modo que en este trabajo se analizan dichos problemas y se plantean soluciones con el fin de llegar al objetivo principal, que es mejorar la calidad del servicio que se ofrece.

Durante la realización de este proyecto la oficina sufrió un cambio de localización, mejorando así uno de los problemas detectados, que era el espacio dentro de la oficina. Aun así, no se puede descuidar aquellos problemas que se han arrastrado y surgido en el nuevo emplazamiento.

Palabras clave:

- Valencia
- Información turística
- Turista
- Servicio

A tourist info office is a decisively influence in the image of the city and is a must to be careful with her. The city of Valencia has 6 tourist offices dispersed around all the city, but this project will be focus on that located in Plaza del Ayuntamiento (nowadays is the most central office in the city).

This can be seen some problems in this tourist info office, that affect both workers and tourists for that reason this project analyse these problems and

raise solutions to reach the goal of have a improvement in the image of the city of the feeling that tourist can have when they are here spend their time.

During the implementation of this project the office suffered a location change, improving in this way one of the detected problems which was the space inside the office. Even so, the problems from the old office and the others that have appeared in the new location, cannot be neglected.

Keywords:

- Valencia
- Tourist information
- Tourist
- Service

3. INTRODUCCIÓN:

3.1. JUSTIFICACIÓN:

Los motivos que me han llevado a hacer de mi TFG un plan de mejora son los siguientes.

Estoy plenamente convencida de que la imagen que una ciudad da al exterior es importante para la recepción de turistas y promoción de su turismo.

Valencia, capital de la Comunidad Valenciana y ciudad con atractivos turísticos muy diversos, no aprovecha al máximo todos sus recursos para llegar a convertirse en un gran receptor; por lo tanto, nuestra motivación principal es contribuir a crear una nueva imagen de la ciudad, a través de la mejora de la principal Oficina de Turismo, la ubicada en la Plaza del Ayuntamiento.

Me centro solo en ésta ya que, como he indicado, es la más céntrica y además la conozco muy bien, pues he realizado las prácticas universitarias en ella. Desde un primer momento pude observar que había algunos fallos y me interesó mucho conocer la opinión de la gente, ya que es la mejor información de primera mano que podemos obtener y de donde se pueden extraer buenas críticas constructivas antes que proponer programas/cambios que, aunque estén bien, pueden no resultar suficientes o pueden no ser adecuados.

Además, quién mejor que los trabajadores, aquéllos que están día a día frente al público, están más informados y son más exigentes en cuanto a sus vacaciones, para saber qué mejoras podrían, directamente, realzar la imagen de la oficina y de la ciudad.

Lo que más me ha gustado de este proyecto es que todas las opiniones son objetivas; El turista no te conoce personalmente y, por lo tanto, no intentará “quedar bien”, será sincero.

3.2. OBJETIVOS:

Este proyecto se realiza para la obtención de dos objetivos.

El principal y más importante será analizar los problemas que afectan a turistas y a los propios trabajadores de la oficina.

Nuestro objetivo secundario, que no se podrá lograr sin haberse cumplido el primero, será proponer las medidas que creemos oportunas para mejorar la calidad del servicio ofrecido en la Oficina de Turismo de la Plaza del Ayuntamiento.

3.3. METODOLOGÍA:

El período de prácticas correspondiente a la realización de este proyecto ha sido de febrero a junio de 2016.

En primer lugar, en marzo, durante dos semanas, se han repartido encuestas (en inglés y castellano) a todos aquellos turistas que adquieran un servicio turístico.

Hemos entrevistado al personal de la oficina, que son sólo cuatro personas.

Las preguntas, que se pueden encontrar en el apartado Anexo al final de este proyecto, están relacionadas con:

- La calidad del servicio
- La utilidad de los folletos que se le ofrece en la oficina
- El trato recibido durante la compra
- Su sensación al entrar en la oficina

Debido a que durante la realización de este proyecto la oficina cambió de ubicación (principios de mayo de 2016), una vez realizado el traslado, se han vuelto a utilizar durante dos semanas las mismas encuestas que anteriormente y se ha vuelto a pedir tanto la opinión de los trabajadores como de los turistas.

Con esas encuestas (que podríamos llamar de satisfacción) hemos confeccionado unos gráficos que muestran las diferentes opiniones obtenidas.

Una vez obtenidos los gráficos, se detallan aquellos problemas que disminuyen la calidad del servicio turístico y se proponen soluciones.

4. OFICINA DE TURISMO:

4.1. DEFINICIÓN E IMPORTANCIA:

Una oficina de turismo, también conocido como “Oficina de información turística” o “Centro de información turística”, es aquel lugar donde los turistas acuden con el fin de obtener información que resulte útil durante su estancia en la ciudad. Se deben emplazar, por tanto, en puntos clave de gran afluencia de turistas, como aeropuertos, puertos marítimos, calles principales y plazas, centros financieros,...

La información otorgada puede incluir aspectos como alojamiento, agencias de viaje, guías, restaurantes, transporte, mapas, atractivos en la ciudad, actividades de interés, sugerencias de seguridad y otros datos relevantes para el turista.

Aparte de la información facilitada, los materiales que se suelen entregar a los turistas son planos de ciudad, planos de redes de transporte público, souvenirs, folletos informativos sobre servicios turísticos en la ciudad (bus turístico, espectáculos, entradas a parques temáticos,...).

La oficina, en definitiva, debe preocuparse por crear una buena imagen de la ciudad y procurar evitar, en la medida de sus posibilidades una experiencia negativa de viaje.

4.2. OFICINAS DE TURISMO EN LA CIUDAD:

Turismo Valencia Convention Bureau es la institución responsable de promocionar la ciudad de Valencia y de proporcionar un adecuado desarrollo turístico (infraestructura y servicios).

La sede se halla en la Avenida Cortes Valencianas de la ciudad de Valencia.

Esta entidad es la encargada de coordinar las 7 oficinas de turismo con las que cuenta Valencia, las cuales se encuentran ubicadas en:

- Calle de La Paz
- Aeropuerto
- Estación de AVE
- Estación ACCIONA (Puerto)
- Marina Real Juan Carlos I
- Playa (Junto a Hotel Balneario Las Arenas)
- Plaza del Ayuntamiento

Este proyecto se centra en la oficina ubicada en la Plaza del Ayuntamiento. Es, actualmente, la oficina más céntrica junto a calle de La Paz.

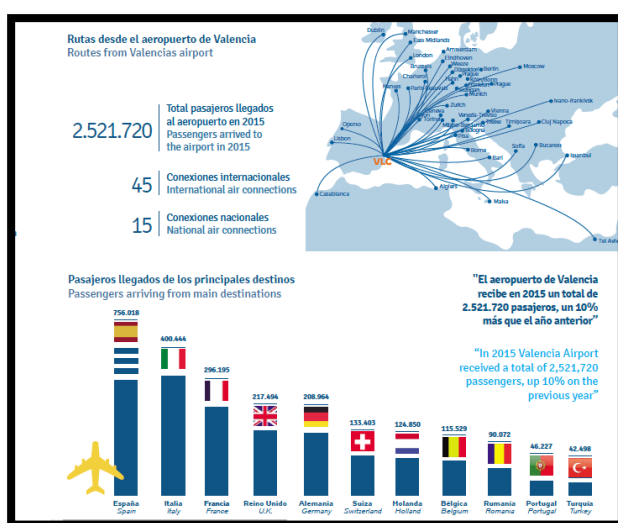


Ilustración 1: Clasificación (por países) de los turistas que recibió Valencia en el 2015.

Fuente: Elaboración propia

Durante la realización de este proyecto, ésta tuvo un cambio de ubicación, así que procedemos a analizar la repercusión social de este traspaso.

4.3. OFICINA DE TURISMO UBICADA EN PLAZA DEL AYUNTAMIENTO:

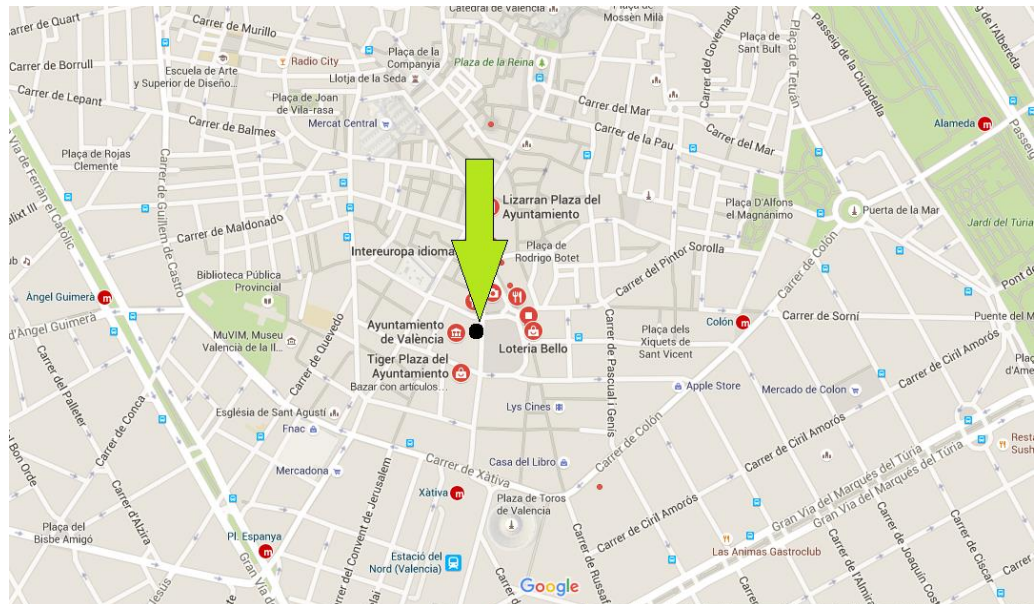


Ilustración 2: Localización de la Oficina de Turismo

(Fuente: Elaboración propia)

El traslado fue realizado el pasado 2 y 3 de mayo de 2016.

A pesar de que se nota una mejoría con respecto a su antigua ubicación, sigue habiendo una serie de problemas que convendría tener en cuenta para mejorar la imagen que el turista puede recibir de la ciudad.

En primer lugar, es necesario enumerar aquellos problemas que, a pesar del cambio de localización, siguen siendo molestos tanto para el turista como el trabajador.

Por orden de importancia, aquellos aspectos que sería necesario corregir de inmediato los analizamos y detallamos en el siguiente apartado.

4.3.1. PROBLEMAS ENCONTRADOS:

A. Ubicación y espacio:

En este primer apartado comentamos dos de los problemas más importantes que habría que solucionar.

En primer lugar, la ubicación:

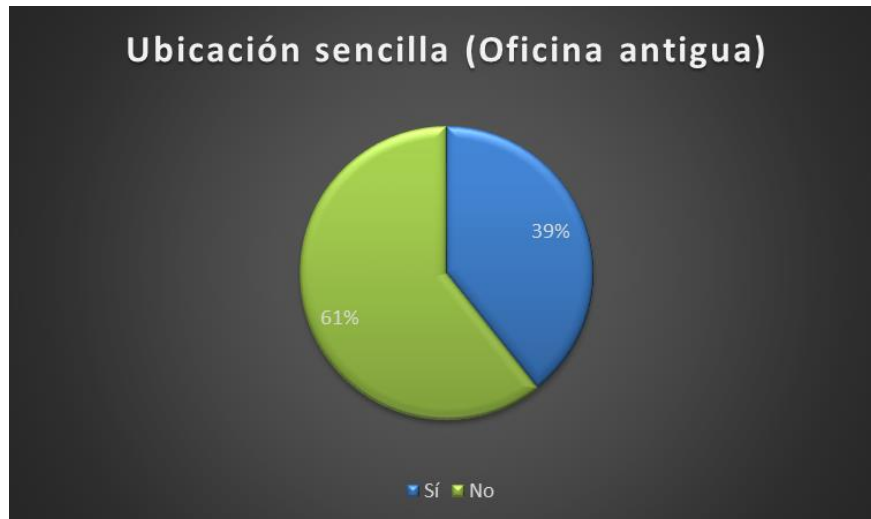


Ilustración 3: Opiniones de los turistas sobre la antigua ubicación

(Fuente: Elaboración propia)

El 61% de los encuestados coincide en que no es sencillo encontrar la oficina, dada su ubicación.

Esto se debe, en primer lugar, en que la señalética no es buena. Sólo hay una señal y es en la calle Xàtiva (justo al lado de la estación de RENFE).

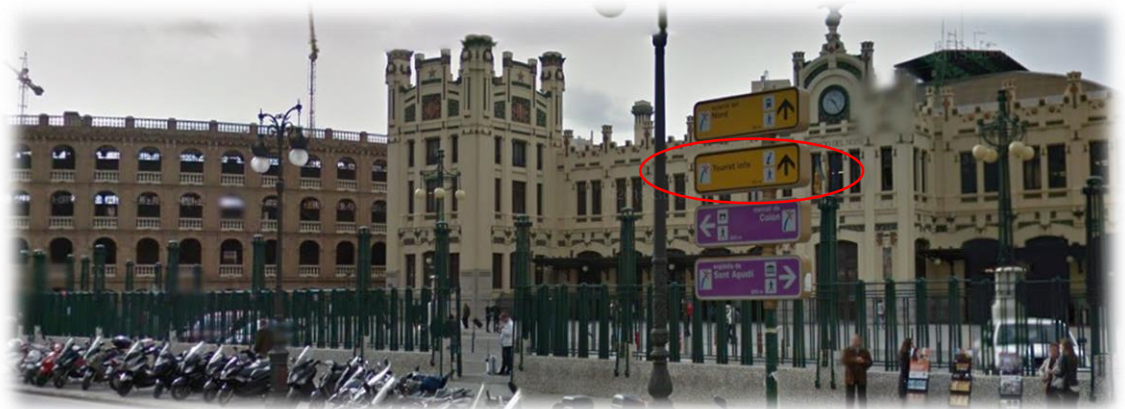


Ilustración 4: Imagen de la señal de ubicación de la oficina de turismo

(Fuente: Google Maps)

Muchos de los turistas comentan que les es costoso encontrar la oficina y que deambulan durante un buen período de tiempo (incluso horas) para encontrarla. Esto puede ser perjudicial ya que mucho de los que vienen son personas mayores (pensionistas, jubilados...) y al entrar en la oficina (una vez la encuentran) ya entran con cierta hostilidad, pues llegan cansados o pierden horas del poco tiempo del que disponen para recorrer la ciudad (excursionistas).

Los trabajadores también han sido encuestados y las opiniones las vemos reflejadas en la siguiente gráfica:

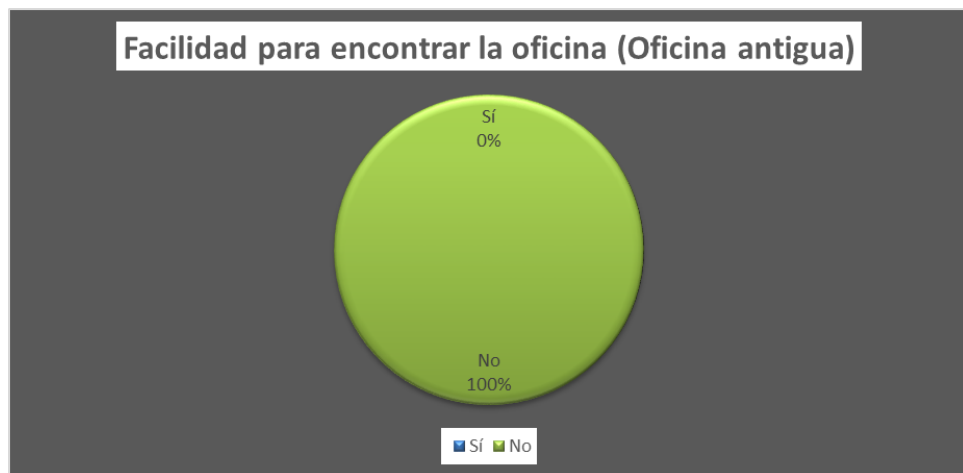


Ilustración 5: Opinión de los trabajadores en la oficina antigua (Caseta)

(Fuente: Elaboración propia)

El 100% de los trabajadores encuestados coincide en que la oficina no es fácil de encontrar ya que, para empezar, la señalética no es buena y, por otro lado, la oficina se suele confundir con una caseta de floristas bastante a menudo.

En segundo lugar, pasamos a analizar el tema del espacio. Para ello, tanto a turistas como a trabajadores se les ha encuestado acerca de su sensación al entrar en la oficina y, además, en la encuesta contaban con unas cuentas líneas para poner comentarios (opcionalmente).

En la gráfica que damos a continuación se ven reflejadas las sensaciones de los turistas y, como se observa, no resultan muy positivas.

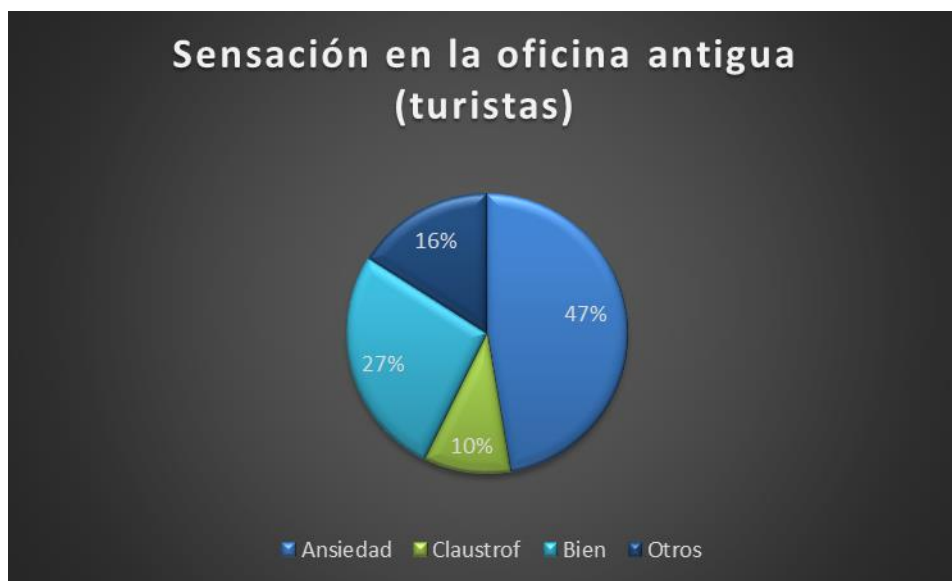


Ilustración 6: Estadística del espacio/sensación de la oficina antigua

(Fuente: Elaboración propia)

El 47% afirma que entrar en la oficina les producía incomodidad/ansiedad, (sobre todo al tratarse de familias, que entran todos juntos) lo que en períodos de gran afluencia como Fallas, Semana Santa o el puente de mayo, generaba colas inmensas.

Al final, los turistas decidían rechazar la consulta sin haber resuelto sus dudas o sin el material turístico que pudiera necesitar.

En el apartado de “otros” se encuentran los comentarios opcionales, que más arriba se ha señalado que los encuestados podían hacer, y prácticamente todo lo que se podía leer era:

- “La oficina es demasiado pequeña”
- “Es muy incómodo”
- “No se puede mover uno bien”

En cuanto a la opinión de los trabajadores, el 100% coincidió en que, aunque el personal de la oficina se encontraba a gusto con su equipo de trabajo, la oficina tenía el espacio vital muy reducido, lo que al final del día repercutía negativamente en su estado de ánimo frente al trabajo que

abordaba e incluso hacia las personas que debía atender, ya que el cansancio y el esfuerzo era mayor.



Ilustración 7: Sensación de los trabajadores en la oficina antigua

(Fuente: Elaboración propia)

Durante la realización de este proyecto la oficina se trasladó a los bajos del ayuntamiento, así es que volví a realizar 150 encuestas durante dos semanas para saber qué opinión tenían ahora los turistas.

Volviendo, en primer lugar, al tema de la ubicación, a continuación encontramos la gráfica correspondiente.



Ilustración 8: Estadística de ubicación de la nueva oficina (turistas)

(Fuente: Elaboración propia)

Aunque ha variado un poco el porcentaje de turistas que encuentran fácilmente la oficina (anteriormente hablábamos solamente un 39%), de nuevo observamos que todavía sigue habiendo un problema con ello.

Muchas de los establecimientos todavía mandan a los turistas a la oficina antigua (lo cual es normal ante un cambio nuevo, hasta que se habitúen las cosas) a pesar de que hay un cartel indicativo de la nueva localización, los turistas siguen perdidos en cuanto a lo que localización se refiere.



Ilustración 9: Imagen de la ubicación de la nueva oficina de turismo

(Fuente: Fotografía propia)

Como se puede comprobar en la gráfica anterior, todavía hay un 55% de los encuestados que considera difícil encontrar la oficina debido a que, aunque se encuentra en los bajos del ayuntamiento (un edificio bastante llamativo), según comentarios en las encuestas no encuentran nada significativo que les indique dónde se encuentra la oficina a no ser que pasen por delante.

La oficina cuenta, además, con un problema que se comentará más adelante, en el apartado "Folletos".

En cuanto a los trabajadores, el 100% vuelve a coincidir en que la oficina no es sencilla de encontrar. Quizás para un turista que ya lleva días en la ciudad o para alguien que sea de aquí sí, pero para un turista que acaba de llegar no resulta sencillo.



Ilustración 10: Estadística de ubicación de la nueva oficina (trabajadores)
(Fuente: Elaboración propia)

En este cambio de oficina, también he analizado la sensación que se tiene ahora en la nueva ubicación:



Ilustración 11: Estadística de las sensaciones en la nueva oficina (turistas)
(Fuente: Elaboración propia)

Aunque se ve un cambio significativo en cuanto a la sensación al entrar en la nueva oficina, varios turistas coincidieron, en que, cuando se forman

grandes colas, la mesa de delante de la puerta es bastante molesta, ya que el espacio se reduce considerablemente entre turistas, expositores, mesa y mostradores.

En cambio, en las opiniones de los trabajadores se encuentra una mejora significativa.



Ilustración 12: Estadística de las sensaciones en la nueva oficina (trabajadores)

(Fuente: Elaboración propia)

Todos ellos consideran que la amplitud, el espacio vital, la sensación de no agobio... ha mejorado considerablemente.

“Hemos pasado del cobertizo al chalet”, bromean los trabajadores frente a la incomodidad que suponía la oficina antigua.

Todos coinciden en que el estado de ánimo, algo fundamental para el sector servicios, ha mejorado en un 100%.

B. Folletos.

Aunque la empresa dispone de una amplia gama de folletos informativos, sólo se pueden encontrar en español y valenciano.

Esto, a veces, es un problema ya que muchos turistas se interesan por saber lo que ofrece la ciudad pero no los entienden. Sería conveniente que la

empresa considerara la posibilidad de demandar folletos en inglés también, ya que es el idioma universal.

Veamos qué opinan los encuestados sobre este tema.

En primer lugar, como llevamos observando en todo el proyecto, vemos las opiniones de los turistas:



Ilustración 13: Opinión de los turistas sobre los folletos (caseta antigua) (Fuente: Elaboración propia)

Como se puede comprobar, el 59% de los turistas considera que los folletos no daban información interesante sobre la ciudad. Ciertamente, que algunos eran útiles (como los de Bioparc, Oceanográfico, tarjetas turísticas ..) pero, el espacio era tan reducido que, muchas veces, los turistas solo querían información sobre lugares que visitar, dónde tomar un buen café, lugares donde encontrar buenos intercambios, ... y, aunque los turistas tenían esos folletos en la estantería blanca que había contra la pared, el espacio era tan reducido que se olvidaba o no se encontraban.

Además, contando con que cada jueves llegaban cajas nuevas con el pedido semanal que se iba haciendo y como las cajas/folletos no cabían todos, se subían al altillo con lo que, a final de semana, uno no recordaba qué se había subido y qué no.

En resumen, había descontrol sobre los folletos de los que se disponía.

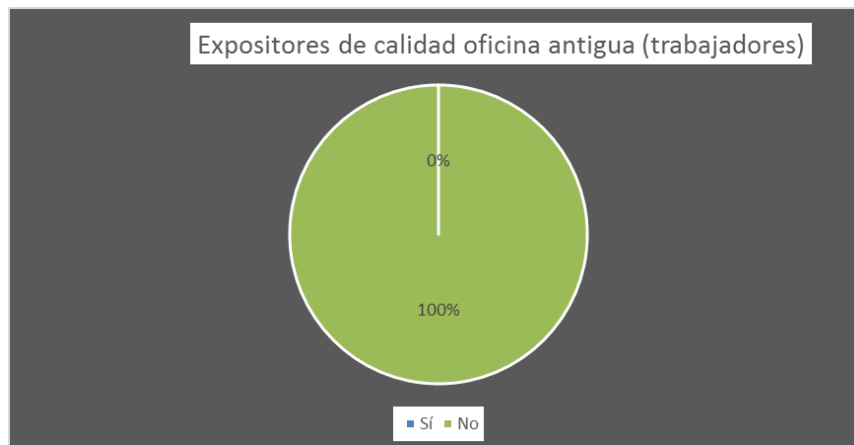


Ilustración 14: Opinión de los trabajadores sobre los folletos (caseta antigua)
(Fuente: Elaboración propia)

En esta imagen se refleja una opinión diversa de los trabajadores, quienes opinan que

- “Se necesita más información sobre servicios turísticos que se pueden encontrar en internet, pero no llega a la oficina”
- “No hay suficientes expositores para toda la información que recibimos”
- “Falta información gratuita sobre museos y monumentos”

Si nos fijamos en las estadísticas de la nueva oficina, las opiniones no han variado mucho:

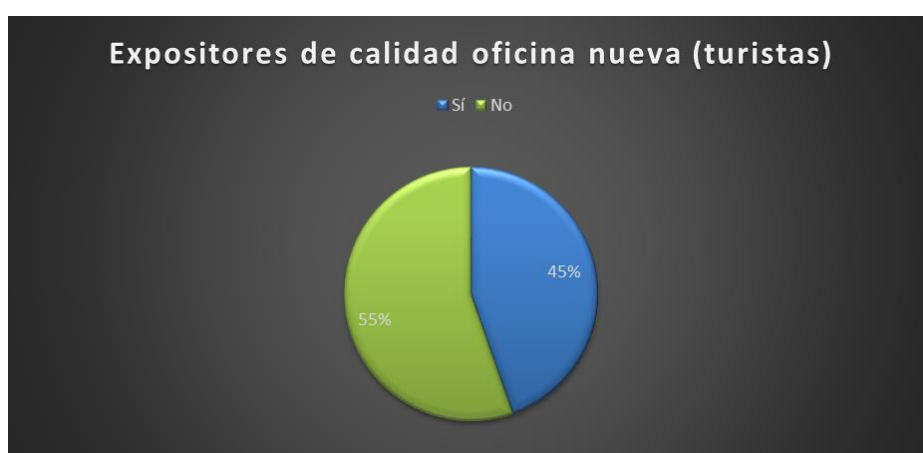


Ilustración 15: Opinión de los turistas sobre los folletos (caseta nueva)
(Fuente: Elaboración propia)

Por otro lado, en cuanto al tema folletos, hace poco la empresa se enfrentó a una crítica social llevada al periódico *Levante EMV* (redactada el pasado 16 de mayo de 2016).

En este artículo se critica los folletos que ofrece la empresa. En realidad se trata de una lucha, ya que aunque por un lado el artículo tiene razón en cuanto a la consideración de que hay pocos folletos informativos acerca de los actos culturales de la ciudad, cierto es que una empresa, para poder permanecer en el tiempo, tiene que vender y no todos los turistas están interesados en los actos culturales. Muchos de ellos vienen a la ciudad a disfrutar de los servicios turísticos que ofrecen las empresas privadas asociadas a Turismo Valencia.

En resumen, sería conveniente dedicar una parte de los estantes a actos culturales próximos en la ciudad para aquellos turistas interesados en ellos, tanto extranjeros como vecinos comunitarios.

Convendría, para ello, que las empresas dispusieran de los folletos informativos antes de los actos ya que, muchas veces, han dispuesto de los folletos incluso un día antes del mismo evento (y el mismo día también se ha dado el caso).

Para ello, sería necesario informar al Ayuntamiento de esta necesidad, ya que es el organismo encargado de las fiestas locales, de la organización del evento y del reparto de folletos informativos de los festejos.

A continuación podemos ver las gráficas obtenidas sobre los folletos en primero lugar opinión de los turistas y, a continuación, de los trabajadores.

C. Material informático.

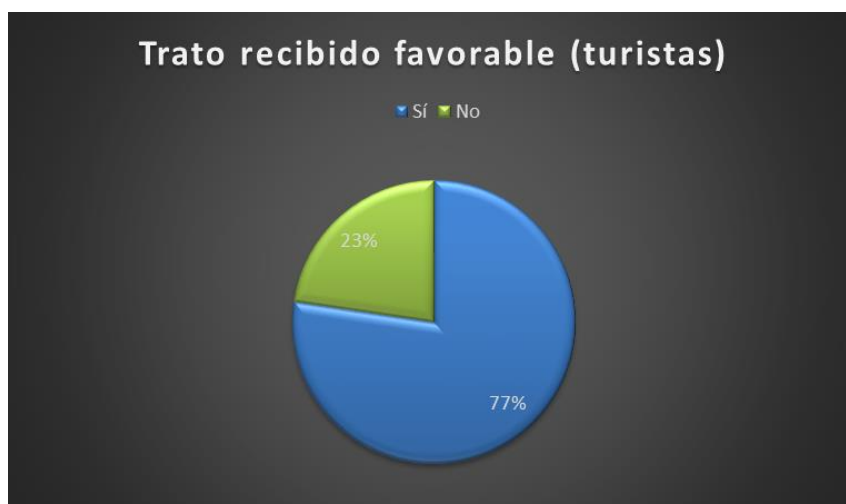


Ilustración 16: Opinión del trato recibido según los turistas

(Fuente: Elaboración propia)

En las encuestas realizadas, a los turistas se les ha preguntado sobre el trato recibido ante la compra del servicio turístico que ofrecían y, aunque resulta favorable por el trato del personal de la oficina, tanto el personal como los turistas coinciden en que el material informático del que se dispone no es muy eficaz, lo que supone una pérdida de tiempo en las ventas que, aunque el turista comenta que esté de vacaciones, otros solamente disponen de unas pocas horas para visitar la ciudad y finalmente deciden:

- No adquirir el servicio.
- Adquirir las entradas en otros puntos de venta / otras oficinas de turismo. Esto es un punto muy en contra, ya que cada oficina tiene unos objetivos de ventas. Si los turistas se ven ‘obligados’ a adquirir los servicios en otras oficinas, los objetivos se tornan complicados de alcanzar.

Es urgente corregir este punto ya que, además, el personal tiene muchos problemas diarios con los programas informáticos, lo que provoca unas largas colas en la puerta de la oficina.

Convendría tener en cuenta, también, que en la nueva oficina trabajan 4 e incluso 5 personas a la vez, con dos ordenadores únicamente, dos espacios para atender, una impresora de tickets y una caja registradora para todo el personal que trabaja en la oficina.

El diseño interior de la oficina, aunque ha mejorado, todavía sigue siendo algo molesto:

- La mesa es demasiado baja, de modo que el turista se tiene que agachar un poco.
- Las sillas son un tanto molestas e innecesarias, ya que apenas hay espacio para sentarse (ni sitio disponible,...) etc.
-

Este TFG ofrece una mejora de diseño que podemos ver en la imagen siguiente:

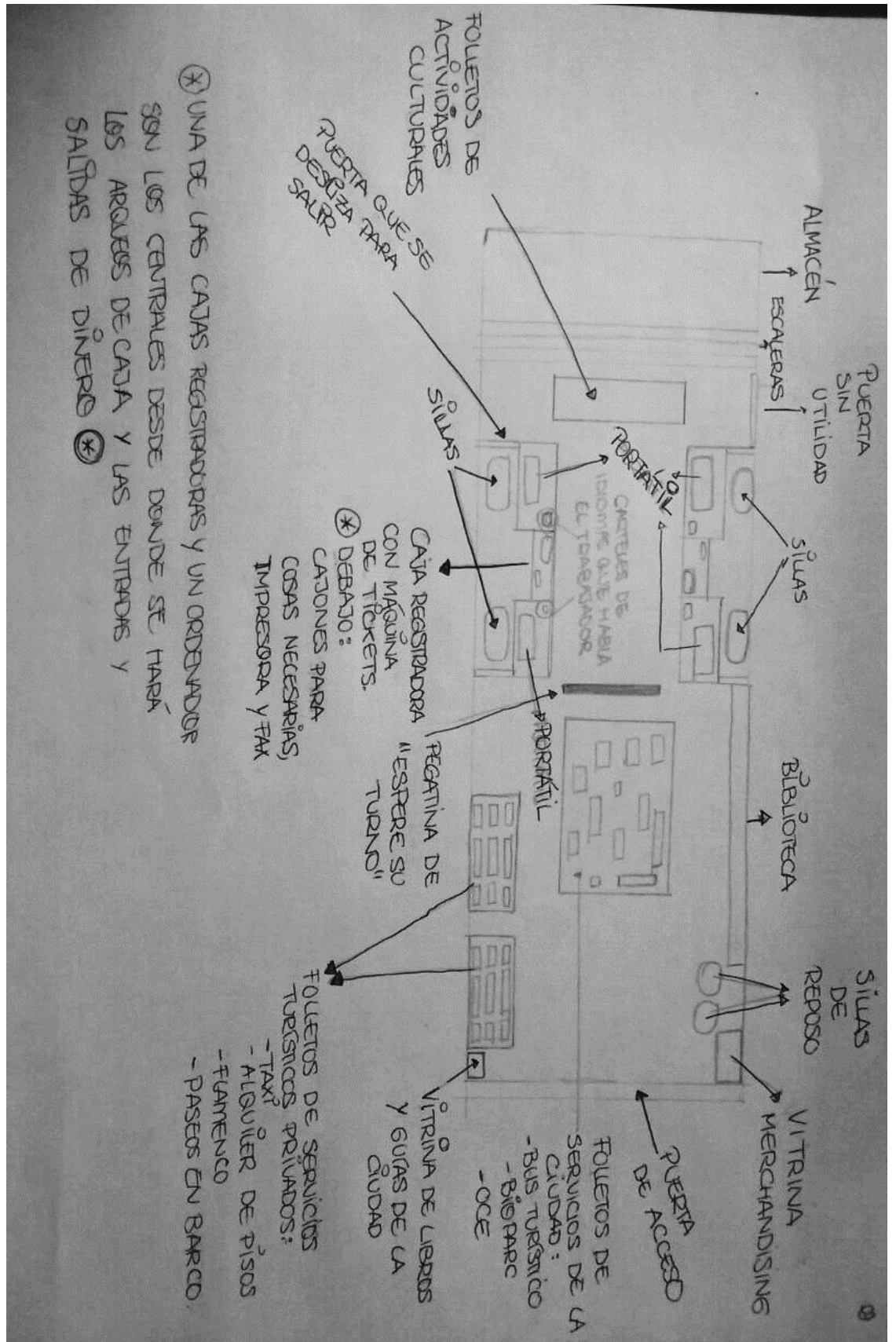


Ilustración 17: Imagen del diseño de la nueva oficina (vista de pájaro)

(Fuente: Elaboración propia)

Como podemos apreciar en la imagen que hemos elaborado, la nueva oficina dispone de cuatro puestos de trabajo, dos a cada lado de la oficina. Cada mesa tiene un pequeño cartel donde se indican los idiomas que se hablan.

Se ha comprobado que, aunque los trabajadores los llevan puestos en sus chapas, los turistas no se percatan de ello.

Cada lado de la oficina cuenta con una impresora de tickets y una caja registradora, lo que permite agilizar las ventas al no tener que esperar demasiado tiempo para poder usar una sola máquina.

Debajo de cada parte de la mesa donde se encuentran ambos aparatos electrónicos, tendremos un espacio para un fax y una impresora. A su vez, cada mesa dispondrá de dos o tres de cajones para guardar aquello más inmediato y necesario (llaves, algunos folletos, mapas, guías turísticas,...). Esto permitirá un mejor servicio individualizado al cliente.

Al lado de cada mesa se dispone de un mapa desplegado para poder atender rápidamente aquellas personas que demanden alguna información sobre la ciudad.

Frente a las escaleras, y como "muro" de impedimento de paso al almacén, se ubica una estantería con folletos de actividades culturales en la ciudad. Los folletos están disponibles en español, valenciano e inglés.

Pasamos a comentar la parte izquierda del diseño. Como vemos, delante de la mesa de entrada y la puerta de la biblioteca se encuentra una línea en el suelo que indica "Espere su turno". En la mesa se dispone de folletos con servicios turísticos que ofrece la ciudad (Ciudad de las Artes y las Ciencias, Bus Turístico, Bioparc, Visitas guiadas ...) y en la otra estantería, frente a la pared, encontramos folletos con servicios turísticos privados (alquiler de bicicletas, coches, paseos en barco, talleres de paella...).

Y, por último, al lado de las puertas se encuentran las vitrinas que contienen los libros que se ofrecen al público y el 'merchandising' (junto a una silla de descanso para colas largas en temporadas altas). Esto último no ha sido movido del diseño anterior.

D. Acceso a Wifi.

Era un tema considerado de gran importancia por una gran parte de los encuestados (turistas/trabajadores) ya que, a veces, el turista (en este caso, extranjero) no dispone de datos móviles en el país para poder acceder a su correo en el caso, por ejemplo, de las TOL (tarjetas turísticas que se pueden recoger en la oficina y para las que es necesario disponer de un número de referencia que se adquiere con la compra).

Esto resultaba molesto, sobre todo para los turistas que aparecían cuando las papelerías más cercanas cerraban (entre las 2 y las 5 de la tarde).

La idea de disponer de una señal de wifi fue una propuesta aceptada por la central durante la realización de este proyecto. Aun así, a continuación se muestra la importancia que había de disponer de una red de wifi.

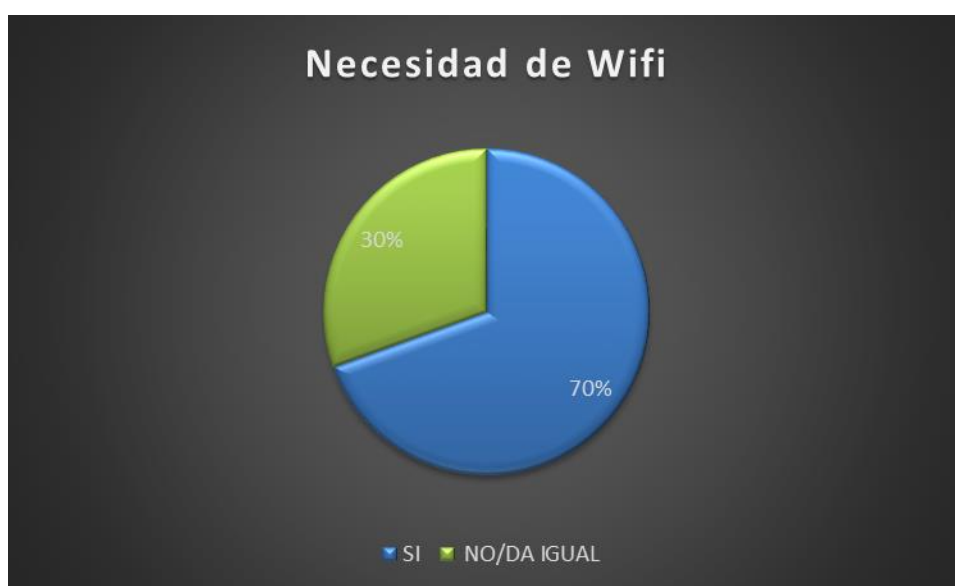


Ilustración 18: Gráfica sobre la necesidad de disponer de una red WIFI en la oficina
(Fuente: Elaboración propia)

4.3.2. OTROS PROBLEMAS:

En este apartado, reunimos aquellos problemas que, aunque no son tan urgentes y necesarios de resolver como los del anterior, resultan molestos a la hora de poder ofrecer un servicio turístico de calidad.

En primer lugar, sería conveniente indicar en la manera de lo posible (mediante pegatinas, folletos...) qué información se ofrece en esta oficina. Es decir, muchas veces los turistas vienen para hacer preguntas sobre la Comunidad Valenciana y no saben que en la oficina del Ayuntamiento sólo se tiene información local, sobre la ciudad de Valencia. Esto puede parecer insignificante si sólo se tienen 4 ó 5 personas en la cola esperando ser atendidas, pero cuando son épocas de gran afluencia, como período estival, Fallas, Semana Santa,... tanto para el turista como para el propio trabajador resulta agotador esperar algún tiempo para que luego, llegado su turno, le digan que tienen que irse a otra oficina porque aquí no se le puede informar de lo que necesita.

Al fin y al cabo, el turista/cliente es siempre el que tiene la razón y el que conviene 'cuidar' para que el boca a boca de la buena imagen de Valencia se mantenga.

También conviene, en segundo lugar, indicar la importancia de que en períodos de gran afluencia de visitas se habilite una cola especialmente sólo para mapas. He podido comprobar de primera mano cómo gente hacía colas de 15-20 minutos de reloj sólo para pedir unos mapas (de ciudad, de carreteras, de EMT,..) e incluso a veces ni se disponía del material. Esto se debe a que muchos turistas acaban de llegar y, como no saben qué visitar o qué ver, pueden necesitar perfectamente 30 minutos del tiempo de los trabajadores para satisfacer todas sus dudas.

Conviene corregir pronto este tipo deficiencias.

En tercer lugar, procedo a comentar el tema de material de oficina. La oficina recibe pedidos nuevos cada jueves. Los trabajadores hacen inventario de aquello que tienen y realizan una previsión del material que pueden necesitar para ofrecerlo al turista.

Durante períodos de poca afluencia de visitantes, no hay problema. En cambio, durante períodos de gran afluencia, como los comentados anteriormente, sería necesario considerar otro día de pedido, pues yo misma, que he trabajado detrás de mostrador (como una más de la plantilla), he podido comprobar muchas veces cómo nos quedábamos sin material y hemos tenido que apañarnos como hemos podido para dar la información. Esto está muy mal visto desde el punto de vista del turista. Al no conocer la ciudad, muchas veces se les explica algo o se les indica algún lugar sin mapa, ya que no había material y lógicamente no se han sentido satisfechos porque no han llegado a comprender qué se les estaba indicando (o cómo).

Unido al tema del material de oficina, en cuarto lugar, aunque quizás no resulte tan importante, mediante encuestas y a base de muchos días de escuchar peticiones, he analizado varias cosas que suelen ser muy demandadas por los turistas. Éstos desearían que en la oficina también hubiera mapas de metro, ya que o bien no saben dónde pedirlo (parece ser que casi nunca hay nadie en las oficinas de Metro Valencia) o no saben cómo pedirlo.

Por otro lado, para turistas que tienen previsto quedarse en Valencia mucho tiempo, para estudiantes que acaban de llegar, para personas que deciden quedarse a vivir, todos ellos, han demandado varias veces que se tengan más folletos de ValenBici, museos, lugares de fiesta, rutas interesantes...

Como ya se ha comentado, puede parecer muy simple algo sin importancia. Pero no sólo debe ser 'bien atendido' quien consume sino también quien sólo necesita información pero tiene previsto permanecer en la ciudad. Quizás, incluso esas personas van a hacer más gasto y va a contribuir más a la economía local que el propio turista/excursionista.

En quinto lugar, en mi opinión, la oficina debería disponer de alguien que se dedicara a atender al cliente vía telefónica. Sobre todo en períodos de gran afluencia de turistas, la oficina debe contar con todo su personal para hacer frente a la gran cantidad de gente que se recibe en la ciudad y, más aún, siendo la oficina más céntrica. Muchas veces, los trabajadores, como se ha comentado más arriba, llegan a estar 25 minutos o más con turistas para solucionar sus dudas y, cuando suena el teléfono y responden, se retrasa mucho la atención al cliente.

Lo normal es que, como bien hacen los trabajadores, descuelguen el teléfono indicando ‘‘Estamos atendiendo, un momento por favor’’; pero, para la persona que llama, tampoco es agradable esperar una gran cantidad de tiempo.

Una buena solución podría ser abrir una vacante en períodos de gran afluencia para atender al teléfono y, de paso, dedicarse a la realización de pedido de material, ordenar el stock... para que únicamente no sea atender al teléfono. Para este puesto sería conveniente alguien con gran dominio de idiomas, pues cuando la comunicación no es cara a cara, suele ser más complicado entender y supone un mayor esfuerzo.

En sexto lugar, y en mi opinión quizás el más importante, se debe tener en consideración que la oficina muchas veces no dispone de la misma información que hay en las webs.

Un claro ejemplo de esto podemos encontrarlo en:

- **VLC Shop:** VLC shop es una página de compra online donde los turistas pueden adquirir servicios turísticos (promociones, entradas, tarjetas turísticas)..

El problema es que en la web se pueden encontrar promociones que en las oficinas de turismo no constan y, en ocasiones, los turistas no saben de estas

promociones y descuentos, viéndose obligados a dedicar un poco de su tiempo a tener que verificar la información. Ejemplos:

- En las oficinas de turismo podemos encontrar el bus turístico sólo de 24 horas promocionado con otro servicio. Sin embargo, en la web encontramos también el bus de 48 horas.
- También en la web se puede adquirir una promoción que une Bioparc y Oceanográfico, cosa que en las oficinas de turismo no se puede encontrar.

Un porcentaje de los turistas son personas en edad avanzada o adultos de entre 45-55 años que no suelen/no usan internet. Por lo que, para este tipo de turistas, resulta injusto no poder enterarse de estas promociones (sobre todo cuando se trata de familias numerosas). Además, para el propio trabajador tampoco resulta agradable no saber de esto para poder informar al turista. Esto ha llegado a dar la sensación de que ‘el turista no sabe nada’. Mala imagen para la ciudad.

5. ANEXOS:

En este apartado se encuentran las encuestas que he utilizado para la realización de estadísticas.

Al tratarse de diferente ‘público’ (trabajadores de la oficina y turistas) he elaborado dos modelos diferentes de preguntas.

En cuanto a la parte de turistas, las preguntas se han basado más en el análisis del servicio turístico recibido, cómo perciben ellos la oficina desde ‘el otro lado del mostrador’. Además, para éstos, se han realizado las encuestas en dos idiomas diferentes: español e inglés.

Véase las imágenes siguientes:

A continuación va a responder a un cuestionario que servirá de ayuda para un Trabajo Final de Carrera en la Universidad Politécnica de Valencia. Su opinión, también, podrá servir de ayuda para la implantación de medidas correctivas en cuanto al servicio ofrecido en las Oficinas de Turismo.

Gracias por su participación

1. ¿Le ha resultado sido sencillo encontrar la Oficina de Turismo?

Sí
No

2. ¿Cuál ha sido su sensación al entrar en la Oficina de Turismo?

Ansiedad
Claustrofobia
Nada, estoy bien
Otro

3. ¿Los expositores contienen información de calidad? ¿Son interesantes?

Sí
No Me gustaría que tuvieran más información [Indicar qué tipo de información le gustaría encontrar]

4. ¿Considera que hay suficiente información sobre la ciudad? (Eventos culturales, actividades gratuitas,...)

Sí
No

5. ¿Ha sido atendido de forma amable y rápida por los trabajadores de la Oficina? En caso negativo, escriba cómo ha sido atendido y qué le gustaría que mejorara.

Sí
No

Por otro lado, como ya he comentado, aunque en un primer momento las preguntas a los trabajadores parecen las mismas, fueron diferentes ya que, para analizar correctamente la imagen de la empresa, también necesito la visión ‘detrás del mostrador’ de primera mano, la visión de las personas que día a día se enfrentan al público y conocen de cerca todos los problemas e inconvenientes surgidos.

Estas dos imágenes a continuación, detallan lo dicho anteriormente:

1. ¿Crees que es sencillo encontrar la Oficina de Turismo? ¿La señalética es buena?

Sí

No

|

2. ¿Cuál ha sido tu sensación al entrar en la Oficina de Turismo?

Ansiedad

Claustrofobia

Nada, estoy bien

Otro

3. ¿Crees que los expositores contienen información de calidad? ¿Son interesantes?

Sí

No

4. ¿Qué crees que haría falta a esta oficina para ofrecer un mejor servicio turístico? (Sin contar el tema del espacio).

Sí

No

5. ¿Crees que a la hora de atender cara al público es importante contar con un buen estado de ánimo y una buena salud?

Sí

No

6. ¿Qué otras cualidades/aptitudes dirían que hacen falta para atender bien al público?

7. ¿Crees que esta oficina dispone de todo lo necesario para decir que se ofrece un servicio turístico de calidad?

8. ¿Crees que la opinión del trabajador es considerada en la empresa? ¿Se tienen en cuenta las opiniones de los trabajadores en cuanto a la oficina?

6. BIBLIOGRAFÍA:

RECURSOS EN INTERNET:

- AGÉNCIA VALENCIANA DE TURISMO:
<http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/touristinfo/touristinfo.html>
[Consulta: 08/04/2016]

- AYUNTAMIENTO DE VALENCIA:
<http://www.valencia.es/ayuntamiento/estadistica.nsf/vDocumentosTituloAux/Ultimos%20datos?opendocument>
[Consulta: 11/04/2016]

- COMUNITAT VALENCIANA:
<http://comunitatvalenciana.com/que-hacer/ferias/recintos-congresos/valencia/turismo-valencia-convention-bureau>
[Consulta: 12/04/2016]

- EL COLOMBIANO:
<http://www.elcolombiano.com/entretenimiento/turismo/que-buscan-los-turistas-de-la-nueva-generacion-IL1863578>
[Consulta: 19/04/2016]

- LINKEDIN:
<http://es.slideshare.net/Candela69/tema-2-de-servicios-turisticos>
[Consulta: 25/04/2016]

- LEVANTE:
<http://www.levante-emv.com/valencia/2016/05/21/sector-turistico-apunta-diferenciacion-mayor/1420846.html>
<http://www.levante-emv.com/valencia/2016/05/16/cs-critica-turismo-promocione-flamenco/1418329.html>
[Consulta: 30/04/2016]

- LOVE VALENCIA:
<http://www.lovevalencia.com/>
 [Consulta: 03/05/2016]

- MONOGRAFÍAS:
<http://www.monografias.com/trabajos65/turistas-eligen-destino/turistas-eligen-destino.shtml>
 [Consulta: 06/05/2016]

- OCIO (ULTIMATE MAGAZINE):
<http://www.ocio.net/estilo-de-vida/ecologismo/conservacion-de-los-lugares-turisticos-un-reto-de-este-siglo/>
 [Consulta: 12/05/2016]

- TURESPAÑA:
<http://www.tourspain.es/es-es/Paginas/index.aspx>
 [Consulta: 19/05/2016]

- TURISMO VALENCIA:
<http://www.turisvalencia.es/es/estadisticas-turismo-valencia/#p=10>
<http://www.turisvalencia.es/es/turismo-valencia-convention-bureau/estadisticas/estadisticas-2013>
<http://www.turisvalencia.es/es/valencia-accesible/oficinas-de-informacion-turistica>
 [Consulta: 22/05/2016]

- WIKIPEDIA:
https://es.wikipedia.org/wiki/Oficina_de_turismo
 [Consulta: 25/05/2016]