

Código de la Clasificación Nacional de  
Ocupaciones:

4521

Promotor de agencia de viajes minorista



Formación para Hostelería

## Descripción General ¿Quiénes son y qué hacen?

Su trabajo fundamental consiste en la venta de servicios y productos turísticos, asesorando e informando a los clientes de los distintos destinos existentes, en función de los deseos de los clientes.

Además de llevar la gestión administrativa de dichos productos turísticos.

## Tareas habituales ¿Qué tareas realizan?

Vender servicios y productos turísticos

Desarrollo de la gestión económico-administrativa

Gestión del departamento de la agencia de viajes.

## Competencias Técnicas (Funciones, Tareas, Habilidades, Responsabilidades)

- Vender servicios turísticos y viajes.
- Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes.
- Gestionar unidades de información y distribución turísticas.
- Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.
- VENDER SERVICIOS TURÍSTICOS Y VIAJES. -

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.

- Las informaciones que solicitan los cliente se atienden identificando sus motivaciones e interpretando sus expectativas.
- Los soportes informativos y los medios de acceso a la información se utilizan de forma eficiente a fin de determinar las opciones disponibles.
- Los precios o tarifas, así como los cargos adicionales aplicables, se concretan de forma precisa y completa.
- 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.
- 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.
- La comunicación con los clientes es fluida, utilizando el medio más eficaz y, en caso necesario, un idioma extranjero para poder conseguir una buena interacción y comprensión en la comunicación.

Vender servicios y productos turísticos satisfaciendo las necesidades del cliente y obteniendo ingresos y rendimientos óptimos para la empresa.

- Se presta la atención debida al cliente, identificado sus motivaciones.

Los datos del cliente y de los servicios o productos requeridos por él se registran en el soporte previsto para ello.

- Los soportes informativos y los medios de acceso a la información se utilizan de forma eficiente a fin de determinar las opciones disponibles.

- Los precios o tarifas, así como los cargos adicionales aplicables, se concretan debidamente.

- 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.

- 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.

- 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.

- 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.

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

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

- 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.

- 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.

- 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.

- 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.

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

- 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.

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

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.

- 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.

- 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.

- Las acciones promocionales enca minadas a fidelizar a los clientes actuales y a captar nuevos clientes se diseñan y programan, desarrollando los elementos de soporte para las mismas.

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

- 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.

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

Participar en la mejora de la calidad de los servicios que prestan para elevar el nivel de satisfacción de los clientes.

- El trabajo se realiza cumpliendo o superando los estándares de calidad logrando la satisfacción de las expectativas de los clientes.

- Su conocimiento directo acerca de los la información que los clientes le aportan, tanto de sus expectativas como de sus quejas o sugerencias deberá comunicarlo a su supervisor o a la dirección de la entidad, efectuando sugerencias de mejora.

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

- 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.

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

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

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.

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

- 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 tour-operadores, boletines y mensajes de confirmación, etc.) emitidos o enviados.

\* La información obtenida o generada será:

- 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.

- DESARROLLAR LA GESTIÓN ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA DE AGENCIAS DE VIAJES. -

Controlar los documentos y material y confeccionar partes e informes de venta para evitar costes innecesarios.

- Las necesidades de documentos y material se determinan y se efectúan los pedidos correspondientes.

- Los documentos y material recibidos se controlan, registran, clasifican y almacenan, siguiendo las instrucciones y normas de los proveedores y de la entidad.

- Los documentos y material necesarios se entregan a las personas que han de utilizarlos, retirando, al final de la jornada, los excedentes.

- Los documentos emitidos se controlan, comprobando su ingreso en los soportes de ventas y en los registros de inventario.
- Los 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.
- 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.

Facturar, abonar y liquidar cargos o créditos de clientes de forma precisa.

- Los albaranes y facturas con cargo a clientes se originan como consecuencia de las ventas efectuadas.
- Los anticipos o saldos debidos se cobran a los clientes, formalizando los documentos contables previstos en los procedimientos.
- 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.
- Las copias de los documentos originados se distribuyen y, además, se archivan o remiten, en la forma establecida en los correspondientes procedimientos.

Controlar las cuentas de clientes con crédito y gestionar el cobro de los importes vencidos para evitar desajustes económicos.

- Las relaciones periódicas de facturas y abonos se elaboran y remiten a los clientes.
- La evolución de las cuentas de los clientes se controlado debidamente, comprobando que sus saldos se encuentran dentro los límites autorizados.
- Las cuentas de crédito de clientes se analizan para determinar el volumen, la composición y la evolución de sus compras, emitiendo los informes pertinentes.
- 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.
- Se informa sobre las incidencias habidas, especialmente las referidas a los incumplimientos de pago por parte de clientes

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

- El archivo de documentos emitidos y de registro de operaciones se mantiene debidamente ordenado, actualizado y referenciado.
- Las liquidaciones de ventas y facturas de proveedores se controla, informando de la conformidad para su pago o emitiendo el oportuno informe de incidencias.
- Las solicitudes de regularización de cargos incorrectos se originan, remitiéndolas a los proveedores.
- Los partes de incidencias y reclamaciones contables y administrativas, tanto internas como externas, se investigan, resuelven y, en su caso, contestan.

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

- 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.

- Ha ingresado los documentos de pago, dinero en efectivo, moneda extranjera y cheques de viajero se ingresan, remesando recibos con cargo a clientes.

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

- 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.

- 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.

- Las medidas de seguridad necesarias se adoptan para evitar robos y pérdidas.

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

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

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

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.

\* La información obtenida o generada será:

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.

- GESTIONAR UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE OFERTA TURÍSTICA. -

Proponer objetivos y planes de oferta turística que sean viables y se integren en la planificación general de la entidad.

- 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 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.

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

- Se revisan los datos económicos de años anteriores y las previsiones económicas se establecen, de acuerdo con la planificación general de la empresa o entidad y con los objetivos fijados.

- Los presupuestos económicos y de tesorería se confeccionan aplicando técnicas de previsión y presupuestación, y estableciendo su cuantificación y periodificación.

- 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.

- 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.

- Las funciones y tareas que deben realizarse se definen.

- Los recursos necesarios se determinan.



- Los puestos de trabajo se definen y el perfil profesional de las personas que deben ocuparlos se contribuye a definir.

- En el proceso de selección de las personas que ocupan los puestos 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: Título de BUP o equivalente, o nivel de conocimientos generales similares.

Experiencia profesional: No se requiere experiencia laboral previa.

Condiciones físicas: Ausencia de limitaciones físicas que impidan el normal desarrollo de la actividad.

### Condiciones ¿Dónde se realiza y bajo qué condiciones?

Su trabajo se desarrolla fundamentalmente en las oficinas correspondientes a la agencia de viajes, con conexión directa a los mayoristas, así como con los hoteles, hostales, etc.

### Riesgos profesionales

Los derivados de una postura inadecuada en el trabajo, pues la mayor parte del mismo lo realizan sentados, por tanto, dolores de espalda, riesgo de varices.

Se aconseja levantarse cada cierto tiempo y andar un poquito.

### ¿Qué herramientas emplean?

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.  
Manuales de planificación.  
Manuales de archivo y gestión de la información.  
Manuales de procedimiento administrativo.  
Manuales de elaboración de documentos.  
Manuales de comunicación.  
Manuales de procedimientos de control de calidad.  
Informes de gestión de recursos humanos.  
Mapas, guías turísticas, guías de alojamiento, guías gastronómicas, guías de viaje, libros de consulta.  
Maquinaria  
- mesas de informática.  
- sillas tipo secretaria con respaldo alto  
- ordenadores  
- impresoras  
- pantalla terminal  
- máquina detectora de billetes falsos  
- lectora de tarjetas de crédito  
- datáfono  
- teléfono  
- télex  
- telefax  
- fotocopidora  
- guillotina  
- calculadoras  
- teletipo

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

Es necesario poseer inquietudes por el trabajo a nivel turístico, conocer la normativa jurídica o donde conseguirla, y ciertos conocimientos de marketing y técnicas de venta para la aplicación en los planes de comercialización. Manejo fluido de las herramientas informáticas e Internet. Conocimiento de la documentación y cómo gestionarla.