

## CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: Gestión de productos turísticos

<i>Familia Profesional:</i>	<b>Hostelería y Turismo</b>
<i>Nivel:</i>	<b>3</b>
<i>Código:</i>	<b>HOT772_3</b>
<i>Estado:</i>	<b>BOE</b>
<i>Publicación:</i>	<b>RD 148/2022</b>

### Competencia general

Crear, vender y operar viajes combinados, excursiones, traslados, servicios de hostelería y turismo para eventos y otros productos turísticos sostenibles, gestionando el departamento o unidad correspondiente de la agencia de viajes o entidad equivalente y desarrollando la gestión económico-administrativa inherente, utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa, y/o una segunda lengua, de manera que se cumplan los objetivos de la empresa o entidad y las expectativas de los clientes.

### Unidades de competencia

- UC1055\_3:** Operar viajes combinados, excursiones y traslados en turismo
- UC1056\_3:** Gestionar servicios de hostelería y turismo en la realización de eventos
- UC2567\_3:** Gestionar la venta y desarrollo económico-administrativo de productos turísticos en agencia de viajes
- UC0268\_3:** GESTIONAR UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS
- UC9999\_3:** COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE (B1), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL
- UC9996\_2:** COMUNICARSE EN UNA SEGUNDA LENGUA EXTRANJERA DISTINTA DEL INGLÉS 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

Desarrolla su actividad profesional en el área de hostelería y turismo, dedicada a la gestión de productos turísticos tanto en entidades de naturaleza pública o privada, en grandes, medianas y pequeñas empresas, tanto por cuenta propia como ajena con independencia de su forma jurídica. Desarrolla su actividad dependiendo, en su caso, funcional y/o jerárquicamente de un superior. Puede tener personal a su cargo en ocasiones, por temporadas o de forma estable. En el desarrollo de la actividad profesional se aplican los principios de sostenibilidad, accesibilidad universal y diseño universal o diseño para todas las personas de acuerdo con la normativa aplicable.

#### Sectores Productivos

Se ubica en el sector productivo turístico, en el subsector de la distribución y promoción turística.

#### 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.*

- Transferistas
- Organizadores de conferencias y eventos
- Responsables de departamento de eventos en entidades hoteleras
- Promotores de agencia de viajes mayoristas
- Empleados de departamento de reservas
- Jefes de oficina de agencias de viajes emisoras
- Jefes del departamento de reservas
- Responsables del departamento nacional o internacional en agencias de viajes mayoristas o en empresas profesionales organizadoras de congresos u OPC (Organizadores profesionales de congresos) y en entidades organizadoras de eventos y ferias
- Programadores de viajes combinados en agencias de viajes mayoristas y minoristas
- Coordinadores de calidad en agencias de viajes emisoras
- Jefes del departamento de empresas de agencias de viajes emisoras
- Vendedores de agencias de viajes minoristas
- Empleados de entidades organizadoras de ferias y eventos
- Técnicos o promotores de centros de congresos
- Técnicos o promotores de Oficina de Congresos y de empresas organizadoras u OPC (Organizadores profesionales de congresos)

### **Formación Asociada** (870 horas)

#### **Módulos Formativos**

- MF1055\_3:** Operativa de viajes combinados, excursiones y traslados en turismo (150 horas)
- MF1056\_3:** Gestión de servicios de hostelería y turismo en la realización de eventos (150 horas)
- MF2567\_3:** Gestión de venta y desarrollo económico-administrativo de productos turísticos en agencia de viajes (210 horas)
- MF0268\_3:** GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS (120 horas)
- MF9999\_3:** COMUNICACIÓN EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE (B1), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL (120 horas)
- MF9996\_2:** COMUNICACIÓN EN UNA SEGUNDA LENGUA EXTRANJERA DISTINTA DEL INGLÉS 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 unidades de competencia actuales y sus equivalentes suprimidas del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales**

<b>Unidad de Competencia actual del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (código)</b>	<b>Requisitos adicionales</b>	<b>Unidad de Competencia suprimida del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (código)</b>
UC2567_3	NO	UC0266_3
UC2567_3	NO	UC0267_2

## UNIDAD DE COMPETENCIA 1

### Operar viajes combinados, excursiones y traslados en turismo

Nivel: 3  
Código: UC1055\_3  
Estado: BOE

#### Realizaciones profesionales y criterios de realización

**RP1:** Analizar la competencia y oferta del mercado en viajes combinados, excursiones y traslados para determinar el cliente objetivo y diseño de la operativa, asegurando que valores de sostenibilidad, inclusión, expectativas del cliente y objetivos comerciales del operador y/o empresa se cumplan.

**CR1.1** El estudio de la oferta del mercado en viajes combinados, excursiones y traslados se analiza en lo referente a la búsqueda de nuevos target o cliente objetivo, adaptando el diseño a las necesidades de la oferta.

**CR1.2** La oferta propia y de la competencia, tanto actual como de campañas anteriores se analiza en lo referente a destinos ofertados, características de los productos, servicios y complementos incluidos, prestatarios, opciones y variables disponibles, retribuciones ofrecidas a los intermediarios vendedores, niveles de ventas y resultados económicos, asegurando que el retorno económico y comercial sea beneficioso.

**CR1.3** El itinerario y servicios incluidos en los viajes combinados excursiones y traslados se determinan en función del mercado y segmento al que se destina el producto o de las demandas específicas del cliente, atendiendo a los parámetros de seguridad del equipo externo que va a realizar el viaje combinado excursión o traslado, cumpliendo el plan sobre prevención de riesgos laborales y aplicando para ello los conocimientos sobre los destinos, servicios turísticos, y los resultados del análisis de la oferta competidora y de la propia.

**CR1.4** La temporalidad o estacionalidad del destino del viaje combinado excursión o traslado se analiza, configurando la oferta en función de las variables obtenidas en cuanto a calendario de eventos en destino, climatología, oferta, demanda, entre otros de manera que las expectativas de seguridad del cliente y operador o empresa organizadora, se cumplan.

**RP2:** Determinar viajes combinados, excursiones y traslados competitivos que respondan a los requerimientos de una demanda específica, incluyendo en su caso adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras y adecuándolos a las normativas de transporte y hábitos de los diferentes servicios ofrecidos.

**CR2.1** El itinerario del viaje combinado, excursión o traslado se determina, teniendo en cuenta la temporalidad, estacionalidad, volumen y adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras., calendario de eventos, ocupación de terminales de transporte y vías de comunicación, así como su vinculación en el día de la semana/día del circuito para asegurar la compatibilidad con el diseño del viaje combinado, excursión o traslado.

**CR2.2** Los servicios incluidos en el viaje combinado, excursión o traslado se determinan, así como los prestatarios de los mismos, utilizando para ello los soportes informativos y los medios

de comunicación, y considerando las ofertas de las agencias de viajes receptoras, intermediarios aéreos y/o turísticos, frecuencias y fechas de salida, entre otros.

**CR2.3** Las ofertas y cotizaciones de los servicios se obtienen con las garantías de prestación en los términos previstos y aquellos factores que determinen la mejor relación calidad/precio, la mayor competitividad del producto final, aplicando en este proceso habilidades de comunicación y negociación, primando el cumplimiento de los objetivos de satisfacción del cliente y las posibles adaptaciones a necesidades especiales y receptores de dichos servicios.

**CR2.4** Los documentos que aseguran la disponibilidad de los servicios se formalizan, reflejando el compromiso de los prestatarios y los términos de contratación, recogiendo en los casos de intermediación, las condiciones en que ésta se produce y cumpliendo la normativa referente a Viajes Combinados y las premisas del turismo inclusivo.

**CR2.5** El viaje combinado se cotiza, considerando las previsiones de ventas, los costes fijos y variables, las retribuciones y comisiones a los minoristas y a otros intermediarios, el margen de beneficio, el precio de coste, el precio de venta mayorista, los precios de venta al público, los suplementos, el umbral de rentabilidad y otros indicadores económicos de forma que el resultado de la cotización, se obtenga.

**CR2.6** Las características de presentación de la oferta del viaje combinado se determinan, elaborando el soporte apropiado, impresión o digital, valorando los posibles canales de distribución, ya sea para su presentación directa al cliente, como en los casos de productos elaborados a la demanda, o para trasladarla a los responsables del diseño del soporte de oferta o de su comercialización, en los casos de productos para la oferta.

**CR2.7** El itinerario del viaje combinado, excursión o traslado con necesidades de adaptaciones especiales como movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras, se comprueba, favoreciendo el turismo accesible e inclusivo con objeto de aumentar la calidad del servicio.

**CR2.8** La seguridad en el diseño del viaje combinado, excursión o traslado se garantiza, cumpliendo el plan de prevención de riesgos laborales que asegure la integridad física del cliente y empresa durante el desarrollo de las acciones.

**RP3:** Gestionar las reservas, tanto al cliente final como al intermediario, empleando criterios fijados por el operador y/o empresa de atención y fidelización al cliente, con el fin de lograr los niveles de venta previstos.

**CR3.1** Las solicitudes de reserva se atienden, asesorando al cliente acerca de los destinos, estacionalidad, establecimientos y medios de transporte, entre otros para adaptarlos a las expectativas, siguiendo los sistemas de calidad implantados en la operativa.

**CR3.2** Las solicitudes de reserva se tramitan, comprobando la disponibilidad de plazas y gestionando en su caso, el bloqueo o reserva de los servicios por los proveedores para que el solicitante de los servicios confirme mediante abono o bono valorado su reserva.

**CR3.3** La situación en que queda la petición del viaje demandado, servicios o alternativas en caso de inviabilidad se informa, de forma analógica y/o digital de comunicación para que pueda ser archivado y consultado en cualquier momento, con el fin de asegurar su conformidad y aceptación.

**CR3.4** Las reservas se registran en los soportes establecidos, manuales o informáticos, controlando el estado de los cupos, informando a los proveedores sobre las ventas, asignando plazas en medios de transporte para que el seguimiento de las solicitudes pendientes de confirmación, las condiciones, y plazos de los bloqueos realizados se ajusten a lo demandado.

**CR3.5** El precio del viaje se notifica de forma analógica y/o digital de manera que la comunicación pueda ser archivada y consultada por el cliente y que este formalice el contrato del viaje combinado mediante el abono de las cantidades pendientes.

**CR3.6** Los términos en que se han confirmado las reservas por los proveedores, especialmente los referidos a tiempos límites, pagos anticipados y liquidaciones, se controlan a través de las herramientas estipuladas por el operador y/o empresa, para que la reserva no sufra modificaciones y/o imprevistos.

**RP4:** Operar viajes combinados, para asegurar las prestaciones de los servicios en los términos establecidos en el proyecto del operador y/o empresa, cumpliendo los estándares de calidad y la satisfacción del cliente.

**CR4.1** Los documentos de soporte de los derechos a la percepción de los servicios, como pasajes, bonos, entre otros, se obtienen, constatando su emisión por los intermediarios vendedores, en los términos y plazos establecidos en el proyecto del operador y/o empresa.

**CR4.2** La documentación informativa, como itinerarios, guías, entre otros y elementos complementarios, como porta-documentos y bolsas de viaje, se obtienen de los proveedores internos o externos, utilizando medios de transporte que aseguren su recepción en el momento del pago final del cliente.

**CR4.3** La documentación y los elementos complementarios se preparan, realizándolos con antelación sobre la fecha de inicio del viaje y entregándolos al guía, transportista o persona encargada de su distribución, con el fin de asegurar su destino según horarios y sitios contratados.

**CR4.4** Los documentos de control requeridos por los proveedores y prestatarios de servicios, como listado de pasajeros, de pasaportes de pasajeros, de información general de reservas, bonos, copias de documentos emitidos, entre otros, se preparan, incluyendo requerimientos especiales del cliente para asegurar la remisión y entrega en el tiempo y forma previstos en el proyecto del operador y/o empresa.

**CR4.5** Las contingencias se prevén, resolviendo las situaciones emergentes y deficiencias que se producen durante el desarrollo del viaje, estando en contacto con los proveedores de servicios en especial con el jefe de grupo o guía si los hubiese, de forma que la seguridad e integridad del viaje, se asegure.

**CR4.6** Los documentos administrativos y contables como facturas, albaranes, entre otros, se cumplimentan, cotejándolos desde el departamento de gestión con el expediente correspondiente del viaje combinado.

**CR4.7** El desarrollo del viaje combinado y los servicios incluidos se evalúan, confeccionando y cumplimentando informes específicos para conseguir una mejora en la prestación de servicios.

**RP5:** Operar excursiones y visitas complementarias al programa general bajo demanda o de operación regular, atendiendo características especiales, con el fin de satisfacer las expectativas del cliente y un retorno financiero del operador y/o empresa organizadora.

**CR5.1** Los itinerarios de las excursiones y visitas complementarias se definen, considerando los recursos y servicios turísticos de la zona, horarios de visita, infraestructura viaria, medios de transporte, disponibilidad de establecimientos de restauración, condiciones meteorológicas, entre otros, de forma que se satisfagan los requerimientos del cliente y/o empresa organizadora.

**CR5.2** Los servicios elegidos se requieren de los prestatarios, solicitando tarifas y disponibilidad en términos de colaboración, adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras para evaluar mediante visitas de inspección la calidad que requieren.

**CR5.3** Los precios de venta se fijan, considerando los acuerdos y contratos formalizados con los proveedores, costes fijos y variables, previsiones de venta o número de clientes de la excursión

y visita complementaria, margen de beneficio, comisiones a vendedores y oferta de la competencia, entre otros, de forma que se cumplan los objetivos de calidad y comerciales del operador y/o empresa y del cliente.

**CR5.4** Las visitas complementarias y excursiones con inscripción en destinos se valoran, comprobando el número de clientes asistentes, viabilidad operativa y financiera, entre otras, con objeto de que la prestación pueda ser efectuada.

**CR5.5** El número mínimo de clientes por operación se determina, considerando la demanda actual y potencial, con el fin de cumplir los protocolos en el caso de operaciones regulares.

**CR5.6** Las frecuencias de salidas se establecen, considerando la demanda actual y potencial, con el fin de que quede reflejada en la información que recibe el cliente en el contrato de viaje combinado.

**CR5.7** Las solicitudes de reserva se atienden, mediante el control de plazas disponibles y registro de las ventas, informando sobre los aspectos de la operación cuyo conocimiento resulte necesario al cliente, acompañantes y proveedores, para poder emitir la documentación administrativa y contable.

**CR5.8** El desarrollo de las visitas complementarias y excursiones, y los servicios incluidos se evalúa, determinando el grado de adaptación del producto turístico a la demanda y proponiendo alternativas sin omitir ningún punto o servicio de los incluidos en el programa en destino para que puedan mejorar el itinerario o visita previamente diseñados.

**RP6:** Operar los traslados individuales o en grupo para ofrecer un servicio de calidad ajustado a las demandas del cliente teniendo en cuenta en su caso, necesidades de adaptación de movilidad, sensorial, visual, entre otras, con el fin de que se cumplan las especificaciones del operador y/o empresa organizadora y el plan sobre prevención de riesgos laborales específico de los traslados.

**CR6.1** Las tarifas de los servicios de transportistas en la realización de traslados individuales o en grupo se acuerdan en documentos escritos, como presupuestos, hojas de información, entre otros, incorporándolos en soportes de oferta y en su caso, informando al cliente de aquellos que no estén incluidos.

**CR6.2** Las peticiones de servicios de traslados se analizan, con la finalidad de determinar los medios de transporte, adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras y asistencias requeridos, comprobando los datos para la cotización y programación del servicio.

**CR6.3** Las solicitudes de traslados se confirman, indicando precio, y, en su caso, pago anticipado del servicio o el plazo para su abono, de forma que se garantice el cobro del servicio.

**CR6.4** Los traslados confirmados y/o adaptaciones se registran en el soporte específico del presupuesto, gestionando los servicios necesarios con los prestatarios, para obtener su confirmación.

**CR6.5** Los documentos administrativos, contables, informes de servicio de asistencia en el traslado, entre otros, se cumplimentan, trasladándolos al departamento responsable de forma que llegue a los prestatarios de la asistencia según lo acordado entre el operador y/o empresa y el cliente en el presupuesto.

**CR6.6** Los traslados del cliente proveniente de terminales de transporte o de vías colapsadas por la temporalidad se operan, asumiendo los costes el seguro o la cotización del servicio, entre otros, de forma que la seguridad e integridad de los mismos queden garantizados.

**RP7:** Evaluar los servicios de viajes combinados, excursiones y traslados, mediante métodos estandarizados de calidad, aplicando la perspectiva de género, tales como entrevistas, sondeos, cuestionarios o preguntas dirigidas, entre otros, para

valorar la efectividad de los mismos y garantizar la continuidad de relación con el cliente, y de su fidelización.

**CR7.1** La consecución de los objetivos se comprueba, con documentos de apoyo, formularios, entre otros, siguiendo procedimientos e instrucciones establecidos en los sistemas de calidad del operador y/o empresa con el fin de cumplir las expectativas del cliente, promotores del viaje e intermediarios vendedores.

**CR7.2** Las propuestas de mejora por parte de los trabajadores del operador y/o empresa se recopilan, a través de canales de comunicación interno, con el fin de que emitan propuestas de mejora en los procedimientos de elaboración y/o diseño de viajes combinados, excursiones y traslados.

**CR7.3** Los informes valorativos sobre destinos, servicios prestatarios y proveedores se redactan, utilizando herramientas fijadas para el análisis de diseños para que incrementen la calidad del viaje combinado, excursión y traslado.

**CR7.4** Las encuestas recogidas a través de cuestionarios de calidad entregadas al cliente y/o acompañantes de grupos turísticos se evalúan cualitativa y cuantitativamente, derivando la información al departamento para obtener una valoración del servicio prestado.

**CR7.5** Las quejas o reclamaciones se atienden con amabilidad, eficacia y discreción, siguiendo el procedimiento establecido en el sistema de calidad de referencia, cumpliendo la normativa aplicable de calidad del operador y/o empresa, y tomando las medidas para su resolución y satisfacción del cliente.

**CR7.6** Los productos se evalúan periódicamente, tanto en lo referente a la calidad de los servicios integrados como a su éxito en el mercado, para cumplir los estándares de calidad, futuras planificaciones y toma de decisiones.

**CR7.7** La comunicación con el cliente se efectúa de manera fluida y multicanal, procurando un nivel de fidelización del mismo con el operador y/o empresa.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Terminales de sistemas globales de distribución o GDS. Soportes analógicos y digitales de operaciones en agencias de viajes. Ordenadores con aplicaciones informáticas de gestión y con conexión a Internet. Impresoras. Teléfonos. Documentos de tráfico y bonos, tanto propios como de proveedores. Impresos y documentos administrativos, tanto propios como de proveedores. Documentación informativa. Material promocional y de soporte a la documentación emitida. Material de oficina diverso. Documentación relativa a la "site inspection" (prospección del espacio por parte del cliente).

### Productos y resultados

Competencia y oferta del mercado en viajes combinados, excursiones y traslados analizado. Requerimientos de demandas de viajes combinados, excursiones y traslados determinados. Reservas a clientes e intermediarios gestionados. Viajes combinados operados. Excursiones y visitas complementarias operados. Traslados individuales o en grupo operados. Servicios de viajes combinados, excursiones y traslados evaluados.

### 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, mapas, tarifarios, catálogos, directorios, manuales operativos, manuales de venta y manuales de emisión de documentos. Soportes de información interna:

instrucciones, órdenes, memorandos, circulares, memorias, informes, guías y manuales. Ley de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. Plan sobre prevención de riesgos laborales de la empresa. Informes de calidad. Informes de viabilidad.

## UNIDAD DE COMPETENCIA 2

### Gestionar servicios de hostelería y turismo en la realización de eventos

Nivel: 3  
Código: UC1056\_3  
Estado: BOE

#### Realizaciones profesionales y criterios de realización

**RP1:** Definir la oferta genérica de servicios de hostelería y turismo en la realización de eventos para el posicionamiento en el mercado a partir de un estudio pormenorizado y de acciones promocionales para la captación del cliente y/o promotor.

**CR1.1** Los servicios de hostelería y turismo en la realización de eventos utilizados como oferta genérica se definen, determinándolos en función del mercado y segmento receptor, teniendo en cuenta la información sobre hábitos de consumo del cliente y/o promotor y los resultados del análisis de la oferta competidora y de la propia.

**CR1.2** La oferta propia y de la competencia, tanto actual como de campañas anteriores se compara, a través del análisis que determina sus diferenciales positivos y su posición competitiva evaluando:

- Servicios ofertados.
- Características de los productos incluidos, prestatarios, opciones y variables disponibles.
- Niveles de ventas y resultados económicos.

**CR1.3** La información sobre el cliente y/o promotor potencial y sobre los servicios de hostelería y turismo en la realización de eventos planeados se obtiene a través de las acciones y canales comerciales adecuados respecto al mercado potencial en función de nuestra oferta genérica, adecuando la misma a las necesidades de dicho cliente y/o promotor.

**CR1.4** Las acciones comerciales de captación de servicios de hostelería y turismo en la realización de eventos se definen, ajustándolas según la oferta genérica, con el fin de cumplir resultados económicos y de calidad de la empresa y del cliente y/o promotor.

**CR1.5** Los proveedores de servicios de hostelería y turismo en la realización de eventos se seleccionan, considerando garantías de prestación, relación calidad/precio y competitividad del producto final para una posterior formalización de acuerdos y/o contratos.

**CR1.6** Los espacios, horarios, medios audiovisuales e informáticos, equipo humano, entre otros se definen, en función del tipo de servicios de hostelería y turismo en la realización de eventos, con el fin de obtener expectativas comerciales y de calidad por parte del operador y/o cliente y la empresa.

**CR1.7** Los documentos de formalización del servicio como presupuestos, contratos, documentos de control y seguimiento, entre otros, se definen de forma que queden reflejados con una estructura uniforme y comercial según los parámetros establecidos para su consulta posterior y verificación.

**RP2:** Determinar a nivel organizativo y presupuestario el servicio de hostelería y turismo en la realización de eventos, utilizando herramientas de gestión y control

con objeto de responder a la demanda del cliente y/o promotor y para que resulte competitivo en calidad/precio respecto al mercado.

**CR2.1** Las tareas de organización y presupuesto inherentes a la empresa gestora de servicios de hostelería y turismo de eventos se determinan, a través de esquemas organizativos y propuestas económicas, cumpliendo los requerimientos del cliente y/o promotor.

**CR2.2** Las acciones organizativas y presupuestarias se determinan, utilizando datos de ediciones anteriores, a través de herramientas de documentación y medios de comunicación de manera que la mejora y actualización, quede cumplido.

**CR2.3** El proyecto del servicio de hostelería y turismo para eventos se determina, concretando en función de su tipología servicios demandados, proveedores y prestatarios seleccionados, segmento de mercado al que se atiende, capacidad operativa, experiencia, y garantías, entre otros, de forma quede aportado al cliente y/o promotor del evento información y experiencia en el destino o sede del evento.

**CR2.4** Los proveedores y prestatarios se determinan, seleccionándolos según el segmento de mercado al que se atiende, capacidad operativa, experiencia, garantía, entre otros, para aportar al cliente y/o promotor del evento, información de los mismos.

**CR2.5** Las tarifas y precios de los servicios de hostelería y turismo del evento se determinan, negociando con los proveedores para obtener términos competitivos y opciones alternativas que permitan responder a la demanda del cliente y/o promotores.

**CR2.6** Los costes y márgenes se determinan, definiéndolos mediante la previsión de gastos con el fin de establecer los costes en la gestión de los servicios de hostelería y turismo del evento.

**CR2.7** Los documentos de propuesta de los servicios de hostelería y turismo del evento como contratos, presupuestos, entre otros, se determinan presentándolos al cliente y/o promotor en soportes que cumplan las expectativas del mismo.

**CR2.8** El contrato de encargo de los servicios de hostelería y turismo del evento se elabora, firmándolo, de manera que queden establecidos los derechos y obligaciones contractuales derivadas del mismo para ambas partes.

**RP3:** Planificar el servicio de hostelería y turismo en la realización de eventos, determinando acciones de contratación, financiación, entre otras para su desarrollo y seguimiento con el fin de que se alcancen los objetivos comerciales y de calidad del cliente y/o promotor y la empresa.

**CR3.1** El calendario y cronograma del proyecto se planifica, elaborando reuniones de seguimiento con el cliente y/o promotor a fin de establecer plazos y fechas límite para reservas y contrataciones de servicios, degustación de menús, visitas y viajes de prospección, inspección, coordinación, entre otras.

**CR3.2** La financiación del servicio de hostelería y turismo en la realización de eventos se planifica, gestionando con el cliente y/o promotor en función de las condiciones fijadas contractualmente, de manera que se cumplan las condiciones del contrato como anticipos, depósitos disponibilidad de servicios, entre otros.

**CR3.3** El equipo ejecutivo del servicio de hostelería y turismo en la realización del evento se configura, planificando su estructura para designar entidades y/o personas individuales que lo integran, funciones, responsabilidades y, en su caso, fase de incorporación al programa de trabajo.

**CR3.4** Los intermediarios y prestatarios de los servicios de hostelería y turismo previstos en el programa del evento se planifican, seleccionándolos para su contratación, con el fin de reservar bienes y/o servicios que han de prestar y su confirmación.

**CR3.5** Los proveedores de acciones y medios publicitarios, de promoción e imagen del servicio de hostelería y turismo, de diseño, elaboración y hospedaje de la página web, entre otros, se planifican, seleccionándolos para su contratación con el fin de garantizar la mejor calidad/precio en la contratación.

**CR3.6** El material de promoción, de comunicación, de inscripción, técnico y administrativo del evento se planifica, diseñando acorde a las necesidades del cliente y/o promotor y del evento gestionado según los detalles establecidos con el cliente y las líneas presupuestadas.

**CR3.7** Los espacios para la recepción, inscripción, reuniones, establecimientos de hostelería, actos, exposiciones y almacenaje se planifican, diseñándolos de forma que cumplan los parámetros establecidos en la gestión del evento y las adaptaciones que fueran requeridas para personas con necesidades especiales como auditivas, visuales, entre otras.

**CR3.8** Los protocolos de seguridad de los servicios de hostelería y turismo del evento se planifican, estableciendo el apoyo y soporte del departamento de prevención de riesgos laborales, con el fin de que la seguridad e integridad de todos los implicados quede garantizada.

**RP4:** Gestionar acciones previas a la realización de los servicios de hostelería y turismo de eventos para lograr su desarrollo, incluyendo en su caso prospección del espacio (site inspection), planificando las modificaciones, de forma que se cumplan las expectativas del promotor y/o cliente y de la empresa gestora del mismo a nivel comercial, de calidad y de seguridad.

**CR4.1** Las acciones de difusión, promoción, publicidad, entre otras para captación de operador y/o cliente se ejecutan, gestionando a través de canales de comunicación establecidos acordes a la gestión del servicio de hostelería y turismo de eventos.

**CR4.2** Las reservas y confirmaciones hoteleras se tramitan, registrándolas en los soportes establecidos, manuales y/o digitales, de forma que el control, estado de las mismas y los avisos al cliente o proveedor queden en tiempo y parámetros de calidad gestionados.

**CR4.3** La oferta gastronómica, incluyendo adaptaciones a intolerancias y/o alergias, entre otros, se emite, gestionando la aceptación por parte del promotor y/o cliente de forma que quede satisfecha la expectativa del mismo.

**CR4.4** Las reservas en hoteles y, en su caso, transporte, en función de la tipología del servicio contratado, incluyendo adaptaciones a necesidades especiales de movilidad, visuales, auditivas, entre otras, se emiten, gestionando la confirmación con el promotor y/o cliente de manera que quede corroborada y aprobada.

**CR4.5** Los documentos administrativos y contables se gestionan, redactándolos para ser trasladados al área de emisión con los datos para su completa redacción.

**CR4.6** Los documentos de control requeridos por el cliente y/o promotor del evento, proveedores y prestatarios de servicios, como, traslados individuales y colectivos, tareas del personal auxiliar, entre otros, se redactan, gestionándolos en función de características del cliente y teniendo, en su caso, opciones de adaptación para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras.

**CR4.7** La asignación y configuración de actividades complementarias como asistencia a exposiciones, actos culturales y/o sociales se gestionan, concretando las inscripciones, supervisión, señalización y medios de información y comunicación, y en su caso, adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras, de forma que cumpla las expectativas y requerimientos del cliente y/o promotor.

**CR4.8** Los parámetros de seguridad de todo el equipo interno y/o externo, y proveedores contratados se determinan, cumpliendo el plan sobre prevención de riesgos laborales en función del tipo de servicio de hostelería y turismo del evento y de la actividad a realizar.

**RP5:** Operar el servicio de hostelería y turismo en la realización de eventos ejecutando las acciones para el cumplimiento del plan de trabajo y contrapartidas comprometidas por la empresa organizadora con el cliente y/o promotor.

**CR5.1** La disponibilidad de los recursos humanos y materiales se comprueba a través de los informes previos de organización del evento para una adecuación de la misma a los términos establecidos contractualmente.

**CR5.2** El cumplimiento de las instrucciones de transporte, llegada, alojamiento, y seguridad se verifican mediante los listados de participantes y los protocolos de seguridad.

**CR5.3** Los recursos humanos involucrados en el desarrollo del servicio de hostelería y turismo en la realización del evento se organizan, siguiendo las pautas fijadas en el listado de tareas, de manera eficaz y motivadora para una correcta prestación de los servicios, para una posterior fidelización del cliente y/o promotor.

**CR5.4** La oferta gastronómica en los espacios acordados, incluyendo adaptaciones a intolerancias y/o alergias, entre otros, se opera, gestionando el desarrollo según lo contratado por parte del promotor y/o cliente de forma que quede satisfecha la expectativa del mismo.

**CR5.5** Las reservas en hoteles, y, en su caso, transporte, en función de la tipología del servicio contratado, incluyendo acompañantes y/o adaptaciones a necesidades especiales de movilidad, visuales, auditivas, entre otras, se operan, gestionando rutas alternativas, comodidad, puntualidad y satisfacción del promotor y/o cliente.

**CR5.6** La prestación y el desarrollo del servicio de hostelería y turismo del evento, tanto propio como externo se opera, supervisando las especificaciones de calidad de cara a la satisfacción de los clientes y/o promotores y una posterior fidelización.

**CR5.7** Las incidencias e imprevistos que se producen durante el desarrollo se detectan, proponiendo alternativas con el fin de que el desarrollo y seguridad del servicio de hostelería y turismo del evento y de sus integrantes, queden aseguradas.

**CR5.8** El desarrollo y seguimiento del proyecto en los términos y plazos previstos se gestiona, controlando e informando con interlocutores designados sobre el desarrollo del evento.

**RP6:** Gestionar acciones de cierre documental y económico del servicio de hostelería y turismo en la realización de eventos, de carácter interno y externo de forma que se cumplan las expectativas del promotor y/o cliente y de la empresa gestora del mismo a nivel comercial y de calidad.

**CR6.1** Los documentos de pago se redactan, gestionándolos desde el departamento contable para su tramitación, a fin de que el cierre económico del servicio proporcionado, quede transmitido y registrado para su posterior verificación.

**CR6.2** Las ayudas económicas, como subvenciones, entre otras, se tramitan, gestionando información al departamento contable, y al cliente /o promotor, con objeto de que pueda hacerse efectiva la petición.

**CR6.3** Las demandas de información, rectificaciones o cambio de documentación por parte del promotor y/o cliente se atienden, a través de herramientas diseñadas para ello, como formularios, fichas, entre otros, respetando periodos establecidos para garantizar la calidad del servicio.

**CR6.4** La información gráfica y digital como reportajes fotográficos, de vídeo, dossiers de prensa, ediciones post-evento, entre otros, se gestiona, asegurando la recepción al cliente y/o promotor, para garantizar la visualización y promoción de la gestión del evento.

**CR6.5** Los informes finales se elaboran, actualizando las bases de datos utilizadas o generadas, acorde a la normativa de protección de datos, cerrando la memoria y el balance económico del

servicio de hostelería y turismo del evento, para analizar incidencias detectadas y conclusiones de mejora en próximas ediciones.

**CR6.6** La documentación de cierre, como cartas de agradecimiento a entidades, colaboradores y ponentes, entre otros, se distribuye, previamente redactada, a través de los medios determinados por la empresa para conseguir la fidelización del cliente y/o promotor.

**RP7:** Evaluar los servicios de prestación del servicio de hostelería y turismo en la realización de eventos mediante métodos estandarizados, aplicando la perspectiva de género, tales como entrevistas, sondeos, cuestionarios o preguntas dirigidas, entre otros, para valorar la efectividad de los mismos y garantizar la continuidad de relación con el cliente, y de su fidelización.

**CR7.1** La consecución de los objetivos se comprueba, con documentos de apoyo, formularios, entre otros, siguiendo procedimientos e instrucciones establecidos en los sistemas de calidad de la empresa gestora de servicio de hostelería y turismo en la realización de eventos con el fin de cumplir las expectativas del promotor y/o cliente.

**CR7.2** Las propuestas de mejora por parte de los trabajadores las empresas de servicios de hostelería y turismo en la realización de eventos se recopilan, a través de canales de comunicación interno, con el fin de que emitan propuestas de mejora en los procedimientos de elaboración y/o diseño.

**CR7.3** Los informes valorativos sobre servicios de hostelería y turismo en la realización de eventos se redactan, utilizando herramientas fijadas para el análisis de diseños para que incrementen la calidad del mismo.

**CR7.4** Las encuestas recogidas a través de cuestionarios de calidad entregadas al promotor y/o cliente se evalúan cualitativa y cuantitativamente, derivando la información al departamento para obtener una valoración del servicio prestado.

**CR7.5** Las quejas o reclamaciones se atienden con amabilidad, eficacia y discreción, siguiendo el procedimiento establecido en el sistema de calidad de referencia, cumpliendo la normativa aplicable de calidad del promotor y/o empresa aplicable y tomando las medidas para su resolución y para la satisfacción del cliente.

**CR7.6** Los productos se evalúan periódicamente, tanto en lo referente a la calidad de los servicios integrados como a su éxito en el mercado, para cumplir los estándares de calidad, futuras planificaciones y toma de decisiones.

**CR7.7** La comunicación con el promotor y/o cliente se efectúa de manera fluida y multicanal, procurando un nivel óptimo de fidelización del mismo con la empresa gestora de servicios de hostelería y turismo de eventos.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Terminales de sistemas globales de distribución o GDS. Ordenadores con aplicaciones informáticas de gestión especializadas y con conexión a Internet. Equipos y programas informáticos específicos. Internet. Terminales de telefonía fija y móvil. 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. Redes telemáticas de distribución e intercambio de información y oferta turística. Impresoras. Teléfonos. Impresos y documentos administrativos tanto propios como de proveedores. Documentación informativa. Material promocional y de soporte a la documentación emitida. Material de oficina diverso. Planos de espacios para la celebración de eventos, como salones y palacios de congresos. Catálogos de servicios de hostelería y turismo para eventos.

## Productos y resultados

Oferta de servicios de hostelería y turismo en la realización de eventos definidos. Nivel organizativo y presupuestario de servicios de hostelería y turismo en realización de eventos determinado. Acciones de contratación en servicios de hostelería y turismo en realización de eventos planificados. Acciones previas a la realización de servicios de hostelería y turismo en realización de eventos gestionadas. Planes de trabajo en servicios de hostelería y turismo en realización de eventos operados. Acciones de cierre documental y económico en servicios de hostelería y turismo en realización de eventos gestionados. Servicios de prestación de servicios de hostelería y turismo en realización de eventos evaluados.

## 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 impresa, en soportes magnéticos y en páginas Web sobre clientes potenciales y eventos planeados. Información de ofertas gastronómicas. Información de hoteles potenciales para eventos potenciales decidores de destinos o sedes y sus datos de contacto. Productos y servicios turísticos y logísticos especializados en el turismo de reuniones y eventos; precios y tarifas; requisitos exigibles y normativas aplicables a los viajeros nacionales e internacionales; normativa de proveedores y prestatarios de servicios. Normativa de prevención de riesgos laborales; normativa interna de la empresa; propuestas-tipo de programas sociales y para acompañantes. 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. Ley de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. Informes de calidad. Informes de viabilidad.

## UNIDAD DE COMPETENCIA 3

### Gestionar la venta y desarrollo económico-administrativo de productos turísticos en agencia de viajes

Nivel: 3  
Código: UC2567\_3  
Estado: BOE

#### Realizaciones profesionales y criterios de realización

**RP1:** Asesorar al cliente sobre destinos, servicios, productos y tarifas, despertando el interés de compra, con el fin de satisfacer sus requerimientos y expectativas y respetar la cultura corporativa de la empresa.

**CR1.1** Las demandas informativas del cliente se atienden, identificando sus motivaciones e interpretando sus expectativas con el fin de que estén enmarcadas dentro de los estándares de calidad de la empresa.

**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, efectuando un seguimiento con el objetivo de lograr la venta.

**CR1.6** La comunicación con el cliente se realiza de manera fluida y clara, utilizando el medio más eficaz en cada caso y comprensión de los mensajes.

**RP2:** Comercializar servicios y productos turísticos para satisfacer las necesidades del cliente, atendiendo a sus demandas y/o en su caso, adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual entre otras, empleando los estándares de calidad establecidos por la cultura corporativa de la empresa.

**CR2.1** La atención al cliente se presta, identificado sus motivaciones de compra, adaptando los soportes de información en forma y contenido a las necesidades especiales.

**CR2.2** Los datos del cliente y de los servicios o productos requeridos por él se registran en el soporte previsto para ello, asegurando las pautas dispuestas en la ley de protección de datos y en los estándares de la empresa de su sistema de calidad.

**CR2.3** Los precios o tarifas, así como los cargos adicionales aplicables se concretan, asegurando que coinciden con los servicios solicitados por el cliente en plazo y forma.

**CR2.4** El asesoramiento al cliente se presta, informándole sobre las opciones disponibles, proveedores preferentes, entre otros, aconsejando en función de sus preferencias y posibilidades, las que mejor se adapten a sus expectativas.

**CR2.5** La reserva de los servicios o productos se gestiona, informando al cliente del resultado y, en los casos de no-confirmación, reiniciando la interacción con el cliente para ofertarle opciones alternativas adecuadas.

**CR2.6** Las situaciones que puedan plantearse, en los casos en que deba esperarse respuesta a la solicitud de reserva, se notifican al cliente, efectuando el seguimiento e informando a éste en los plazos acordados.

**RP3:** Emitir los documentos de confirmación de la reserva, facturas, abonos crédito y pago en soportes a cliente, en su caso adaptados a necesidades especiales para justificar el derecho del cliente a recibir los servicios reservados a su favor, empleando los canales de comunicación establecidos entre empresa y cliente.

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

**CR3.2** Los documentos a cumplimentar para cada servicio o producto vendido se seleccionan, determinando los datos que debe incluir en cada uno y procediendo a su formalización o emisión, comprobando que son entendidas por el cliente.

**CR3.3** Las copias de los documentos emitidos se distribuyen a los proveedores determinados, estableciendo referencias con los soportes de la venta.

**CR3.4** Los materiales complementarios a los documentos emitidos se escogen, seleccionando el material previsto por los proveedores y determinando el procedimiento para su entrega al cliente, cumpliendo los estándares de calidad de la empresa.

**CR3.5** La documentación y el material adicional se entrega al 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, procediendo al cierre del mismo y a la distribución de sus copias según lo establecido en los procesos de calidad de la empresa.

**CR3.7** La comunicación con el cliente se adapta, utilizando el lenguaje y medio que consiga una buena interacción y comprensión en los mensajes, atendiendo las posibles adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras.

**RP4:** Promocionar la oferta de productos y servicios entre el cliente actual y/o potencial y la empresa, para buscar la fidelización del mismo, mediante los canales de comunicación, para mantener el interés de compra y dentro de los estándares de calidad establecidos.

**CR4.1** La información sobre los cliente actuales y potenciales se obtiene, creando bases de datos de los mismos respetando la normativa aplicable sobre la protección de datos e incorporando 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 analiza, determinando sus diferenciales positivos y posición competitiva.

**CR4.3** Las acciones promocionales de fidelización a los cliente actuales y potenciales se conectan en función del tipo de cliente y oferta de productos.

**CR4.4** Las acciones de fidelización 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 con clientes actuales o potenciales, dentro del marco de la política y directrices comerciales de la entidad y de su ámbito de responsabilidad, cumpliendo el plan sobre prevención de riesgos laborales en función del servicio propuesto.

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

**CR4.7** Los elementos de promoción digital se conectan con los canales de proveedores, colaboradores y comerciales, configurando las ofertas y promociones en función de la política comercial y de fidelización de la empresa.

**RP5:** Controlar las liquidaciones y facturas de proveedores para comprobar que no haya desfases entre los servicios solicitados por el cliente y el pago demandado, comparando las comunicaciones de la empresa donde solicita los servicios y las facturas emitidas por los proveedores.

**CR5.1** Los albaranes y facturas con cargo a cliente se originan como consecuencia de las ventas efectuadas, conectándolas al expediente de venta.

**CR5.2** Los anticipos o saldos debidos se cobran al cliente en el método de pago elegido, formalizando los documentos contables previstos en los procedimientos de la empresa.

**CR5.3** Las liquidaciones de ventas y facturas de proveedores se controla, a través de las herramientas de gestión de la empresa, informando de la conformidad para su pago o emitiendo el oportuno informe de incidencias.

**CR5.4** Las solicitudes de regularización de cargos incorrectos se originan, remitiéndolas a los proveedores.

**CR5.5** Las copias de los documentos originados se distribuyen, archivándolas y/o remitiéndolas en la forma establecida en los correspondientes procedimientos y según marque los estándares de calidad de la empresa.

**CR5.6** El archivo de documentos emitidos y de registro de operaciones se mantiene ordenado y referenciado, actualizándolo según los procedimientos de la empresa.

**CR5.7** Las solicitudes de devolución por servicios no disfrutados y ya cargados o cobrados se atienden, gestionando con los proveedores su reembolso, con objeto de realizar las notas de abono o reintegro en la forma que elija el cliente.

**CR5.8** Los partes de incidencias y reclamaciones contables y administrativas, tanto internas como externas, se investigan, resolviendo y contestando en su caso, para asegurar los parámetros comerciales y de calidad de la empresa.

**RP6:** Efectuar operaciones de tesorería para controlar las cuentas de caja y bancos empleando la documentación generada por la reserva de la solicitud y pago de servicios.

**CR6.1** Las operaciones de compra de moneda extranjera y cheques de viajero se efectúan, determinando el contravalor que se deba pagar, formalizando los documentos y registros prescritos.

**CR6.2** Los documentos de pago, dinero en efectivo, moneda extranjera y cheques de viajero se ingresan, remesando recibos con cargo a cliente.

**CR6.3** Los pagos en efectivo, o a través de cuenta corriente bancaria, se efectúan, recabando previamente la autorización pertinente a la persona responsable y dentro de los límites establecidos por la empresa.

**CR6.4** Los impresos previstos para el registro de las operaciones de tesorería se completan, realizando apuntes en libros y registros de caja y bancos, y archivando los documentos y comprobantes.

**CR6.5** Los resúmenes de caja se confeccionan, controlando las cuentas de caja y bancos efectuando arqueos y cuadros, resolviendo e informando las diferencias halladas, de acuerdo con las instrucciones emitidas al respecto.

**CR6.6** Las medidas de seguridad físicas necesarias se adoptan para evitar robos, pérdidas y filtraciones de datos.

**CR6.7** La información sensible referente a cuentas y cliente se protege digitalmente mediante claves, encriptaciones o cualquier medio que se estime necesario para asegurar su privacidad.

**CR6.8** La documentación generada se guarda digitalmente en copias de seguridad de manera regular según los procesos de calidad establecidos por la empresa.

**RP7:** Evaluar los servicios de gestión económico-administrativa en venta de servicios turísticos de agencias de viajes mediante métodos estandarizados, aplicando la perspectiva de género, tales como entrevistas, sondeos, cuestionarios o preguntas dirigidas, entre otros, para valorar la efectividad de los mismos y aplicar la retroalimentación para su mejora.

**CR7.1** La consecución de los objetivos se comprueba, con documentos de apoyo, formularios, entre otros, siguiendo procedimientos e instrucciones establecidos en los sistemas de calidad de la empresa con el fin de cumplir las expectativas del cliente.

**CR7.2** Las propuestas de mejora por parte de los trabajadores de la empresa se recopilan, a través de canales de comunicación interno, con el fin de que emitan aportaciones susceptibles de mejora en los procedimientos de gestión económica-administrativa.

**CR7.3** Los procedimientos de gestión económico-administrativa se evalúan periódicamente, tanto en lo referente a la calidad de los servicios ofertados como a su procedimiento interno, para cumplimiento de los estándares de calidad, futuras planificaciones y toma de decisiones.

**CR7.4** Las encuestas recogidas a través de cuestionarios de calidad entregadas al cliente por la agencia de viajes se evalúan cualitativa y cuantitativamente, derivando la información al departamento para obtener una valoración del servicio prestado.

**CR7.5** Las quejas o reclamaciones se atienden con amabilidad, eficacia y máxima discreción, siguiendo el procedimiento establecido en el sistema de calidad de referencia, tomando las medidas para su resolución y para la satisfacción del cliente.

**CR7.6** La comunicación con el cliente se efectúa de manera fluida y multicanal, procurando la fidelización con el operador y/o empresa.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Terminales de sistemas globales de distribución (GDS). Aplicaciones informáticas de gestión y con conexión a Internet. Impresoras. Teléfonos. 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. 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. 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.

### Productos y resultados

Destinos, servicios, productos y tarifas informados. Servicios y productos turísticos comercializados. Documentos de confirmación de reservas, facturas, abonos crédito y pago emitidos. Ofertas de productos y servicios promocionados. Liquidaciones y facturas de proveedores controlados. Operaciones de tesorería de control de cuentas de caja y banca efectuados. Servicios de gestión económico-administrativa en venta de servicios turísticos evaluados.

### 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 sobre destinos, productos y servicios turísticos. Tablas de precios y tarifas. Normativas aplicables a los viajeros nacionales e internacionales. Plan de calidad de la empresa o entidad. Disposiciones legales y administrativas de obligado cumplimiento. Información de proveedores y prestatarios de servicios. 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 interna de prevención de riesgos laborales de la empresa. Soportes de información externa: guías, horarios, tarifarios, catálogos, directorios, manuales operativos, manuales de venta, manuales de emisión de documentos. Soportes de información interna: instrucciones, órdenes, memorandos, circulares, memorias, informes, guías, manuales. Información relativa a moneda extranjera, cheques de viajero. Documentos de registro de operaciones de tesorería.

## UNIDAD DE COMPETENCIA 4

### 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 5

### COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE (B1), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel: 3  
Código: UC9999\_3  
Estado: BOE

#### Realizaciones profesionales y criterios de realización

**RP1:** Interpretar la información oral en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, en el ámbito de especialización o de interés laboral/profesional, participando activamente a fin de identificar sus necesidades y garantizar servicio.

**CR1.1** Las ideas e información, se interpretan con precisión, requiriendo en su caso, obviar ruidos de fondo, realizando las precisiones oportunas por el acento del interlocutor para su completa comprensión.

**CR1.2** Las líneas generales de la información transmitida en un lenguaje técnico en diversos contextos, se interpretan en un contexto informal o institucional, con corrección y sin dificultad.

**CR1.3** Las instrucciones, advertencias y consejos no protocolarios del ámbito de especialización, se interpretan con precisión intercambiando información y sobre el tema a tratar.

**CR1.4** Las grabaciones y las llamadas telefónicas realizadas en sus actividades profesionales se interpretan, identificando el contenido de la información, así como los puntos de vista de los interlocutores.

**CR1.5** La información transmitida por medios audiovisuales técnicos -vídeos, CD, DVD, u otros-, se interpretan discriminando patrones sonoros, acentuales, rítmicos y de entonación de uso común o específicos del medio.

**RP2:** Interpretar la información contenida de documentos escritos, en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, organizados y lingüísticamente complejos, identificando su grado de importancia y demostrando autonomía, a fin de efectuar las actividades de gestión y comunicación propias o requeridas en el ámbito profesional.

**CR2.1** La relevancia de una información escrita, contenida en materiales de uso cotidiano en la actividad profesional, se identifica demostrando con rapidez, fluidez y permitiendo decidir su explotación o su descarte.

**CR2.2** Los informes y la correspondencia, en lengua inglesa y no estándar, se interpretan con autonomía, comprendiendo su contenido.

**CR2.3** La información contenida en las diversas fuentes especializadas se recopilan, identificando opiniones e ideas, manejando el vocabulario específico de los distintos soportes, reutilizándolos con posterioridad.

**CR2.4** Las informaciones relevantes contenidas en un texto largo, tanto de carácter general como específico, se sintetizan extrayendo la información, ideas y opiniones, reutilizándolos con posterioridad.

**CR2.5** El acceso a las fuentes de información se realiza de forma periódica (diaria, semanal, quincenal u otros) detectando y extractando la información profesional clave actualizada que afecte al campo de especialización.

**CR2.6** Las instrucciones sobre procedimientos del campo de especialización se interpretan, comprendiendo detalles sobre condiciones, procesos o avisos, utilizando en su caso, segundas lecturas en las secciones más técnicas.

**CR2.7** La documentación producida por los clientes y/o usuarios referentes a la valoración de los servicios recibidos, tales como sugerencias, consultas, quejas o reclamaciones, se interpretan satisfactoriamente, extrayendo la información, ideas y opiniones, captando su contenido con precisión.

**CR2.8** Las dificultades en la comprensión de textos complejos se solventan con segundas lecturas, utilizando criterios de contextualización y de coherencia y en su caso, diccionarios o herramientas de traducción.

**CR2.9** Los textos de muy alta complejidad o de ámbitos muy especializados, se transmiten a las personas competentes dentro o fuera de la organización, siguiendo los procedimientos internos establecidos asegurando la coherencia y congruencia de la traducción.

**RP3:** Transmitir información oral, en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, a clientes y/o usuarios, con fluidez y espontaneidad, a través de presentaciones orales, telemáticas u otros soportes, aplicando las normas de cortesía y a fin de llevar a cabo las gestiones de comunicación requeridas.

**CR3.1** La información a transmitir en reuniones, jornadas técnicas o exposiciones orales, presenciales o telemáticas, se planifica con antelación, valorando los efectos que van a causar en los clientes, usuarios o público al que va dirigido.

**CR3.2** Las intervenciones orales en presentaciones, demostraciones, comunicados públicos u otras situaciones, se realizan de forma clara, espontánea y fluida, utilizando el nivel de exposición, argumentación, persuasión, adecuados al interlocutor.

**CR3.3** Las narraciones complejas y descripciones se realizan con una entonación adecuada, estructurando de forma clara y detallada, tratando los asuntos apropiados y, en su caso, fijando las conclusiones oportunas, utilizando grabadoras si la complejidad de la situación lo exige.

**RP4:** Redactar textos claros, detallados y en cualquier soporte en lengua inglesa, relacionados con el campo de especialidad, extractando y describiendo de manera coherente, a fin de generar la documentación de su área de actuación profesional.

**CR4.1** La documentación se redacta con corrección, resaltando los aspectos relevantes, argumentando de manera sistemática, distinguiendo los detalles necesarios y usando un vocabulario técnico adecuado.

**CR4.2** Las respuestas a solicitudes de información, se redactan utilizando un lenguaje apropiado, mostrando al interlocutor la información solicitada, formulando una respuesta adecuada y permitiendo que la persona demandante se sienta atendida.

**CR4.3** La comunicación activa con clientes a través de medios escritos postales, fax o correo electrónico, se mantiene con los clientes transmitiendo grados de emoción, enfatizando la relevancia personal de acontecimientos y comentando las noticias y opiniones de su interlocutor.

**CR4.4** La estructura de los modelos de documentos oficiales y el lenguaje preciso en el ámbito profesional, se utilizan con detalle y claridad, de manera sistemática y resaltando los aspectos relevantes.

**CR4.5** Las informaciones procedentes de fuentes diversas -revistas, folletos, Internet, u otros- sobre asuntos rutinarios y no rutinarios, se resumen con fiabilidad, utilizando las palabras y la ordenación de los textos originales, generando textos breves y sencillos en un formato convencional.

**CR4.6** Los documentos producidos para los clientes y/o usuarios, se redactan considerando las características socioculturales del destinatario y el contexto en el que se produce la comunicación.

**CR4.7** El lenguaje abreviado en las comunicaciones digitales, se emplea con precisión agilizando las comunicaciones telemáticas en foros, chat, SMS, u otros.

**RP5:** Comunicarse oralmente, en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, con clientes y/o usuarios con fluidez y espontaneidad, interactuando activamente, a fin de llevar a cabo las actividades de asesoramiento, atención y resolución de posibles conflictos e incidencias.

**CR5.1** Los aspectos destacados de una situación de asesoramiento oral, mantenida entre dos o más personas nativas, empleando un lenguaje estándar y un discurso estructurado, se comprende con facilidad siguiendo el ritmo de la comunicación sin dificultad y atendiendo sus intereses y necesidades.

**CR5.2** Las comunicaciones telefónicas y telemáticas en situación de asesoramiento o atención de clientes y/o usuarios, se adecuan al registro formal o informal y a las condiciones socioculturales del uso de la lengua -normas de cortesía, cultura u otras-, expresándose con un alto grado de espontaneidad y corrección gramatical.

**CR5.3** Los argumentos empleados en situaciones de asesoramiento o atención a clientes y/o usuarios, se expresan de acuerdo con un desarrollo sistemático, enfatizando los aspectos importantes, apoyando los detalles, cumpliendo con el manual de estilo y transmitiendo la imagen corporativa.

**CR5.4** Los elementos técnicos contenidos en intercambios verbales, presenciales o realizados a través de medios técnicos con otros profesionales, se comprenden, interpretándose con precisión.

**CR5.5** Las operaciones de cobro/pago en situación presencial o no presencial, se comprenden con exactitud, considerando en su caso, los elementos no verbales de la comunicación.

**CR5.6** Las sugerencias, consultas, quejas o reclamaciones que puedan surgir en la relación comercial, en situación presencial o no presencial, se identifican con un alto grado de precisión, considerando en su caso, los elementos no verbales de la comunicación.

**CR5.7** La información contextual y la información no verbal se interpretan de manera precisa, identificando el significado de frases y palabras no habituales o técnicas.

**CR5.8** Las comunicaciones informales -experiencias personales, profesionales, temas de actualidad y otros-, a través de conversaciones con otro u otros interlocutores, se desarrollan con fluidez, detalle, claridad y coherencia discursiva, utilizando un amplio repertorio léxico relacionado.

**CR5.9** Las intervenciones en situaciones conflictivas y complejas -atención y presentación de consultas, quejas y reclamaciones u otras-, se producen argumentando con convicción y de manera formal las posiciones, respondiendo a las preguntas, comentarios u objeciones de forma fluida, espontánea y adecuada.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Información oral y escrita. Lenguaje técnico y estándar. Interpretación. Grabaciones. Comunicaciones telefónicas y telemáticas. Medios audiovisuales técnicos: vídeos, CD, DVD, u otros. Informes. Correspondencia. Vocabulario. Sugerencias. Consultas. Quejas. Reclamaciones. Diccionarios. Herramientas de traducción. Reuniones. Jornadas técnicas. Exposiciones orales. Presentaciones. Demostraciones. Documentación. Respuestas a solicitudes de información. Medios postales. Fax. Correo electrónico. Foros. Chat. SMS. Asesoramiento oral. Intercambios verbales.

### Productos y resultados

Información oral en lengua inglesa, interpretada. Información contenida de documentos escritos en lengua inglesa, interpretada. Grado de importancia, identificado. Autonomía, demostrada. Información oral en lengua inglesa, transmitida. Textos claros, detallados y en cualquier soporte en lengua inglesa, redactados. Comunicación oral, en lengua inglesa con clientes y/o usuarios con fluidez y espontaneidad.

### Información utilizada o generada

Información oral y escrita. Interpretación. Patrones sonoros, acentuales, rítmicos y de entonación. Informes. Correspondencia. Ideas. Opiniones. Procedimientos e instrucciones internos. Sugerencias. Consultas. Quejas. Reclamaciones. Diccionarios. Narraciones complejas. Documentación. Respuestas a solicitudes de información. Asesoramiento oral. Intercambios verbales y no verbales.

## UNIDAD DE COMPETENCIA 6

### COMUNICARSE EN UNA SEGUNDA LENGUA EXTRANJERA DISTINTA DEL INGLÉS CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel: 2  
Código: UC9996\_2  
Estado: BOE

#### Realizaciones profesionales y criterios de realización

**RP1:** Interpretar el sentido general de la información oral en una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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 una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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, interactuando en una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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 una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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:** Complimentar en una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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 una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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

### Operativa de viajes combinados, excursiones y traslados en turismo

Nivel:	3
Código:	MF1055_3
Asociado a la UC:	UC1055_3 - Operar viajes combinados, excursiones y traslados en turismo
Duración (horas):	150
Estado:	BOE

### Capacidades y criterios de evaluación

**C1:** Analizar la estructura del turismo, identificando los elementos que la componen.

**CE1.1** Explicar la evolución del turismo a lo largo del tiempo.

**CE1.2** Describir la estructura turística, identificando los elementos que lo componen.

**CE1.3** Explicar los factores turísticos que influyen en las demandas individual y en la agregada a un destino.

**CE1.4** Clasificar los componentes de la oferta y explicar las características de los distintos servicios y productos turísticos.

**CE1.5** Describir las variables que determinan la evolución y tendencias de la demanda y de la oferta turísticas.

**CE1.6** Identificar los medios de transporte, comparando y evaluando sus características diferenciales desde el punto de vista de la organización del viaje combinado.

**CE1.7** Analizar el mercado turístico, identificando los destinos nacionales e internacionales más relevantes según tipología de turistas.

**CE1.8** En un supuesto práctico de análisis de la estructura del mercado turístico, describir flujos turísticos actuales y tendencias, justificando la situación en el mercado de los destinos turísticos con relación a los segmentos de la demanda.

**C2:** Determinar procesos de diseño y elaboración de viajes combinados, aplicando criterios de operatividad y competitividad.

**CE2.1** Describir tipos de viajes combinados y otros productos turísticos que implican la integración de servicios, como excursiones y traslados, componentes y especificidades económicas, operativas y de comercialización.

**CE2.2** Analizar viajes de tour-operadores, características diferenciales, ventajas competitivas en función de segmentos del mercado.

**CE2.3** En un supuesto práctico de operación de viajes combinados, excursiones y traslados identificar el producto teniendo en cuenta:

- Procesos de elaboración.
- Programación, fases, objetivos y resultados.
- Tipología del producto.
- Selección de fuentes de información.
- Diseño del itinerario.
- Selección de prestatarios.
- Presupuesto.
- Elaboración del soporte de oferta del producto.

**CE2.4** Implementar en el diseño del itinerario terrestre la normativa referente al transporte turístico por carretera organizando: pausas diarias, descansos diarios, semanales y mensuales.

**CE2.5** Identificar documentos de prestación de servicios turísticos y justificarlos a través de los mismos, indicando medidas de desviaciones.

**CE2.6** Complimentar documentos administrativos y contables propios de las operaciones de viajes combinados, excursiones y traslados, y redactar informes de evaluación.

**CE2.7** Utilizar programas informáticos de hoja de cálculo, elaborando cotizaciones de viajes combinados, excursiones y traslados.

**C3:** Determinar la distribución de un viaje combinado en el mercado turístico, seleccionando los canales en función de las características del viaje combinado.

**CE3.1** Determinar las fortalezas del viaje combinado, determinando su inserción en el mercado turístico.

**CE3.2** Analizar la distribución turística, identificando la incidencia de las nuevas tecnologías.

**CE3.3** Explicar las particularidades de la distribución turística y relacionar los soportes y operadores que facilitan dicha distribución, explicando sus características.

**CE3.4** Describir las funciones y características de turoperadores y agencias de viajes y clasificar tipologías.

**CE3.5** Identificar centrales de reservas o sistemas globales de distribución, describiendo sus características organizativas y funcionales.

**CE3.6** Explicar la distribución turística en los medios digitales, señalando sus características y aplicaciones, interpretando la oferta en el entorno digital de prestatarios e intermediarios turísticos.

**C4:** Analizar relaciones comerciales, operativas y contractuales de agencias de viajes y turoperadores con proveedores de servicios turísticos.

**CE4.1** Explicar las relaciones que mantienen los proveedores de servicios turísticos con las agencias de viajes y turoperadores, analizando procesos, e identificando y aplicando, en su caso, normativas, convenios o usos que las regulan.

**CE4.2** Identificar a proveedores de servicios, características de ofertas, precios, utilizando soportes y aplicando criterios de selección.

**CE4.3** En un supuesto práctico de petición de relaciones comerciales, operativas y contractuales con proveedores de servicios turísticos, redactar documentos en base a:

- Petición de cotizaciones o reserva de servicios.
- Contratos de fletamento de medios de transporte.
- Contratos de cupo.

**CE4.4** Utilizar técnicas de comunicación y negociación en relación con proveedores y prestatarios de servicios.

**C5:** Desarrollar procesos de ventas y reservas de viajes combinados, excursiones y traslados, y aplicar los procedimientos establecidos relativos a gestión comercial, utilizando los soportes, herramientas y recursos tecnológicos del sector.

**CE5.1** Reconocer soportes y canales de solicitud de reservas existentes, utilizando herramientas del sector.

**CE5.2** En un supuesto práctico de procesos de ventas y reservas de viajes combinados, excursiones y traslados, utilizando soportes, herramientas y recursos tecnológicos específicos del sector, explicar el proceso de ventas de los viajes combinados y excursiones, en supuestos

prácticos, caracterizando sus fases e identificando técnicas y recursos, difusión y distribución de la oferta:

- Peticiones de reservas.
- Información, control de disponibilidad y venta.
- Registro.
- Gestiones con proveedores, tales como fueras de cupo, notificaciones de ventas, reconfirmaciones y peticiones especiales.
- Seguimiento de reservas, confirmaciones y oferta de alternativas.
- Emisión de documentación.

**CE5.3** Explicar el proceso de reserva de traslados, caracterizando sus fases e identificando técnicas y recursos: peticiones de reservas, registro y gestiones con proveedores.

**CE5.4** Utilizar programas informáticos de gestión de reservas, sistemas de distribución global y programas informáticos de tratamiento de texto, hojas de cálculo y diseño.

**CE5.5** En un supuesto práctico de solicitudes de reservas de viajes combinados, excursiones o traslados, utilizando soportes y recursos tecnológicos:

- Atender solicitudes de reserva, identificando la información que debe requerirse al cliente.
- Comprobar la disponibilidad de plazas y argumentar en función de la situación planteada, ofreciendo alternativas en caso necesario, con el fin de lograr la venta.
- Efectuar el registro de los datos en el soporte elegido y redactar mensajes de solicitud de confirmación de servicios a proveedores.
- Informar al cliente de la situación de la reserva, reconfirmando sus términos, precios y servicios.

**C6:** Interpretar especificaciones de calidad de agencias de viajes, aplicar procedimientos de atención de quejas y reclamaciones, y aportar sugerencias para la mejora, identificando atributos de calidad y detectando desviaciones y deficiencias.

**CE6.1** Explicar la calidad en los servicios, identificando los factores causales de la no-calidad.

**CE6.2** Describir atributos de calidad en supuestos procedimientos de gestión de viajes combinados, excursiones y traslados, así como de servicios de agencias de viajes.

**CE6.3** Aplicar herramientas de mejora de la calidad y aportar propuestas de solución para resolver o mejorar problemas planteados.

**CE6.4** Describir procedimientos de atención y resolución de quejas y reclamaciones, identificando la normativa aplicable de protección de datos, registros de indicadores y hojas de toma de datos.

**CE6.5** En un supuesto práctico de aplicación de procedimientos de atención de quejas y reclamaciones:

- Atender quejas y reclamaciones utilizando soportes analógicos y/o digitales.
- Gestionar valoraciones de clientes, archivándolo en departamento.
- Determinar ofertas compensatorias definiéndolas según tipología.

**CE6.6** Adoptar en situaciones de solicitudes de reservas o presentación de reclamaciones, actitudes acordes con la situación planteada, utilizando normas de cortesía y utilizando formas de comunicación con fluidez.

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

C1 respecto a CE1.8; C2 respecto a CE2.3; C4 respecto a CE4.3; C5 respecto a CE5.2 y CE5.5; C6 respecto a CE6.5.

## Otras Capacidades:

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

Proponerse objetivos retadores que supongan un nivel de rendimiento y eficacia superior al alcanzado previamente.

Actuar con rapidez en situaciones problemáticas y no limitarse a esperar.

Demostrar un buen hacer profesional.

Demostrar cordialidad, amabilidad y actitud conciliadora y sensible hacia los demás.

Tratar al cliente con cortesía, respeto y discreción.

Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes.

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

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

## Contenidos

### 1 Turismo y estructura del mercado turístico

El turismo: evolución. La estructura turística. Evolución histórica: situación y tendencias. 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. 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. Calidad: atributos y dimensiones en viajes combinados, excursiones y traslados.

### 2 Destinos turísticos nacionales e internacionales

Recurso, servicio y producto turístico. 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 destinos turísticos españoles. Características y análisis comparativo de los destinos turísticos internacionales. Turismo sostenible: social, económico y medioambiental. Capacidad de carga.

### 3 La distribución turística

La distribución de servicios. Características diferenciales de la distribución turística. Intermediarios turísticos. Procesos de distribución de los servicios y productos turísticos. Las agencias de viajes. Funciones, tipos y estructuras. La Ley de Viajes Combinados. Las centrales de reservas. Tipos y características. Los sistemas globales de distribución (GDS). Las agencias de viajes virtuales: evolución, características y tendencias de futuro de la distribución turística. Características de calidad en la distribución turística.

### 4 Componentes del producto turístico: alojamiento, transporte y guiado turístico

La hotelería y sus servicios. Clasificaciones y características. Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes y tour-operadores. Proveedores de alojamiento. Tipos de unidades de alojamiento y modalidades de estancia. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación. El transporte aéreo regular. Compañías aéreas. Relaciones con las agencias de viajes y turoperadores. Tipos de viajes aéreos. Tarifas: tipos. El transporte aéreo charter. Relaciones. Tarifas. El transporte discrecional por carretera. Normativa europea sobre el transporte en carretera. Tipos de contratación del transporte terrestre turístico. Características y descripción de los buses turísticos. El alquiler de automóviles con y sin conductor. El transporte ferroviario turístico. Principales trenes

turísticos en el mundo. El transporte ferroviario Chárter, grupal e individual. El transporte marítimo y fluvial. Principales compañías y rutas marítimas y fluviales. Evolución y tendencias del sector crucerista. Guía turístico: clasificación. Normativa aplicable del guiado turístico. Los servicios de acompañamiento y asistencia turística. Tipos de servicio y tarifas. Tendencias en el guiado turístico. Valoración de los servicios del guiado turístico.

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

El proceso de la comunicación. Elementos de la comunicación. Empatía y asertividad. La comunicación no-verbal: proxémica, kinésica y paralingüística. La comunicación telefónica, videollamada y digital. Tendencias en la comunicación. La satisfacción y calidad de un servicio. Tipología de clientes, hábitos de compra y de comportamiento en el viaje combinado La atención al cliente. Simulaciones. Los procesos de ventas. Fases de la venta y técnicas aplicables. Simulaciones. La negociación. La planificación de la negociación. Estrategias y técnicas. Tratamiento de sugerencias, quejas, reclamaciones y resolución de conflictos. Normas deontológicas, de conducta y de imagen personal de los profesionales de agencias de viajes y de otras entidades de distribución turística.

## 6 Diseño y operativa de los viajes combinados

Viaje combinado. Tipos. Viaje vinculado. Relaciones entre turoperadores y agencias de viajes minoristas. Condiciones de colaboración y términos de retribución. Análisis de las fases de la prospección, diseño, programación, cotización, comercialización y operación de los viajes combinados. Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes. Información sobre los requisitos sanitarios en destino: vacunas y protocolos de actuación según destino. Tipos de excursiones. Programación y operación de excursiones y traslados. Resolución de imprevistos en traslados. Cuestionarios de satisfacción del cliente.

## 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 relacionados con la operativa de viajes combinados, excursiones y traslados en turismo, que se acreditará mediante una de las 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 2

### Gestión de servicios de hostelería y turismo en la realización de eventos

Nivel:	3
Código:	MF1056_3
Asociado a la UC:	UC1056_3 - Gestionar servicios de hostelería y turismo en la realización de eventos
Duración (horas):	150
Estado:	BOE

#### Capacidades y criterios de evaluación

- C1:** Analizar la gestión de eventos, identificando demandas específicas dentro del sector de hostelería y turismo.
- CE1.1** Definir el turismo de eventos y justificar la evolución y el auge de este segmento del mercado turístico, explicando su situación dentro del mercado nacional e internacional.
  - CE1.2** Reconocer tipologías de eventos, clasificando según demandas.
  - CE1.3** Identificar las entidades gestoras y promotoras de eventos ligadas a servicios de hostelería y turismo como agencias de viajes, espacios de restauración, hoteles, oficinas de turismo públicas y/o privadas.
  - CE1.4** Reconocer servicios de hostelería y turismo e instalaciones para eventos, peculiaridades y relaciones con organizadores en el ámbito de la restauración.
- C2:** Definir ofertas de servicios de hostelería y turismo en eventos, segmentos de mercado y necesidades en el campo de la hostelería y el turismo, ventajas competitivas y vías de comercialización.
- CE2.1** Analizar ofertas y demandas de turismo de eventos a través de fuentes de información sobre convocatorias de eventos, determinando colectivos potenciales, identificando promotores y mecanismos de toma de decisión sobre destinos y sedes.
  - CE2.2** Identificar información de promotores y/o clientes sobre especificaciones del evento y responsabilidades, gestiones y tareas que debe asumir la entidad gestora.
  - CE2.3** Elaborar propuestas específicas de organización de servicios de hostelería y turismo para eventos, ya sean genéricas o bajo supuestos de petición de clientes y/o promotores, describiendo características y proceso de elaboración.
  - CE2.4** Identificar técnicas de negociación con proveedores y/o clientes, para aplicarlas una vez sean identificadas, adecuándolas al público objetivo.
  - CE2.5** Redactar contratos de encargo de gestión de servicios de hostelería y turismo para eventos, analizando sus características.
  - CE2.6** Diseñar supuestas acciones y soportes promocionales e instrumentos de captación adaptados a servicios de hostelería y turismo para eventos, adecuándolos al público objetivo.
- C3:** Planificar servicios de hostelería y turismo para eventos, identificando las tareas y presupuestos derivados para la entidad gestora y clientes.
- CE3.1** Analizar fases en el proyecto de eventos, distinguiendo la planificación, organización, desarrollo y evaluación final del mismo.

**CE3.2** Describir tareas de servicios de hostelería y turismo para eventos, determinado cronologías de desarrollo.

**CE3.3** Identificar soportes y/o herramientas de información en supuestas acciones de comunicación con proveedores, promotores y/o clientes de hostelería y turismo.

**CE3.4** Reconocer tipología de presupuestos de servicios de hostelería y turismo en eventos para supuestos promotores y/o clientes, entidad gestora, estableciendo costes, márgenes, precios y desviaciones.

**CE3.5** En un supuesto práctico de encargo de servicios de hostelería y turismo para eventos determinar acciones en base a:

- Elaborar el programa de eventos en función de las especificaciones aportadas y de la tipología de las personas y entidades que intervienen o participan.
- Definir las gestiones y tareas que debe asumir la entidad gestora, adecuándolos al servicio.
- Elaborar un calendario y cronograma del servicio, utilizando herramientas de gestión.
- Seleccionar proveedores de servicios de hostelería y turismo, definiendo criterios de selección.
- Elaborar el presupuesto del servicio, efectuando planteamientos de negociación y redactando acuerdos y contratos.
- Proponer vías y fuentes de financiación del servicio para eventos, ofreciendo alternativas.
- Utilizar programas informáticos específicos para la gestión de eventos.
- Asegurar una posterior fidelización del cliente y/o promotor a través de la captación de información y el posterior seguimiento del mismo.

**C4:** Aplicar técnicas vinculadas al proceso de organización de servicios de hostelería y turismo en eventos, analizando secuencia del mismo.

**CE4.1** Describir actividades en fases de gestión de servicios de hostelería y turismo en eventos, estableciendo interrelaciones, determinando secuencialidad, elaborando calendarios y cronogramas, y determinando las acciones de seguimiento del mismo.

**CE4.2** En un supuesto práctico de gestión de servicios de hostelería y turismo para eventos, teniendo en cuenta el proceso:

- Identificar la estructura organizativa y del equipo técnico, indicando funciones y responsabilidades e interrelación de la estructura organizativa.
- Determinar los perfiles de los puestos de trabajo en función del servicio de hostelería y turismo.
- Definir técnicas en la gestión de recursos humanos, motivando al equipo de trabajo.

**CE4.3** Definir acciones supuestas dirigidas a la captación de participantes, difusión y promoción de servicios de hostelería y turismo en eventos, captación de patrocinadores y colaboradores, planteando vías en función de su eficacia y coste.

**CE4.4** En un supuesto práctico de organización de servicios para eventos, detallar procedimientos de formalización y control de inscripciones de eventos y realizar, acciones propias del mismo, utilizando soportes manuales o informáticos.

**CE4.5** Diseñar procedimientos y documentos para los procesos administrativos y contables propios de las actividades de los eventos.

**CE4.6** En un supuesto práctico de organización de servicios de hostelería y turismo para eventos, determinar distribución de espacios, teniendo en cuenta aspectos funcionales, comerciales, protocolarios, de seguridad y de adaptación a personas de necesidades especiales.

**CE4.7** Identificar situaciones adversas y circunstancias emergentes que afecten al desarrollo de eventos y plantear acciones preventivas de las mismas, reconociendo planes sobre prevención de riesgos laborales.

- C5:** Describir el proceso de aseguramiento de la calidad y evaluación final de eventos, describiendo las actividades de dirección y control.
- CE5.1** Describir atributos de calidad en la gestión de eventos y relacionarlos con supuestos servicios prestados en el ámbito de hostelería y turismo.
- CE5.2** Identificar supuestas acciones de control de calidad y la adecuación de servicios de hostelería y turismo, elaborando hojas de comprobación y herramientas de evaluación.
- CE5.3** Confeccionar cuestionarios de evaluación de satisfacción de participantes y promotores y/o clientes, o instrumentos equivalentes, e interpretar supuestos resultados para resolver o mejorar problemas planteados.
- CE5.4** Aplicar los procedimientos de atención y resolución de quejas y reclamaciones, identificando la normativa aplicable, y cumplimentar registros de indicadores y hojas de toma de datos.
- CE5.5** Definir contenidos, elementos y formatos de informes de cierre en servicios de hostelería y turismo en eventos e interpretar, en supuestos prácticos, balances económicos del promotor y/o cliente y de la entidad gestora.

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

C3 respecto a CE3.5; C4 respecto a CE4.2, CE4.4 y CE4.6.

### Otras Capacidades:

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

Proponerse objetivos retadores que supongan un nivel de rendimiento y eficacia superior al alcanzado previamente.

Actuar con rapidez en situaciones problemáticas y no limitarse a esperar.

Demostrar un buen hacer profesional.

Demostrar cordialidad, amabilidad y actitud conciliadora y sensible hacia los demás.

Tratar al cliente con cortesía, respeto y discreción.

Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes.

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

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

## Contenidos

### 1 Los eventos y el turismo de reuniones, tipología y mercado

Los eventos: tipología. El mercado de eventos. Los promotores de eventos. Las entidades colaboradoras y los patrocinadores. Participantes y acompañantes. La gestión de eventos como función emisora y como función receptora. El turismo de reuniones: evolución histórica, situación y tendencias; Las características diferenciadas y específicas de este tipo de demanda. Destinos turísticos nacionales e internacionales de turismo de reuniones: servicios de hostelería y turismo como factores determinantes del destino. Impactos en los destinos y en sus restantes productos turísticos. Agentes turísticos específicos: organizadores profesionales de eventos, agencias de viajes especializadas y otros. Evolución.

### 2 Los eventos como proyecto: planificación, presupuesto y organización en el ámbito de la hostelería y turismo

Fuentes y medios de acceso a la información. Criterios de selección de servicios, prestatarios e intermediarios. Negociación con proveedores: planteamientos y factores clave. Infraestructuras especializadas para reuniones, actos y exposiciones. Programación de eventos: tipología de actos en función de tipología de eventos. Programación de la logística y de los recursos humanos. Programación de ofertas pre y post eventos en función de la tipología de los participantes. Previsión de situaciones emergentes; planes de contingencia; planes de seguridad. Presupuesto de eventos: Presupuestos cerrados y presupuestos abiertos. Características. Aspectos financieros; presupuestos y control presupuestario. Análisis de costes. Margen de beneficio. Elaboración de escandallos. La organización en eventos: funciones y tareas. Comités y secretarías: funciones y coordinación. Gestión de colaboraciones y patrocinios. Soportes y medios para ofrecer información de eventos. Difusión de eventos y captación de participantes. Estructura organizativa de un equipo de gestión de eventos. Funciones y responsabilidades. Procedimientos e instrucciones de trabajo.

### 3 Servicios de hostelería y turismo requeridos en la organización de eventos

Servicios de alojamiento y restauración: Establecimientos. Tipos y características. Servicios, modalidades y tecnologías para la traducción, como interpretación de conferencias, traducción de cintas y locuciones o traducción escrita. Métodos y tecnologías de gestión y control de los accesos. Servicios y sistemas de montaje de stands y exposiciones. Servicios de animación cultural y producción de espectáculos. El transporte en la organización de eventos. Servicios de diseño, edición e impresión de materiales gráficos, audiovisuales y digitales. Empresas, servicios y funciones de las azafatas de congresos. Otros servicios requeridos en los eventos: Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes. Los servicios de acompañamiento, asistencia y guía turística. Gabinete de prensa y comunicación.

### 4 Dirección y control de eventos vinculados a hostelería y turismo

Control de inscripciones. Control de cobros. Confirmaciones de inscripción, asignación de espacios en exposiciones y otras comunicaciones a inscritos. Protección de datos personales. Documentación de eventos. Procesos administrativos y contables. Seguimiento del proyecto. Actuaciones ante desviaciones. Coordinación. Evaluación de servicios y suministros. Formalización de contratos. Documentación. Supervisión y control del desarrollo de eventos. Reclamaciones, quejas, conflictos y otras situaciones emergentes. Aplicaciones informáticas específicas para la gestión de eventos. Tipos y comparación. Programas a medida y oferta estándar del mercado. Aplicación de programas integrales para la gestión de las secretarías técnica y científica, pagos y reservas on-line.

### 5 Comunicación, atención al cliente y/o promotor y técnicas de venta y negociación vinculados a hostelería y turismo

La comunicación interpersonal. Procesos. Barreras. Saber escuchar y preguntar. La comunicación no-verbal. La comunicación telefónica. Necesidades humanas y motivación. El proceso decisorio. Las expectativas de los clientes. Tipología de clientes. La atención al cliente. Actitud positiva y actitud pro-activa. La empatía. Los esfuerzos discrecionales. Los procesos de ventas. Fases de la venta y técnicas aplicables. La venta telefónica. La negociación. Elementos básicos. La planificación de la negociación. Estrategias y técnicas. Tratamiento de reclamaciones, quejas y situaciones conflictivas. Procedimientos. Normativa. Normas deontológicas, de conducta y de imagen personal. La fidelización del cliente y/o promotor: técnicas de fidelización.

### 6 La participación en la mejora de la calidad en la gestión de eventos vinculados a hostelería y turismo

La calidad en los servicios de hostelería y turismo. Atributos y dimensiones de la calidad en los servicios de hostelería y turismo para eventos. Las especificaciones de calidad de los servicios. Procedimientos e instrucciones de trabajo. Directrices y normas. Estándares de servicio. Los indicadores de calidad. Toma y registro de datos. Cuestionarios de satisfacción del cliente. El perfeccionamiento profesional y mejora continua. La participación en la mejora de la calidad. Herramientas y propuestas de mejora.

## 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 relacionados con la gestión de servicios de hostelería y turismo en la realización de eventos, que se acreditará mediante una de las 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 3

### Gestión de venta y desarrollo económico-administrativo de productos turísticos en agencia de viajes

Nivel:	3
Código:	MF2567_3
Asociado a la UC:	UC2567_3 - Gestionar la venta y desarrollo económico-administrativo de productos turísticos en agencia de viajes
Duración (horas):	210
Estado:	BOE

#### Capacidades y criterios de evaluación

**C1:** Analizar la distribución turística y las entidades y medios que la configuran, estimando su evolución e incidencia de las nuevas tecnologías.

**CE1.1** Explicar las particularidades de la distribución turística y relacionar soportes y operadores que facilitan supuestas distribuciones, explicando sus características.

**CE1.2** Explicar incidencias de las nuevas tecnologías en la distribución turística, describiendo situación actual y tendencias.

**CE1.3** Describir funciones y características de agencias de viajes, clasificando según tipología.

**CE1.4** Identificar los servicios y productos turísticos en cuya distribución participan las agencias de viajes, describiendo las características de venta y de relaciones con sus prestatarios / proveedores.

**CE1.5** Identificar entidades de distribución turística (centrales de reservas, sistemas globales de distribución, entre otros), describiendo sus características organizativas y funcionales.

**CE1.6** Explicar la distribución turística en Internet, señalando características y aplicaciones, reconociendo supuestas ofertas de prestatarios e intermediarios turísticos.

**CE1.7** En un supuesto práctico de análisis en la influencia de las nuevas tecnologías utilizar la documentación susceptible de adaptación para clientes con necesidades de adaptación visual.

**C2:** Analizar procesos de información, asesoramiento, venta y técnicas de atención al cliente, reconociendo su importancia para el logro de los objetivos empresariales.

**CE2.1** En un supuesto práctico de asesoramiento y venta, según objetivos empresariales definidos:

- Identificar tipología de clientes describiendo hábitos de compra.

- Utilizar técnicas de comunicación y atención, adaptándolas según tipología de clientes.

**CE2.2** Manejar el acceso a ofertas de servicios y de productos (viajes combinados, cruceros, excursiones, entre otros) y seleccionar la información para el asesoramiento o la venta, manejando para ello los soportes (manuales, tarifarios, entre otros) y medios de acceso a la información (sistemas globales de comunicación (GDS), Internet, entre otros) disponibles en las agencias de viajes y otras entidades de distribución.

**CE2.3** En un supuesto práctico de información, venta y atención a clientes según objetivos empresariales definidos:

- Determinar tarifas para medios de transporte en trayectos nacionales e internacionales, calculando el precio final.

- Emitir documentación de venta, y en su caso, adaptación a clientes con necesidades especiales.

**CE2.4** Identificar proveedores y medios de gestión de formalización de reservas de servicios y productos, aplicando herramientas de gestión, según protocolo comercial establecido.

**CE2.5** Analizar situaciones de conflicto y de dudas con supuestos clientes, estandarizando procedimientos y protocolos de resolución.

**CE2.6** En un supuesto práctico de una situación de demanda de información, solicitud de compra y presentación de reclamaciones ante una interrelación con un cliente:

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

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

- Proponer destinos, productos y servicios turísticos que se adapten a sus planteamientos y expectativas según la política comercial de la agencia de viajes.

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

- Aplicar procedimientos de gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones según protocolo establecido.

- 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.

**CE2.7** Valorar la importancia de actuar con rapidez y precisión en procesos de creación y prestación de servicios.

**C3:** Desarrollar acciones promocionales aplicables en entidades de distribución turística, para el logro de los objetivos empresariales, aplicando técnicas de promoción de ventas.

**CE3.1** Definir segmentos de demanda, identificando fuentes de información.

**CE3.2** En un supuesto práctico de desarrollo de acciones promocionales:

- Crear ficheros de clientes actuales y potenciales estableciendo categorías

- Promocionar ventas y otras acciones de marketing, incluyendo RRSS (redes sociales) teniendo en cuenta la normativa respecto a la privacidad de datos.

**CE3.3** Identificar los elementos caracterizadores de supuestos servicios y productos promocionales, y efectuar comparaciones de las que se deduzcan diferenciales positivos o negativos.

**CE3.4** Describir técnicas de promoción de ventas según la estrategia de marketing de una agencia de viajes, definiendo acciones promocionales y desarrollo de soportes (cronogramas, fichas de visitas, argumentarios, acciones promocionales digitales, entre otros).

**CE3.5** Describir técnicas de negociación en acciones promocionales, aplicándolas según protocolo establecido.

**CE3.6** Reconocer las técnicas de venta de merchandising (artículos promocionales) aplicables en agencias de viajes y otras entidades de distribución.

**CE3.7** Actuar con creatividad e imaginación en la formulación y desarrollo de propuestas personales de acciones promocionales incentivando la venta.

**C4:** Analizar procedimientos y operaciones derivados de las relaciones económicas internas y externas relacionadas con entidades de distribución turística, aplicándolos y estimando su importancia.

**CE4.1** Describir los procedimientos de facturación, control de cuentas de crédito, cobro y reintegro a clientes y emitir documentos justificativos de cobros y pagos.

**CE4.2** Comprobar el derecho a devoluciones por supuestos servicios no disfrutados y cargados, formalizando las comunicaciones a proveedores y documentos que fuesen necesarios.

**CE4.3** Registrar en los soportes de ventas, los importes de los derechos de uso de servicios o productos vendidos.

**CE4.4** Comprobar valoraciones de supuestos servicios vendidos mediante canales disponibles en la red y de sus gastos de gestión.

**CE4.5** Formalizar partes de ventas de servicios de proveedores, vinculándolos a los expedientes creados relacionados con entidades de distribución turística.

**CE4.6** En un supuesto práctico de análisis económicos explicar procedimientos de control de facturas de proveedores formalizando informes de incidencias y solicitudes de regularización de cargos incorrectos.

**CE4.7** Explicar el procedimiento de archivo de documentación en soportes analógicos y/o digitales, utilizando herramientas según tipología de relaciones internas o externas.

**CE4.8** Explicar necesidades de intervención en procedimientos derivados de relaciones económicas internas y externas, aplicando la deontología profesional.

**C5:** Desarrollar operaciones de gestión de tesorería y control de cuentas de cajas y bancos, realizando las comprobaciones necesarias con la precisión y exactitud requeridas acordes a la deontología profesional del turismo.

**CE5.1** Efectuar la convertibilidad, en supuestos de compra de divisa en moneda o cheques de viaje, determinando el tipo de cambio oficial, el aplicable y el contravalor final, y formalizando los documentos de soporte de la operación.

**CE5.2** En un supuesto práctico de gestión de tesorería y control de operaciones donde se realizan comprobaciones:

- Formalizar documentos de pago, identificando y aplicando la normativa mercantil.
- Formalizar impresos administrativos, precontables y contables, registrando las operaciones de tesorería.
- Formalizar resúmenes periódicos de movimientos de caja, comprobando todos los asientos con los movimientos vinculados al expediente de venta.
- Efectuar controles de cuenta de caja, realizando arqueos y resolviendo diferencias entre saldos reales y apuntes realizados.
- Realizar controles de cuentas bancarias, llevando a cabo cuadros con extractos de bancos, y resolviendo diferencias entre los apuntes de las entidades financieras y los libros/registros de cuentas bancarias de la Agencia de Viajes.

**CE5.3** Identificar medidas de seguridad para evitar robos o pérdidas, estableciendo protocolos de seguridad en operaciones de gestión de tesorería y control de cuentas de cajas y bancos.

**C6:** Aplicar sistemas y procedimientos de gestión administrativa que se adapten a diferentes tipos de agencias de viajes y otras entidades de distribución turística.

**CE6.1** Clasificar tipologías de documentos administrativos de agencias de viajes y otras entidades de distribución turística en función de su utilidad, procedencia o destino.

**CE6.2** En un supuesto práctico de gestión administrativa de distribución turística, definir un sistema de almacenamiento, reposición y control de documentos según tipología de agencias de viajes y/o entidades.

**CE6.3** Formalizar documentos administrativos específicos de las agencias de viajes y de otras entidades de distribución turística, organizando sus procesos internos y externos tales como:

procedimientos de solicitud, clasificación, entradas, salidas, reposición de existencias y formalización de inventarios.

**CE6.4** Relacionar los sistemas y procedimientos de seguridad aplicables al depósito, indicando la custodia y archivo de documentos según estructura de la organización.

**C7:** Analizar procedimientos y operaciones que se derivan de las relaciones económicas internas y externas del ámbito turístico, aplicándolos y estimando su importancia.

**CE7.1** Describir procedimientos de facturación en el control de cuentas de crédito, cobro y reintegro a clientes, emitiendo documentos justificativos de cobros y pagos.

**CE7.2** Comprobar el derecho a devoluciones por supuestos servicios no disfrutados y cargados, formalizando las comunicaciones a proveedores y documentos, adaptándolos en su caso, a clientes con necesidades de adaptaciones especiales como visuales, auditivas, entre otras.

**CE7.3** Manejar el registro en soportes de venta, importes de los derechos de uso de servicios o productos vendidos vinculándolos a su expediente correspondiente.

**CE7.4** Comprobar valoraciones de supuestos servicios vendidos y de gastos de gestión, confirmando que han sido cotizados.

**CE7.5** Explicar procedimientos de control de facturas de proveedores y formalizar informes de incidencias y solicitudes de regularización de cargos incorrectos.

**CE7.6** Describir el archivo de documentación de facturación, en situaciones de relaciones internas y externas del ámbito turístico, determinando su almacenamiento en soportes analógicos y/o digitales.

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

C1 respecto a CE1.7; C2 respecto a CE2.1, CE2.3 y CE2.6; C3 respecto a CE3.2; C4 respecto a CE4.6; C5 respecto a CE5.2 y C6 respecto a CE6.2.

### Otras Capacidades:

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

Proponerse objetivos retadores que supongan un nivel de rendimiento y eficacia superior al alcanzado previamente.

Actuar con rapidez en situaciones problemáticas y no limitarse a esperar.

Demostrar un buen hacer profesional.

Demostrar cordialidad, amabilidad y actitud conciliadora y sensible hacia los demás.

Tratar al cliente con cortesía, respeto y discreción.

Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes.

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

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

## Contenidos

### 1 Distribución turística

La distribución de servicios. Características diferenciales de la distribución turística. Intermediarios turísticos. Procesos de distribución de los servicios y productos turísticos. Las agencias de viajes. Funciones, tipos y estructuras. La Ley de Viajes Combinados. Las centrales de reservas. Tipos y

características. Los sistemas globales de distribución o GDS. Las agencias de viajes virtuales: evolución, características y tendencias de futuro de la distribución turística.

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

La comunicación interpersonal. El proceso de la comunicación. Elementos de la comunicación. Empatía y asertividad. La comunicación no-verbal: proxémica, quinésica y paralingüística. La comunicación telefónica, videollamada y digital. Tendencias en la comunicación. 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 y calidad de un servicio. Identificación de condiciones adversas a la calidad. Tipología de clientes, hábitos de compra y de comportamiento en el viaje combinado. Análisis y comparación de las técnicas de comunicación más adecuadas a los diferentes tipos de clientes. La atención al cliente. Actitud positiva y actitud pro-activa. Simulaciones. Los procesos de ventas. Fases de la venta y técnicas aplicables. Simulaciones. La negociación. Elementos básicos. La planificación de la negociación. Estrategias y técnicas. Tratamiento de sugerencias, quejas, reclamaciones y resolución de conflictos. Normas deontológicas, de conducta y de imagen personal de los profesionales de agencias de viajes y de otras entidades de distribución turística.

## 3 Operaciones contables y estadísticas aplicadas al turismo

Contabilidad: tipología de libros. 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 contables y de estadística.

## 4 Procesos administrativos aplicados al turismo

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 de facturación IATA (BSP). Procedimientos de facturación IATA a través de Internet (BSPlink). Los consolidadores aéreos. Procesos administrativos derivados de la venta de alojamiento. Aplicación de procedimientos y documentos asociados. Documentos de caja (resolución de incidencias administrativas). Procesos administrativos derivados de la venta de transporte marítimo. Aplicación de procedimientos establecidos por los proveedores. 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 turoperadores y otros mayoristas. Procesos administrativos derivados de otras ventas. Aplicación de procedimientos. Aplicación de procedimientos de gestión documental. Medios de almacenamiento y tratamiento de la información. Aplicaciones. Control de correspondencia.

## 5 Procedimientos derivados de las relaciones económicas con clientes aplicados al turismo

Anticipos y depósitos. Facturación y cobro. Tipos de cambio. Medios de pago al contado. Tarjetas de crédito y débito. Transferencias. 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.

## 6 Gestión de tesorería y control de cuentas de cajas y bancos aplicado al turismo

Legislación 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.

### 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 relacionados con la gestión de venta y desarrollo económico-administrativo de productos turísticos en agencia de viajes 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

### 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 turística 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 turísticas, 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 turísticas:

- 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 turísticas

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 5

### COMUNICACIÓN EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE (B1), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel:	3
Código:	MF9999_3
Asociado a la UC:	UC9999_3 - COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE (B1), 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 independiente, 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** Identificar ideas relevantes e implicaciones en conversaciones y debates breves entre varios interlocutores.

**CE1.2** Comprender datos concretos e ideas principales en conversaciones informales sobre temas de un entorno personal -identificación personal, intereses, otros-, familiar y profesional de clientes y/o usuarios tipo.

**CE1.3** Interpretar instrucciones y mensajes orales, comprendiendo aspectos relevantes, realizando anotaciones y consiguiendo aclaraciones sobre aspectos ambiguos.

**CE1.4** Distinguir elementos lingüísticos en un proceso con propósitos comunicativos, tales como aconsejar, explicar, describir, sugerir u otros, así como los elementos no verbales de la comunicación, teniendo en cuenta la situación en la que se desarrollan.

**CE1.5** En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones orales, a partir de grabaciones de mensajes telemáticos en buzones de voz u otros previamente definidos:

- Comprender los datos y las ideas principales de la conversación siguiendo el ritmo normal de los discursos con facilidad.

- Sintetizar las ideas principales en función de la temática tratada.

**CE1.6** Identificar con precisión detalles relevantes y el vocabulario técnico, en comunicaciones orales con otros profesionales de su ámbito laboral.

**CE1.7** En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones orales, en una situación profesional definida, en la que se simula la atención a un cliente y/o usuario que solicita información:

- Identificar con detalle las demandas formuladas oralmente por el cliente y/o usuario, explicando las ideas principales.

- Identificar los elementos no verbales de comunicación, haciendo evidente al interlocutor que se le presta la atención requerida.

- Realizar anotaciones precisas sobre elementos sustanciales del mensaje oral mientras se escucha el mismo, en su lengua materna.

- Aplicar estrategias para favorecer y confirmar la interpretación del mensaje.

**C2:** Aplicar técnicas de interpretación con autonomía en documentos escritos en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, con tipos de informaciones, documentos, con contenidos largos y complejos en sus distintos soportes, obteniendo informaciones globales y específicas y/o resumiendo los puntos más relevantes.

**CE2.1** Interpretar documentos y léxico habitual, dentro de un área de interés o especialidad profesional, demostrando precisión.

**CE2.2** Identificar herramientas y recursos de traducción, de acceso rápido y precisas, convencionales o informáticas, justificando su usabilidad.

**CE2.3** En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones escritas, a partir de la lectura de un documento perteneciente al ámbito de especialización:

- Localizar los datos claves y detalles relevantes de la documentación propuesta, justificando la elección.

- Sintetizar por escrito con corrección el texto, resaltando los aspectos claves.

**CE2.4** 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, demostrando conocimiento lingüístico.

- Identificar las características del tipo de documento, demostrando conocimiento lingüístico.

- Extraer detalles específicos tales como nombres, horas, fechas, tarifas, cuotas, precios, características técnicas, u otras, de fuentes y textos diversos, demostrando precisión en la comprensión del texto.

- Interpretar con exactitud, expresiones especializadas del ámbito profesional.

- Inferir el significado de palabras y oraciones desconocidas a partir del análisis del contexto, desde un contexto formal, hasta institucional en el que se encuentran.

- Traducir el contenido de los documentos, sintetizando el significado.

**CE2.5** En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones escritas, a partir de textos y documentos comunes y más especializados relacionados con los intereses y necesidades en el ámbito laboral/profesional:

- Interpretar la normativa extranjera, opiniones de expertos, artículos u otros, demostrando precisión en la comprensión del texto.

- Traducir la documentación no compleja y 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 independiente, demostrando claridad y detalle, en intervenciones organizadas y adaptadas a un interlocutor y propósito comunicativo, argumentando y resaltando la información emitida y, demostrando el nivel de fluidez y espontaneidad en la utilización del lenguaje que permita su comprensión.

**CE3.1** Identificar transacciones y gestiones tales como estructuras, registros y formalidades de saludos, expresiones de gratitud o disculpa, presentación y despedida, con pautas de cortesía asociadas a la cultura de la lengua utilizada y del interlocutor.

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

- Transmitir el mensaje propuesto de forma precisa y clara, evitando equívocos.

- Describir oralmente las fases de las instrucciones o procedimientos propuestos, demostrando precisión.
- Utilizar el léxico específico, así como otros elementos del lenguaje que produzcan un discurso claro y coherente, demostrando el nivel de eficacia y corrección que permita su comprensión.
- Expresar las actitudes y elementos del lenguaje de persuasión, demostrando el nivel de corrección que permita su comprensión.
- Ofrecer la información verbal de forma detallada y clara dentro en un discurso suficientemente fluido, evitando pausas largas en la búsqueda de estructuras y expresiones con las que expresarse cuando surgen dudas.

**CE3.3** En un supuesto práctico de situaciones convenientemente definidas, a partir de notas, un texto escrito, o materiales visuales, gráficos, diapositivas, vídeos, otros medios de difusión:

- Presentar los productos y/o servicios propuestos de forma clara y detallada, a través de una secuencia lógica, e ilustrando con ejemplos y detalles representativos.
- Utilizar el lenguaje del ámbito profesional con flexibilidad adaptándolo a las características del contexto comunicativo.
  - Recurrir a la paráfrasis o a circunloquios cuando no se encuentra la expresión precisa, identificando y corrigiendo los errores que puedan provocar una interrupción de la comunicación.
- Expresar el discurso con coherencia, relacionando todos los aspectos con un número limitado de mecanismos, y con una pronunciación y entonación comprensibles, aunque sea evidente la influencia de su lengua materna.

**C4:** Aplicar técnicas de redacción y cumplimentación de documentos o formularios en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, demostrando claridad y detalle, utilizando cualquier soporte y elementos lingüísticos apropiados, aplicando criterios de corrección formal, léxica, ortográfica y sintáctica, adaptándose al contexto y al propósito comunicativo que se persigue.

**CE4.1** Planificar textos para presentaciones o informes profesionales, en párrafos breves y secuenciados, en su caso, manteniendo un orden cronológico, generando efecto de profesionalidad en el destinatario.

**CE4.2** Utilizar sin errores que conduzcan a malentendidos, estructuras morfosintácticas, patrones discursivos y elementos de coherencia, cohesión de uso común y específico, seleccionándolos en función del propósito comunicativo en el contexto concreto.

**CE4.3** Utilizar con corrección elementos gramaticales, signos de puntuación y ortografía de palabras de usos generales y relacionados con su ámbito profesional, en registro formal e informal.

**CE4.4** En un supuesto práctico de aplicación de técnicas de redacción, a partir de unas instrucciones claras y detalladas sobre requerimientos o solicitudes profesionales por escrito:

- Interpretar las instrucciones recibidas de manera exacta.
- Identificar el tipo de requerimiento o solicitud, adaptando las estructuras formales convenientes.

**CE4.5** En un supuesto práctico de aplicación de técnicas de redacción, en situaciones profesionales simuladas y previamente definidas:

- Describir por escrito las características esenciales de la información o requerimiento propuesto, demostrando eficacia y nivel de corrección que permita su comprensión.
- Redactar un conjunto detallado de instrucciones dirigidas al destinatario propio de la comunicación, demostrando eficacia y corrección.

- Redactar un texto breve -carta, fax, podcast, nota, correo electrónico- para un cliente, usuario u otro profesional, proporcionando una información detallada sobre un tema específico del ámbito profesional.
- Resumir las informaciones procedentes de diversas fuentes en un informe breve y sencillo, demostrando eficacia y nivel de corrección que permita su comprensión.
- Verificar la corrección gramatical y ortográfica del texto demostrando eficacia y nivel de corrección que permita su comprensión.

**CE4.6** En un supuesto práctico de aplicación de técnicas de redacción, a partir de datos previamente definidos:

- Cumplimentar con precisión, haciendo buen uso gramatical, la documentación adecuada al tipo de actividad (correspondencia comercial, convocatorias, actas, informes profesionales, petición de presupuestos, facturas, billetes de viaje, otros).
- Elaborar correos electrónicos, faxes o podcast, con las estructuras léxicas y sintácticas apropiadas al medio de transmisión que se va a utilizar, y con descripciones claras de la información propuesta a transmitir.
- Identificar los errores cometidos, anotándolos y subsanándolos, una vez contrastados con el manual de redacción.

**CE4.7** Utilizar con corrección léxico perteneciente al sector digital, agilizando una comunicación en registro formal e informal.

**C5:** Interactuar oralmente, intercambiando información compleja en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, con uno o más interlocutores, de forma eficaz y cierta fluidez, asesorando, persuadiendo en diferentes situaciones, asegurando la comprensión y transmisión de la información.

**CE5.1** Identificar referencias socioculturales inmersas en distintos tipos de contextos tanto orales como escritos, permitiendo captar alusiones directas sobre aspectos que intervienen en una comunicación.

**CE5.2** Identificar transacciones y gestiones tales como estructuras, registros y formalidades de saludos, expresiones de gratitud o disculpa, presentación y despedida, con pautas de cortesía asociadas a la cultura de una lengua utilizada y del interlocutor.

**CE5.3** En un supuesto práctico de intercambio de información oral, en simulaciones previamente definidas de atención y asesoramiento de clientes y/o usuarios a través de conversaciones uno a uno:

- Aplicar las normas de protocolo en el discurso con el interlocutor, justificando su uso en el contexto a tratar.
- Informar utilizando las normas de protocolo y cortesía, el registro lingüístico, adaptándose al tipo de interlocutor.
- Emplear las estructuras y fórmulas de cortesía de la lengua y cultura del interlocutor, aplicándolas en saludos, despedidas, ofrecimientos, peticiones u otras.
- Utilizar el vocabulario específico de las presentaciones, identificación del interlocutor, y requerimiento u ofrecimiento de la información necesaria, demostrando eficacia y corrección.
- Expresarse con corrección y claridad, en la justificación de retrasos, ausencias, u otras circunstancias, empleando las expresiones léxicas específicas.
- Comprender la información facilitada y requerimientos realizados por el interlocutor en lengua inglesa, aunque haya pequeñas interferencias.
- Utilizar estrategias para favorecer y confirmar la correcta percepción del mensaje, demostrando eficacia y corrección.
- Proporcionar las explicaciones y argumentos de forma eficaz, detallada y cierta fluidez, adecuándose a las preguntas formuladas por el interlocutor.

- Justificar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.

**CE5.4** En un supuesto práctico de intercambio de información oral y a partir de conversaciones telefónicas simuladas:

- Identificar las normas de protocolo aplicándolas en el saludo al interlocutor.
- Adaptar el registro oral a la situación y al contexto propuesto, demostrando eficacia y corrección.
- Utilizar el vocabulario técnico adecuado en la identificación telefónica propia y del interlocutor, demostrando eficacia y corrección.
- Utilizar las expresiones técnicas habituales en las conversaciones para la gestión de citas, comunicaciones, avisos, incidencias u otras situaciones, demostrando eficacia y corrección.
- Identificar los elementos más destacados de la demanda del interlocutor, comprendiendo el mensaje.
- Proporcionar las explicaciones y argumentos de forma breve y eficaz en la aceptación o rechazo de peticiones, contratación u otras circunstancias habituales, demostrando eficacia y corrección.
- Utilizar estrategias que garanticen la comprensión del mensaje, reformulando acuerdos, desacuerdos o compromisos adquiridos, o solicitando las aclaraciones necesarias de aspectos ambiguos.
- Despedirse aplicando las convenciones sociales de la lengua del interlocutor.
- Justificar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.

**CE5.5** En un supuesto práctico de intercambio de información oral, de atención y asesoramiento de clientes y/o usuarios con distintos participantes:

- Identificar las normas de protocolo, aplicándolas en el saludo al interlocutor.
- Adaptar el registro oral, formal o informal, a la situación y al contexto, justificando su uso.
- Escuchar de forma proactiva en las discusiones entabladas, demostrando eficacia y corrección.
- Hacer un uso adecuado de los turnos de palabra, evitando solapamiento en el discurso.
- Identificar las ideas de los interlocutores, formulando las preguntas necesarias para garantizar su comprensión.
- Explicar los productos con el nivel de fluidez que permita su comprensión, proponiendo las ventajas y beneficios de las distintas alternativas.
- Utilizar el repertorio lingüístico apropiado a las discusiones entabladas expresando acuerdo o desacuerdo y persuasión, así como frases típicas durante la conversación o turno de palabra.
- Justificar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.

**CE5.6** En un supuesto práctico de intercambio de información oral, previamente definido en el que se plantean situaciones de tratamiento 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, y una argumentación estructurada.
- Utilizar las claves contextuales, gramaticales y léxicas infiriendo posibles actitudes o intenciones.
- Pedir disculpas comunicando de manera clara los errores cometidos y poniendo el énfasis de forma apropiada para facilitar la comprensión.
- Adoptar toda la información gestual y contextual a la situación planteada, justificando su aplicación.
- Reformular las expresiones en las que se presentan dificultades con breves interrupciones en el discurso.

- Justificar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.

**CE5.7** En un supuesto práctico de intercambio de información oral, contextualizado en visitas a empresas extranjeras:

- Organizar la visita considerando normas de protocolo, hábitos profesionales, costumbres horarias, u otros aspectos socio profesionales que rigen dicho país.
- Expresar la comunicación de forma adaptada a los usos y costumbres sociales y culturales del país, justificando el contexto.
- Informar utilizando el lenguaje con el nivel de corrección y propiedad que permita su comprensión, observando las normas de comportamiento que requiera el caso, de acuerdo con el protocolo profesional establecido en el país.

**CE5.8** En un supuesto práctico de intercambio de información oral contextualizado en situaciones y eventos sociales:

- Expresar la comunicación de forma adaptada a los usos y costumbres sociales y culturales del país, justificando el contexto.
- Aplicar el protocolo, los usos y costumbres sociales de los interlocutores que participan en las situaciones y eventos propuestos.
- Organizar las situaciones y eventos profesionales considerando las características socioculturales de los participantes.
- Justificar la importancia de utilizar convenientemente las normas de protocolo, usos y costumbres sociales en las relaciones del ámbito profesional.

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

C1 respecto a CE1.5 y CE1.7; C2 respecto a CE2.3, CE2.4 y CE2.5; C3 respecto a CE3.2 y CE3.3; C4 respecto a CE4.4, CE4.5, CE4.6 y CE4.7; C5 respecto a CE5.3, CE5.4, CE5.5, CE5.6, CE5.7 y CE5.8.

### 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 Mensaje oral: comprensión y elaboración en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente

Comprensión oral: distinción y aplicación de significados y funciones específicas, estructuras sintácticas de uso común según el contexto.

Patrones sonoros acentuales: identificación de ritmos y entonación de uso común y específico, significados e intenciones comunicativas expresas, y de carácter implícito.

Mensajes orales: elaboración y planificación, adecuación al contexto y canal. Recopilación de información sobre tipo de tarea y tema en una variedad de lengua estándar y articulados.

El contexto: identificación y adaptación de la comprensión.

Tipos de comprensión: sentido general, información esencial, puntos principales, detalles relevantes e implicaciones.

Formulación de hipótesis de contenido y contexto.

Reformulación de hipótesis e información a partir de la comprensión de nuevos elementos.

El léxico oral común y especializado: reconocimiento y relación con los intereses y necesidades en el ámbito profesional/laboral, público y personal.

## 2 Mensaje escrito: comprensión y elaboración en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente

Comprensión del texto: aplicación y conocimientos sociolingüísticos relativos a la estructuración social, las relaciones interpersonales y convenciones sociales.

Información e implicaciones generales de los textos organizados.

Valores asociados a convenciones de formato, tipografías, ortográficas y de puntuaciones comunes y menos habituales.

Mensajes escritos: elaboración y planificación, adecuación al contexto y canal. Recopilación de información sobre tipo de tarea y tema en una variedad de lengua estándar y articulados. Localizar y usar recursos lingüísticos o temáticos.

Función comunicativa: identificación de ideas principales y secundarias asociadas al uso de distintos patrones discursivos.

El contexto: identificación y adaptación de la comprensión.

El tipo de texto: identificación y aplicación de estrategias de comprensión genéricas, la información esencial, los puntos principales, los detalles relevantes, información, ideas y opiniones explícitas.

Formulación de hipótesis de contenido y contexto: comprensión de elementos significativos, lingüísticos y paralingüísticos.

El léxico escrito común y especializado: reconocimiento y relación con los intereses y necesidades en el ámbito profesional/laboral, público y personal.

## 3 Ejecución de mensajes orales y escritos en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente

Expresión oral: expresar el mensaje con claridad y coherencia, estructurándolo adecuadamente y ajustándose, en su caso, a los modelos y fórmulas de cada tipo de expresión.

Reajustar el mensaje: identificar lo que se quiere expresar, valorar las dificultades y los recursos disponibles.

Utilizar conocimientos previos.

Compensar las carencias lingüísticas mediante procedimientos lingüísticos (modificar palabras de significado parecido, definir o parafrasear un término o expresión), paralingüísticos o paratextuales (pedir ayuda, señalar objetos, usar deícticos o realizar acciones que aclaran el significado, usar lenguaje corporal culturalmente pertinente con gestos, expresiones faciales, posturas, contacto visual o corporal, proxémica y usar sonidos extralingüísticos y cualidades prosódicas convencionales).

Expresión escrita: escribir, en cualquier soporte, textos simples con una estructura lógica sobre temas de su ámbito personal o laboral, realizando descripciones, sintetizando información y argumentos extraídos de distintas fuentes.

Reajustar el registro o el estilo para adaptar el texto al destinatario y contexto específico.

Utilizar las estructuras morfosintácticas, los patrones discursivos y los elementos de coherencia y cohesión de uso común.

Ajustarse con consistencia a los patrones ortográficos, de puntuación y de formato de uso común, y algunos de carácter más específico.

#### 4 Interacción: aspectos socioculturales y sociolingüísticos en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente

Las convenciones sociales, normas de cortesía y registros, costumbres, valores, creencias y actitudes.

Gestión de relaciones sociales en el ámbito público, académico y profesional.

Descripción y apreciación de cualidades físicas y abstractas de personas, objetos, lugares, actividades, procedimientos y procesos.

Narración de acontecimientos pasados puntuales y habituales, descripción de estados, situaciones presentes, expresión de predicciones y de sucesos futuros a corto, medio y largo plazo.

Intercambio de información, indicaciones, opiniones, puntos de vista, consejos, advertencias y avisos.

Expresión de la curiosidad, el conocimiento, la certeza, la confirmación, la duda, la conjetura, el escepticismo y la incredulidad.

Expresión de la voluntad, la intención, la decisión, la promesa, la orden, la autorización y la prohibición, la exención y la objeción.

Expresión del interés, la aprobación, el aprecio, el elogio, la admiración, la satisfacción, la esperanza, la confianza, la sorpresa, y sus contrarios.

Formulación de sugerencias, deseos, condiciones e hipótesis.

Establecimiento y gestión de la comunicación y organización del discurso.

Estructuras sintácticas discursivas: léxico oral común y especializado en el propio campo de especialización o de interés laboral/profesional, relativo a descripciones, tiempo y espacio, eventos y acontecimientos, procedimientos y procesos, relaciones profesionales, personales, sociales y académicas, trabajo y emprendimiento, bienes y servicios.

Patrones sonoros, acentuales, rítmicos y de entonación. Patrones gráficos y convenciones ortográficas.

### 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 una primera lengua extranjera con un nivel de usuario independiente, 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 6

### COMUNICACIÓN EN UNA SEGUNDA LENGUA EXTRANJERA DISTINTA DEL INGLÉS CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel:	2
Código:	MF9996_2
Asociado a la UC:	UC9996_2 - COMUNICARSE EN UNA SEGUNDA LENGUA EXTRANJERA DISTINTA DEL INGLÉS 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 una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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 una segunda lengua extranjera distinta del inglés, 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 una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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 una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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 una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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 una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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 y una argumentación estructurada.
- Redactar un conjunto detallado de instrucciones dirigidas al destinatario propio de la comunicación.
- Complimentar 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 los errores cometidos y poniendo el énfasis de forma apropiada para expresar sutilezas.

## 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 una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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 una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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 una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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 una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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 una segunda lengua extranjera distinta del inglés 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.