

## CUALIFICACIÓN PROFESIONAL:

### Venta de servicios y productos turísticos

Familia Profesional: **Hostelería y Turismo**

Nivel: **3**

Código: **HOT095\_3**

Estado: **DESCATALOGADA**

Suprimida: **RD 1487/2022**

### Competencia general

Vender servicios y productos turísticos, desarrollando la gestión económica-administrativa que resulta inherente y gestionando el departamento o unidad correspondiente de la agencia de viajes o entidad equivalente.

### Unidades de competencia

**UC0266\_3:** Vender servicios turísticos y viajes

**UC0267\_2:** Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes

**UC0268\_3:** GESTIONAR UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

**UC9998\_2:** COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

### Entorno Profesional

#### Ámbito Profesional

Lleva a cabo su actividad en unidades productivas de agencias de viajes y de otras entidades dedicadas a la distribución turística (centrales de reservas, sistemas de distribución, representantes de prestatarios de servicios, etc.), tanto en el nivel de personal de contacto como en puestos de supervisión.

#### Sectores Productivos

Esta cualificación se sitúa en el sector turístico y, especialmente, en el subsector de la distribución turística, incluyendo a las agencias de viajes y a otros operadores del mercado turístico y de los viajes.

#### Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Los términos de la siguiente relación de ocupaciones y puestos de trabajo se utilizan con carácter genérico y omnicomprendivo de mujeres y hombres.

- Vendedor de agencia de viajes minorista
- Promotor de agencia de viajes minorista
- Empleado de departamento de reservas
- Jefe de mostrador de agencia de viajes emisora
- Jefe del departamento de empresas de agencia de viajes emisora
- Jefe de oficina de agencia de viajes emisora

- Jefe del departamento de reservas
- Coordinador de calidad en agencia de viajes emisora

## Formación Asociada (540 horas)

### Módulos Formativos

- MF0266\_3:** Promoción y venta de servicios turísticos (180 horas)
- MF0267\_2:** Procesos económico-administrativos en Agencias de Viajes (120 horas)
- MF0268\_3:** GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS (120 horas)
- MF9998\_2:** COMUNICACIÓN EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL (120 horas)

### Correspondencia entre determinadas unidades de competencia suprimidas y sus equivalentes actuales en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales

Unidad de Competencia suprimida del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (código)	Requisitos adicionales	Unidad de Competencia equivalente en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (código)
UC0266_3	Además debe tener acreditada la UC0267_2	UC2567_3
UC0267_2	Además debe tener acreditada la UC0266_3	UC2567_3

## UNIDAD DE COMPETENCIA 1

### Vender servicios turísticos y viajes

Nivel: 3  
Código: UC0266\_3  
Estado: BOE

#### Realizaciones profesionales y criterios de realización

- RP1:** Informar y asesorar a los clientes sobre destinos, servicios, productos y tarifas, de modo que se satisfagan sus requerimientos y expectativas y se despierte el interés de compra.
- CR1.1** Las demandas informativas del cliente se atienden identificando sus motivaciones e interpretando sus expectativas.
  - CR1.2** Los soportes informativos y los medios de acceso a la información se utilizan de forma eficiente a fin de determinar las opciones disponibles.
  - CR1.3** Los precios o tarifas, así como los cargos adicionales aplicables, se concretan de forma precisa y completa.
  - CR1.4** El asesoramiento se presta al cliente informándole sobre las opciones disponibles y aconsejándole, en función de sus preferencias y posibilidades, las que mejor se adaptan a sus necesidades y se facilitan por proveedores preferentes.
  - CR1.5** Los datos del cliente y de la información aportada se registran en el soporte previsto para ello en los casos en que resulta conveniente, efectuando un seguimiento con el objetivo de lograr la venta.
  - CR1.6** La comunicación con los clientes es fluida, utilizando el medio más eficaz para poder conseguir una buena interacción y comprensión en la comunicación.
- RP2:** Vender servicios y productos turísticos satisfaciendo las necesidades del cliente y obteniendo ingresos y rendimientos óptimos para la empresa.
- CR2.1** Se presta la atención debida al cliente, identificado sus motivaciones.
  - CR2.2** Los datos del cliente y de los servicios o productos requeridos por él se registran en el soporte previsto para ello.
  - CR2.3** Los soportes informativos y los medios de acceso a la información se utilizan de forma eficiente a fin de determinar las opciones disponibles.
  - CR2.4** Los precios o tarifas, así como los cargos adicionales aplicables, se concretan debidamente.
  - CR2.5** En el proceso de venta se presta asesoramiento al cliente, informándole sobre las opciones disponibles y aconsejándole, en función de sus preferencias y posibilidades, las que mejor se adaptan a sus necesidades y se facilitan por proveedores preferentes.
  - CR2.6** La reserva de los servicios o productos se gestiona de forma eficaz, informando al cliente del resultado y, en los casos de no-confirmación, reiniciando la interacción con el cliente para ofertarle opciones alternativas adecuadas.

**CR2.7** Las situaciones que puedan plantearse, en los casos en que deba esperarse respuesta a la solicitud de reserva, se notifican al cliente, efectuando el correspondiente seguimiento e informando a éste en los plazos acordados.

**CR2.8** Todos los datos de las reservas solicitadas o confirmadas se registran en el soporte previsto para ello, determinando y notificando al cliente las fechas límite para la emisión de los documentos de confirmación o pago de los servicios.

**CR2.9** La comunicación con los clientes es fluida, utilizando el medio más eficaz para poder conseguir una buena interacción y comprensión en la comunicación.

**RP3:** Emitir los documentos de confirmación y pago que acrediten convenientemente el derecho del cliente a recibir los servicios reservados a su favor.

**CR3.1** Los importes que debe pagar el cliente en concepto de depósito o anticipo se notifican a éste, confirmando la modalidad de pago que va a utilizar.

**CR3.2** Los documentos que debe completar para cada servicio o producto vendido se seleccionan convenientemente, determinando los datos que debe incluir en cada documento y procediendo a su formalización o emisión.

**CR3.3** Las copias de los documentos formalizados o emitidos se distribuyen a los destinos determinados, estableciendo referencias con los soportes de la venta y con otros documentos previstos en los correspondientes procedimientos.

**CR3.4** La documentación complementaria que debe adjuntarse a los documentos emitidos se escoge, seleccionando el material previsto por los proveedores o determinado en el procedimiento para su entrega al cliente.

**CR3.5** La documentación y el material adicional se entrega o envía el cliente en los plazos y términos fijados o acordados con el mismo.

**CR3.6** El registro de la venta y de otra documentación administrativa prevista en el respectivo procedimiento se completa debidamente, procediendo al cierre del mismo y a la distribución de sus copias según lo establecido.

**CR3.7** La comunicación con los clientes es fluida, utilizando el medio más eficaz para poder conseguir una buena interacción y comprensión en la comunicación.

**RP4:** Promocionar la oferta de servicios de la entidad entre sus clientes actuales y potenciales despertando el interés de compra y procurando la fidelización de los clientes.

**CR4.1** La información sobre los clientes actuales y potenciales se obtiene eficazmente, creando bases de datos de los mismos e incorporando información sobre sus preferencias, demandas, niveles de gasto y otra de interés comercial.

**CR4.2** La oferta de servicios y la política y directrices comerciales de la entidad, en relación con los competidores, se conoce suficientemente, determinando sus diferenciales positivos y posición competitiva.

**CR4.3** Las acciones promocionales encaminadas a fidelizar a los clientes actuales y a captar nuevos clientes se diseñan y programan, desarrollando los elementos de soporte para las mismas.

**CR4.4** Las acciones de promoción se ejecutan, efectuando un seguimiento de las mismas, evaluando su resultado y confeccionando los informes correspondientes.

**CR4.5** Los acuerdos de prestación de servicios se proponen y negocian con clientes actuales o potenciales, dentro del marco de la política y directrices comerciales de la entidad y de su ámbito de responsabilidad.

**CR4.6** Los elementos de promoción se disponen convenientemente, organizando las zonas de exposición con criterios de dinamismo y de atracción para los viandantes y visitantes.

**RP5:** Participar en la mejora de la calidad de los procesos y servicios de la unidad y entidad en que trabaja para elevar los estándares establecidos y el nivel de satisfacción de los clientes.

**CR5.1** El trabajo se realiza cumpliendo o superando los estándares de calidad, conforme a los procedimientos e instrucciones establecidos y logrando la satisfacción de las expectativas de los clientes.

**CR5.2** Su conocimiento directo acerca de los clientes y sus expectativas, así como sobre las condiciones potencialmente adversas a la calidad, se aporta a su supervisor o a la dirección de la entidad, efectuando sugerencias de mejora.

**CR5.3** Los clientes son requeridos para que manifiesten su satisfacción o insatisfacción con los servicios recibidos, entregándoles cuestionarios de satisfacción y motivándolos para rellenarlos.

**CR5.4** Las quejas o reclamaciones de los clientes se atienden con amabilidad, eficacia y máxima discreción, siguiendo el procedimiento establecido, cumpliendo la normativa vigente y tomando las medidas oportunas para su resolución y satisfacción de los mismos.

**CR5.5** La comunicación con los clientes es fluida, utilizando el medio más eficaz para poder conseguir una buena interacción y comprensión en la comunicación.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Terminales de sistemas globales de distribución (GDS). Ordenadores con aplicaciones informáticas de gestión y con conexión a Internet. Impresoras. Aparatos telefax. Teléfonos. Documentos de tráfico y bonos (propios y de proveedores). Impresos y documentos administrativos (propios y de proveedores). Documentación informativa. Material promocional y de soporte a la documentación emitida. Material de oficina diverso.

### Productos y resultados

Intermedios: Mensajes de solicitud de reserva y reconfirmación y modificaciones o cancelaciones de servicios formalizados y enviados. Información complementaria diversa (descripción de servicios y establecimientos, información sobre destinos, productos y servicios, etc.) formalizada y trasladada. Notas de cargo y crédito (facturas, abonos, etc.) formalizadas. Registros y expedientes formalizados. Documentos internos y externos referenciados, controlados y archivados. Finales: Información y asesoramiento sobre destinos, productos y servicios turísticos prestados. Ventas de derechos de uso de servicios turísticos y de viajes efectuadas. Documentos de pago o confirmación de servicios (billetes aéreos, marítimos y de ferrocarril, bonos de autos de alquiler, bonos de hotel, bonos de touroperadores, boletines y mensajes de confirmación, etc.) emitidos o enviados.

### Información utilizada o generada

Información impresa, en soportes magnéticos y en páginas Web sobre: - Destinos, productos y servicios turísticos. - Precios y tarifas. - Requisitos exigibles y normativas aplicables a los viajeros nacionales e internacionales. - Normativa de proveedores y prestatarios de servicios. - Normativa interna de la empresa. Soportes: - De información externa: guías, horarios, tarifarios, catálogos, directorios, manuales

operativos, manuales de venta, manuales de emisión de documentos, etc. - De información interna: instrucciones, órdenes, memorandos, circulares, memorias, informes, guías, manuales, etc.

## UNIDAD DE COMPETENCIA 2

### Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes

Nivel: 2  
Código: UC0267\_2  
Estado: BOE

#### Realizaciones profesionales y criterios de realización

- RP1:** Controlar los documentos y material y confeccionar partes e informes de venta para evitar costes innecesarios.
- CR1.1** Las necesidades de documentos y material se determinan y se efectúan los pedidos correspondientes.
  - CR1.2** Los documentos y material recibidos se controlan, registran, clasifican y almacenan, siguiendo las instrucciones y normas de los proveedores y de la entidad.
  - CR1.3** Los documentos y material necesarios se entregan a las personas que han de utilizarlos, retirando, al final de la jornada, los excedentes.
  - CR1.4** Los documentos emitidos se controlan, comprobando su ingreso en los soportes de ventas y en los registros de inventario.
  - CR1.5** Las partes de ventas se confeccionan y remiten, de acuerdo con los procedimientos establecidos por los proveedores, adjuntando a los mismos copias o cupones contables de los documentos emitidos.
  - CR1.6** Las medidas necesarias para evitar pérdidas, robos y fraudes se adoptan, aplicando los procedimientos de seguridad establecidos y notificando a sus superiores las incidencias detectadas.
- RP2:** Facturar, abonar y liquidar cargos o créditos de clientes de forma precisa.
- CR2.1** Los albaranes y facturas con cargo a clientes se originan como consecuencia de las ventas efectuadas.
  - CR2.2** Los anticipos o saldos debidos se cobran a los clientes, formalizando los documentos contables previstos en los procedimientos.
  - CR2.3** Las solicitudes de devolución por servicios no disfrutados y ya cargados o cobrados se atienden, gestionando de los proveedores su reembolso, y originando las notas de abono o efectuando su reintegro en efectivo.
  - CR2.4** Las copias de los documentos originados se distribuyen y, además, se archivan o remiten, en la forma establecida en los correspondientes procedimientos.
- RP3:** Controlar las cuentas de clientes con crédito y gestionar el cobro de los importes vencidos para evitar desajustes económicos.

**CR3.1** Las relaciones periódicas de facturas y abonos se elaboran y remiten a los clientes. **CR3.2** La evolución de las cuentas de los clientes se controla debidamente, comprobando que sus saldos se encuentran dentro los límites autorizados.

**CR3.3** Las cuentas de crédito de clientes se analizan para determinar el volumen, la composición y la evolución de sus compras, emitiendo los informes pertinentes.

**CR3.4** El cobro de los saldos vencidos de las cuentas de crédito de clientes se gestiona, resolviendo discrepancias, cobrando los importes debidos, extendiendo los documentos acreditativos de los pagos y efectuando los correspondientes apuntes.

**CR3.5** Se informa sobre las incidencias habidas, especialmente las referidas a los incumplimientos de pago por parte de clientes.

**RP4:** Controlar las liquidaciones y facturas de proveedores, resolviendo las discrepancias e incidencias contable-administrativas.

**CR4.1** El archivo de documentos emitidos y de registro de operaciones se mantiene debidamente ordenado, actualizado y referenciado.

**CR4.2** Las liquidaciones de ventas y facturas de proveedores se controla, informando de la conformidad para su pago o emitiendo el oportuno informe de incidencias.

**CR4.3** Las solicitudes de regularización de cargos incorrectos se originan, remitiéndolas a los proveedores.

**CR4.4** Los partes de incidencias y reclamaciones contables y administrativas, tanto internas como externas, se investigan, resuelven y, en su caso, contestan.

**RP5:** Efectuar operaciones varias de tesorería y controlar las cuentas de caja y bancos de forma precisa.

**CR5.1** Las operaciones de compra de moneda extranjera y cheques de viajero se efectúan, determinando el contravalor que se deba pagar, aplicando la normativa vigente y formalizando los documentos y registros prescritos.

**CR5.2** Los documentos de pago, dinero en efectivo, moneda extranjera y cheques de viajero se ingresan, remesando recibos con cargo a clientes.

**CR5.3** Los pagos en efectivo, o a través de cuenta corriente bancaria, se efectúan recabando previamente la autorización pertinente y dentro de los límites establecidos.

**CR5.4** Los impresos previstos para el registro de las operaciones de tesorería se completan, realizando los apuntes necesarios en libros y registros de caja y bancos, y archivando los documentos y comprobantes.

**CR5.5** Los resúmenes de caja se confeccionan y las cuentas de caja y bancos se controlan, efectuando arqueos y cuadros y resolviendo e informando las diferencias halladas, de acuerdo con las instrucciones emitidas al respecto.

**CR5.6** Las medidas de seguridad necesarias se adoptan para evitar robos y pérdidas.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Ordenadores con aplicaciones informáticas de gestión y con conexión a Internet. Impresoras. Aparatos telefax. Teléfonos. Impresos y documentos administrativos (propios y de proveedores). Material de oficina diverso.

## Productos y resultados

Intermedios: Estados y listados de cuentas de clientes formalizados. Notas y solicitudes de regularización de incidencias formalizadas. Documentos administrativos varios originados por los procesos de ventas, reembolsos y otros, y que no implican la finalización de tales procesos (ej. recibos de depósitos, recibos por documentos para reembolsar, etc.) formalizados y listados. Inventarios y arqueos efectuados y controlados. Remesas a entidades financieras de medios de pago de los clientes efectuadas. Finales: Facturas y notas de abono a clientes formalizadas. Estados y listados de cuentas de clientes formalizados. Cobros efectuados y correspondientes comprobantes de cobro formalizados. Notas de reembolso de proveedores por servicios no utilizados formalizadas. Partes de ventas de proveedores formalizados. Pagos efectuados y consiguientes documentos de pago y recibos formalizados. Documentos internos de cargo/abono a otros departamentos y oficinas formalizados. Soportes de asientos contables hechos. Control de caja y bancos efectuado y consiguientes informes o registros formalizados. Reposición y control de existencias de material y documentos efectuados, y consiguientes registros formalizados. Control de las ventas y documentos emitidos efectuado.

## Información utilizada o generada

La contenida en las aplicaciones informáticas de gestión. Normativa, procedimientos y métodos internos de la empresa. Información bancaria. Manuales operativos, instrucciones, órdenes, memorandos, circulares, memorias, informes, guías, etc. Documentos tales como partes e informes de venta, documentos de proveedores de servicios, albaranes, facturas, recibos, documentos contables, notas de abono, partes de incidencias, reclamaciones contables y administrativas, documentos y registros de las operaciones con moneda extranjera y cheques de viajero, impresos para el registro de operaciones de tesorería, resúmenes de caja.

DEROGADA



## UNIDAD DE COMPETENCIA 3

### GESTIONAR UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

Nivel: 3  
Código: UC0268\_3  
Estado: BOE

#### Realizaciones profesionales y criterios de realización

- RP1:** Gestionar el diseño de objetivos específicos de la unidad de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos que respondan a las demandas de los clientes potenciales y proveedores de servicios, siguiendo la planificación estratégica de la empresa o entidad.
- CR1.1** La planificación estratégica de la empresa o entidad en la que se ubica la unidad se analiza a través de la información disponible, identificando las necesidades y expectativas de los clientes y usuarios potenciales con el fin de gestionar su diseño.
  - CR1.2** Los objetivos específicos de la empresa o entidad se proponen, teniendo en cuenta los recursos disponibles, demanda potencial y temporada turística según su emplazamiento, de forma que se cumpla la planificación estratégica de la empresa o entidad.
  - CR1.3** Las opciones de actuación se identifican, teniendo en cuenta disponibilidad de recursos, periodos de temporadas de los destinos y características de la empresa o entidad, con el fin de lograr la consecución de los objetivos.
  - CR1.4** El grado de cumplimiento de los objetivos y acciones específicas fijadas se formulan, cuantificándolos, de forma que se haga una evaluación del cumplimiento de los mismos conforme a la planificación estratégica de la empresa o entidad.
- RP2:** Gestionar la estructura organizativa de la unidad de información y/o distribución de ofertas turísticas, determinando los recursos para el logro de los objetivos comerciales establecidos en la empresa o entidad.
- CR2.1** El tipo de estructura organizativa de la unidad de información y/o distribución se propone, considerando la estacionalidad de la demanda y los recursos disponibles.
  - CR2.2** Las funciones y tareas, relaciones internas de la unidad de información y/o distribución se definen, en función de la estructura organizativa y de los objetivos específicos determinados.
  - CR2.3** La comunicación, información y comercialización de la oferta turística de la unidad de información y/o distribución se gestiona, organizándola como una acción rutinaria y vital con los agentes turísticos, sociales y culturales del entorno.
  - CR2.4** Los recursos necesarios se organizan, adaptando las funciones y tareas que deben cubrirse a las variables estacionales o periódicas generadas por los hábitos viajeros.
  - CR2.5** Los perfiles de los puestos de trabajo se plantean, desarrollando el proceso de selección de personal de información turística, a fin de identificar aquellos que cumplan con los criterios de la cultura corporativa de la empresa o entidad.
- RP3:** Desarrollar operaciones de preparación del presupuesto económico de la unidad

de información y/o distribución de ofertas turísticas para su integración en el presupuesto global de la empresa o entidad, a partir de datos históricos de ingresos, gastos y ventas generadas.

**CR3.1** Las previsiones económicas para el siguiente ejercicio se identifican en base a la planificación general de la empresa o entidad y los datos históricos.

**CR3.2** Los presupuestos por partidas de inversiones, de explotación y de tesorería se registran mediante el uso de aplicaciones informáticas específicas de forma que se facilite el trabajo y la identificación de posibles desviaciones.

**CR3.3** El presupuesto completo se presenta a la persona responsable para su integración en el presupuesto global de la empresa o entidad en la que se ubica la unidad, considerando las observaciones que éstos formulen para hacer las modificaciones necesarias.

**CR3.4** El grado de cumplimiento de los objetivos específicos formulados para la unidad de información y/o distribución turística se comprueba, detectando desviaciones e incidencias que puedan surgir.

**CR3.5** Los cálculos necesarios para corregir desviaciones respecto a los objetivos económicos se formulan, proponiendo las medidas según qué situación.

**CR3.6** Los informes del control presupuestario se elaboran a partir de datos históricos, gastos y ventas, entre otros, reportando a las personas responsables su resultado.

**RP4:** Coordinar al personal dependiente de la unidad de información y/o distribución, involucrándolo en los objetivos y motivándolo para que tenga una alta capacidad de respuesta a las necesidades de los clientes y desarrolle su profesionalidad.

**CR4.1** Los objetivos estratégicos y específicos de la unidad de información y/o distribución se explican al equipo humano dependiente, de forma que se involucre en los mismos y se integre en el grupo de trabajo correspondiente.

**CR4.2** Las responsabilidades y funciones para cada puesto de trabajo se transmiten de forma clara asegurando su comprensión, otorgando la autoridad necesaria para su cumplimiento.

**CR4.3** La integración en la unidad del personal dependiente se efectúa de forma activa, garantizando que en el futuro realice las tareas propias con eficacia y eficiencia.

**CR4.4** Los planes formativos se definen, colaborando con la persona responsable en función de las necesidades del personal, evaluando el grado de aprendizaje y su aplicación en la ejecución de la actividad profesional.

**CR4.5** Las dinámicas de motivación del personal se establecen, incrementando el grado de satisfacción, excelencia profesional, iniciativa, creatividad, trabajo en equipo y su papel de transmisión de imagen de marca del distribuidor turístico.

**CR4.6** Las reuniones con el personal dependiente se dirigen, consensuando acciones a seguir y modificando actitudes que no se correspondan con la cultura corporativa de la entidad.

**CR4.7** La productividad, rendimiento y consecución de objetivos del personal se potencia, siguiendo los criterios establecidos de reconocimiento el éxito de forma que se evalúen actitudes y actuaciones para mejorar las acciones futuras.

**RP5:** Gestionar la cultura corporativa y el sistema de calidad adoptado en la unidad de información y distribución de la oferta turística, cumpliendo con los criterios establecidos para contribuir al logro de los objetivos de la empresa o entidad.

**CR5.1** Los estándares de calidad, procedimientos e instrucciones de trabajo se identifican en función de la cultura corporativa y el sistema de calidad adoptados por la empresa o entidad.

**CR5.2** La cultura de la calidad adoptada en la unidad de información y distribución de oferta turística se difunde entre el personal a su cargo, instruyéndole en el sistema y herramientas de calidad que la soporta y fomentando su participación en la mejora continua.

**CR5.3** Los procedimientos de recogida, análisis y resultados de la información sobre la calidad externa y las encuestas de satisfacción, o métodos equivalentes se almacenan en el sistema informático de la unidad, facilitando la obtención y análisis de la información facilitada por el cliente.

**CR5.4** La medición de los indicadores y el control de la calidad interna se efectúa, analizando los datos disponibles e informando de su resultado a la persona responsable y a los posibles departamentos implicados.

**CR5.5** La evaluación periódica de la cultura corporativa y el sistema de calidad adoptado se efectúa, verificando la aplicación de los procedimientos e instrucciones establecidos, a través de métodos estandarizados, como fichas de ejecución, fichas de evaluación, entre otros.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Equipos y programas informáticos específicos. Internet. Terminales de telefonía fija y móvil. Redes telemáticas de distribución e intercambio de información y oferta turística. Mobiliario y equipo de oficina básico. Programas (entornos de usuario): bases de datos, procesadores de textos, hojas de cálculo, aplicaciones de gestión de correo electrónico, navegadores de Internet, Internet, Intranet, herramientas de seguridad en Internet. Canales de contacto con el cliente: telefonía, e-mail, sms, página Web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales.

### Productos y resultados

Objetivos y planes específicos para la viabilidad de la unidad de información y distribución turística propuestos. Presupuesto económico de la unidad de información y/o distribución de ofertas turísticas ejecutado. Personal dependiente del departamento coordinado. Cultura corporativa y sistema de calidad adoptado en la unidad de información y distribución de la oferta turística gestionado.

### Información utilizada o generada

Plan estratégico de la empresa o entidad. Información sobre el ámbito territorial de actuación y el área de influencia de la unidad. Información sobre las demandas actuales y emergentes de los posibles clientes. Información sobre los recursos económicos, materiales y humanos de la unidad. Bases de datos sobre recursos humanos. Series históricas de información económica de la entidad. Plan de calidad de la empresa o entidad. Disposiciones legales y administrativas de obligado cumplimiento. Manual y normas internas de la empresa o entidad. Equipos EPI. Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. Normativa relativa a protección medioambiental y a la planificación de la actividad preventiva. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normas internas de trabajo (procedimientos, directrices y protocolos, métodos de trabajo, reglamento interno de trabajo, entre otros).

## UNIDAD DE COMPETENCIA 4

COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel: 2  
Código: UC9998\_2  
Estado: BOE

## Realizaciones profesionales y criterios de realización

**RP1:** Interpretar el sentido general de la información oral en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, de forma precisa, emitida por cualquier persona o medio de emisión/comunicación, para identificar la aplicabilidad de los datos y garantizar el servicio.

**CR1.1** Los medios de producción asociados a las actividades profesionales se detectan para garantizar su identificación en una situación de trabajo, garantizando su comprensión global en función del contexto en el que se utilicen.

**CR1.2** La información oral emitida por distintos medios (comunicación, materiales audiovisuales técnicos, videos, CD, DVD u otros, retransmitidos o grabados) se interpreta de forma precisa para favorecer el desarrollo de la actividad, empleando estrategias que permitan inferir los datos recibidos de manera incompleta discriminando los posibles patrones sonoros, acentuales, rítmicos y de entonación de uso común o específicos del medio.

**CR1.3** Las instrucciones de trabajo, advertencias y consejos de operaciones definidas se interpretan, intercambiando información sobre el tema a tratar, a fin de aplicarlas en el desempeño de su competencia, identificando el contexto de la intervención.

**CR1.4** Las necesidades, reclamaciones, incidencias y malentendidos sobre las actividades profesionales manifestadas oralmente por diferentes interlocutores se interpretan, practicando una escucha atenta para extraer las claves principales y presentando, a la vez que transmitiendo distintas soluciones a la persona responsable.

**RP2:** Interpretar la información y documentación escrita en lengua inglesa con un nivel de usuario básico que contengan estructuras y un léxico de uso común, tanto de carácter general como más específico, para realizar la actividad profesional.

**CR2.1** La información escrita en un registro técnico, relativa a documentación referida a la actividad profesional se extrae, procediendo a su resumen y/o interpretación, utilizando herramientas de traducción, manuales o informáticas (diccionarios y/o diccionarios técnicos).

**CR2.2** La documentación técnica escrita se extrae, procediendo a su resumen y/o interpretación, adecuándola a los condicionantes que la pueden afectar (canal de la comunicación: fax, e-mail o carta, costumbres en el uso de la lengua, grafía deficiente, impresión de baja calidad, entre otros).

**CR2.3** La información implícita en informes y/o documentos se extrae, procediendo a su resumen y/o interpretación, para facilitar el análisis de la situación aplicando criterios de contextualización y coherencia relacionados con el sector.

**CR2.4** Las interfaces de los soportes informáticos que se visualicen se interpretan en función de la actividad profesional para garantizar el registro y la transmisión de los datos.

**CR2.5** Las necesidades, reclamaciones, incidencias y malentendidos sobre las actividades profesionales que interactúan con otros interlocutores se interpretan practicando una escucha atenta para extraer las claves principales, presentando y transmitiendo distintas soluciones a la persona responsable.

**CR2.6** Los avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro situados en el área de trabajo vinculados a su actividad profesional se interpretan para garantizar la seguridad del trabajador como un acto de preservación de su integridad física.

**CR2.7** Los textos escritos traducidos con herramientas de traducción, manuales o informáticas se revisan para su mejor interpretación, aplicando criterios de contextualización a su actividad.

**CR2.8** El significado de términos desconocidos escritos, en caso de no poder deducirse del contexto o el apoyo visual, se traduce para asimilar la explicación del término utilizando herramientas de traducción, manuales o informáticas (diccionarios y/o diccionarios técnicos).

**RP3:** Transmitir oralmente, interaccionando en lengua inglesa con un nivel de usuario básico con otros interlocutores para realizar las actividades profesionales sobre información relacionada con aspectos técnicos específicos de su competencia, identificando la aplicabilidad de los datos y garantizando servicio.

**CR3.1** Los datos para el desarrollo de la actividad profesional se obtienen de las conversaciones y entrevistas mantenidas con otros interlocutores para facilitar su ejecución, a partir de la identificación y valoración de los mismos.

**CR3.2** Los datos que se consideren necesarios para el desempeño de la actividad profesional a partir de comunicaciones se extraen utilizando recursos de apoyo a la traducción expresándolos en lengua estándar, con claridad, razonable fluidez y corrección, para la obtención del nivel de información previsto requiriendo, en su caso, las aclaraciones pertinentes para su completa comprensión, aplicando las normas de cortesía, protocolo asociadas al marco cultural u otras adecuadas a contextos de comunicación formal e informal.

**CR3.3** La información contextual y no oral que se produce en conversaciones en grupo, visitas, negociaciones, reuniones de trabajo se interpreta procediendo al contraste con el contexto, antecedentes o testimonios para fidelizar los datos a obtener, teniendo en cuenta el tono, humor, significado de expresiones idiomáticas, chistes y comportamientos de los interlocutores. **CR3.4** Las comunicaciones se realizan para conseguir un intercambio de información estandarizado referido a su actividad profesional, garantizando su fiabilidad a través de consultas a la normativa aplicable o a normas internas del propio trabajo o empresa.

**CR3.5** Los elementos lingüísticos léxicos y funcionales en un intercambio oral de información se aplican, si procede, para facilitar la interpretación y comunicación, teniendo en cuenta las características del sector.

**RP4:** Expresar oralmente en lengua inglesa con un nivel de usuario básico la información relacionada con aspectos técnicos de la actividad profesional, adaptándose al canal de comunicación, presencial o a distancia que garantice la transmisión de la misma.

**CR4.1** Las consideraciones técnicas de operaciones emitidas de forma oral relativas al uso de productos o ejecución de trabajos se comunican para garantizar la ejecución de las actividades en cualquier contexto (presencial, radiofónico o virtual), considerando las características del medio.

**CR4.2** La información expresada de forma oral se emite para facilitar la comunicación de actividades profesionales utilizando vocabulario y construcciones gramaticales que permitan hacerse entender en la transmisión de la misma.

**CR4.3** La caracterización sobre los medios de producción presentadas por los interlocutores que interactúan en el desempeño de las actividades profesionales se interpretan para su posible resolución presentando distintas soluciones al superior responsable.

**RP5:** Cumplimentar en lengua inglesa con un nivel de usuario básico la documentación, textos rutinarios, sencillos y coherentes, redactando, si procede, teniendo en cuenta la terminología al uso, relativa a expresiones, estructura y formas de presentación para dar respuesta a la actividad profesional.

**CR5.1** La documentación se redacta a partir de varias fuentes seleccionadas con coherencia discursiva a fin de conseguir un desempeño efectivo de la actividad profesional, en base al conocimiento de la terminología del sector y de la normativa aplicable en el desempeño de su competencia.

**CR5.2** Las expresiones usuales requeridas en los diferentes tipos de documentación (escritos, faxes, formularios, mensajes electrónicos, entre otros) se aplican en cualquier comunicación o documentación exigida, para diligenciar los escritos según costumbre y expresiones propias del sector.

**CR5.3** Las consideraciones (características del producto, precio, condiciones de pago, transporte, entre otros) presentadas/recibidas, escritas/verbalizadas vinculadas a los interlocutores relacionados con la actividad profesional se interpretan para su posible resolución presentando distintas soluciones al superior responsable.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Herramientas de traducción, manuales o informáticas (diccionarios y/o diccionarios técnicos).

### Productos y resultados

Interpretación del sentido general de la información oral, de la información y documentación, transmisión oral, expresión oral, cumplimentación de documentación en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, respectivamente.

### Información utilizada o generada

Información procedente de medios de comunicación, materiales audiovisuales técnicos, videos, CD, DVD u otros, retransmitidos o grabados. Instrucciones de trabajo/advertencias/avisos/consejos/especificaciones técnicas.

Necesidades/reclamaciones/incidencias/malentendidos. Normativa aplicable, recomendaciones internacionales y normas internas de trabajo. Informes, manuales, planos, cartas, faxes, revistas, libros, páginas de Internet, software, foros, glosarios en línea, correos electrónicos. Interfaces de los soportes informáticos. Avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro. Escritos, faxes, formularios, mensajes electrónicos, jerga y expresiones propias del sector.

## MÓDULO FORMATIVO 1

### Promoción y venta de servicios turísticos



Nivel:	3
Código:	MF0266_3
Asociado a la UC:	UC0266_3 - Vender servicios turísticos y viajes
Duración (horas):	180
Estado:	BOE

## Capacidades y criterios de evaluación

- C1:** Analizar evolutivamente el concepto de turismo, identificando los elementos que componen el sistema turístico.
- CE1.1** Explicar la evolución del concepto de turismo a lo largo del tiempo.
  - CE1.2** Describir el sistema turístico e identificar los elementos que lo componen.
  - CE1.3** Identificar y explicar los factores que influyen en la demanda turística individual y en la demanda turística agregada a un destino turístico.
  - CE1.4** Identificar y clasificar los componentes de la oferta turística, y explicar las características de los distintos servicios y productos turísticos.
  - CE1.5** Identificar y clasificar los medios de transporte, comparando y evaluando sus características diferenciales desde el punto de vista de la demanda.
- C2:** Analizar el mercado turístico, interpretando las variables que lo configuran y explicando situación actual y tendencias que se detectan.
- CE2.1** Describir las variables que determinan la evolución y tendencias de la demanda y de la oferta turísticas.
  - CE2.2** Estimar la situación del mercado turístico nacional e internacional.
  - CE2.3** Identificar los segmentos de la demanda del mercado turístico actual y describir sus características.
  - CE2.4** Identificar y describir los principales destinos turísticos nacionales e internacionales, comparando los elementos y características de su oferta.
  - CE2.5** Describir los flujos turísticos actuales y justificar la situación en el mercado de los diferentes destinos turísticos con relación a los segmentos de la demanda turística.
  - CE2.6** Identificar a los oferentes más significativos del mercado turístico nacional e internacional, y describir las características de sus respectivas ofertas.
  - CE2.7** Explicar las características del turismo sostenible y describir sus factores determinantes.
- C3:** Analizar la distribución turística y las entidades y medios que la configuran, estimando su evolución e incidencia de las nuevas tecnologías
- CE3.1** Explicar las particularidades de la distribución turística y relacionar los diferentes soportes y operadores que facilitan dicha distribución, explicando sus características.
  - CE3.2** Estimar la incidencia de las nuevas tecnologías en la distribución turística y describir su situación actual y tendencias.
  - CE3.3** Describir las funciones y características de las agencias de viajes en general, y clasificar y caracterizar los diferentes tipos de agencias de viajes.

**CE3.4** Identificar los servicios y productos turísticos en cuya distribución participan las agencias de viajes y describir las características de su venta y de las relaciones que se producen con sus prestatarios / proveedores.

**CE3.5** Identificar a otras entidades de distribución turística (centrales de reservas, sistemas globales de distribución, etc.) y describir sus características organizativas y funcionales.

**CE3.6** Explicar la distribución turística en Internet, señalando sus características y aplicaciones, e identificar e interpretar la oferta en páginas Web de prestatarios e intermediarios turísticos.

**C4:** Analizar los procesos de información, asesoramiento y venta, y aplicar en ellos los procedimientos y las técnicas de atención al cliente y de comunicación adecuados, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales.

**CE4.1** Identificar los diferentes tipos de clientes, describiendo sus hábitos y su comportamiento en la compra, y analizar las interacciones que se producen y las técnicas de comunicación y atención al cliente aplicables.

**CE4.2** Distinguir y analizar los procesos de información y ventas que se producen en las agencias de viajes y otras entidades de distribución.

**CE4.3** Identificar y acceder a las ofertas de servicios y de productos (viajes combinados, cruceros, excursiones, etc.) y seleccionar la información necesaria para el asesoramiento o la venta, manejando para ello los soportes (manuales, tarifarios, etc.) y medios de acceso a la información (GDS, Internet, etc.) disponibles en las agencias de viajes y otras entidades de distribución.

**CE4.4** Determinar tarifas para cualquier medio de transporte, tanto para trayectos nacionales como internacionales, calculando correctamente el precio final y emitiendo la documentación correspondiente.

**CE4.5** Seleccionar proveedores y determinar los medios de gestión adecuados para formalizar las reservas de servicios y productos en las diversas circunstancias que puedan producirse, y aplicar los procedimientos adecuados según la naturaleza del proveedor y el tipo de servicio. **CE4.6** Analizar situaciones de conflicto con los clientes y determinar y describir los procedimientos aplicables a las mismas.

**CE4.7** En situaciones de demanda de información, solicitud de compra y presentación de reclamaciones:

- . Adoptar una actitud acorde con la situación planteada, utilizando las normas de cortesía adecuadas y aplicando el estilo de comunicación oportuno.

- . Identificar las necesidades del cliente, asesorarle claramente sobre su demanda y darle un trato correcto, con empatía.

- . Proponer destinos, productos y servicios turísticos que se adapten a sus planteamientos y expectativas.

- . Llevar a cabo la gestión de las reservas que se deriven de las ventas efectuadas.

- . Aplicar procedimientos de gestión de quejas y reclamaciones.

- . Procurar satisfacer los hábitos, gustos y necesidades de información de los potenciales clientes, resolviendo con amabilidad y discreción sus quejas, y potenciando la buena imagen de la entidad que presta el servicio.

**CE4.8** Valorar la importancia de actuar con rapidez y precisión en todos los procesos de creación y prestación de servicios, desde el punto de vista de la percepción de la calidad por parte de los clientes.



**C5:** Desarrollar acciones promocionales aplicables en entidades de distribución turística y describir y aplicar técnicas de promoción de ventas y de negociación, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales.

**CE5.1** Definir segmentos de la demanda e identificar fuentes de información que permitan identificar a sus componentes.

**CE5.2** Crear ficheros de clientes actuales y potenciales en los que se puedan incluir los datos relevantes para los objetivos de promoción de ventas y otras acciones de marketing.

**CE5.3** Identificar los elementos caracterizadores de servicios y productos, y efectuar comparaciones de las que se deduzcan diferenciales positivos o negativos.

**CE5.4** Describir las técnicas de promoción de ventas, definir acciones promocionales y desarrollar los soportes correspondientes (cronogramas, fichas de visitas, argumentarios, etc.).

**CE5.5** Describir técnicas de negociación y aplicarlas en situaciones suficientemente caracterizadas.

**CE5.6** Reconocer y describir las técnicas de merchandising aplicables en las agencias de viajes y otras entidades de distribución.

**CE5.7** Actuar con creatividad e imaginación en la formulación y desarrollo de propuestas personales de acciones promocionales.

## Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C4: Especialmente lo referido al acceso a todo tipo de información para asesoramiento y venta, determinación de tarifas, selección de proveedores de servicios, formalización de reservas, atención al cliente en situaciones de demanda de información y solicitud de compra.

C5: Sobre todo lo relativo a la creación de ficheros de clientes actuales y potenciales, y a la aplicación de técnicas de negociación.

Otras Capacidades:

## Contenidos

### 1 El Turismo y la estructura del mercado turístico

- Concepto de Turismo. Evolución del concepto de Turismo.
- El sistema turístico. Partes o subsistemas.
- La demanda turística. Tipos de demanda turística. Factores que determinan la demanda turística individual y agregada.
- La oferta turística. Componentes de la oferta turística.
- Evolución histórica del turismo. Situación y tendencias.
- Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados.
- Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados.

### 2 Principales destinos turísticos nacionales e internacionales

- Análisis de la composición del producto turístico de base territorial. Recursos de atracción, infraestructuras y estructuras, servicios y actividades complementarias.
- Características y análisis comparativo de los principales destinos turísticos españoles.
- Características y análisis comparativo de los principales destinos turísticos internacionales.

### 3 La distribución turística

- Concepto de distribución de servicios. Características diferenciales de la distribución turística. Intermediarios turísticos. Procesos de distribución de los diferentes servicios y productos turísticos.
- Las agencias de viajes. Funciones que realizan. Tipos de agencias de viajes.
- Estructuras organizativas de las distintas agencias de viajes.
- Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes. La ley de Viajes Combinados.
- Las centrales de reservas. Tipos y características.
- Los sistemas globales de distribución (GDS). Estructura y funcionamiento.
- La distribución turística en Internet. Las agencias de viajes virtuales. Páginas Web y portales turísticos.
- Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.
- Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivados.

### 4 La venta de alojamiento

- La hostelería. Los establecimientos de alojamiento. Clasificaciones y características.
- Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes. Los códigos de prácticas de la AIHR (Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes) y de la FUAHV (Federación Universal de Agencias de Viajes). Acuerdos y contratos. Tipos de retribución en la venta de alojamiento.
- Fuentes informativas de la oferta de alojamiento. Identificación y uso.
- Reservas directas e indirectas. Configuraciones del canal en la venta de alojamiento.
- Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
- Bonos de alojamiento. Tipos y características.
- Principales proveedores de alojamiento: cadenas hoteleras y centrales de reservas.

### 5 La venta de transporte

- Los medios de transporte. Tipos y características. Factores sobre los que se basa la elección del medio de transporte.
- El transporte aéreo regular. Relaciones entre las compañías aéreas de transporte regular y las agencias de viajes. El proceso de autorización y nombramiento por IATA (Asociación de Transporte Aéreo Internacional) y las compañías aéreas. El BSP (Plan y Órgano de Facturación y Liquidación): función, estructura y procedimientos operativos. La retribución a la agencia de viajes en la venta de transporte aéreo regular.
  - Tipos de viajes aéreos. Tarifas nacionales e internacionales.
  - Fuentes informativas del transporte aéreo regular. El papel de los GDS (terminales de sistemas globales de distribución) en la venta de transporte aéreo regular. Procedimientos de reservas.
    - Emisión de pasajes aéreos. Otros documentos de tráfico.
    - Principales compañías aéreas. Los grupos de compañías aéreas y los procesos de integración.
- El transporte marítimo regular de pasajeros. Relaciones entre las compañías navieras de transporte regular de pasajeros y las agencias de viajes. Términos de retribución. Tarifas. Gestión de reservas. Emisión de pasajes.

- El transporte ferroviario. Relaciones entre las compañías de transporte ferroviario y las agencias de viajes. Términos de retribución. Tarifas. Gestión de reservas. Emisión de pasajes. · El transporte regular por carretera.

## 6 La venta de viajes combinados

- El producto turístico integrado. Tipos de viajes combinados. Los cruceros. Tendencias del mercado.
- Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas. Términos de retribución. Manejo de programas y folletos.
- Procedimientos de reservas. Emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados.
- Principales tour-operadores nacionales e internacionales. Grupos turísticos y procesos de integración.

## 7 Otras ventas y servicios de las agencias de viajes

- La venta de autos de alquiler. Tarifas y bonos.
- La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.
- La venta de excursiones.
- Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.
- Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
- Aplicación de cargos por gestión.

## 8 Utilización de terminales de sistemas de distribución (GDS) y de aplicaciones informáticas de gestión de agencias de viajes null

## 9 Comunicación, atención al cliente y técnicas de ventas y negociación en las entidades de distribución turística

- La comunicación interpersonal. El proceso de la comunicación. Barreras. Saber escuchar. Saber preguntar. La comunicación no-verbal. La comunicación telefónica.
- Necesidades humanas y motivación. El proceso decisorio. Las expectativas de los clientes. Técnicas para determinar las expectativas de los clientes con respecto a un servicio. La satisfacción de las expectativas como concepto de calidad de un servicio. Los estándares de calidad de un servicio. Identificación de condiciones adversas a la calidad.
- Tipología de clientes. Análisis y comparación de las técnicas de comunicación más adecuadas a los diferentes tipos de clientes. Aplicaciones.
- La atención al cliente. Actitud positiva y actitud pro-activa. La empatía. Los esfuerzos discrecionales. Simulaciones.
- Los procesos de ventas. Fases de la venta y técnicas aplicables. La venta telefónica. Simulaciones.
- La negociación. Elementos básicos. La planificación de la negociación. Estrategias y técnicas. Aplicaciones.
- Tratamiento de reclamaciones, quejas y situaciones conflictivas. Aplicación de procedimientos. Normativa.
- Normas deontológicas, de conducta y de imagen personal de los profesionales de agencias de viajes y de otras entidades de distribución turística.

## 10 El Marketing y la promoción de ventas en las entidades de distribución turística

- Concepto de Marketing. El "Marketing" de servicios. Especificidades. ·

Segmentación del mercado. El "mercado objetivo". · El Marketing Mix. Elementos. Estrategias. Políticas y directrices de marketing. · El Plan de Marketing. Características. Fases de la elaboración del plan de marketing. Planificación de medios. · Marketing directo. Técnicas. Argumentarios. · Planes de promoción de ventas. La promoción de ventas en las agencias de viajes. La figura del promotor de ventas y su cometido. Programación y temporalización de las acciones de promoción de ventas. Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales. Normativa legal sobre bases de datos personales. Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas. Decisores y prescriptores. · El merchandising. Elementos de merchandising propios de la distribución turística. Utilización del merchandising en las agencias de viajes.

## Parámetros de contexto de la formación

**Espacios e instalaciones** Aula de gestión de 45 m<sup>2</sup>

Aula polivalente de un mínimo de 2 m<sup>2</sup> por alumno o alumna.

### Perfil profesional del formador o formadora:

1.- Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionadas con la promoción y venta de servicios turísticos, que se acreditará mediante una de las formas siguientes:

- Formación académica mínima de Diplomado, Ingeniero Técnico o Arquitecto Técnico relacionadas con este campo profesional.
- Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.

2.- Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

## MÓDULO FORMATIVO 2

### Procesos económico-administrativos en Agencias de Viajes

Nivel:	2
Código:	MF0267_2
Asociado a la UC:	UC0267_2 - Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes
Duración (horas):	120
Estado:	BOE

## Capacidades y criterios de evaluación

**C1:** Registrar operaciones contables de las agencias de viajes según la normativa vigente general y sectorial, estimando la importancia de su correcto registro.

**CE1.1** Explicar la importancia de la Contabilidad como instrumento de apoyo de la gestión económica de las agencias de viajes.

**CE1.2** Identificar y describir los elementos patrimoniales propios de las agencias de viajes, proponiendo planes de cuentas ajustados a la normativa vigente general y sectorial.

**CE1.3** Identificar los hechos contables más usuales que se producen en las agencias de viajes, seleccionando y adecuando los documentos justificativos de los mismos.

**CE1.4** Desarrollar el proceso contable básico aplicando las normas en vigor de carácter contable.

**CE1.5** Determinar los resultados económicos parciales y finales que correspondan a un período de tiempo determinado.

**CE1.6** Asumir la necesidad de intervenir en los procesos de gestión contable con la mayor precisión y un alto sentido de la responsabilidad y honradez personales.

**C2:** Aplicar sistemas y procedimientos de gestión administrativa que se adapten a diferentes tipos de agencias de viajes y otras entidades de distribución turística.

**CE2.1** Identificar y clasificar los distintos tipos de documentos administrativos que se utilizan habitualmente por las agencias de viajes y otras entidades de distribución turística en función de su utilidad, procedencia o destino.

**CE2.2** Describir y comparar los sistemas de almacenamiento, reposición y control de documentos.

**CE2.3** Diseñar y formalizar documentos administrativos específicos de las agencias de viajes y de otras entidades de distribución turística para sus procesos internos y externos.

**CE2.4** Seleccionar y aplicar procedimientos de gestión documental.

**CE2.5** Aplicar sistemas de gestión de almacén que comprendan:

- . Procedimientos de solicitud, clasificación y reposición de existencias.
- . Procedimientos de entradas, salidas y distribución de existencias.
- . Formalización de inventarios.
- . Medidas de control de las emisiones de documentos acreditativos de derechos de uso de servicios turísticos y de viajes, y del inventario.

**CE2.6** Relacionar los diferentes sistemas y procedimientos de seguridad aplicables al depósito, custodia y archivo de documentos con las diferentes estructuras de la organización.

- C3:** Analizar los procedimientos y operaciones que se derivan de las relaciones económicas internas y externas, aplicándolos y estimando su importancia.
- CE3.1** Describir los procedimientos de facturación, control de cuentas de crédito, cobro y reintegro a clientes y emitir documentos justificativos de cobros y pagos.
  - CE3.2** Comprobar el derecho a devoluciones por supuestos servicios no disfrutados y cargados, formalizando las comunicaciones a proveedores y documentos que fuesen necesarios.
  - CE3.3** Registrar en los soportes de ventas, los importes de los derechos de uso de servicios o productos vendidos.
  - CE3.4** Comprobar valoraciones de supuestos servicios vendidos y de sus gastos de gestión.
  - CE3.5** Formalizar partes de ventas de servicios de proveedores.
  - CE3.6** Explicar los procedimientos de control de facturas de proveedores y formalizar informes de incidencias y solicitudes de regularización de cargos incorrectos.
  - CE3.7** Archivar la documentación según los procedimientos establecidos.
  - CE3.8** Asumir la necesidad de intervenir en los procedimientos derivados de las relaciones económicas internas y externas con la mayor precisión y un alto sentido de la responsabilidad y honradez personales.
- C4:** Analizar la gestión y control de las cuentas de clientes, desarrollando las operaciones que le son inherentes.
- CE4.1** Explicar el funcionamiento de las cuentas corrientes, interpretándolas adecuadamente así como los documentos emitidos en relación con las mismas.
  - CE4.2** Emitir documentos en relación al estado de situación de cuentas de clientes.
  - CE4.3** Describir las gestiones de cobro a clientes y resolver discrepancias, generando los correspondientes documentos contable-administrativos, en situaciones debidamente caracterizadas.
  - CE4.4** Realizar los apuntes que procedan en los registros de caja y cuentas bancarias, en respuesta a casos debidamente definidos, con la máxima precisión.
- C5:** Desarrollar las operaciones de gestión de tesorería y control de cuentas de cajas y bancos, realizando las comprobaciones necesarias con la precisión y exactitud requeridas.
- CE5.1** Efectuar la convertibilidad, en supuestos de compra de divisa en moneda o cheques de viaje, identificando la legislación aplicable, determinando el tipo de cambio oficial, el aplicable y el contravalor final, y formalizando los documentos de soporte de la operación.
  - CE5.2** Diferenciar, describir y formalizar diferentes documentos de pago, identificando y aplicando la legislación mercantil vigente.
  - CE5.3** Formalizar impresos administrativos, precontables y contables para registrar operaciones de tesorería.
  - CE5.4** Formalizar resúmenes periódicos de movimientos de caja.
  - CE5.5** Efectuar controles de cuenta de caja, realizando los correspondientes arqueos y resolviendo diferencias entre saldos reales y apuntes realizados, en situaciones debidamente definidas.
  - CE5.6** Realizar controles de cuentas bancarias, llevando a cabo cuadros con extractos de los bancos, y resolviendo diferencias entre los apuntes de las entidades financieras y los libros/registros de cuentas bancarias de la Agencia de Viajes, en situaciones debidamente definidas.

**CE5.7** Describir las medidas de seguridad necesarias para evitar robos o pérdidas.

**CE5.8** Asumir la necesidad de desarrollar las operaciones de gestión de tesorería con la mayor precisión y un alto sentido de la responsabilidad y honradez personales.

## Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1: Especialmente lo referido al registro de determinadas operaciones contables.

C2: Sobre todo lo relativo a la aplicación de procedimientos de gestión documental y de almacén.

C3: Con especial incidencia en el registro, en los soportes de ventas, de los importes de los derechos de uso de servicios o productos vendidos, y en la formalización de partes de ventas de servicios de proveedores.

C4: Especialmente lo referido a las operaciones de control de cuentas de clientes reales.

C5: Sobre todo lo relativo a las operaciones de gestión de tesorería y de control de cuentas de cajas y bancos.

Otras Capacidades:

## Contenidos

### 1 Contabilidad, Matemáticas Comerciales y Estadística básicas

- Concepto y objetivos de la Contabilidad.
- Los libros de contabilidad.
- El patrimonio.
- Las cuentas.
- El plan general de contabilidad.
- El proceso contable básico en las agencias de viajes.
- La tesorería en las agencias de viajes.
- Los impuestos. Su liquidación.
- Los derechos de cobro.
- Las amortizaciones. Las provisiones.
- Las cuentas anuales.
- Instrumentos de abono en las operaciones comerciales.
- Cuentas corrientes.
- Créditos.
- Estadística básica.
- Aplicaciones.

### 2 Procesos administrativos en agencias de viajes y otras entidades de distribución turística

- Procesos administrativos internos en las agencias de viajes y otras entidades de distribución turística. Soportes documentales y registros. Programas informáticos de gestión interna (backoffice). Aplicación de procedimientos.
- Procesos administrativos derivados de la venta de transporte aéreo regular. Documentos de tráfico (STD) y formularios administrativos estándar (SAF). Procedimientos BSP. Procedimientos BSP a través de Internet (BSPlink). Aplicación de procedimientos.



- Procesos administrativos derivados de la venta de alojamiento. Aplicación de procedimientos y documentos asociados.
- Procesos administrativos derivados de la venta de transporte marítimo. Aplicación de procedimientos establecidos por los proveedores. Formalización de documentos internos y externos.
- Procesos administrativos derivados de la venta de transporte ferroviario. Aplicación de procedimientos establecidos por los proveedores. Formalización de documentos internos y externos.
- Procesos administrativos derivados de la venta de productos de tour-operadores y otros mayoristas. Procesos administrativos derivados de otras ventas. Aplicación de procedimientos. Formalización de documentos internos y externos.
- Aplicación de procedimientos de gestión documental.
- Medios de almacenamiento y tratamiento de la información. Aplicaciones.
- Control de correspondencia.

### 3 Procedimientos de almacenamiento, reposición y control de documentos propios y externos

- Gestión de almacén.
- Gestión de inventarios.
- Control de existencias de documentos.

### 4 Procedimientos derivados de las relaciones económicas con clientes

- Anticipos y depósitos. · Facturación y cobro.
- Medios de pago al contado. Tarjetas de crédito y débito. Condiciones para la aceptación de cheques y pagarés.
- El pago aplazado. La financiación externa. Acuerdos comerciales con concesión de crédito a clientes: términos económicos habitualmente considerados. La investigación sobre la solvencia de los clientes. Riesgos y alternativas.
- Las devoluciones por servicios no prestados. Gestión de reembolsos.
- Control de cuentas de crédito. Cobro y reintegro a clientes. Procedimientos ante impagos.

### 5 Gestión de tesorería y control de cuentas de cajas y bancos

- Legislación vigente aplicable a la gestión de cuentas de caja y bancos.
- Normativa reguladora de la compra de moneda extranjera. Procedimiento de compra de moneda extranjera. Documentación y registro de las operaciones.
- Documentos de pago: identificación, diferenciación, formalización. Normativa aplicable.
- Registro de movimientos de caja y formalización de los impresos administrativos precontables y contables.
- Realización de controles de caja solventando los desfases.
- Análisis de extractos de cuentas bancarias, resolviendo desfases con los libros/registros de cuentas bancarias de la agencia de viajes.
- Análisis de las medidas de seguridad relacionadas con la documentación contable y el efectivo.

### 6 Utilización de programas informáticos de gestión interna (back-office) de agencias de viajes

null



## Parámetros de contexto de la formación

### Espacios e instalaciones

Aula de gestión de 45 m<sup>2</sup>

Aula polivalente de un mínimo de 2 m<sup>2</sup> por alumno o alumna.

### Perfil profesional del formador o formadora:

1.- Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionadas con la gestión económico-administrativa de agencias de viajes, que se acreditará mediante una de las formas siguientes:

- Formación académica mínima de Diplomado, Ingeniero Técnico o Arquitecto Técnico relacionadas con este campo profesional.
- Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.

2.- Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

DEROGADA

## MÓDULO FORMATIVO 3

### GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

Nivel:	3
Código:	MF0268_3
Asociado a la UC:	UC0268_3 - GESTIONAR UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS
Duración (horas):	120
Estado:	BOE

#### Capacidades y criterios de evaluación

- C1:** Analizar supuestos escenarios de planificación en empresas o entidades, definiendo objetivos de unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos.
- CE1.1** Justificar la importancia de la planificación en supuestos procesos de administración en unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos, identificándolos cronológicamente.
- CE1.2** Clasificar tipos de planes para unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos, diferenciándolos por categorías.
- CE1.3** Describir fases de un proceso de planificación en unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios, verificándolos en función de objetivos marcados.
- CE1.4** Identificar elementos metodológicos para establecer un proceso de dirección por objetivos, cumpliendo directrices marcadas por supuestas unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos.
- CE1.5** En un supuesto práctico de una unidad de información y distribución de ofertas de servicios turísticos a partir de un proyecto dado:
- Formular objetivos para una unidad de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos determinada en el marco de hipotéticos planes generales de empresa o entidad.
  - Seleccionar opciones de actuación para la consecución de los objetivos propuestos identificándolos cronológicamente.
  - Planificar medios humanos y materiales en programas de actuación, determinándolos en función de objetivos propuestos.
- C2:** Analizar estructuras organizativas y funcionales de relaciones internas y externas propias de unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos, justificándolas en función de tipos de empresas o entidades.
- CE2.1** Clasificar tipos de distribuidores turísticos y de entidades que prestan información turística, llevando a cabo su caracterización.
- CE2.2** Describir factores y criterios de estructuración de relaciones internas y externas que determinan la supuesta organización de la unidad de información.

**CE2.3** Identificar estructuras y relaciones internas de supuestas unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos, distribuyendo funciones según objetivos.

**CE2.4** Describir documentos internos y externos como ficheros, bases de datos, entre otros que se generan en supuestas relaciones entre unidades de información turísticas y proveedores externos.

**CE2.5** Describir relaciones comerciales externas de supuestas unidades con, agentes sociales y culturales, entre otros.

**CE2.6** En un supuesto práctico de diseño de estructuras organizativas y funcionales de unidades de información y distribución turísticas con un proyecto dado:

- Evaluar la organización, definiendo críticamente la idoneidad de las soluciones organizativas existentes.
- Proponer soluciones y planes de mejora sobre la estructura organizativa y relaciones departamentales analizadas, justificando de forma objetiva dichas propuestas.
- Justificar la propuesta de soluciones y planes de mejora, siguiendo criterios de estacionalidad.

**CE2.7** En un supuesto práctico de organización funcional de una unidad de información y distribución de ofertas de servicios turísticos:

- Describir puestos de trabajo necesarios, adaptándolos según objetivos a alcanzar.
- Definir los límites de responsabilidad, funciones y tareas de cada componente de los equipos de trabajo de la unidad, adecuándolos a la organización.
- Estimar los tiempos de trabajo de las actividades profesionales más significativas, cumpliendo objetivos marcados.
- Establecer los procedimientos correspondientes a los servicios que se prestan y tareas que se realizan en la unidad de información y distribución turísticas, explicándolos.

**C3:** Analizar la gestión y control de presupuestos en el marco de unidades de información y distribución turística, identificando costes tipo para la elaboración de presupuestos económicos que permitan establecer programas de actuación.

**CE3.1** Identificar tipos de costes empresariales, estructuras de distribuidores turísticos y entidades de información turística estableciendo programas de actuación.

**CE3.2** Calcular costes totales unitarios y márgenes con respecto a los precios de venta de servicios y productos turísticos.

**CE3.3** Justificar la gestión presupuestaria como subfunción empresarial planificación y control.

**CE3.4** Diferenciar tipos de presupuestos por los distribuidores turísticos y entidades de información turística, expresando los objetivos de cada uno de ellos y describir la estructura y las partidas que componen dichos presupuestos.

**CE3.5** En un supuesto práctico de análisis económico y presupuestario caracterizado por los objetivos establecidos para la unidad y en base a la estructura económica y al volumen de un negocio concreto:

- Definir tipos de presupuestos, identificando variables.
- Analizar el entorno económico de la entidad, detectando posibles riesgos.
- Analizar presupuestos de inversión y financiación, de explotación y de tesorería extrayendo información objetiva.
- Detectar puntos muertos de explotación y niveles de productividad, apoyándose en herramientas digitales, herramientas informáticas, entre otros.

**CE3.6** En un supuesto práctico de gestión y control de presupuestos de una unidad de información y distribución turística:

- Calcular desviaciones presupuestarias, estableciendo medidas correctoras.
- Aislar causas de desviaciones, analizando motivos.
- Proponer medidas correctoras, estableciendo instrumentos de seguimiento y control de las mismas.

**CE3.7** Aplicar técnicas de control presupuestario propios de unidades de información y distribución turísticas, justificando la fluctuación de las distintas partidas presupuestarias en función de los picos de estacionalidad.

**C4:** Aplicar técnicas de dinámica de grupos, motivación y liderazgo propias de unidades de información y distribución turísticas, adaptándolas según objetivos y tipo de organización.

**CE4.1** Analizar métodos estandarizados para la definición de puestos de trabajo y selección de personal.

**CE4.2** En un supuesto práctico de personal en una unidad de información y distribución turística caracterizado por un organigrama funcional dado:

- Definir información sobre la unidad, su organización y su imagen corporativa, utilizando material audiovisual.
- Aplicar técnicas para la comunicación intragrupal entre los supuestos miembros antiguos y nuevos de la unidad, simulando delegaciones de autoridad, animando a la iniciativa personal y a la creatividad.
- Evaluar el desempeño del personal con el fin de detectar áreas de oportunidad o de mejoramiento continuo de forma periódica.

**CE4.3** Explicar la lógica de los procesos de toma de decisiones relacionadas con la integración y dirección de personal.

**CE4.4** Justificar la figura del directivo y del líder en una organización, definiendo su perfil. **CE4.5** Describir las técnicas de dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo aplicables a unidades de información y distribución turísticas, justificándolas según objetivos. **CE4.6** Justificar los procesos de motivación del personal adscrito a unidades de información y distribución turísticas, describiendo en función del trabajo a desarrollar.

**CE4.7** En un supuesto práctico de relación profesional entre miembros de unidades de información y distribución turísticas caracterizado por la tipología de la entidad y por el número y las funciones del personal dependiente:

- Utilizar técnicas de comunicación para recibir y emitir instrucciones e información, intercambiando ideas u opiniones, asignando tareas y coordinando planes de trabajo.
- Intervenir en supuestos conflictos originados mediante la negociación y la consecución de la participación de los miembros del grupo en la detección del origen del problema.
- Ejercer el liderazgo, en el marco de sus competencias profesionales, tomando decisiones en cada situación.
- Dirigir equipos de trabajo, integrando y coordinando las necesidades del grupo en el marco de objetivos, políticas o directrices predeterminados.
- Dirigir reuniones de trabajo, dinamizándolas, colaborando activamente o consiguiendo la colaboración de los participantes.

**C5:** Aplicar modos de implementación y gestión de sistemas de calidad y de cultura corporativa propios de unidades de distribución e información turísticas, justificando sus aplicaciones.

**CE5.1** Explicar la aplicación de los factores de calidad y de cultura corporativa en unidades de distribución e información identificando características.

**CE5.2** Describir funciones en gestión de calidad y de cultura corporativa en relación con los objetivos de supuestas unidades de distribución e información turística, distribuyendo su cometido.

**CE5.3** Coordinar la gestión de un sistema de calidad y de cultura corporativa de servicios turísticos estableciendo objetivos, identificando factores clave y barreras, y definiendo el programa para su implementación en lo referente a las actuaciones que se deban realizar y sus plazos.

**CE5.4** En un supuesto práctico de implementación y gestión de sistemas de calidad y cultura corporativa en unidades de distribución e información turística:

- Diseñar los servicios de los respectivos departamentos o unidades, identificando demandas. - Establecer indicadores de calidad que permitan medir el nivel de satisfacción de los clientes con respecto a los mismos.
- Aplicar las herramientas para la determinación y análisis, solucionando causas de la no-calidad de los servicios turísticos.
- Redactar memorias de evaluación, aplicando técnicas de recopilación, sistematización, archivo y actualización de supuesta información obtenida.
- Evaluar el sistema de calidad y de gestión de cultura corporativa, identificando deficiencias y áreas de mejora, desarrollando planes de mejora.

## Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.5; C2 respecto a CE2.6 y CE2.7; C3 respecto a CE3.5 y CE3.6; C4 respecto a CE4.2 y CE4.7; C5 respecto a CE5.4.

### Otras Capacidades:

Responsabilizarse del trabajo que desarrolla y del cumplimiento de los objetivos.

Participar y colaborar activamente en el equipo de trabajo.

Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento, respetando los canales establecidos en la organización.

Cumplir las medidas que favorezca el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres.

Demostrar flexibilidad para entender los cambios.

Demostrar cierto grado de autonomía en la resolución de contingencias relacionadas con su actividad.

Valorar el talento y el rendimiento profesional con independencia del género.

## Contenidos

### 1 La planificación empresarial en las unidades de información y distribución turística

La planificación en el proceso de administración de una entidad.

Tipos de planes: objetivos, estrategias y políticas.

Fases del proceso de planificación.

Elementos del proceso de dirección por objetivos.

Sistemas de revisión periódica de la planificación en una entidad turística.

Características diferenciadoras de las entidades del sector turístico en el proceso de planificación.

Normativa aplicable sobre entidades vinculadas a la gestión de productos y servicios turísticos.

Tipología y clasificación de estas entidades.

Patrones de organización en entidades de gestión de productos y servicios turísticos.

Relaciones internas y externas de unidades de información y distribución de productos y servicios turísticos.

Tipos de información y documentos internos y externos que se generan en el marco de estructuras y relaciones interdepartamentales de unidades de información y distribución turísticas.

## 2 Definición de puestos de trabajo, selección y dirección de personal en unidades de información y distribución turísticas

Métodos para la definición de puestos de trabajo en una organización.

Métodos para la selección de trabajadores cualificados en una entidad.

Características diferenciadoras de una unidad de información y gestión de productos y servicios turísticos en la definición de puestos de trabajo y de selección de personal para los mismos.

Planificación de los RRHH en una oficina turística: horarios, temporadas, formación continua, otros.

La función de integración del personal de unidades de negocios.

Técnicas de comunicación y de motivación adaptadas a la integración de personal en las instituciones.

La dirección y el liderazgo en las organizaciones.

Negociación en el entorno laboral.

Solución de problemas y toma de decisiones.

Dinamización de equipos y reuniones de trabajo.

La evaluación, la formación y la motivación en el entorno laboral.

Características diferenciadoras de las unidades de información y distribución de productos y servicios turísticos en el ámbito de la dirección de recursos humanos.

## 3 El control presupuestario en unidades de información y distribución turísticas

Tipos de costes, características y cálculo.

Justificación de la gestión presupuestaria.

Tipos de presupuestos.

Clasificación de los presupuestos: el presupuesto base o maestro.

Elaboración de los presupuestos.

El control presupuestario.

Elementos diferenciadores del proceso presupuestario en una unidad de información y distribución de productos y servicios turísticos.

## 4 Estructuras organizativas y funcionales de distribuidores turísticos y entidades de información turística

Factores y líneas de estructuración para la eficacia de organizaciones.

Funciones propias de los departamentos que componen la entidad; puntos de unión entre ellos.

Fases de la generación de documentos tanto internos como externos.

Objetivos de las relaciones con otros tipos de entidades.

Competencias requeridas para realizar las tareas correspondientes en los puestos de trabajo.

Aplicaciones informáticas en unidades de información y distribución turísticas.

## 5 Gestión de la cultura corporativa y calidad en las unidades de distribución e información turísticas

Cultura corporativa, responsabilidad social corporativa (RSC).

Imagen de marca: misión, visión y valores.

Calidad en los productos y servicios y evolución histórica de la calidad.

Sistemas y normas de calidad.

La gestión de la calidad total.

El sistema de calidad del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).

Proceso de implementación de un sistema de calidad.

Diseño de los productos y servicios y sus estándares de calidad. Gestión de la calidad y los planes de mejora continua.

La evaluación de la satisfacción del cliente de productos y servicios turísticos.

Procedimientos para el tratamiento de quejas y sugerencias.

Gestión documental del sistema de calidad.

Evaluación del sistema de calidad.

## Parámetros de contexto de la formación

### Espacios e instalaciones

Los talleres e instalaciones darán respuesta a las necesidades formativas de acuerdo con el contexto profesional establecido en la unidad de competencia asociada, teniendo en cuenta la normativa aplicable del sector productivo, prevención de riesgos laborales, accesibilidad universal y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Taller de 4 m<sup>2</sup> por alumno o alumna.
- Instalación de 2 m<sup>2</sup> por alumno o alumna.

### Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionado con la gestión de unidades de información y distribución turísticas, que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:
  - Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.
  - Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.
2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

## MÓDULO FORMATIVO 4

### COMUNICACIÓN EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel:	2
Código:	MF9998_2
Asociado a la UC:	UC9998_2 - COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL
Duración (horas):	120



Estado:

BOE

## Capacidades y criterios de evaluación

- C1:** Aplicar técnicas de interpretación de ideas derivadas de informaciones orales en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, dentro del propio campo de especialización o de interés laboral, emitidas de forma presencial o a través de cualquier medio o soporte de comunicación sin excesivos ruidos ni distorsiones.
- CE1.1** Captar los puntos principales y detalles relevantes de mensajes grabados o de viva voz, bien articulados, que contengan instrucciones, indicaciones u otra información entre varios interlocutores.
- CE1.2** Comprender conversaciones informales en transacciones y gestiones cotidianas y estructuradas, o menos habituales, sobre temas de un entorno personal - identificación personal, intereses, otros-, familiar y profesional de clientes tipo.
- CE1.3** Interpretar instrucciones y mensajes orales, comprendiendo aspectos generales, realizando anotaciones y consiguiendo aclaraciones sobre aspectos ambiguos, siempre que pueda pedir que se le repita, o que se reformule, aclare o elabore algo de lo que se le ha dicho. **CE1.4** En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones orales, en una situación profesional definida en la que se simula la atención a un cliente:
- Identificar las demandas formuladas oralmente por el cliente, interno o externo, explicando las ideas principales a un superior.
  - Identificar los elementos no verbales de comunicación, haciendo evidente al interlocutor que se le presta la atención requerida.
  - Realizar anotaciones sobre elementos importantes del mensaje mientras se escucha el mismo.
  - Aplicar estrategias para favorecer y confirmar la recepción del mensaje.
- C2:** Aplicar técnicas de interpretación con un nivel de usuario básico en documentos escritos en lengua inglesa, con distintos tipos de informaciones y formato, garantizando la comprensión de textos cortos y simples, que traten de asuntos cotidianos o de su área de interés o especialización.
- CE2.1** Interpretar el sentido general, los puntos principales e información relevante de documentos con léxico habitual o menos frecuente, dentro de un área de interés o especialidad profesional e identificar herramientas y recursos de traducción de acceso rápido, justificando su uso.
- CE2.2** Interpretar el mensaje de cartas, faxes o correos electrónicos de carácter formal, oficial o institucional como para poder reaccionar en consecuencia.
- CE2.3** Localizar con facilidad información específica de carácter concreto en textos periodísticos en cualquier soporte, bien estructurados y de extensión media, reconociendo las ideas significativas e identificando las conclusiones principales siempre que se puedan releer alguna de las partes.
- CE2.4** Identificar, entendiendo la información específica de carácter concreto en páginas Web y otros materiales de referencia o consulta claramente estructurados sobre asuntos ocupacionales relacionados con su especialidad o con sus intereses.
- CE2.5** En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones escritas, a partir de documentos reales y habituales pertenecientes al campo de especialización:
- Identificar el tipo de información solicitada en cada apartado a fin de dar cumplida contestación.



- Identificar las características del tipo de documento incorporando la información demandada. - Extraer detalles específicos tales como nombres, horas, fechas, tarifas, cuotas, precios, características técnicas, u otras, de fuentes y textos diversos.
- Interpretar con exactitud expresiones específicas del ámbito profesional.
- Inferir el posible significado de palabras y expresiones desconocidas a partir del análisis del contexto en el que se encuentran.
- Traducir el contenido de los documentos garantizando el respeto a la temática de la actividad profesional.
- Comprobar la comprensión y comunicarlo a la persona responsable.

**CE2.6** Comprender la información específica de carácter concreto en avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro.

**CE2.7** Contextualizar la información traducida en textos escritos en lengua inglesa con un nivel de usuario básico.

**CE2.8** Traducir la documentación no compleja ni extensa de manera precisa, utilizando las herramientas de traducción adaptadas a la comprensión del texto.

**C3:** Expresarse oralmente, en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, demostrando claridad y detalle, en situaciones tipo no complejas del ámbito social y profesional, adecuando el discurso a la situación comunicativa.

**CE3.1** Identificar transacciones y gestiones tales como estructuras, registros y formalidades obteniendo los datos precisos para el desarrollo de la actividad profesional.

**CE3.2** En un supuesto práctico de simulaciones de transmisión de mensajes e instrucciones orales de forma presencial, directa, o telefónica:

- Transmitir el mensaje propuesto de forma precisa, clara.
- Describir oralmente las fases de las instrucciones o procedimientos propuestos, demostrando precisión.
- Utilizar el vocabulario correspondiente, así como otros elementos del lenguaje que produzcan un discurso claro y coherente.
- Expresar sugerencias comprobando su efecto sobre el interlocutor.
- Ofrecer la información verbal de forma clara en un discurso comprensible.

**CE3.3** Analizar la información no oral que se produce en intercambios o conversaciones para ser contrastada con el contexto y así conseguir los datos a obtener.

**CE3.4** Participar en conversaciones sencillas, formales, entrevistas y reuniones de carácter laboral, sobre temas habituales en estos contextos, intercambiando información y opiniones

**CE3.5** Utilizar con corrección el léxico específico del ámbito profesional con flexibilidad, adaptándolo a las características socioculturales del interlocutor y a las del contexto comunicativo dado, adecuando la formulación del discurso, el registro y los elementos no verbales de la comunicación.

**C4:** Mantener conversaciones comprensibles, en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, comprendiendo y proporcionando explicaciones en situaciones habituales tipo, rutinarias del ámbito profesional.

**CE4.1** En un supuesto práctico de intercambio de información oral, en simulaciones previamente definidas de atención y asesoramiento de clientes a través de conversaciones uno a uno:

- Aplicar las normas de protocolo en el discurso con el interlocutor.
- Informar utilizando las normas de protocolo y cortesía en el registro lingüístico.
- Emplear las estructuras y fórmulas de cortesía de la lengua y cultura del interlocutor, aplicándolas en saludos, despedidas, ofrecimientos, peticiones u otras.
- Expresarse con corrección, de manera comprensible, empleando las expresiones léxicas específicas adecuadas a la actividad profesional.
- Valorar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.

**CE4.2** Utilizar el vocabulario técnico adecuado en el marco de la actividad profesional, demostrando el nivel de eficacia y corrección que permita la comunicación, utilizando las expresiones técnicas habituales en las conversaciones con pautas de cortesía asociadas a la cultura de la lengua utilizada y del interlocutor.

**CE4.3** En un supuesto práctico de intercambio de información oral, previamente definido en el que se plantean situaciones delicadas o conflictivas:

- Identificar las normas de protocolo, aplicándolas en el saludo al interlocutor.
- Expresar aceptación, no aceptación, conformidad o rechazo en la atención de una consulta, queja o reclamación tipo, utilizando el lenguaje y la entonación adecuada a la situación.
- Pedir disculpas comunicando de manera sucinta los errores cometidos.
- Reformular las expresiones en las que se presentan dificultades.
- Valorar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.
- Presentar la situación al superior responsable para que él se encargue de su resolución.

**C5:** Aplicar técnicas de redacción y cumplimentación de documentos profesionales sencillos y habituales en las actividades laborales, en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, de manera precisa y en todo tipo de soporte, utilizando el lenguaje técnico apropiado, y aplicando criterios de corrección formal, léxica, ortográfica y sintáctica.

**CE5.1** Utilizar con corrección los elementos gramaticales, los signos de puntuación y la ortografía de las palabras de uso general y de las especialidades de su actividad profesional, así como un repertorio de estructuras habituales relacionadas con las situaciones más predecibles, no generando en ningún caso malentendidos y generando efecto de profesionalidad en el destinatario.

**CE5.2** Incorporar a la producción del texto escrito los conocimientos socioculturales y sociolingüísticos adquiridos relativos a relaciones interpersonales y convenciones sociales, seleccionando y aportando información, ajustando la expresión al destinatario, al propósito comunicativo, al tema tratado y al soporte textual con cortesía.

**CE5.3** En un supuesto práctico de gestión de reclamaciones, incidencias o malentendidos:

- Identificar los documentos para la formalización de la gestión deseada.
- Describir por escrito las características esenciales de la información o requerimiento propuesto.
- Expresar aceptación, no aceptación, conformidad o rechazo en la atención de una consulta,

- queja o reclamación tipo, utilizando el lenguaje adecuado a la actividad profesional. -
- Redactar un conjunto de instrucciones dirigidas al destinatario propio de la comunicación.
- Cumplimentar el documento específico detallando los datos requeridos con precisión.
- Resumir las informaciones procedentes de diversas fuentes en un informe breve y sencillo.
- Verificar la corrección gramatical y ortográfica del texto.
- Pedir disculpas comunicando de manera clara y sencilla los errores cometidos.

## Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.4; C2 respecto a CE2.5; C3 respecto a CE3.2; C4 respecto a CE4.1 y CE4.3; C5 respecto a CE5.3.

### Otras Capacidades:

Interpretar y ejecutar instrucciones de trabajo

Aprender nuevos conceptos o procedimientos y aprovechar eficazmente la formación utilizando los conocimientos adquiridos.

Mantener una actitud asertiva, empática y conciliadora con los demás demostrando cordialidad y amabilidad en el trato.

Trasmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa respetando los canales establecidos en la organización.

Adoptar códigos de conducta tendentes a transmitir el contenido del principio de igualdad. Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.

## Contenidos

### 1 Comprensión del mensaje oral emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Comprensión de textos orales: expresión e interacción.

Estrategias de comprensión: movilización de información previa sobre tipo de tarea y tema, identificación del tipo textual, adaptando la comprensión al mismo, distinción de tipos de comprensión, formulación de hipótesis sobre contenido y contexto, reformulación de hipótesis e información a partir de la comprensión de nuevos elementos, reconocimiento del léxico escrito común, distinción y aplicación a la comprensión del texto oral, los significados y funciones específicos generalmente asociados a diversas estructuras sintácticas de uso común según el contexto de comunicación, aspectos socioculturales y sociolingüísticos: convenciones sociales, normas de cortesía y registros; costumbres, valores, creencias y actitudes.

Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico oral de uso común (recepción). Patrones sonoros acentuales, rítmicos y de entonación.

### 2 Elaboración del mensaje oral emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Producción de textos orales: expresión e interacción.

Estrategias de producción.

Planificación: concebir el mensaje con claridad, distinguiendo su idea o ideas principales y su estructura básica, adecuar el texto al destinatario, contexto y canal.

Ejecución: expresar el mensaje con claridad y coherencia, estructurándolo adecuadamente y ajustándose, en su caso, a los modelos y fórmulas de cada tipo de texto, reajustar la tarea o el mensaje, tras valorar las dificultades y los recursos disponibles, apoyarse en y sacar el máximo partido

de los conocimientos previos, compensar las carencias lingüísticas mediante procedimientos lingüísticos, paralingüísticos o paratextuales.

Lingüísticos: definir o parafrasear un término o expresión, pedir ayuda, señalar objetos, usar deícticos o realizar acciones que aclaran el significado, usar lenguaje corporal culturalmente pertinente - gestos, expresiones faciales, posturas, contacto visual o corporal- y cualidades prosódicas convencionales.

Aspectos socioculturales y sociolingüísticos.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico oral de uso común (producción).

### 3 Comprensión del mensaje escrito emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Comprensión de textos escritos: expresión e interacción.

Estrategias de comprensión: identificación de información esencial, los puntos más relevantes y detalles importantes en textos, distinción de tipo de texto y aplicar las estrategias más adecuadas para comprender el sentido general, la información esencial, los puntos e ideas principales o los detalles relevantes del texto, aplicación a la comprensión del texto, los conocimientos sociolingüísticos, inferencia y formulación de hipótesis sobre significados a partir de la comprensión de distintos elementos, distinción de la función o funciones comunicativas principales del texto, reconocimiento del léxico escrito común y estructuras sintácticas de uso frecuente.

Aspectos socioculturales y sociolingüísticos.

Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico escrito de uso común (producción). Patrones gráficos y convenciones ortográficas.

### 4 Producción del mensaje escrito emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Producción de textos escritos: expresión e interacción.

Estrategias de producción. Planificación: movilizar las competencias generales y comunicativas con el fin de realizar eficazmente la actividad profesional, localizar y usar recursos lingüísticos o temáticos.

Ejecución: expresar el mensaje con claridad ajustándose a los modelos y fórmulas de cada tipo de texto, reajustar la tarea o el mensaje tras valorar las dificultades y los recursos disponibles, apoyarse en y sacar el máximo partido de los conocimientos previos, ajustarse a los patrones ortográficos, de puntuación y de formato de uso común, y algunos de carácter más específico.

Aspectos socioculturales y sociolingüísticos.

Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales. Estructuras sintáctico-discursivas: léxico escrito de uso común (producción).

## Parámetros de contexto de la formación

### Espacios e instalaciones

Los talleres e instalaciones darán respuesta a las necesidades formativas de acuerdo con el contexto profesional establecido en la unidad de competencia asociada, teniendo en cuenta la normativa aplicable del sector productivo, prevención de riesgos, salud laboral, accesibilidad universal y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Instalación de 3 m<sup>2</sup> por alumno o alumna.

### Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionadas con la comunicación en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:
  - Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.
  - Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.
2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

DEROGADA