

Código de la Clasificación Nacional de
Ocupaciones:

3314

Agente de desarrollo turístico



Formación para Hostelería

Descripción General ¿Quiénes son y qué hacen?

La labor del Agente de desarrollo turístico es conseguir la información necesaria de una zona geográfica concreta, para desarrollar posteriormente con la misma, labores de promoción de esa zona y así incrementar, con el turismo, su desarrollo.

Tareas habituales ¿Qué tareas realizan?

Sus tareas van encaminadas a la investigación en un área determinada, para así reconocer y detectar sus recursos y posibilidades turísticas, con el fin de crear un catálogo que le permita dar a conocer los productos, rutas, itinerarios, monumentos y con ello crear planes de comercialización.

Competencias Técnicas (Funciones, Tareas, Habilidades, Responsabilidades)

- Gestionar información turística.
- Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales.
- Gestionar unidades de información y distribución turísticas.
- Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.

GESTIONAR INFORMACIÓN TURÍSTICA

Seleccionar, almacenar y procesar información de interés sobre el entorno local para dar a conocer su potencial turístico, adaptándose a los requerimientos y necesidades de los clientes y a los objetivos del centro o de la planificación del destino.

- La información necesaria para llevar a cabo la elaboración de materiales y atención a visitantes y residentes se delimita para captar principalmente aquella que sea realmente útil a los fines que debe servir.
- Las fuentes de información se identifican y seleccionan para la obtención de los datos necesarios, en función de su fiabilidad, periodicidad, continuidad y grado de elaboración.
- Los soportes necesarios para la recogida de información de utilidad del destino y su área de influencia se diseñan de forma que faciliten la consecución de los fines para los que se crean y la actualización, registro y archivo de la información.
- El archivo y clasificación de la información se realiza de acuerdo con normas establecidas de forma que permanezca fácilmente accesible y facilite su explotación en función de los objetivos y/o públicos a los que vaya destinada.
- La actualización de los datos procedentes de las distintas fuentes se realiza de forma periódica, disponiendo así en todo momento de información fiable.
- La información procesada se dispone en soportes de difusión que permiten su conocimiento y utilización, tanto hacia el interior como hacia el exterior del centro informativo, adaptándola de forma que responda a los objetivos y tipología del centro de información de que se trate en cada caso y a los distintos segmentos de potenciales clientes y clientes reales a los que se dirige la actividad.
- La cesión y petición de información entre redes de centros o servicios de información turística se realiza mediante la utilización de soportes normalizados.

- Programar y controlar las actividades de un centro de información turística para adecuarlas a las características del entorno local y a las demandas de los clientes y alcanzar los objetivos previstos.
- La planificación turística del destino se analiza y emplea para adaptar el servicio.
- Los objetivos de carácter particular del centro se fijan en función de las necesidades de los clientes y del carácter informativo y promocional del servicio, en el marco de la planificación general de la entidad.
- El perfil de los usuarios actuales y potenciales del servicio se identifica y emplea para la adaptación de las actividades y servicios a sus demandas.
- Los programas de actuación se elaboran en función de los recursos disponibles, teniendo en cuenta las necesidades detectadas y la estacionalidad característica de la actividad.
- Los soportes previstos para la recogida de datos y seguimiento de la actividad del centro se formalizan, trasladan y archivan según los procedimientos establecidos.
- El análisis de los datos obtenidos a partir de los indicadores establecidos se realiza para controlar la actividad del centro, informar a la persona o institución responsable sobre los resultados de la gestión y proponer o, en su caso, adoptar las medidas correctivas oportunas y las innovaciones que demanda el mercado.
- Organizar los recursos necesarios para llevar a cabo la prestación de servicios del centro de información turística, adaptándose a las distintas situaciones que puedan plantearse o a las condiciones particulares del entorno local.
- Los espacios, mobiliario y equipamiento necesarios para la prestación del servicio se definen y disponen en función de criterios que faciliten una mejor atención a los usuarios, tanto en el caso de instalaciones estables como temporales.
- Las necesidades de inversión, reposición, gestión de permisos, señalización y, en su caso, almacenamiento, transporte y desmontaje, se planifican.
- El personal se distribuye en función de los programas que se ejecuten de forma que se asegure que todos los turnos y programas quedan atendidos, procurando además la motivación del personal y la adecuación de sus perfiles a los programas que se abordan.
- En el caso de existir, los uniformes y herramientas complementarias de identificación y trabajo del personal se inventarían, y se planifica su reposición y distribución.
- La señalización interna y externa se dispone de forma que los accesos a los puntos de información y su ubicación estén claramente visibles.
- La contratación de suministros y servicios, tales como telefonía, acceso a Internet, acometidas de luz y agua, servidor de la web, limpieza, rotulación y otros, se planifica y formaliza teniendo en cuenta las necesidades propias del centro, de la actividad y de la estacionalidad que le es característica.
- El procedimiento de difusión de la información se establece de forma que permita activar su utilización por parte de los potenciales usuarios y distribuidores- colaboradores y garantice su transmisión.
- La forma de organizar y gestionar el almacén y/o almacenes o centros de distribución se establece, de forma que permita una pronta localización individualizada de los materiales, según las necesidades del punto de información individual y una ágil distribución a los puntos de información dependientes.

- Atender y asesorar a visitantes y residentes en las demandas de información y en la formulación de quejas o reclamaciones, garantizando en todo momento la calidad de la información prestada.

- La recepción de los clientes se realiza con amabilidad, aplicando normas de cortesía y técnicas de acogida, utilizando los distintivos para la identificación personal en el caso de atención directa en los puntos de información.

- Se determinan las vías o canales para la atención y satisfacción de demandas de información y asesoramiento previas a la realización del viaje: página web, teléfono, correo postal, fax o correo electrónico.

- Las peticiones y solicitudes de información se atienden de forma objetiva y clara, utilizando todo tipo de medios para su transmisión, adaptándola a los distintos tipos de usuarios del servicio y buscando en todo momento obtener su satisfacción.

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

- La atención de quejas, reclamaciones y sugerencias se realiza de forma eficaz, asumiendo aquellas cuya solución sea posible, informando a los usuarios del servicio acerca de las instancias a que deben dirigirse en caso de imposibilidad de resolución o ausencia de competencia y procediendo a la documentación y archivo de las mismas.

- Las solicitudes de cesión o intercambio de información entre centros o redes de centros de información se atienden con la mayor brevedad posible, disponiéndose de la cantidad y calidad de información suficiente como para prestar un servicio satisfactorio.

* Tras realizar esta unidad, ¿sabes todo lo que habrás tenido que utilizar a modo de utensilios y maquinaria?. Te lo detallamos a continuación:

Medios y equipos ofimáticos con conexión a Internet. Mobiliario de oficina especialmente adaptado a las características del servicio. Pupitres de información para lugares estratégicos. Teléfono, fax y correo electrónico. Expositores de material informativo y promocional. Ediciones turísticas y, en su caso, material promocional y/o de venta.

Impresos y documentos administrativos. Documentación informativa. Material de oficina diverso.

* Cómo resultado de tu trabajo, al finalizar la unidad, habrás realizado:

Información de interés sobre el entorno seleccionada, clasificada y procesada.

Programación y control, a su nivel, de las actividades de un centro de información realizadas. Recursos necesarios para llevar a cabo la prestación del servicio de información turística organizados. Atención y asesoramiento al público por distintas vías en sus demandas de información, reclamaciones o quejas presentadas.

* La información obtenida o generada será:

Planificación estratégica del destino o zona turística. Información, especialmente del entorno local y en todo tipo de soportes, sobre mercados, destinos, productos, recursos y servicios turísticos, planos y mapas. Documentos para extender quejas o reclamaciones. Documentos para la gestión económico-administrativa. Legislación turística. Información sobre proveedores de servicios, precios y tarifas. Normativa interna del centro de información. Información específica adaptada y sintetizada para los visitantes. Informes de evaluación del servicio prestado.

CREAR, PROMOCIONAR Y GESTIONAR SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS LOCALES

Evaluar la potencialidad turística del entorno local, a partir de sus recursos, servicios e infraestructuras, teniendo en cuenta las tendencias y demandas reales y potenciales del mercado.

- Las fuentes de información se identifican y seleccionan para su utilización en la obtención de información.
- La información sobre la demanda turística actual y potencial del destino se identifica para detectar oportunidades de creación y desarrollo de productos turísticos locales.
- Los componentes de la oferta turística de su ámbito, como recursos, servicios e infraestructuras, se identifican y catalogan para disponer de la información básica para la creación del producto.
- Los destinos competidores y buenas prácticas se analizan para identificar su posicionamiento y sus productos y servicios turísticos desarrollados.
- Los métodos más adecuados para obtener un diagnóstico se aplican y las conclusiones sobre su posicionamiento se elaboran.

Participar en el diseño y mejora de productos y servicios turísticos locales, aportando sugerencias encaminadas a satisfacer las expectativas de la demanda actual y potencial y a rentabilizar los recursos y la oferta de servicios del entorno.

- Las posibilidades de explotación turística de su ámbito se identifican y se formula una propuesta razonada de delimitación de tipologías y productos turísticos, teniendo en cuenta criterios ambientales y de desarrollo sostenible.
- A partir de los objetivos fijados por la organización, se argumentan las posibilidades y alternativas de creación de nuevos productos o servicios turísticos o la mejora de los ya existentes, estimando su viabilidad comercial, técnica y financiera.
- La programación temporal para el desarrollo de los productos y servicios turísticos propuestos se sugiere, argumentando las estrategias de promoción más adecuadas para cada caso.
- La participación en la definición de los parámetros y criterios que permitirán evaluar la calidad de los productos o servicios turísticos locales se efectúa mediante la formulación de propuestas razonadas.
- Las conclusiones obtenidas y la información elaborada se trasladan a los superiores o responsables de la definición de la oferta turística de su ámbito en el tiempo y forma establecidos.

Contribuir al desarrollo, organización, control y venta de los productos o servicios turísticos definidos, de modo que resulten atractivos para su demanda potencial y se puedan comercializar.

- Las acciones necesarias para el desarrollo de los productos turísticos definidos se proponen y preparan siguiendo instrucciones y contribuyendo a determinar y organizar los recursos humanos y materiales necesarios para su implementación.
- La propuesta sobre las entidades, personas y servicios involucrados en el desarrollo de los productos turísticos locales definidos se formula razonadamente.
- Las acciones informativas y formativas necesarias se organizan, en su caso, para que las entidades, personas y servicios involucrados tengan conocimiento de los productos turísticos definidos y adquieran la capacitación prevista para el desarrollo de los mismos.

- La formulación de orientaciones precisas para asegurar la ejecución de las acciones de acuerdo con el programa elaborado se efectúa en el marco de las directrices recibidas.

- La comprobación de que el producto o servicio turístico diseñado se desarrolla en el tiempo y forma establecidos se efectúa para verificar que se cumplen las especificaciones definidas.

Gestionar actos y programas de promoción turística encaminados a la consecución de los objetivos fijados.

- Ideas y sugerencias se aportan a los responsables de la definición de la acción promocional en la zona acerca de:

-> Identificación y selección del público objetivo: demanda y operadores del mercado turístico.

-> Medios de comunicación, soportes y formas publicitarias más adecuados para llegar al público objetivo.

-> Actuaciones de promoción.

-> Participación en eventos de ámbito local, insular, provincial, nacional o internacional.

-> Diseño y preparación de materiales gráficos de promoción.

- La colaboración en la programación de cada acción de promoción se efectúa formulando propuestas acerca de:

-> Condiciones de participación, si es un acto externo a la entidad.

-> Planning temporal de acciones y programas.

-> Recursos humanos y materiales necesarios.

-> Competencias y funciones de cada persona, así como plazo y condiciones para su realización.

-> Planning horario del desarrollo de cada acto.

-> Proveedores que intervienen en el proceso de montaje, decoración u otros servicios para la realización del acto.

- Las acciones y tareas previstas se asignan al personal involucrado, previamente formado, asegurando la ejecución de las acciones de acuerdo con el programa establecido.

- Las diferentes acciones promocionales se realizan facilitando información, distribuyendo materiales promocionales y atendiendo a peticiones específicas de clientes potenciales.

- La participación en el control del desarrollo de la acción promocional se efectúa, asegurándose de que ésta se realiza con arreglo a la programación prevista y de que se informa a las personas o departamentos correspondientes en el tiempo y forma establecidos.

* Tras realizar esta unidad, ¿sabes todo lo que habrás tenido que utilizar a modo de utensilios y maquinaria?. Te lo detallamos a continuación:

Medios y equipos ofimáticos con conexión a Internet. Mobiliario de oficina especialmente adaptado a las características del servicio. Teléfono y fax. Expositores de material informativo y promocional. Stands para promoción turística en ferias y eventos. Equipos y material audiovisual. Material promocional.

* Cómo resultado de tu trabajo, al finalizar la unidad, habrás realizado:

Información y documentación relevantes para el sector turístico local analizadas.

Participación en la creación, desarrollo y mejora de productos y servicios turísticos de la zona o localidad realizada. Promoción de destinos y productos turísticos locales. Calidad de los servicios y equipamientos que componen el producto turístico local evaluada.

* La información obtenida o generada será:

Directrices y estrategias generales de la entidad. Planes estratégicos o directores del destino. Información y documentación sobre mercados y operadores turísticos.

Información sobre recursos, servicios y productos turísticos de la zona en todo tipo de soportes. Legislación turística general y particular. Información sobre acciones comerciales y canales de distribución actuales y pasados de la entidad.

GESTIONAR UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

Proponer objetivos y planes para la unidad de información o distribución de oferta turística de su responsabilidad, que sean viables y se integren en la planificación general y estratégica de la entidad, y que respondan a las demandas actuales y emergentes de los viajeros, proveedores de servicios del destino y otros usuarios de la unidad.

- Por medio de información directa y expresa se accede al conocimiento de los planes generales de la empresa o entidad y de los específicos que afectan a su área de actuación.

- Los objetivos de carácter particular para la unidad de su responsabilidad se definen y se proponen a sus superiores.

- Las opciones de actuación se identifican y evalúan, y se seleccionan las más adecuadas a los objetivos fijados, teniendo en cuenta la disponibilidad de recursos, los periodos de temporada alta de los destinos y las características de la empresa o entidad.

- Los planes y acciones para conseguir los objetivos fijados dentro de su área de responsabilidad se formulan y cuantifican, para revisar su grado de cumplimiento.

Confeccionar los presupuestos del departamento o área de su responsabilidad, efectuando el seguimiento económico y el control presupuestario.

- Los datos históricos de la unidad de su responsabilidad se revisan y las previsiones económicas se establecen, de acuerdo con la planificación general de la empresa o entidad, con el número y variedad de servicios programados y con los objetivos cuantitativos y cualitativos fijados para la unidad de información y distribución de oferta turística.

- Los presupuestos económicos y de tesorería se confeccionan aplicando técnicas de previsión y presupuestación, y estableciendo su cuantificación y periodicidad en función de la estacionalidad propia de la actividad turística.

- Los presupuestos se presentan a sus superiores jerárquicos, considerando las observaciones que éstos formulen para hacer las modificaciones necesarias.

- El procedimiento para el seguimiento del presupuesto de su unidad se define y aprueba.
- El control presupuestario se efectúa en los plazos y términos establecidos, comprobando el cumplimiento de los objetivos económicos.
- Los cálculos necesarios para detectar posibles desviaciones respecto a los objetivos económicos se realizan de forma precisa, proponiendo las medidas correctivas adaptadas a cada caso, que permitan, no obstante, mantener los servicios más competitivos o con mayor impacto estratégico en los periodos de temporada alta.
- Los resultados del control presupuestario se transmiten mediante los informes adecuados a las personas y departamentos correspondientes, en el tiempo y forma establecidos.

Establecer la estructura organizativa de la unidad de información y distribución de oferta turística, determinando y organizando los recursos necesarios para el logro de los objetivos.

- El tipo de estructura organizativa que resulta más adecuado para el logro de los objetivos y planificación establecidos se determina, adaptándola a la estacionalidad propia de la actividad y en función de las disponibilidades de financiación.
 - La incorporación a las redes de intercambio de información y cooperación más adecuadas se propone, para rentabilizar sinergias, garantizar la imprescindible actualización permanente de la información y oferta turística y agilizar su distribución.
 - Las funciones y tareas que deben realizarse, las relaciones internas de la unidad y las relaciones con otros agentes turísticos y sociales de su ámbito territorial y área de influencia se establecen.
 - Los recursos necesarios se determinan, considerando las variables estacionales o periódicas derivadas de los hábitos viajeros.
 - Los puestos de trabajo se definen y el perfil de los informadores y comercializadores turísticos que deben ocuparlos se contribuye a definir.
 - En el proceso de selección del personal que ocupa los puestos de la unidad de trabajo se colabora.
 - El trabajo se organiza y se distribuye entre el equipo humano de su dependencia.
- Integrar y dirigir al personal dependiente, involucrándolo en los objetivos y motivándolo para que tenga una alta capacidad de respuesta a las necesidades de los clientes y desarrolle su profesionalidad.
- En la integración, formación y evaluación del personal dependiente se participa, para que realice las tareas asignadas con eficacia y eficiencia.
 - Las motivaciones del personal dependiente en su ámbito de responsabilidad se identifican.
 - Las metas y objetivos de la entidad o empresa turística se explican para su comprensión y asunción por cada miembro del equipo humano dependiente, de forma que se involucre en los mismos y se integre en el grupo de trabajo correspondiente.
 - La motivación del personal de la unidad de su responsabilidad se logra promoviendo y valorando la iniciativa, el esfuerzo, la creatividad y su papel en la transmisión de imagen de marca del distribuidor turístico, destino o ámbito territorial, y en el trabajo en equipo.

- Las responsabilidades y funciones del personal se determinan y la autoridad necesaria para su cumplimiento se delega.
- Las instrucciones e indicaciones al personal se transmiten de forma clara, asegurándose de su perfecta comprensión.
- Las reuniones con el personal, necesarias para establecer objetivos y para efectuar el seguimiento del desempeño, se fijan y dirigen, formalizando los informes pertinentes.
- La productividad, rendimiento y consecución de objetivos del personal se evalúa, reconociendo el éxito y corrigiendo actitudes y actuaciones.

Implementar y gestionar, en su ámbito de responsabilidad, la cultura de la calidad y el sistema de calidad adoptado, para conseguir los objetivos de la empresa o entidad.

- Los servicios en su ámbito de responsabilidad se diseñan con su contribución, aportando su conocimiento sobre las expectativas de los distintos tipos de clientes, tales como usuarios finales, agentes turísticos del destino y otros, y colaborando en la determinación de estándares de calidad y en la formulación de procedimientos e instrucciones de trabajo acordes con el sistema de calidad.
- La cultura de la calidad se difunde entre el personal a su cargo, instruyéndole en el sistema y herramientas de calidad y fomentando su participación en la mejora continua.
- El sistema de calidad se implementa, identificando las condiciones adversas a la calidad, tanto actuales como potenciales, y diseñando y ejecutando planes de mejora.
- El sistema de indicadores y de control de la calidad interna se define, analizando los datos aportados, informando a sus superiores y a otros departamentos implicados y definiendo y aplicando acciones preventivas y correctivas.
- Los procedimientos para la recogida y análisis de información sobre la calidad externa y las encuestas de satisfacción, o métodos equivalentes, se diseñan con su colaboración, facilitando y fomentando la participación de los clientes.
- La aplicación de los procedimientos e instrucciones y el cumplimiento de los estándares y normas se comprueba, efectuando la evaluación periódica y sistemática de la calidad en su ámbito de responsabilidad.

* Tras realizar esta unidad, ¿sabes todo lo que habrás tenido que utilizar a modo de utensilios y maquinaria?. Te lo detallamos a continuación:

Equipos informáticos. Internet. Aparatos telefax. Teléfonos. Redes telemáticas de distribución e intercambio de información y oferta turística. Manuales de planificación.

Manuales de archivo, actualización y gestión de la información. Manuales de procedimiento administrativo. Formularios de presupuestación. Manuales de elaboración de documentos. Manuales de comunicación. Manuales de procedimientos de control de calidad.

* Cómo resultado de tu trabajo, al finalizar la unidad, habrás realizado:

Planificación y organización eficiente de la unidad de su responsabilidad. Integración, dirección y coordinación del personal dependiente. Consecución de objetivos: prestación rentable del servicio, desarrollo estratégico de nuevos servicios, contribución a la creación y distribución de servicios y productos turísticos y al desarrollo territorial, entre otros. Personal motivado e involucrado en los objetivos de la empresa o entidad y consciente de su papel en la transmisión de imagen de toda la

cadena turística de su ámbito territorial. Organización, ejecución y control en la unidad de su responsabilidad de la política de calidad de la empresa o entidad. Optimización de costes. Fidelización de clientes. Informes de gestión de recursos humanos y de resultados en la atención a consumidores y proveedores de información y oferta turística.

* La información obtenida o generada será:

Plan estratégico de la empresa o entidad y, en su caso, de su ámbito territorial de actuación. Información impresa, en soportes magnéticos y en páginas web sobre su ámbito territorial de actuación y su área de influencia, productos y servicios turísticos; precios y tarifas; requisitos exigibles, normativas y derechos y vías de reclamación aplicables a los viajeros nacionales e internacionales; normativa de proveedores y prestatarios de servicios. Bases de datos e inventarios turísticos. Información económica y administrativa de la empresa o entidad. Presupuestos. Informes de gestión. Plan de calidad de la empresa o entidad. Inventarios de material y equipamiento. Fichero de clientes, visitantes y proveedores. Registro de personal. Disposiciones legales y convenios colectivos. Manual y normativa interna de la empresa o entidad. Registros de calidad. Albaranes, vales y facturas.

COMUNICARSE EN INGLÉS, CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE, EN LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Interpretar mensajes orales de complejidad media en inglés, expresados por los clientes y proveedores a velocidad normal en el ámbito de la actividad turística, con el objeto de prestar un servicio adecuado, conseguir la satisfacción del cliente, materializar las ventas e intercambiar información con otros profesionales de su ámbito.

- La expresión oral del cliente o el profesional en inglés, empleando un lenguaje estándar se interpreta con precisión en situaciones predecibles tales como:

-> Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística o eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.

-> Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.

-> Resolución de quejas y reclamaciones.

-> Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.

-> Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.

-> Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.

-> Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.

-> Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.

-> Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.

-> Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.

-> Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.

-> Información y formación para implantar sistemas de calidad turística.

- La comprensión oral en inglés se produce adecuando la interpretación a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como el medio de comunicación, presencial o telefónico, número y características de los emisores del mensaje, claridad de la pronunciación, costumbres en el uso de la lengua y tiempo del que se dispone para la interacción, y se interpreta en lo esencial, aunque existan distintos acentos, ruido ambiental, interferencias y distorsiones.

Interpretar, sin precisar un diccionario, documentos de complejidad media escritos en inglés, en el ámbito de la actividad turística, para obtener información, procesarla y llevar a cabo las acciones oportunas.

- La documentación escrita en inglés referente a instrucciones, informes, manuales, publicidad, cartas, faxes, correos electrónicos y notas, se interpreta con detalle y agilidad en situaciones predecibles, tales como:

-> Consulta de un manual de maquinaria, equipamiento o utensilio de la actividad turística.

-> Consulta de un manual de aplicación informática.

-> Petición de información, reservas y pedidos.

-> Lectura de mensajes, cartas, faxes y correo electrónico.

-> Información sobre destinos, servicios y precios.

- La comprensión escrita en inglés se produce adecuando la interpretación a los condicionantes que la pueden afectar, tales como:

-> El canal de la comunicación: fax, e-mail o carta.

-> Costumbres en el uso de la lengua.

-> Grafía deficiente.

-> Impresión de baja calidad.

Expresar a clientes y proveedores en inglés, mensajes orales fluidos, de complejidad media, en el ámbito del turismo, en situaciones de comunicación presencial o a distancia, con el objeto de prestar un servicio adecuado, conseguir la satisfacción del cliente, materializar las ventas e intercambiar información.

- La expresión oral en inglés se realiza produciendo mensajes coherentes que emplean un vocabulario amplio relacionado con la actividad y son emitidos con fluidez y espontaneidad en reuniones, recepciones y conversaciones referidas a situaciones propias de la actividad turística, tales como:

-> Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística, eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.

-> Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.

-> Acompañamiento, asistencia e información al pasajero en medios de transporte marítimo y ferroviario.

- > Resolución de quejas y reclamaciones.
- > Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- > Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- > Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- > Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos
- > Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- > Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- > Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- > Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.

- La expresión oral en inglés se produce atendiendo a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como el medio de comunicación, presencial o telefónico, número y características de los interlocutores, costumbres en el uso de la lengua y tiempo del que se dispone para la interacción, aunque exista ruido ambiental, interferencias y distorsiones.

Producir en inglés, documentos escritos de complejidad media, correctos gramatical y ortográficamente, necesarios para el cumplimiento eficaz de su cometido y para garantizar los acuerdos propios de su actividad, utilizando un vocabulario amplio propio de su ámbito profesional.

- La expresión escrita en inglés se realiza cumplimentando o produciendo instrucciones, cartas, faxes, correos electrónicos y notas coherentes, inteligibles y correctas en la gramática y ortografía, referidos a situaciones propias de la actividad turística, tales como:

- > Redacción de información de interés general para el cliente, tales como horarios, fechas y precios.
- > Notificación de avisos para clientes de un evento.
- > Redacción y cumplimentación de documentos relacionados con la gestión y comercialización de una agencia de viajes u oficina de información turística.
- > Realización de reservas y venta de servicios y productos turísticos.
- > Atención por escrito de demandas informativas de clientes o profesionales del sector.
- > Gestión de reservas y confirmación de servicios por escrito.
- > Resolución de quejas y reclamaciones por escrito.
- > Formalización de documentos de control, contratos y bonos.
- > Elaboración de informes.
- > Solicitudes por escrito de información a clientes, proveedores y profesionales del sector.

-> Información básica sobre eventos en restauración, como fecha, lugar y precio.

- La expresión escrita en inglés se produce atendiendo a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como:

-> Comunicación formal o informal.

-> Costumbres en el uso de la lengua.

-> Canal de comunicación.

-> Características de los receptores del mensaje.

-> Calidad de la impresión o de la grafía.

Comunicarse oralmente con espontaneidad con uno o varios clientes o proveedores en inglés, en la prestación de servicios turísticos.

- La interacción en inglés se realiza produciendo e interpretando los mensajes orales de uno o varios interlocutores, expresados con fluidez en situaciones propias de la actividad turística, tales como:

-> Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística o eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.

-> Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.

-> Resolución de quejas y reclamaciones.

Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.

-> Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.

-> Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.

-> Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.

-> Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.

-> Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.

-> Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.

-> Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.

-> Comunicación y coordinación con los representantes y técnicos de los servicios encargados del desarrollo de las actividades de ocio complementarias fuera del establecimiento.

- La interacción en inglés se produce, si se emplea un lenguaje estándar, atendiendo a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como el medio de comunicación, presencial o telefónico, número y características de los interlocutores, costumbres en el uso de la lengua, claridad de

la pronunciación y tiempo del que se dispone para la interacción, aunque existan distintos acentos, ruido ambiental, interferencias y distorsiones.

* Tras realizar esta unidad, ¿sabes todo lo que habrás tenido que utilizar a modo de utensilios y maquinaria?. Te lo detallamos a continuación:

Equipos informáticos, impresora, teléfono y fax. Aplicaciones informáticas. Material de turismo. Diccionario. Material de oficina.

* Cómo resultado de tu trabajo, al finalizar la unidad, habrás realizado:

Comunicación interactiva independiente con clientes y profesionales del sector en inglés para la prestación de servicios turísticos, gestión y comercialización de los establecimientos, venta de servicios y destinos turísticos y negociaciones con clientes y proveedores. Interpretación de documentos profesionales y técnicos, relacionados con la actividad turística.

* La información obtenida o generada será:

Manuales de lengua inglesa sobre gramática, usos y expresiones. Diccionarios monolingües, bilingües, de sinónimos y antónimos. Publicaciones diversas en inglés: manuales de turismo, catálogos, periódicos, revistas especializadas en eventos y oficinas turísticas. Manuales de cultura de los angloparlantes de diversas procedencias.

Requisitos para ejercer

Nivel académico o de conocimientos generales: equivalente a BUP/COU/FPII

Nivel profesional: no se requiere.

Condiciones Físicas: Ninguna en especial salvo aquellas que impidan el normal desarrollo de la profesión.

Condiciones ¿Dónde se realiza y bajo qué condiciones?

Al ser un trabajo de investigación y recopilación de información, de una zona turística, se desarrolla tanto viajando, para conocer dicha zona, como en un despacho donde organizar y planificar los catálogos, para la creación de los planes de comercialización.

Riesgos profesionales

Accidentes ocasionales en los desplazamientos por la zona.

Afecciones respiratorias por los cambios bruscos de temperatura al pasar de un ambiente a otro.

¿Qué herramientas emplean?

Equipos informáticos con conexión a Internet, mapas, guías turísticas, guías de alojamiento, guías gastronómicas, guías de viaje, libros de consulta, etc...

Consejos para ser un buen profesional ¿Qué se necesita para tener éxito?

Es necesario poseer inquietudes por el trabajo de investigación a nivel turístico, conocer la normativa jurídica en materia de ordenación territorial o donde conseguirla, y ciertos conocimientos de marketing para la aplicación en los planes de comercialización.

Formación específica en estas áreas.