

# Las ciudades piensan poco en el turista

LO PEOR, LA INFORMACIÓN OFRECIDA EN LAS OFICINAS DE TURISMO: SÓLO APRUEBAN LAS VISITADAS EN CINCO DE LAS TRECE CIUDADES ESTUDIADAS

Este verano, más de 16 millones de españoles realizarán un viaje de vacaciones y, si se mantiene la tendencia del año anterior, el 97% elegirán un destino nacional. Y optarán preferentemente por un destino dentro de su propia comunidad autónoma o una cercana. El medio de transporte más utilizado por los turistas españoles es el coche, casi ocho de cada diez recurren a él para llegar al punto elegido para sus vacaciones, mientras que uno de cada diez recurre al autobús y el resto al avión (6%) y el tren (5%). Y se sabe que planificamos poco: la mitad de nosotros apenas planeamos nada hasta 15 días antes del viaje. En resumen, que el perfil del turista español es el de una persona o grupo que no viaja al extranjero, que se desplaza en coche y que cuando llega al punto de destino necesita información, porque apenas la ha recabado antes de partir de viaje.

CONSUMER ha calibrado en qué medida Madrid, Barcelona, A Coruña, Málaga, Valencia, Vitoria, Bilbao, San Sebastián, Pamplona, Murcia, Cádiz, Castellón y Burgos piensan en el turista, en qué grado informan (oficina de turismo) sobre lo que ofrecen al viajero y hasta qué punto le resulta sencillo (señales para llegar a los lugares de interés, tráfico viario y transporte público) llegar a los puntos de interés de cada ciudad. Para desarrollar esta prueba sobre el terreno, técnicos de CONSUMER que no conocían la ciudad, recrearon el itinerario quizá más común cuando llega el turista a una urbe que pretende visitar: tras llegar en coche, acudieron a **un hotel céntrico de tres estrellas**, desde donde se

partió hacia **la oficina de turismo más cercana**. El siguiente destino fue **el museo más emblemático de la ciudad**, y tras éste se acudió a **una zona de ocio o compras** recomendada en la oficina de turismo. En esta prueba, todos los desplazamientos se realizaron en coche.

Las conclusiones de la investigación no dejan en buen lugar a quienes trabajan para conseguir que la ciudad resulte acogedora y cómoda para los viajeros que intentan disfrutar de su oferta turística pero no la conocen. En otras palabras, que las ciudades piensan poco en quienes las visitan con intenciones turísticas o culturales. Veamos los datos: **sólo aprueban el examen de CONSUMER cuatro ciudades, Madrid (excelente), Pamplona, Vitoria y Valencia (las tres, sólo aceptables). Un pelotón compuesto por (de mejor a peor), A Coruña, Bilbao, Barcelona, Murcia y Burgos, rozan sin conseguirlo el aprobado, mientras que San Sebastián y Málaga obtienen un “mal”, y Caste-**

**llón y Cádiz se tienen que conformar con un “muy mal”.** Por apartados, sólo han aprobado el 40% de las oficinas de turismo (y holgadamente, sólo la de Madrid). Y en cuanto a la facilidad para localizar los destinos y transitar por la ciudad, sólo aprueban el 30% de las ciudades (destacan positivamente Madrid y A Coruña). El apartado con mejores resultados es el referido al despliegue de transporte público cercano a los lugares turísticos elegidos: aprueba más de la mitad de las ciudades; las peores fueron Burgos, Castellón y Cádiz.

## Hoteles: muy poca información útil para el viajero

Como primer destino de la estancia en la ciudad, el hotel seleccionado (en el estudio de CONSUMER, un hotel céntrico de tres estrellas) juega un papel importante a la hora de comenzar la visita a la ciudad, porque tanto la información escrita como las indicaciones del personal del hotel pueden convertirse en el mejor comienzo para empezar con buen pie el itinerario y no perder tiempo con equivocaciones. Pues bien, en el 62% de los hoteles vi-

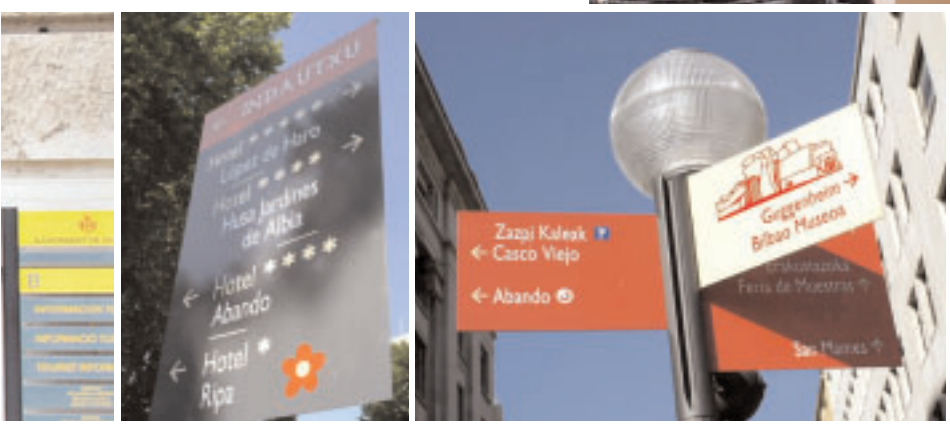


sitados la única información escrita que proporcionaron fue un pequeño mapa sobre cómo llegar al propio hotel. En otros, además de un mapa de la ciudad ofrecieron información de algún interés sobre eventos culturales o de ocio. Sólo cuatro hoteles, los visitados en San Sebastián, Pamplona, Vitoria y Cádiz aprobaron el examen.

De todos modos, esta variable, la de los hoteles (por su insignificante representatividad), no se ha tenido en cuenta en la valoración global de cada ciudad en la prueba de CONSUMER.

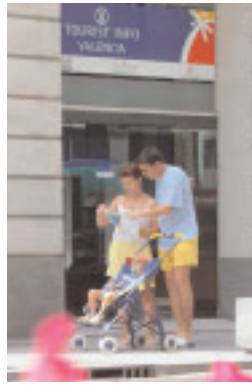
**Oficinas de turismo: seis de cada diez, suspenso**

Cuando se acude a una ciudad en la que nunca antes se había estado o que se quiere conocer mejor, la Oficina de Turismo se convierte en punto de referencia estratégico de muchos viajeros. Allí esperan encontrar asesoramiento experto acerca de qué procede ver, cómo llegar a ese museo imprescindible o a los sitios más interesantes, dónde alojarse, comer, hacer compras, disfrutar de un espectáculo... Nuestra ▶



LO PEOR DE LAS OFICINAS DE TURISMO FUE SU ESCASO INTERÉS POR LOS GUSTOS Y CIRCUNSTANCIAS CONCRETAS DEL VISITANTE





## DEBIDO A SU MALA SEÑALIZACIÓN, ORIENTARSE EN ALGUNAS CIUDADES SUPUSO UN AUTÉNTICO PROBLEMA



primera exigencia cuando acudimos a una Oficina de Turismo es que se interesen por nuestras preferencias y particularidades (duración de la estancia, si se tiene o no alojamiento, si viaja con niños o personas mayores...). También deben proporcionarnos información, al menos, acerca de las actividades turísticas, los museos y las zonas de esparcimiento o citas culturales en la ciudad. Asimismo, es fundamental la calidad de la información, entendida como la precisión técnica y el detalle de las explicaciones. El viajero agradece también recibir una recomendación experta acerca de los lugares que merece la pena visitar.

Por último, el usuario quiere salir de la oficina de turismo con información escrita, abundante, bien presentada y de calidad, sobre la oferta cultural y de ocio, sobre actividades lúdicas y deportivas y sobre zonas y espacios de inte-

## □ CÓMO SE HIZO EL ESTUDIO

- Técnicos de CONSUMER que no conocían la ciudad, recrearon el itinerario quizá más común cuando llega el turista a una urbe que pretende visitar: tras llegar en coche, acudieron a un hotel céntrico de tres estrellas (donde teóricamente el turista dejaría las maletas y descansaría del viaje).

- Desde el hotel se partió, nuevamente en coche, hacia la oficina de turismo más cercana. Para llegar a ella, además de la señalización existente en las calles, el técnico de esta revista trató de servirse de informaciones proporcionadas en el hotel. Una vez en la Oficina de Turismo, los técnicos de CONSUMER no solicitaron informaciones concretas, sino que preguntaron en general sobre la oferta turística, cultural y de ocio de la ciudad. La actitud que se consideró más adecuada en los empleados de estas oficinas era la de interesarse por las características de nuestro viaje: el tipo de

turismo que deseábamos realizar, la duración de nuestra estancia o si disponíamos de alojamiento. Se evaluó, asimismo, el conocimiento de la oferta turística por parte del empleado que atendía en la oficina y la forma de exponerla al usuario, así como la referida a lugares en los que los técnicos de CONSUMER mostraron especial interés. Se recogió toda la información escrita facilitada (mapas, hojas con horarios de museos o espectáculos...). Se preguntó también -cuando el empleado no había tomado la iniciativa de hablar de ello-, sobre las zonas menos seguras de la ciudad y cómo evitar los posibles problemas de delincuencia.

- El siguiente destino fue un lugar de interés cultural, el museo más emblemático de la ciudad, y tras éste se acudió a una zona de ocio o compras, preferentemente la recomendada en la oficina de turismo.
- En esta prueba, todos los desplazamientos se realiza-

ron en coche. Para comparar la facilidad, comodidad y rapidez para llegar hasta los lugares de interés se anotaron la cantidad (número y tipos de indicaciones por kilómetro recorrido desde la entrada de la ciudad) y calidad (ubicación adecuada, claridad y visibilidad) de las señales, así como el tiempo que se tardó en recorrer las distancias y la fluidez del tráfico rodado en la urbe.

- Por último, se comprobó la existencia de transporte público en las cercanías del hotel, de la oficina de turismo, del museo y de la zona de compras visitados en esta prueba.

- Para la nota global de cada ciudad se ha tenido en cuenta el servicio dispensado en la Oficina de Turismo (40%), la facilidad y comodidad para localizar y llegar a los destinos (40%) y la existencia, cantidad y diversidad de transporte público en los lugares fijados como destino (20%).



### MADRID

#### MUY BIEN.

Con diferencia, la ciudad más atenta con el turista en los aspectos

estudiados. La oficina de turismo en que mejor y más cualificado trato recibió el visitante: preguntaron incluso sobre sus preferencias en tendencias artísticas. Es la única urbe "excelente" en facilidad para localizar los destinos, debido a las abundantes, visibles y precisas señales de orientación. Sobresaliente la oferta de transporte público cercana a lugares de interés turístico establecidos.

## OFICINAS DE TURISMO

	¿Se interesan por las necesidades del visitante?	¿Explican las diferentes ofertas turísticas de la ciudad?	¿Cómo lo explican? Calidad y detalle de la información	¿Recomiendan alguno de los lugares de interés?	¿Qué tipo de información escrita facilitan?	¿Alertan acerca de zonas peligrosas o precauciones a tener en cuenta?	Promedio
<b>Madrid</b>	Muy Bien	Muy Bien	Muy Bien	Bien	Muy Bien	Mal	<b>Muy Bien</b>
<b>Pamplona</b>	Muy Bien	Muy Bien	Regular	Bien	Muy Bien	Mal	<b>Aceptable</b>
<b>Vitoria</b>	Muy Mal	Bien	Muy Bien	Bien	Excelente	Mal	<b>Aceptable</b>
<b>Valencia</b>	Bien	Bien	Mal	Bien	Muy Bien	Mal	<b>Aceptable</b>
<b>Bilbao</b>	Bien	Bien	Mal	Mal	Bien	Bien	<b>Aceptable</b>
<b>Castellón</b>	Muy Mal	Bien	Mal	Bien	Muy Bien	Mal	<b>Mal</b>
<b>San Sebastián</b>	Muy Mal	Regular	Mal	Bien	Aceptable	Mal	<b>Mal</b>
<b>Burgos</b>	Muy Mal	Bien	Mal	Bien	Aceptable	Mal	<b>Mal</b>
<b>Cádiz</b>	Muy Mal	Bien	Mal	Bien	Excelente	Mal	<b>Mal</b>
<b>A Coruña</b>	Muy Mal	Muy Bien	Mal	Bien	Mal	Mal	<b>Muy Mal</b>
<b>Barcelona</b>	Muy Mal	Bien	Mal	Bien	Aceptable	Mal	<b>Muy Mal</b>
<b>Murcia</b>	Bien	Regular	Mal	Mal	Muy Bien	Mal	<b>Muy Mal</b>
<b>Málaga</b>	Muy Mal	Mal	Mal	Mal	Aceptable	Mal	<b>Muy Mal</b>
<b>Promedio</b>	<b>Muy Mal</b>	<b>Bien</b>	<b>Muy Mal</b>	<b>Aceptable</b>	<b>Bien</b>	<b>Muy Mal</b>	<b>Mal</b>

res, además del imprescindible mapa de la ciudad. Pero aún queda algo: el turista valora también que se le informe sobre las zonas de la ciudad donde conviene extremar las precauciones, por la especial incidencia de problemas de seguridad que se da en ellas.

En la investigación que, sobre el terreno, realizó CONSUMER, ocho de las trece oficinas de turismo visitadas sus-

pendieron el examen; dicho de otro modo, sólo el 38% ofrecieron un servicio satisfactorio al consumidor. La única oficina visitada que aprobó holgadamente (con un notable alto) fue la de Madrid, donde atendieron al técnico de esta revista (que no se identificó como tal) con una actitud de servicio y profesionalidad encomiables. Las menos diligentes y eficaces fueron las visi-

tadas en Barcelona, Murcia y Málaga. Lo que peor hicieron, en general, las oficinas de turismo estudiadas fue: interesarse por las expectativas, preferencias y circunstancias concretas del visitante (sólo aprobaron las de Madrid, Pamplona, Valencia, Bilbao y Murcia), el modo de ofrecer oralmente -con calidad técnica y detalle suficiente- la información turística (suspendieron todas menos las de Madrid y Vitoria) y, por último, el aviso sobre las zonas, barrios o aspectos menos seguros de la ciudad: sólo superó el examen la oficina de Bilbao. En el otro lado de la balanza, los apartados en que mejor servicio ofrecieron estas oficinas fueron la explicación general de la oferta turística de la ciudad (únicamente suspendieron Málaga, Murcia y San Sebastián, estas dos últimas por poco; y destacaron muy positivamente las de Madrid, Pamplona y A Coruña), y en la información escrita facilitada al usuario, donde sólo la oficina de A Coruña suspendió, mientras que las de Vitoria y Cádiz conseguían un sobresaliente.

### Facilidad para localizar los destinos y comodidad para transitar por la ciudad

En este apartado de la prueba, que valora conjuntamente la señalética de la ciudad (las señales para orientarse y, especialmente, la referida a lugares de interés turístico) y la comodidad con que ▶

## UNA POR UNA, LAS TRECE CIUDADES



### PAMPLONA

**ACEPTABLE.** La oficina de turismo prestó en general un servicio aceptable, pero la calidad y detalle de la explicación oral fue mediocre. Pocas señales de orientación para el visitante. Resultó fácil desenvolverse en medio del tráfico. Transporte público, muy bien.

transporte público, muy bien.



### VITORIA

**ACEPTABLE.** El servicio de la oficina de turismo, sólo aceptable: facilitaron gran cantidad de información escrita pero mostraron escaso interés por las necesidades y circunstancias del viajero. Las señales resultaron poco útiles para el visitante. Fue sencillo transitar con el vehículo. Transporte colectivo, bien.

Fue sencillo transitar con el vehículo. Transporte colectivo, bien.



### VALENCIA

**ACEPTABLE.** La oficina de turismo, sólo aceptable por no explicar bien oralmente la oferta turística. Mal en la localización de los destinos y un tráfico demasiado intenso. Escasez de señales de orientación. Bien en el transporte público.

Escasez de señales de orientación. Bien en el transporte público.



### A CORUÑA

**REGULAR.** Muy deficiente prestación de la oficina de turismo: mal en la cantidad y calidad de la información oral y aún peor (sólo un mapa) en la escrita. Los lugares de interés turístico estaban bien señalados, lo que facilitó su localización. El tráfico, fluido. Y el transporte público, muy bien.

El tráfico, fluido. Y el transporte público, muy bien.

■ MUY BIEN ■ ACEPTABLE ■ REGULAR ■ MAL ■ MUY MAL

LOS TRES APARTADOS DEL ESTUDIO

	Oficina de Turismo	Facilidad para localizar los destinos y transitar por la ciudad	Transporte público en los lugares de interés	Promedio
Madrid	Muy Bien	Excelente	Muy Bien	Muy Bien
Pamplona	Aceptable	Mal	Muy Bien	Aceptable
Vitoria	Aceptable	Mal	Bien	Aceptable
Valencia	Aceptable	Mal	Bien	Aceptable
A Coruña	Muy Mal	Muy Bien	Muy Bien	Regular
Bilbao	Aceptable	Regular	Regular	Regular
Barcelona	Muy Mal	Aceptable	Muy Bien	Regular
Murcia	Muy Mal	Bien	Regular	Regular
Burgos	Mal	Regular	Muy Mal	Regular
San Sebastián	Mal	Mal	Regular	Mal
Málaga	Muy Mal	Mal	Bien	Mal
Castellón	Mal	Mal	Muy Mal	Muy Mal
Cádiz	Mal	Mal	Muy Mal	Muy Mal
Promedio	Mal	Mal	Aceptable	Mal



pueden realizarse los desplazamientos en coche, suspenden nueve de las 13 ciudades, casi el 70% de las estudiadas, si bien dos de ellas (Burgos y Bilbao) rozan el aprobado. Las mejores fueron Madrid (excelente), A Coruña (muy bien) y Murcia (bien). Y las peores, Valencia, Pamplona, San Sebastián, Vitoria, Málaga, Castellón y Cádiz, con un suspenso. Por último, Barcelona superó la prueba con un discreto “aceptable”.

Un tráfico denso dificultará la tarea de mirar las señalizaciones y además convertirá la visita en menos cómoda y más lenta; sin embargo, un tráfico fluido no asegura que localizar los destinos deseados sea tarea fácil. Si se unen estos dos factores, señalética y tráfico, y además se realiza un análisis cualitativo de los diversos tipos de señales que el visitante encuentra en sus desplazamientos en el camino, podemos acercarnos con cierto rigor a la facilidad y comodidad, u hospitalidad logística, de cada una de las ciudades a la hora de ser visitadas por los turistas.

Madrid, paradójicamente, se encuentra por debajo de la media en lo que a señales por kilómetro se refiere, 1,42 por cada kilómetro recorrido en la prueba, mientras que la media de las ciudades visitadas es de 2,23 señales. Madrid es también una de las ciudades en las que más repartidas están los tipos de señal (el 51% indican calles, el 21% lugares de interés turístico, el 16% carreteras y el 12% algo tan útil como los hospitales). En A Coruña se comprobó una gran comodidad de tránsito y una buena facilidad de localización de los lugares de interés, incluida la Oficina de Turismo. El tráfico era fluido y no hubo problema alguno en encontrar el museo con la ayuda del mapa y de las señales.

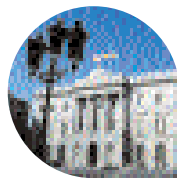
También destaca Murcia, mientras que en Barcelona, la satisfactoria señalización se veía empañada por la



**BILBAO**

**REGULAR.**

Nada del todo bien, pero nada mal. La oficina de turismo, sólo aceptable. Lo peor en ella, la calidad y detalle de la información oral; lo mejor, la documentación escrita facilitada y el comentario sobre las precauciones a adoptar si se visitaba una zona poco segura (fue la única oficina que hizo esta advertencia). Podría mejorarse tanto la circulación, con un tráfico denso, como la señalética.



**BARCELONA**

**REGULAR.**

La oficina de turismo, muy mal. Sólo facilitaron un plan y una fotocopia con los horarios de los museos, y un par de libros (a la venta) sobre museos. La calidad de la información oral, también deficiente. Las señales en la ciudad resultaron suficientes, aunque en ocasiones su visibilidad no fuese buena. El tráfico tuvo intermitencias, con algunos atascos. Transporte colectivo, muy bien.



**MURCIA**

**REGULAR.**

Oficina de turismo, muy mal: suspendió en la calidad y detalle de la información y en las recomendaciones de lugares de interés a visitar. La localización de los lugares, bien: algunas señales ayudaron a localizar los puntos de destino y, además, el tráfico fue fluido. Se echa de menos transporte público en alguno de los lugares visitados.



**BURGOS**

**REGULAR.**

pero no aprueba en ninguno de los tres apartados. La oficina de turismo, mal, por no interesarse por las necesidades del turista y por no explicar oralmente la oferta de forma detallada. La facilidad para localizar los destinos, sólo regular. Y en transporte público en los puntos turísticos establecidos, una de las peores ciudades del estudio.



gran cantidad de banderolas colgadas en farolas y otros tipos de publicidad, que hace que no siempre sea fácil la localización de los lugares a visitar. Además, el tráfico en la ciudad condal era denso. A partir de aquí aparecen las ciudades que no aprueban este apartado, fundamentalmente por una inadecuada señalización, con escasas y poco útiles indicaciones para localizar los lugares. En estas ciudades, orientarse supuso un auténtico problema.

### Transporte público en los lugares de interés turístico

Suspenden seis ciudades, pero tres de ellas lo hacen rozando el aprobado. Destacan muy positivamente Madrid, A Coruña, Pamplona y Barcelona.

A pesar de que la visita de CONSUMER se ha realizado en automóvil, no conviene perder de vista el despliegue de transporte público cercano a los destinos seleccionados (hotel, museo y zona de ocio y compras). Siete de las trece ciudades no aprobaron el examen debido a que carecían, al menos en uno de estos tres destinos, de algún tipo de transporte público (bus, metro, taxi). En el otro extremo, encontramos a Madrid, Pamplona, A Coruña y Barcelona (merecedores de un notable), con más de una línea en cada destino.

Las ciudades con un suspenso sin paliativos en este apartado del transporte público dirigido al turista fueron Burgos, Castellón y Cádiz. ◀

## Recomendaciones para el viajero que llega a una ciudad que no conoce

- **Planifique el viaje y la visita.** Una llamada a la Oficina de Turismo de la ciudad de destino bastará para recibir en casa información práctica sobre la urbe a visitar. Internet es un medio idóneo para organizar un viaje, ya que la Red ofrece muchos y variados sitios web especializados donde además de la oferta cultural, deportiva y de ocio se puede consultar dónde comer, alojarse o dormir, cómo llegar a la ciudad, qué sitios conviene no perderse, etc. Si algún conocido o familiar conoce esa ciudad, solicítele esa información personal y menuda que los estamentos oficiales no proporcionan. Las guías escritas son también una ayuda muy útil.
- **El mapa:** si no tiene un mapa de la ciudad, acérquese a la Oficina de Turismo más cerca

na y solicite uno. Y preste atención a las señales; si no son suficientes, pregunte a los policías municipales, en tiendas o bares o a viandantes con aspecto de residentes en la ciudad.

- **La Oficina de Turismo:** visítela nada más llegar a la ciudad, siempre aportan información útil (oral y escrita) al viajero.

- **Cuando reciba una indicación interesante,** apunte la ruta en el mapa, y busque lugares de referencia conocidos por los residentes, como grandes almacenes o centros comerciales, plazas emblemáticas de la ciudad, hospitales o lugares de interés turístico. Y no olvide prestar atención a las señales.

- **En las urbes grandes,** utilice las circunvalaciones para desplazarse de una parte de la

ciudad a la otra: es más cómodo y rápido.

- **Transporte público:** si el despliegue es suficiente (infórmese antes), deje aparcado el coche (si lo lleva) y recurra al bus, metro, tranvía o taxi para sus desplazamientos por la ciudad.

- **Cuidado con los robos,** no descuide sus pertenencias en ningún momento, sobre todo en lugares con mucha gente. Los turistas constituyen el blanco perfecto para cartelistas y "tironeros". Conviene informarse también sobre las zonas de interés turístico. Y no olvide prestar atención a las señales.



### SAN SEBASTIÁN

**MAL.** No aprueba ninguno de los tres apartados. La oficina

de turismo suspende por la falta de interés mostrada hacia las necesidades del visitante y por la ausencia de una explicación oral detallada sobre la oferta turística. La mala ubicación o adecuación de las señales provocó la equivocación en la orientación, resultando difícil localizar los destinos, aunque la circulación en coche fue fluida. Transporte público, sólo regular.



### MÁLAGA

**MAL.** Sólo aprueba el apartado de transporte público. La

oficina de turismo (a pesar de ofrecer una información escrita excelente), atendió de modo deficiente: explicación oral muy pobre y ausencia de recomendaciones. Muchas dificultades (señales, tráfico...) para localizar los destinos.



### CASTELLÓN

**MUY MAL.** Suspende claramente en los tres

apartados. La oficina de información (a pesar de ofrecer una buena información escrita), lo hizo por no explicar la oferta y no preocuparse de las necesidades del turista. Y resultó difícil localizar los destinos. Y se anotó la ausencia de transporte público en varios de los lugares visitados.



### CÁDIZ

**MUY MAL.** Suspende claramente en los tres

apartados. En la oficina de turismo (a pesar de ofrecer una información escrita excelente), por el poco interés mostrado ante las necesidades del visitante y por la escasa precisión en la exposición oral sobre la oferta turística. Costó localizar los destinos elegidos y, además, el despliegue de señales urbanas se calificó de deficiente. En transporte público en los lugares elegidos, muy mal.