



# Animación Turística

**Sku:** PA8539

**Horas:** 30

## OBJETIVOS

- Entender el origen y evolución histórica del fenómeno turístico y los factores que influyen en su desarrollo.
- Conocer la estructura organizativa del sector turístico.
- Identificar los recursos, servicios, equipamientos y productos turísticos propios de la oferta y demanda turística.
- Aprender el proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.
- Saber identificar las diferentes fuentes de financiación y sus características.
- Aprender a relacionar y establecer un equilibrio óptimo entre recursos propios y ajenos.
- Definir las técnicas de orientación e información al turista específicas en la oficina de turismo.
- Demostrar cómo personalizar el servicio de atención y acogida de los visitantes, tanto desde el punto de vista de la realidad del viajero (tiempo de estancia y consumo) como de las expectativas generadas.
- Reconocer los diferentes usuarios de las oficinas de turismo, sus especificidades y necesidades.
- Conocer la legislación en materia de protección al usuario así como el procedimiento a seguir para tramitar una reclamación desde la oficina de turismo.
- Aprender a comunicarse en todos los casos y los medios de comunicación adecuados a cada situación.
- Conocer cómo se organizan las actividades físico-deportivas y recreativas de animación.
- Saber programar dichas actividades.

## CONTENIDOS

- **Unidad 1. Estructura del mercado turístico.**

- Origen y evolución del fenómeno turístico
  - Recorrido histórico
  - Factores que influyen en su desarrollo
  - Efectos que produce el turismo
  - Dinámica y evolución de los flujos turísticos
  - Los viajeros del siglo XXI
- La organización del sector
  - Algunas definiciones
  - El marco jurídico, económico y social
  - Administraciones Públicas competentes en materia de turismo
- Oferta y demanda turística
  - Elementos del mercado
  - Recursos
  - Servicios y equipamientos
  - Productos turísticos
- La estructura de comercialización en el sector
  - Canales de distribución de la oferta turística
  - Operadores turísticos: funciones que desarrollan
  - Actuales vías de comercialización: compra directa por parte del cliente
- Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos: Marketing turístico
- Identificación y caracterización de fuentes de financiación
  - La financiación propia
  - La autofinanciación
  - La autofinanciación por enriquecimiento: las reservas
  - La amortización o autofinanciación por mantenimiento. La depreciación del inmovilizado
- La función financiera de las amortizaciones
- El efecto expansivo de la amortización o efecto Lohmann-Ruchti
- Financiación mediante capital y reservas
- Financiación mediante subvenciones
- Financiación mediante deuda
- Relación óptima entre recursos propios y ajenos
  - Ventajas e inconvenientes de la autofinanciación
  - Medidas de cálculo
    - El coste medio de financiación
    - Flujo de caja descontado o valor actual neto (van)
    - La tasa interna de rendimiento (TIR)
    - El cash flow como flujo de tesorería
- Ventajas y desventajas de los principales métodos para evaluar inversiones según cada tipo de agencia de viajes y distribuidor turístico
  - Clasificación de las inversiones
  - El análisis de inversiones en condiciones de riesgo
  - Instrumentos de inversión a corto plazo
  - El plazo de recuperación (PR)
  - ROI (Return On Investment)

- **Unidad 2. Técnicas de comunicación para la animación**

- El informador como asesor de tiempo libre
  - El mensaje
  - Personalización de la atención y acogida
    - Ámbitos de información
    - Publicaciones básicas gratuitas
    - Ámbitos de servicios
    - Requisitos de los servicios prestados
  - Adaptación de la información a los tiempos de estancia y consumo
  - Adaptación de la información a las expectativas de viaje
    - Recreación imaginaria del viaje
    - La imagen
    - Las expectativas
- Comunicación interna
  - Alcance de la comunicación interna
  - Clasificación de la comunicación interna
  - Comunicación formal e informal
  - Canales y medios de comunicación interna
  - Comunicaciones urgentes
- Comunicación externa
  - Principales actividades
  - Publicaciones turísticas
  - Internet
  - Otros medios de comunicación: la radio
  - Otros medios de comunicación: la televisión
  - Otros medios de comunicación: el cine
  - Otros medios de comunicación: el medio exterior
- Otras posibilidades ofrecidas por las tecnologías de la información
  - Marketing directo (ONE to ONE) y CRM
  - Marketing online (e-Marketing)

- **Unidad 3. Juegos y actividades físicas recreativas para la animación**

- Organización de actividades físico-deportivas y recreativas de animación
  - Interpretación de los elementos programáticos en proyectos de animación físico-deportivos y recreativos
  - Características y expectativas de los usuarios
  - Criterios para la propuesta de actividades alternativas en función de características de los usuarios
- Espacios abiertos, instalaciones y recursos materiales en animación con actividades físico-deportivas y recreativas
- Los juegos en la programación de actividades de animación físico-deportiva y recreativa
  - El juego como soporte básico en animación físico-deportiva y recreativa
    - Introducción y definiciones
    - La importancia del juego
    - La actividad deportiva
  - Juegos y actividades físico-deportivas, recreativas y de animación turística

- Requisitos mínimos
      - Ventajas e inconvenientes de la competencia y cooperación en actividades lúdico-deportivas
      - Actividades de animación en alojamiento turístico tipo hotel
    - Clasificación de los juegos
      - Punto de vista etnográfico
      - Punto de vista básico
      - Juegos relacionados con el deporte o la actividad físico-deportiva
      - Juegos cooperativos o competitivos
    - Sociología del ocio y la actividad físico-deportiva y recreativa
    - Perfil del animador turístico
    - Estrategias del animador para motivar y animar en la interacción grupal
  - Seguridad y prevención en actividades físico-deportivas de animación
    - Legislación básica sobre seguridad y prevención
    - Medidas de prevención de riesgos, de protección medioambiental, de seguridad y de salud en instalaciones deportivas y espacios de aire libre en actividades y eventos de animación
- **Unidad 4. Veladas y espectáculos**
  - Las veladas y espectáculos en el contexto de un proyecto de animación
    - Objetivos
    - Indicaciones generales
    - Estructura de una velada
  - Tipos de veladas y espectáculos
- **Unidad 5. Actividades en el ámbito turístico**
  - Información previa al viaje: promoción del destino y atención a las necesidades del viajero
    - El marketing del destino
    - Seguros de viajes
    - Atención e información durante la estancia
      - Atención e información directa
      - Información gratuita e información de pago
      - Coordinación con otros agentes turísticos del destino
    - Visitas guiadas. Tipología
      - Viajes y fuentes de información
      - Otros tipos de visitas
      - Visitas y excursiones
      - Estancias y otros servicios alternativos
    - Centrales de reserva: comercialización del destino y su oferta
      - ¿Qué son?
      - Cambios y repercusiones
    - Puntos de autoinformación
    - Productos y servicios turísticos de destino
      - Información y venta
      - Productos turísticos más comunes
      - Productos turísticos de otro tipo

- Relaciones con otras empresas y entidades del sector turístico
  - Restauración
  - Transporte y distribuidoras
  - Otras empresas y agentes relacionadas con el sector
- Planificación y tipología de proyectos
  - La planificación
    - Etapa de preproducción
    - Etapa de producción
    - Etapa de postproducción
  - Tipos de eventos y espacios
  - Implementación de los espacios
- La oferta cultural actual
- Acciones de programación cultural
- Temporalización de las acciones