

Gestión y comercialización en inglés de servicios turísticos

1. Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios postventa, entre otros.

1.1. Productos y servicios turísticos (*Tourism products and services*).

Un servicio es una actividad que se realiza para satisfacer las necesidades de una persona. Los servicios turísticos (*tourism services*) son aquel conjunto de prestaciones que se ofrecen al turista y que éste puede contratar cuando desea hacer turismo. Algunos servicios turísticos pueden ser el servicio de alojamiento, servicios de información, servicio de transporte, etc. Por otro lado, un producto turístico (*tourism product*) es algo que se fabrica, se construye con el objetivo de comercializarlo en el mercado turístico. Un ejemplo de un producto turístico sería un museo.

Aparte de esa definición general, existen otras diferencias entre servicio y producto turístico. Las principales características que los diferencian son:

Tourism Products

1. *Tangible.*
Sí que se pueden percibir a través de ciertos sentidos.
2. *Inseparable.*



Normalmente se producen y consumen al mismo tiempo por lo que producción y consumo son actividades inseparables.

3. *Variable.*

Son variables ya que están menos estandarizados. Siempre dependen de quién, cómo o cuándo los produzca y de las circunstancias del momento. El factor humano es fundamental.

4. *Perishable.*

Tienen carácter perecedero, es decir, se utilizan cuando se ofrecen o se pierden. No se pueden guardar ni almacenar.

Tourism Services

1. *Intangible.*

No se pueden percibir a través de ciertos sentidos (no se pueden oler, no se pueden tocar, etc.)

2. *Separable.*

La producción no va directamente ligada al consumo, es decir, primero se producen y se consumen más tarde.

3. *Invariable.*

Son servicios más estandarizados por lo que son más homogéneos, es decir, invariables.

4. *Imperishable.*

Son perdurables, no caducan e incluso pueden ser almacenados.



Exercise 1. Read the following text and answer the questions.

When a customer is looking for a tourism product he is trying to satisfy physical and psychological needs. That is the reason why the tourism product focuses on facilities and services created in order to cover the needs of the tourist. Tourism products are supplied by individual providers of services like hotel companies, airlines, travel agencies, tour operators, etc. A tourism product should have the following basic components: attraction, accessibility and accommodation.



1. Attraction. The attractive features of a product will determine that the customer chooses this particular product rather than another. Attractions can be cultural, historical buildings, music festivals, exhibitions, etc.

2. Accessibility. Distance and accessibility play an important role in getting a destination. The attraction location should be as accessible as possible by the normal means of transports. Long distance can be a key factor for low arrivals.

3. Accommodation. There is a huge range of accommodation establishments: hotels, camping, bed & breakfast, etc. However, the preferences for one type of accommodation or another change from one time to another. For that reason, it is necessary to be updated in that sense. In recent years there has been an increase in the popularity of homestay accommodation. Tourists stay in the residence of a local in the city where they are travelling.

Questions:

- 1. Which is the main goal when a customer acquires a tourism product?**
- 2. Name four tourism services suppliers.**
- 3. Which are the basic components that a tourism product should take into account?**
- 4. Name three types of accommodation.**

1.2. Tipos de productos turísticos (*Types of tourism products*).

Dentro de los productos turísticos podemos establecer la siguiente clasificación:

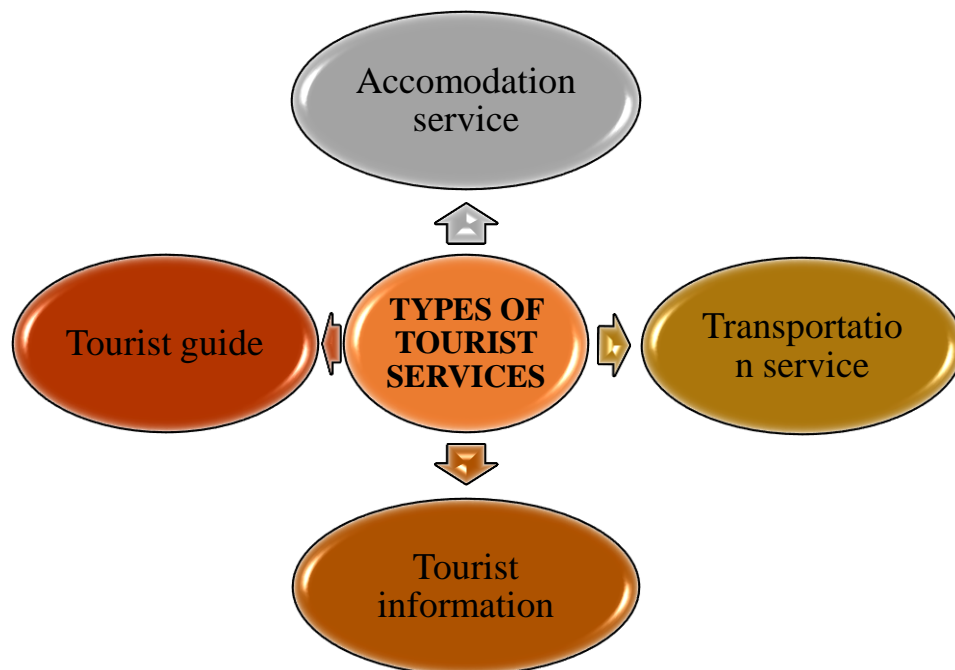
- *Nature-based products*. Hace referencia a todos los recursos y entornos naturales. Ejemplos: *beaches, mountains, flora and fauna, etc.*
- *Man made tourism products*. Son entornos creados por el hombre para su propio placer, disfrute o negocio.
 - *Culture (historic buildings, monuments...)*
 - *Tradition (folklore, festivals, performing arts...)*
 - *Entertainment (sport events)*
 - *Business (conventions)*
- *Symbiotic tourism products*. Es una combinación de los dos anteriores. Por ejemplo, deportes de riesgo como el *bungee jumping*.
- *Event based tourism products*. Turismo basado en eventos puntuales. Un ejemplo es el conocido Ocktoberfest que se celebra en Alemania.
- *Site based tourism products*. Turismo que se basa en visitar atracciones que son permanentes por naturaleza. Un ejemplo es la Estatua de la Libertad (*Statue of Liberty*)
- *Other tourism products*. *Health tourism, eco-tourism, rural tourism, etc.*

Exercise 2. Which kind of tourism product are the following?

1 <i>Countryside -</i>	2 <i>Cuisine –</i>
3 <i>Wildlife –</i>	4 <i>Conferences –</i>
5 <i>Museums –</i>	6 <i>Parachuting –</i>
7 <i>Galleries –</i>	8 <i>The Great Wall of China –</i>
9 <i>Dance and music –</i>	10 <i>Golf tourism -</i>

1.3. Tipos de servicios turísticos (*Types of tourism services*).

Existe un amplio marco de servicios turísticos que un cliente puede contratar. Pueden dividirse en:



- *Accommodation services.*

Es el servicio que se ofrece al cliente cuando tiene la necesidad de alojarse en un establecimiento. Existen diferentes establecimientos según el tamaño, la categoría, la localización y el tipo de servicio que prestan.

- *Transportation services.*

Puede ser público (con horario y rutas fijas) o privado (no suele estar disponible para el público en general y es el cliente quien se encarga de establecer el formato del viaje).

- *Tourist information.*

Servicio de atención al cliente al que se le facilita información turística sobre el destino que está visitando. Podemos encontrar puntos de información en el centro de las ciudades: quioscos, oficinas de turismo, etc.

- *Travel Agents and Tour Operators.*

Persona que presta sus servicios de información y asistencia turística organizando tours de cualquier tipo a una o varias personas.

En la siguiente lista se exponen algunas expresiones que se pueden usar en un punto de información turística:

¿Cuánto vale la entrada?	<i>How much does the ticket cost?</i>
¿Dónde está...?	<i>Where is...?</i>
El centro	<i>The city centre</i>
El museo	<i>The museum</i>
La zona de compras	<i>The shopping area</i>
La estación de tren	<i>The railway station</i>
¿Dónde puedo alquilar un coche?	<i>Where can I hire a car?</i>
¿Está lejos?	<i>Is it far/a long way?</i>
¿Hay algún descuento?	<i>Is there any discount?</i>
¿Hay un/una... cerca?	<i>Is there a... nearby?</i>
¿Le puedo ayudar en algo?	<i>Can I help you?</i>
¿Me puede indicar cómo llegar?	<i>Can you give me some directions?</i>
¿Podría decirme cómo puedo llegar a...?	<i>Could you tell me how to get to ...?</i>
¿Qué horario tiene?	<i>What are the opening hours?</i>
¿Tiene un mapa de la ciudad?	<i>Do you have a map of the city?</i>
¿Tiene una lista de hoteles?	<i>Do you have a list of hotels?</i>
Baje por allí	<i>Go down that way</i>
Coja la primera a la derecha/izquierda	<i>Take the first on your right/left</i>
Continúe recto	<i>Go straight on</i>
Es por allí	<i>It's that way</i>
Es por aquí	<i>It's this way</i>
Está a... minutos andando	<i>It's only... minutes walk</i>
Llévese este folleto	<i>Take this brochure</i>
No estoy seguro, voy a comprobarlo	<i>I'm not sure, I'll check</i>
Perdone, ¿sabe dónde está el/la...?	<i>Excuse me, do you know where the... is?</i>
Por supuesto señor/señora	<i>Certainly, sir/madam</i>
Siga caminando durante unos cien metros	<i>Keep going for another one hundred metres</i>
Van en la dirección equivocada	<i>You're going in the wrong direction</i>

Exercise 3. Fill in the blank spaces with the words from the expressions on the list.**At the tourist information**

A: Good morning. Can I 1 _____ you?

B: Good morning. Do you know where the Archaeological Museum 2 _____?

A: Yes, of course. It is in Retiro Street, in the city 3 _____.

B: And could you tell me how to 4 _____ there?

A: Yes, it's really easy. It's only about ten 5 _____ walk. Go out here and take the first on 6 _____ right. Then, go 7 _____ on until the end of the street and you will see a big building. That is the museum.

B: Ok thank you. Another question. Do you know what the 8 _____ hours are?

A: Yes. It's open from Sunday to Saturday from 09:00h to 21:00h.

B: Ok. Do you know how 9 _____ does the ticket cost?

A: It depends. It's 25€ per adults and 15€ per children under 13.

B: Is there 10 _____ discount?

A: Yes, but only if you buy the tickets online.

B: Ok. Thanks for the information.

A: You're welcome. Please take this 11 _____ with information about the museum.

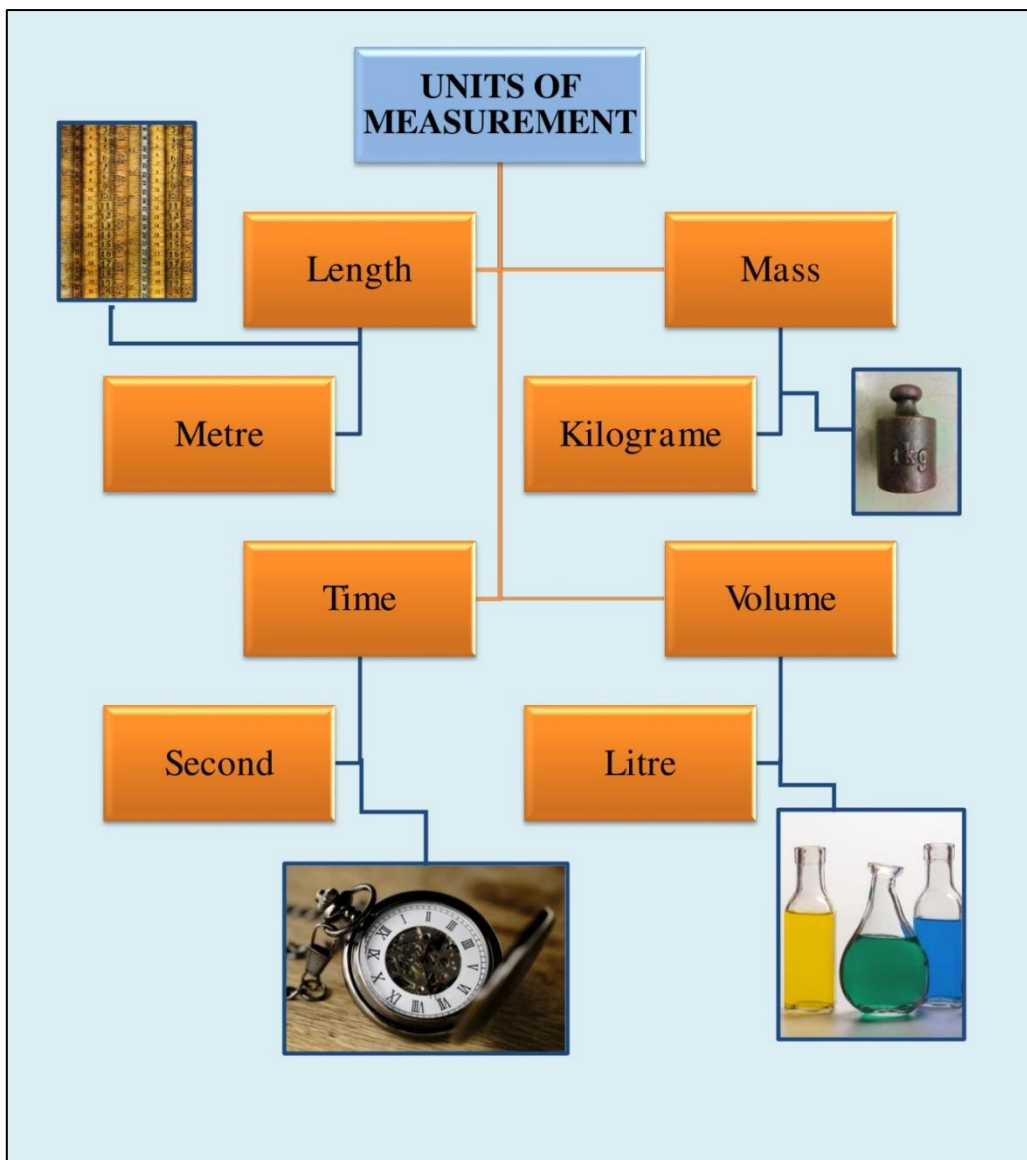
B: Thank you very much.

A: Enjoy your day.

1.4. Medidas (Measurements).

Las unidades de medida (*units of measurement*) son cantidades estandarizadas que una sociedad adopta por convención o ley y por eso, a veces, el concepto de medida difiere de un país a otro o incluso de un idioma a otro. Para unificar la gran variedad que sistemas que existían, surgió el Sistema Internacional de Unidades (*International System of Units*). Este sistema establece 7 unidades básicas.

Vamos a centrarnos en cuatro de ellas que son imprescindibles en el sector turístico: longitud, masa, tiempo y volumen. A continuación una tabla con sus correspondientes unidades de medida que ayudará a tener una idea más clara.



El sistema inglés de unidades, también llamado sistema imperial, todavía se usa en Reino Unido, los Estados Unidos de América y en algunos países con tradición británica. Aunque hoy en día estas unidades están siendo lentamente reemplazadas por el Sistema Internacional de Unidades, es conveniente tener algunas nociones.

Por último, veamos la equivalencia entre ambos sistemas.

QUANTITY NAME	UNIT (ENGLISH)	UNIT (SPANISH)
<i>Length</i>	<i>Inch</i>	Pulgada (2,54 cm.)
	<i>Foot</i>	Pie (30,48 cm.)
	<i>Yard</i>	Yarda (0,914 cm.)
	<i>Mile</i>	Milla (1.609 km.)
<i>Mass</i>	<i>Pound</i>	Libra (453,6 g.)
	<i>Ounce</i>	Onza (28,35 gr.)
	<i>Tonne</i>	Tonelada (907,2 kg.)
<i>Volume</i>	<i>Gallon</i>	Galón (3.785 l.)
	<i>Quart</i>	Cuarto (946,4 ml)

Exercise 4. Listen and write the words you hear related to units of measurement.

1		2		3		4	
5		6		7		8	

