

MINISTERIO EDUCACIÓN Y CIENCIA.

BOE 19 febrero 1994, núm. 43/1994 [pág. 5489]

FORMACIÓN PROFESIONAL ESPECÍFICA. Establece el título de Técnico superior en Agencias de Viajes y las correspondientes enseñanzas mínimas.

Artículo 1. Se establece el título de Técnico superior en Agencias de Viaje, que tendrá carácter oficial y validez en todo el territorio nacional, y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas que se contienen en el anexo al presente Real Decreto.

Artículo 2. 1. La duración y el nivel del ciclo formativo son los que se establecen en el apartado 1 del anexo.

2. Las especialidades exigidas al profesorado que imparta docencia en los módulos que componen este título, así como los requisitos mínimos que habrán de reunir los centros educativos son los que se expresan, respectivamente, en los apartados 4.1 y 5 del anexo.

3. En relación con lo establecido en la disposición adicional undécima de la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre (RCL 1990\2045), se declaran equivalentes a efectos de docencia las titulaciones que se expresan en el apartado 4.2 del anexo.

4. Para acceder a los estudios profesionales regulados en este Real Decreto los alumnos habrán debido cursar las materias y/o contenidos de bachillerato que se indican en el apartado 3.6 del anexo.

5. Los módulos susceptibles de convalidación por estudios de formación profesional ocupacional o correspondencia con la práctica laboral son los que se especifican, respectivamente, en los apartados 6.1 y 6.2 del anexo.

Sin perjuicio de lo anterior, a propuesta de los Ministerios de Educación y Ciencia y de Trabajo y Seguridad Social, podrán incluirse, en su caso, otros módulos susceptibles de correspondencia y convalidación con la formación profesional y con la práctica laboral.

6. Los estudios universitarios a los que da acceso el presente título son los indicados en el apartado 6.3 del anexo.

DISPOSICIONES FINALES

Primera.-El presente Real Decreto, que tiene carácter básico, se dicta en uso de las competencias atribuidas al Estado en el artículo 149.1.30.^a de la Constitución (RCL 1978\2836 y ApNDL 2875) , así como en la disposición adicional primera, apartado 2, de la Ley Orgánica 8/1985, de 3 de julio (RCL 1985\1604, 2505 y ApNDL 4323), del Derecho a la Educación, y en virtud de la habilitación que confiere al Gobierno el artículo 4.2 de la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo.

Segunda.-Corresponde al Ministro de Educación y Ciencia y a los órganos competentes de las Comunidades Autónomas dictar, en el ámbito de sus competencias, cuantas disposiciones sean precisas para la ejecución y desarrollo de lo dispuesto en el presente Real Decreto.

Tercera.-El presente Real Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

ANEXO

INDICE

1. Identificación del título:

1.1 Denominación.

1.2 Nivel.

1.3 Duración del ciclo formativo.

2. Referencia del sistema productivo:

- 2.1 Perfil profesional:
 - 2.1.1 Competencia general.
 - 2.1.2 Capacidades profesionales.
 - 2.1.3 Responsabilidad y autonomía.
 - 2.1.4 Unidades de competencia.
 - 2.1.5 Realizaciones y dominios profesionales.
- 2.2 Evolución de la competencia profesional:
 - 2.2.1 Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos.
 - 2.2.2 Cambios en las actividades profesionales.
 - 2.2.3 Cambios en la formación.
- 2.3 Posición en el proceso productivo:
 - 2.3.1 Entorno profesional y de trabajo.
 - 2.3.2 Entorno funcional y tecnológico.
- 3. Enseñanzas mínimas:
 - 3.1 Objetivos generales del ciclo formativo.
 - 3.2 Módulos profesionales asociados a una unidad de competencia:
 - Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viaje.
 - Gestión económico-administrativa en agencias de viaje.
 - Organización y control en agencias de viaje.
 - Comercialización de productos y servicios turísticos.
 - 3.3 Módulos profesionales transversales:
 - Lengua extranjera.
 - Segunda lengua extranjera.
 - Relaciones en el entorno de trabajo.
 - 3.4 Módulo profesional de formación en centro de trabajo.
 - 3.5 Módulo profesional de formación y orientación laboral.
 - 3.6 Materias del bachillerato que se han debido cursar para acceder al ciclo formativo correspondiente a este título.
- 4. Profesorado:
 - 4.1 Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo.
 - 4.2 Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia.
- 5. Requisitos mínimos de espacios e instalaciones para impartir estas enseñanzas.
- 6. Convalidaciones, correspondencias y acceso a estudios superiores:
 - 6.1 Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional.
 - 6.2 Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral.
 - 6.3 Acceso a estudios universitarios.

1. Identificación

- 1.1 Denominación: Agencias de Viaje.
- 1.2 Nivel: Formación profesional de grado superior.
- 1.3 Duración del ciclo formativo: 1.400 horas.

2. Referencia del sistema productivo

- 2.1 Perfil profesional:
 - 2.1.1 Competencia general.
 - Programar, organizar, operar y controlar viajes combinados, vender derechos de uso de servicios turísticos, administrar unidades o departamentos específicos de agencias de viaje, y participar en el desarrollo de sus programas comerciales.
 - 2.1.2 Capacidades profesionales.

-Interpretar las demandas informativas y solicitudes de servicios que planteen los clientes. Adoptar actitudes de empatía y facilitación. Buscar, analizar e interpretar la información específica para trasladarla a los solicitantes de forma que resulte comprensible.

-Reservar y vender derechos de uso de servicios y productos turísticos y de viajes, calculando y determinando tarifas y precios y emitiendo los documentos de confirmación y/o pago correspondientes.

-Organizar, operar y controlar viajes combinados y otros conjuntos complejos de prestaciones como viajes de grupos, viajes de incentivos, congresos y eventos, etcétera.

-Seleccionar servicios y elaborar ofertas que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes.

-Desarrollar la gestión administrativa propia de las agencias de viaje, tanto la de carácter interno como la derivada de las relaciones económicas con clientes y proveedores. Interpretar correctamente los aspectos contable-administrativos y los procesos específicos de estos establecimientos.

-Analizar datos, hechos y circunstancias y sacar de ellos conclusiones que permitan hacer previsiones fundamentadas y realistas.

-Administrar unidades de producción o departamentos específicos de agencias de viaje, desarrollando o ejecutando programas de actuación, organizando con eficacia los recursos y el tiempo disponible, integrando al personal a su cargo y controlando los resultados de la actividad.

-Participar en la elaboración de los programas de acción comercial propios de las agencias de viaje, y en la organización, ejecución y control de su desarrollo, detectando las oportunidades del mercado.

-Organizar y dirigir el trabajo de otros técnicos de nivel inferior.

-Saber adaptarse a los diversos puestos de trabajo propios de estos establecimientos y otras empresas mediadoras-comercializadoras del subsector «Turismo y Viajes», debiendo responder con flexibilidad ante el entorno productivo y hacer frente de forma eficaz a las nuevas situaciones.

-Comunicarse, al menos, en dos lenguas extranjeras, oralmente y por escrito, con clientes y proveedores.

-Saber conducirse en los procesos de comunicación internos y externos, debiendo tener un buen dominio de las técnicas de comunicación y de negociación, así como una capacidad de motivar y estimular a sus colaboradores.

-Tener suficiente capacidad de integración para trabajar en equipo.

-Saber intervenir activamente en procesos de decisión de forma creativa y positiva, desarrollando un espíritu crítico constructivo y aportando soluciones alternativas.

-Aceptar un elevado grado de responsabilidad, incluso en los puestos de menor nivel de entre los que podrá ocupar este técnico, por los efectos económicos que pueden producir a la empresa los errores en el proceso de gestión. Desde el punto de vista de la gestión, esto supone ser capaz de establecer procedimientos muy bien determinados y enunciados, delimitar con precisión áreas de responsabilidad y establecer controles estrictos.

2.1.3 Responsabilidad y autonomía.

En los puestos de trabajo de nivel inferior el Técnico superior de Agencias de Viaje dependerá funcionalmente de jefes de departamento o unidades de producción y de responsables de ciertos departamentos «staff» específicos de las agencias de viaje. En los niveles superiores previstos (Jefe de unidad o departamento y responsable de delegación), tendrá dependencia de directores de centros productivos, de directores de áreas funcionales y de directores divisionales.

Este técnico es autónomo en las siguientes actividades:

- Asesoramiento e información a clientes.
- Venta de derechos de uso de servicios turísticos y de viajes.
- Programación, organización, operación y control de viajes combinados y otros conjuntos complejos de prestaciones.
- Administración de unidades de producción o departamentos específicos de agencias de viaje.

Puede ser asistido en:

- Organización, ejecución y control de acciones comerciales propias de las agencias de viaje.
- Gestión económico-administrativa del establecimiento.

Debe ser asistido en:

- Definición de objetivos, planes y presupuestos de su departamento.
- Elaboración de instrucciones y procedimientos relacionados con el control de calidad.

2.1.4 Unidades de competencia.

1. Vender derechos de uso de servicios turísticos y de viajes, y programar, organizar, operar y controlar viajes combinados.
2. Llevar a cabo la gestión administrativa interna y la externa derivada de las relaciones económicas con clientes y proveedores.
3. Organizar y controlar unidades de producción o departamentos específicos de agencias de viaje.
4. Organizar, ejecutar y controlar el desarrollo de acciones comerciales de agencia de viajes en la unidad o departamento de su responsabilidad.

2.1.5 Realizaciones y dominios profesionales.

Unidad de Competencia 1: vender derechos de uso de servicios turísticos y de viajes, y programar, organizar, operar y controlar viajes combinados

Realizaciones Criterios de Realización

1.1 Asesorar a los clientes sobre destinos, productos, servicios y tarifas, de modo que se satisfagan sus necesidades de información, se genere confianza y se despierte el interés de compra. -Ha interpretado e identificado acertadamente las necesidades del cliente en función de sus demandas informativas.

-Ha requerido y registrado, en el soporte predeterminado por la empresa, los datos del solicitante y de su petición de información.

-Ha utilizado de forma eficiente los soportes informativos y los medios de comunicación que le permiten acceder a toda la información y datos necesarios.

-Ha aplicado con precisión, utilizando para ello medios informáticos, electrónicos y manuales, técnicas de cálculo y determinación de tarifas y precios, y ha comparado y considerado, con criterio profesional y en función de las demandas específicas del cliente, las características de los destinos, productos y servicios.

-Ha informado al cliente de las disponibilidades existentes, aconsejándole el servicio que mejor satisface sus necesidades.

-Ha utilizado con naturalidad y eficacia, a los efectos descritos anteriormente, técnicas de comunicación y de venta, prestando un servicio de calidad con el fin de conseguir la satisfacción del cliente, generar su confianza y despertar su interés de compra.

-Ha registrado, en el soporte previsto para ello, los datos de la información aportada.

-Ha efectuado un seguimiento del cliente encaminado a lograr la venta del servicio.

-Ha utilizado, al menos, dos idiomas distintos al español para comunicarse con clientes que desconocen esta lengua.

1.2 Vender derechos de uso de servicios y productos turísticos y de viajes, satisfaciendo las necesidades del cliente y obteniendo ingresos y rendimientos óptimos

para la empresa. -Ha atendido las demandas de servicios, interpretando e identificando las necesidades del cliente.

-Ha registrado, en soportes predeterminados por la empresa, los datos necesarios del cliente y de su solicitud de servicios.

-Ha utilizado de forma eficiente los soportes informativos y los medios de comunicación que permiten acceder a toda la información y datos relativos a la petición del cliente.

-Ha aplicado con precisión, utilizando para ello medios informáticos, electrónicos y manuales, técnicas de cálculo y determinación de tarifas y precios de los servicios y productos turísticos, y ha efectuado la previsión de gastos de gestión que originaría su venta.

-Ha comparado y considerado, con criterio profesional y en función de las demandas específicas del cliente, los servicios y productos turísticos y sus tarifas, ofertándole las disponibilidades existentes e informándole de sus características así como de los posibles gastos de gestión, y le ha aconsejado lo que mejor satisface sus necesidades.

-Ha utilizado con naturalidad y eficacia técnicas de comunicación y de venta, prestando un servicio de calidad, gestionando su tiempo eficientemente y logrando la satisfacción del cliente y el cierre de la venta.

-Ha incluido toda la información requerida en el soporte de registro de la venta.

-Ha determinado el importe que se debe cobrar al cliente, y a sea en concepto de total debido o de depósito a cuenta.

-Ha utilizado, al menos, dos idiomas distintos al español para comunicarse con clientes que desconocen esta lengua.

1.3 Elaborar viajes combinados que resulten adecuados para su oferta en el mercado o para satisfacer las demandas de la clientela. -Ha determinado el itinerario y las características del viaje combinado que va a elaborar, en función del mercado y segmento al que se destina o de las demandas específicas del cliente, aplicando para ello los conocimientos sobre los destinos, recursos y servicios turísticos.

-Ha considerado y seleccionado los servicios que convengan incluir en el viaje combinado, así como los posible prestatarios de los mismos, utilizando para ello los soportes informativos y medios de comunicación más apropiados.

-Ha obtenido de los prestatarios las cotizaciones de los servicios y ha seleccionado aquellas con la mejor relación calidad/precio, aplicando en este proceso técnicas de comunicación y negociación, y manejando con profesionalidad los distintos soportes informativos.

-Ha realizado el presupuesto del viaje determinando: los costes, las retribuciones a minoristas, los márgenes de beneficios, los precios de venta, los umbrales de rentabilidad, etc.

-Ha establecido las características de presentación del viaje combinado, y ha diseñado su oferta final, volcándola en el soporte apropiado, ya sea para su presentación directa al cliente (en los casos de producto elaborado «a la demanda»), o para pasarla a los responsables de su comercialización (en los casos de producto «para la oferta»).

1.4 Gestionar la prestación de los servicios de modo que ésta se produzca según las condiciones previstas y pactadas. -Ha gestionado de los prestatarios, utilizando para ello los medios de comunicación más eficientes en cada caso, la reserva y confirmación de los servicios cuyos derechos de uso se han vendido, aplicando las técnicas apropiadas que produzcan la mejor garantía de prestación en los términos pactados con el cliente.

-Ha comunicado al cliente la situación en que queda la petición de reserva efectuada al proveedor (confirmación, denegación o situación de espera), asegurándose de que es perfectamente entendida y aceptada por aquél.

-En caso de situación de espera, ha efectuado el seguimiento oportuno, manteniendo informado al cliente de las nuevas gestiones realizadas.

-En caso de denegación definitiva de la reserva por el prestatario, ha ofertado al cliente servicios alternativos.

-En el supuesto de confirmación del servicio, y si ello resulta conveniente para una mayor garantía de prestación o es así requerido por el proveedor, ha previsto el procedimiento de reconfirmación.

-Ha informado al cliente de la situación definitiva de la reserva.

-En las fechas previstas, ha ejecutado los procedimientos de reconfirmación, cumplimentando los documentos al efecto, tanto de carácter interno como externo, y requiriendo del departamento correspondiente la formalización de posibles depósitos o prepagos.

1.5 Emitir los documentos de confirmación y/o pago que acrediten convenientemente el derecho del cliente a recibir los servicios contratados. -Una vez obtenida la confirmación de los servicios vendidos ha establecido, en función de los requerimientos del cliente, de las normativas de los proveedores de los servicios y de las directrices internas, las fechas de emisión de los documentos de confirmación y/o pago con los que el cliente demostrará ante los prestatarios su derecho a recibir dichos servicios.

-Con carácter previo a la emisión, ha confirmado con el cliente la modalidad de pago que va a utilizar a los efectos de inclusión de este dato en los documentos que así lo requieran.

-Ha seleccionado los documentos propios y/o de proveedores que se deban emitir y que correspondan a cada tipo de servicio contratado y a la modalidad de pago elegida.

-Ha consultado y confirmado, en los casos necesarios y en los soportes informativos adecuados, las características de emisión y los datos que se deban incluir en cada documento.

-Ha emitido, manual, mecánicamente o por medios informáticos, los documentos previstos, aplicando las técnicas de emisión correspondientes a cada caso.

-Ha comprobado la coincidencia de los datos incluidos en los documentos con los de la reserva/confirmación del servicio, y ha separado, distribuido y archivado las copias de los mismos, identificándolas y referenciándolas debidamente a efectos de control y localización.

-Ha escogido el material complementario de carácter informativo que debe acompañar a los documentos emitidos, incluyendo, si lo ha considerado necesario, copias de los mensajes o documentos de confirmación de los prestatarios de los servicios.

-Ha preparado la entrega de documentación utilizando soportes y material complementario apropiados, y ha procedido a su entrega o remisión al cliente.

-Ha confeccionado o cumplimentado los documentos internos y/o externos previstos para el control de las prestaciones, y los ha remitido a los prestatarios de los servicios, a los guías y acompañantes de los clientes y a los responsables de control.

-Ha incluido en el registro de la venta los datos de los documentos emitidos, y ha procedido al cierre de dicho registro y a la distribución y archivo de sus copias según el procedimiento establecido por la empresa.

1.6 Operar y controlar conjuntos complejos de prestaciones de servicios turísticos. -

Ha determinado y organizado, con criterios de eficiencia y rentabilidad y de acuerdo con los términos pactados u ofertados, los medios humanos y materiales necesarios para el correcto desarrollo de cada operación.

-Ha programado y coordinado las tareas que se deban ejecutar para la operación, asignándolas al personal responsable y estableciendo las fechas límite para la realización de las mismas.

-Ha confeccionado las listas de comprobación que permiten el seguimiento y control de las tareas y de los programas.

-Con la antelación necesaria, ha seleccionado a los proveedores y contratado sus servicios, asegurando las prestaciones mediante las acciones y documentos apropiados.

-Ha constatado, de forma personal y directa si es posible, y con carácter previo al inicio de las prestaciones, que las características y condiciones de los servicios previstos se ajustan a lo planificado.

-Durante el desarrollo del viaje ha supervisado los servicios, corrigiendo deficiencias y atendiendo y resolviendo necesidades emergentes y situaciones imprevistas.

-Ha evaluado, por comparación con los objetivos fijados, la organización, desarrollo y resultados del conjunto de prestaciones de servicios, completando los expedientes contables-administrativos prescritos, y confeccionando los informes valorativos oportunos.

1.7 Planificar, organizar y controlar todo tipo de eventos (congresos, convenciones, simposios, etc.).

-En colaboración con los promotores ha establecido los objetivos que se pretenden conseguir con la reunión, ha planificado y programado su desarrollo y los servicios que se van a prestar, y ha confeccionado las ofertas complementarias al evento.

-Ha determinado los medios humanos y materiales necesarios para el correcto desarrollo de la operación.

-Ha efectuado un estudio económico-financiero de la reunión y de los programas complementarios, determinando su viabilidad y rentabilidad, y ha confeccionado los correspondientes presupuestos, para los cuales ha obtenido la aprobación de los promotores.

-Ha organizado, con criterios de eficiencia y rentabilidad y de acuerdo con los términos pactados, los medios humanos y materiales previstos, asignando y coordinando las tareas que se deben ejecutar, y estableciendo las fechas límite para la realización de las mismas.

-Ha confeccionado las listas de comprobación que permiten el seguimiento y control de las tareas y de los programas.

-Con la antelación necesaria ha seleccionado a los proveedores y ha contratado/reservado sus servicios, asegurando las prestaciones mediante las acciones y documentos apropiados.

-Ha elaborado una base de datos de los participantes potenciales.

-Ha gestionado el diseño y producción de todo el material gráfico necesario.

-Ha llevado a cabo las acciones de comunicación necesarias para lograr la adecuada difusión del acto y el mayor grado posible de participación.

-Ha registrado y confirmado las inscripciones recibidas, y ha clasificado y seleccionado, de acuerdo con las instrucciones de los promotores, las aportaciones y trabajos de los participantes.

-Ha efectuado los controles necesarios para asegurar el cumplimiento de las acciones y tareas previstas, y ha tomado las medidas correctoras pertinentes en el caso de constatar desviaciones con relación a los programas establecidos.

-Ha constatado, de forma personal y directa, y con carácter previo al inicio de las prestaciones, que las características y condiciones de los servicios, espacios y medios previstos se ajustan a lo planificado.

-Ha supervisado las prestaciones de servicios por los proveedores, corrigiendo deficiencias y atendiendo y resolviendo necesidades emergentes y situaciones imprevistas.

-Ha evaluado, por comparación con los objetivos fijados, la organización, desarrollo y resultados de la reunión, completando los expedientes contable-administrativos prescritos y confeccionando los informes valorativos oportunos.

DOMINIO PROFESIONAL

a) Medios de producción o de tratamiento en la información: terminales electrónicas de CRS (PC e impresora de billetes, de página o multiuso). Equipos informáticos y ofimáticos.

b) Materiales empleados: documentos de tráfico y bonos (propios y de proveedores). Impresos y documentos administrativos (propios y de proveedores). Documentos informativos. Material promocional y de soporte a la documentación emitida. Material de oficina diverso.

c) Resultados intermedios: mensajes de solicitud de reserva y reconfirmación y modificaciones o cancelaciones de servicios formalizados. Itinerarios, programas y presupuestos de viajes individuales y de grupos realizados. Listados de usuarios (ej. «room-list», «paxlist», etc.), formalizados. Información complementaria diversa (ej. descripción de servicios y establecimientos, información sobre destinos, «travel-tips», etc.) formalizada y trasladada. Notas de cargo (ej. facturas y albaranes) formalizadas. Registros y expedientes formalizados.

d) Principales resultados del trabajo: asesoramiento e información sobre destinos y servicios turísticos prestados. Ventas de derechos de uso de servicios turísticos y de viajes efectuados. Control de documentos de pago o confirmación de servicios (ej. billetes aéreos, marítimos y de ferrocarril, bonos de autos de alquiler, bonos de hotel, «mastervouchers», boletines de confirmación, etc.) emitidos. Conjuntos complejos de prestaciones turísticas (ej. paquetes turísticos, «forfaits», congresos, etc.) programados, organizados, operados y controlados.

e) Procesos, métodos y procedimientos: procedimiento de reserva, reconfirmación, modificación y cancelación de servicios. Métodos de cálculo y determinación de tarifas. Procedimientos de contratación de servicios para grupos y viajes combinados. Procesos y procedimientos de la operación y control de viajes combinados y otros conjuntos complejos de prestaciones de servicios. Procesos administrativos de la venta.

f) Información: software aplicado. Información sobre los destinos y productos turísticos. Información sobre la oferta y los servicios turísticos y de viajes, y de sus precios y tarifas. Información sobre requisitos exigibles a los viajeros. Información sobre la normativa, procedimientos y métodos de los proveedores de servicios. Información interna sobre las políticas y programas de la empresa.

Soportes. De información externa: guías, horarios, catálogos, directorios, manuales operativos, manuales de venta, manuales de emisión de documentos, etc., y de información interna: instrucciones, órdenes, memorandos, circulares, memorias, informes, guías, manuales, etc.

g) Personal y/o organizaciones destinatarias de los servicios resultantes: clientes particulares, empresas y entidades públicas y privadas, agencias de viajes minoristas.

2.1.5 Realizaciones y dominios profesionales.

Unidad de Competencia 2: Llevar a cabo la gestión administrativa interna y la externa derivada de las relaciones económicas con clientes y proveedores

Realizaciones Criterios de Realización

2.1 Controlar e inventariar el material y documentos propios y de proveedores, y confeccionar partes de ventas de proveedores. -Ha determinado las necesidades de material y documentos para los períodos preestablecidos, previa consulta a los departamentos que los utilizan.

- Ha efectuado los correspondientes pedidos al departamento responsable de los suministros o a los proveedores, previa conformidad de su superior jerárquico.
 - Ha comprobado la coincidencia de las notas de entrega con el material o documentos efectivamente recibidos, dando su conformidad o no a las mismas.
 - Ha registrado en el soporte previsto al efecto las cantidades y numeraciones del material o documentos recibidos.
 - Ha clasificado el material y documentos recibidos y los ha almacenado ordenadamente en los lugares previstos al efecto, siguiendo las normas de seguridad, almacenamiento y utilización establecidas por la empresa y por los proveedores.
 - Ha atendido los requerimientos de material que se le han formulado por el personal de la empresa, asegurando su utilización según las normas establecidas.
 - Ha entregado al comienzo de cada jornada, a las personas designadas para recibirlo, el «stock» de documentos para las emisiones del día, efectuando posteriormente las reposiciones necesarias, y recabando en cada caso la conformidad de tales personas con el «stock» o reposiciones que reciben.
 - Al final de la jornada ha recibido el «stock» sobrante de documentos no emitidos, efectuando el debido control y dando su conformidad o no al mismo.
 - Ha controlado los documentos emitidos comprobando su ingreso en los soportes de ventas, la correspondencia de los importes y el cruce de referencias, y ha distribuido y/o archivado sus copias de acuerdo con los procedimientos establecidos.
 - Diariamente ha formalizado o solicitado la formalización de los registros de control de las emisiones y del inventario permanente de los documentos, comprobando que dichas emisiones se han efectuado según las secuencias establecidas.
 - Para su remisión a los proveedores que así lo hayan requerido, ha confeccionado en las fechas fijadas los correspondientes partes de ventas, adjuntando a los mismos las copias contables de los documentos emitidos y otros documentos complementarios, y los ha enviado según las instrucciones recibidas.
 - Ha realizado inventarios físicos periódicos cumplimentando las solicitudes de inventario formuladas por la empresa o por los proveedores.
 - Ha notificado a sus superiores jerárquicos las incidencias e irregularidades detectadas.
 - Ha adoptado las medidas necesarias para evitar pérdidas, robos y fraudes, aplicando los procedimientos de seguridad establecidos para la empresa y los proveedores.
- 2.2 Cobrar o reintegrar los importes cargados o acreditados a los clientes por ventas o devoluciones de derechos de uso de servicios.
- Ha cobrado a los clientes los depósitos predeterminados por el personal de ventas, y ha emitido los recibos de depósito correspondientes, cuyas copias ha distribuido, archivado y registrado convenientemente.
 - Recibidos los soportes de ventas, ha comprobado las valoraciones de los servicios vendidos y los gastos de gestión, emitiendo los documentos de cargo a los clientes.
 - Ha cobrado las ventas de contado en efectivo o contra tarjeta de crédito y, en este último caso, ha extendido la correspondiente nota de cargo a la tarjeta de crédito, comprobando la validez de la misma y recabando la firma de su titular de acuerdo con las instrucciones de la entidad financiera.
 - En el caso de ventas a crédito, ha dado instrucciones al personal encargado, de la entrega al cliente de la documentación de viaje, o ha requerido personalmente la conformidad documental del cliente al documento de cargo originado.
 - Ha atendido las solicitudes de reembolso de los clientes por derechos de uso de servicios definitivamente no disfrutados y ya cargados, y ha extendido los documentos que reflejan la recogida de los documentos que son objeto de la solicitud.
 - Ha comprobado el derecho de los clientes a las devoluciones que solicitan, ha determinado el importe que se les debe abonar, y ha gestionado de los proveedores el

reembolso de las cantidades que corresponden por los servicios no disfrutados, cumplimentando los documentos previstos a estos efectos.

-Ha reintegrado a los clientes mediante efectivo, cheque o abono a tarjeta de crédito las cantidades a su favor por los reembolsos a que tienen derecho, o, alternativamente, para los clientes con cuenta de crédito, ha originado el documento de abono que corresponda.

-Ha distribuido y archivado o remitido, en la forma establecida, las copias de los documentos originados.

2.3 Controlar las cuentas de clientes con crédito y gestionar el cobro de los importes vencidos. -Con conocimiento de los términos pactados con los clientes con cuenta de crédito y de la normativa interna al respecto, ha controlado de forma continuada la evolución de las cuentas de tales clientes, comprobando que sus saldos se encuentran dentro de los límites autorizados.

-Ha analizado los apuntes de cada cuenta de crédito, determinando periódicamente el volumen, la composición y la evolución de la producción de cada cliente con crédito, emitiendo y enviando a los departamentos/personas previstos los informes pertinentes.

-Ha determinado, en los casos así previstos, los importes a favor de los clientes en concepto de bonificaciones y otros, generando los documentos de abono pertinentes y practicando los correspondientes apuntes en sus cuentas.

-Ha elaborado y remitido a los clientes las relaciones periódicas de facturación/reembolsos.

-Ha gestionado el cobro de los saldos vencidos de acuerdo con los términos de crédito pactados con los clientes, y ha resuelto o informado de las diferencias, observaciones y reclamaciones que éstos le hayan planteado.

-Ha cobrado los saldos vencidos, extendiendo a favor de los clientes los documentos acreditativos del pago, y efectuando en las correspondientes cuentas de crédito los apuntes de abono de los importe cobrados.

-Ha notificado a sus superiores y a otras personas designadas las distintas incidencias, especialmente los incumplimientos de pago por parte de los clientes.

2.4 Controlar las liquidaciones de ventas y facturas de proveedores, y resolver discrepancias y otras incidencias contable-administrativas. -Ha mantenido el archivo de documentos emitidos y de registros de operaciones debidamente ordenado y actualizado, referenciando todos los documentos de tal manera que se facilite su búsqueda y localización.

-Ha controlado las liquidaciones de ventas y facturas de proveedores, comprobando el ingreso de los documentos relacionados, su importe, forma de pago y comisión a favor de la agencia, y ha informado de la conformidad para su pago o ha emitido los oportunos informes de incidencias.

-Ha investigado y resuelto y/o contestado los partes de incidencias y reclamaciones contables y administrativas, tanto internas como externas.

2.5 Efectuar operaciones varias de tesorería y controlar las cuentas de caja y bancos. -Ha efectuado operaciones de compra de moneda extranjera y cheque de viajero, determinando el contravalor que se deba pagar, aplicando la normativa vigente y cumplimentando los documentos y registros prescritos.

-Para su abono en las cuentas corrientes bancarias, ha ingresado o remesado los documentos de pago (cheque, pagarés, letras de cambio, cargos de tarjetas de crédito, etc.), recibidos de los clientes, los recibidos a cargo de clientes con pago mediante domiciliación bancaria, la moneda extranjera y cheques de viajero comprados, y el efectivo excedente de los límites máximos previstos para el saldo de caja.

-Ha efectuado, recabando previamente la autorización prescrita y dentro de los límites predeterminados, pagos en efectivo y a través de cuenta corriente bancaria.

-Ha cumplimentado los impresos administrativos y los precontables o contables previstos para el registro de las operaciones de tesorería, realizando los apuntes necesario en los libros/registros de caja y cuentas bancarias.

-Ha realizado resúmenes periódicos de los movimientos de caja, y los ha remitido, acompañados de los oportunos documentos y comprobantes, a las personas, departamentos o servicios externos predeterminados.

-Ha controlado la cuenta de caja y ha efectuado los arqueos prescritos, comprobando la coincidencia del saldo real con el determinado por los apuntes realizados, y buscando, resolviendo y/o informando las diferencias que se hayan producido.

-Ha controlado las cuentas bancarias, efectuando cuadros periódicos con los extractos de los bancos, y buscando, resolviendo y/o informando las diferencias que se hayan producido.

-Ha informado, con la periodicidad prescrita o atendiendo a demandas concretas, de los saldos disponibles en las cuentas bancarias, y ha registrado oportunamente los importes retirados por otros departamentos de la empresa.

-Ha adoptado las medidas de seguridad necesarias para evitar robos y pérdidas, aplicando los procedimientos de seguridad establecidos por la empresa y determinados en las pólizas de seguros contra robos, atracos, etc.

-Ha archivado, en la forma establecida, los documentos y comprobantes, y ha mantenido actualizados los diferentes registros de operaciones.

DOMINIO PROFESIONAL

a) Medios de producción o de tratamiento de la información: equipos ofimáticos e informáticos. Datáfonos o TPV.

b) Materiales empleados: material de oficina diverso. Impresos y documentos administrativos (propios y de proveedores).

c) Resultados intermedios: estados y listados de cuentas de clientes formalizados. Notas y solicitudes de regularización de incidencias formalizadas. Documentos administrativos varios originados por los procesos de ventas, reembolsos y otros, y que no implican la finalización de tales procesos (ej. recibos de depósito, recibidos por documentos para reembolsar, etc.) formalizados y listados. Inventarios y arqueos efectuados y controlados. Remesas a entidades financieras de medios de pago de los clientes efectuadas.

d) Principales resultados del trabajo: facturas y notas de abono a clientes formalizadas. Estados y listados de cuentas de clientes formalizados. Cobros efectuados y correspondientes comprobantes de cobro formalizados. Notas de reembolso de proveedores por servicios no utilizados formalizadas. Partes de ventas de proveedores formalizados. Pagos efectuados y consiguientes documentos de pago y recibos formalizados. Documentos internos de cargo/abono a otros departamentos y oficinas formalizados. Soportes de asientos contables hechos. Control de caja y bancos efectuado y consiguientes informes o registros formalizados. Reposición y control de existencia de material y documentos efectuados, y consiguientes registros formalizados. Control de las ventas y documentos emitidos efectuado.

e) Procesos, métodos y procedimientos: procesos administrativos. Proceso contable. Procedimientos y métodos de cobro. Procedimientos de notificación y liquidación de ventas a proveedores. Procedimientos de verificación y control de cargos de proveedores. Procedimientos de devoluciones por reembolsos. Procedimientos de control y reposición de materiales y documentos. Métodos de control de caja y cuentas bancarias. Métodos de archivo.

f) Información: software aplicado. Información sobre normativa, procedimientos y métodos de los proveedores de servicios. Información interna sobre las políticas y los programas de la empresa.

Soportes: instrucciones, órdenes, memorandos, circulares, memorias, informes, guías, manuales, etc.

g) Personal y/u organizaciones destinatarias de los servicios resultantes: clientes, proveedores, personas y departamentos de la empresa interrelacionados.

2.1.5 Realizaciones y dominios profesionales.

Unidad de Competencia 3: organizar y controlar unidades de producción o departamentos específicos de agencias de viajes

Realizaciones Criterios de Realización

3.1 Determinar las características de la oferta de servicios que se va a diseñar, así como los objetivos y planes de su área de responsabilidad, integrando todo ello en la planificación general de la empresa. -Por medio de información directa y expresa ha accedido al conocimiento de los planes generales de la empresa y de los específicos que afectan a su área de actuación, comprendiendo y asumiendo el concepto empresarial, los objetivos, las estrategias y las políticas fijadas por la dirección.

-A partir de la información del mercado, y teniendo en cuenta el posicionamiento de su empresa, ha fijado las características de la oferta que se va a definir y los objetivos de carácter particular para la unidad o departamento de su responsabilidad, presentándolos a sus superiores para su discusión y modificándolos si ha resultado procedente.

-Para la consecución de estos objetivos de carácter particular:

Ha identificado las opciones de actuación.

Las ha evaluado con criterio de eficiencia en su relación costes/resultados.

Ha seleccionado las más convenientes.

-Ha planteado y desarrollado los programas para las opciones de actuación escogidas, previendo los medios humanos y materiales necesarios para ejecutarlos.

3.2 Confeccionar los presupuestos de la unidad o departamento de su responsabilidad en función de los objetivos y programas previstos. -Ha cuantificado y dado periodicidad a los objetivos y sus programas, confeccionando los presupuestos económicos y de tesorería, aplicando para ello técnica de previsión y presupuestación.

-Ha planteado a sus superiores jerárquicos dichos presupuestos y ha considerado las observaciones que se hayan formulado, modificando sus términos si ha resultado procedente y obteniendo el consenso necesario para los mismos.

3.3 Organizar los recursos necesarios, determinando una estructura eficiente que dé lugar a unos procesos adecuados y rentables. -Ha determinado la estructura de la unidad o departamento que resulte más adecuada para conseguir la máxima eficiencia en los procesos a partir de los medios humanos, materiales y económicos disponibles.

-Ha organizado físicamente la zona de trabajo teniendo en cuenta:

El volumen de operaciones previsto.

El presupuesto de inversión.

Los equipos y mobiliario disponibles.

Los medios humanos.

El espacio disponible.

Criterios basados en la Ergonomía.

La fluidez de circulación y facilidad en la comunicación del personal.

La eficiencia productiva.

El tipo y naturaleza de los servicios que se vayan a prestar.

Las normas de seguridad e higiene en el trabajo.

-Ha propuesto la adquisición o contratación de los elementos materiales necesarios para los distintos procesos, considerando para ello las directrices de la empresa y la relación eficacia/coste de cada elemento.

-Ha colaborado con sus superiores en la definición de los puestos de trabajo de la unidad o departamento, aportando información y propuestas sobre funciones, responsabilidades y relaciones funcionales.

-Ha establecido las reglas y procedimientos específicos para los distintos procesos de la unidad o departamento en cuestión, considerando:

Las técnicas propias del área.

Los medios disponibles.

La estructura organizativa que se haya determinado.

La capacidad productiva del área.

-Ha fijado, con conocimiento de las correspondientes técnicas, los sistemas de archivo, gestión interna de la información y organización de los soportes informativos que van a ser utilizados en la unidad o departamento.

-Ha establecido criterios de organización de los puestos de trabajo, dotándolos de los instrumentos disponibles necesarios para que el personal que los ocupe pueda llevar a cabo su trabajo de forma eficiente.

3.4 Dirigir y coordinar al personal dependiente, involucrándolo en los objetivos y motivándolo para que tenga una alta capacidad de respuesta a las necesidades de los clientes y desarrolle su profesionalidad. -Ha resuelto problemas y ha tomado decisiones de manera racional y sistematizada para llegar a resultados objetivos.

-Ha identificado las necesidades de personal del establecimiento, área o departamento en función de los programas y actividades que se deban ejecutar.

-Ha colaborado con sus superiores en la definición de los puestos de trabajo de su unidad o departamento, aportando información y propuestas sobre funciones, responsabilidades y relaciones funcionales.

-Ha propuesto la contratación de personal para cubrir las necesidades detectadas, participando en el reclutamiento y en la selección de los candidatos.

-Ha organizado y distribuido el trabajo y ha confeccionado los turnos, horarios, vacaciones y días libres del personal a su cargo.

-Ha motivado al personal de la unidad o departamento y ha promovido el trabajo en equipo y la iniciativa personal.

-Ha transmitido oportunamente las instrucciones/órdenes pertinentes de forma clara, asegurándose de su perfecta comprensión.

-Ha delegado en el personal dependiente la autoridad necesaria para que pueda llevar a cabo su trabajo, propiciando la creatividad e iniciativa personal, exigiendo oportunamente las responsabilidades que ello conlleva y corrigiendo las actitudes y acciones incorrectas.

-Ha efectuado un seguimiento de la labor del personal a su cargo estableciendo criterios de evaluación que permitan conocer su eficacia en el trabajo.

-Ha propuesto a sus superiores la impartición de programas de formación, información o desarrollo personal en su unidad o departamento.

3.5 Organizar, ejecutar y controlar en la unidad o departamento de su responsabilidad la política de calidad definida. -Ha establecido un sistema de control de calidad que permite evaluar:

Los procesos y procedimientos utilizados en la agencia o establecimiento.

El grado de satisfacción de las expectativas de los clientes.

La calidad de los servicios prestados por los proveedores.

-Ha organizado los medios materiales y humanos necesarios para implementar los procedimientos de control definidos.

-Se ha informado y/o recogido directamente información de los resultados de la aplicación de los procedimientos de control definidos.

-Ha analizado la información detectando posibles fallos y/o desviaciones respecto a los objetivos, informando a sus superiores y aplicando, en su caso, las medidas de corrección oportunas.

3.6 Evaluar y controlar los ingresos, costes y rendimientos de su unidad o departamento para conseguir un adecuado seguimiento económico-administrativo. -

Ha establecido un sistema de control económico de su unidad o departamento con el fin de comprobar el nivel de cumplimiento de los objetivos económicos, teniendo en cuenta que:

La información de gestión obtenida debe ser la necesaria para tomar decisiones.

Los patrones de medida deben estar basados en los promedios del sector, los estados financieros de la empresa y la previsión de ingresos y gastos. El método de recogida de información ha de ser sencillo pero, al propio tiempo, debe permitir la obtención de datos reales.

La implantación de medidas correctoras, una vez comparados los datos reales con los estándares, debe ser sencilla.

Se deben cumplir los objetivos empresariales.

-Ha establecido los estándares y referencias necesarios para el control de los resultados parciales y finales de la actividad, determinando los puntos críticos y fijando plazos y períodos para seguimientos y revisiones presupuestarias.

-Ha comprobado que el sistema de control asegura un perfecto seguimiento del ajuste entre los resultados reales de operación y los previstos, además de la optimización de los recursos disponibles.

-Además ha comprobado que la información de gestión que se pueda obtener por el sistema de control, junto con la información histórica de la agencia y las previsiones y estimaciones de su actividad empresarial, se pueden utilizar para evaluar la rentabilidad de la unidad, área o departamento.

-Ha aplicado las técnicas de análisis financiero que se hayan establecido relativas a:
Determinación del fondo de maniobra.

«Ratios» financieros.

Compras, contrataciones y existencias.

Indices de actividad y rotaciones.

Rentabilidad de la unidad o departamento.

-Esporádicamente ha realizado auditorías del proceso de cobro a clientes.

-Ha realizado un informe de gestión normalizado, analizando la actividad del período y proponiendo medidas para corregir las posibles desviaciones.

DOMINIO PROFESIONAL

a) Medios de producción o de tratamiento de la información: equipos informáticos.
Equipos ofimáticos.

b) Materiales empleados: material de informática y de oficina diverso. Impresos.

c) Resultados intermedios: ejecución o propuestas de compras y contrataciones de medios productivos efectuadas. Estructura organizativa de la unidad o departamento establecida. Criterios de organización de los puestos de trabajo, de los soportes informativos, de los archivos y del almacén fijados. Referencias y sistemas de control establecidos.

d) Principales resultados del trabajo: programas (de acciones comerciales, de contratación con proveedores, de presupuestación, etc.) desarrollados.

e) Procesos, métodos y procedimientos: proceso de planificación y control. Proceso de organización. Proceso de integración y dirección de los recursos humanos.

Procedimientos de compras. Procedimientos de contratación con proveedores de servicios. Métodos de presupuestación.

f) Información: software de gestión aplicado. Información interna sobre objetivos y estrategias de la empresa. Información sobre el mercado y el entorno externo. Soportes: instrucciones, órdenes, memorandos, circulares, memorias, informes, estudios, etc.

g) Personal y/u organizaciones destinatarias de los servicios: personal a su cargo. Departamentos de la empresa interrelacionados. Clientes. Proveedores de servicios.

2.4 Realizaciones y dominios profesionales.

Unidad de Competencia 4: organizar, ejecutar y controlar el desarrollo de acciones comerciales de la agencia de viajes en la unidad o departamento de su responsabilidad

Realizaciones Criterios de Realización

4.1 Recoger y analizar información que sea útil para la definición del plan de marketing de la agencia de viajes. -Ha identificado y seleccionado fuentes de información primarias (encuestas, reuniones y otras) que deben utilizarse para la obtención de información sobre el mercado, producto, precio y distribución de los servicios propios y de la competencia.

-Ha identificado y seleccionado fuentes de información secundaria tanto internas (departamentos de la organización) como externas (organismos, publicaciones, etc.), obteniendo datos referidos al mercado, producto, precio y distribución de los servicios propios y de la competencia.

-Ha seleccionado y diseñado el método para la recogida de datos.

-Ha analizado la información recogida mediante la utilización de los métodos adecuados (técnicas estadísticas, contrastación de hipótesis, análisis de probabilidades, etc.).

-Ha obtenido conclusiones y las ha recogido de forma clara y concisa en un informe, trasladándolo a los responsables de la definición del Plan de marketing de la agencia de viajes y a los departamentos oportunos.

-Ha aportado ideas y sugerencias a los responsables de la definición y desarrollo del Plan de marketing acerca de:

La selección del público objetivo.

La selección de los canales de distribución.

Las actuaciones de promoción.

El diseño y preparación de los materiales gráficos de promoción.

Los medios y soportes publicitarios.

4.2 Organizar, preparar y controlar el desarrollo de acciones comerciales en su departamento o área de responsabilidad. -Ha organizado y preparado, siguiendo las instrucciones recibidas, las acciones comerciales que hay que desarrollar en su área de responsabilidad, determinando los recursos humanos y materiales necesarios.

-Ha seleccionado personas que llevarán a cabo las acciones publi-promocionales previstas en su departamento o área de responsabilidad, y ha organizado las actividades informativas y formativas necesarias para que cuenten con los conocimientos y capacitación previstos.

-Ha asignado al personal involucrado las acciones y tareas previstas en el programa, controlando el desempeño y dando las orientaciones convenientes para asegurar la ejecución de las acciones de acuerdo con el programa elaborado.

-Ha realizado visitas promocionales a clientes potenciales y ha distribuido material promocional y ofertas a los clientes potenciales y/o actuales.

-Ha controlado el desarrollo de la acción publi-promocional en su área de responsabilidad informando al departamento correspondiente en tiempo y forma adecuados.

DOMINIO PROFESIONAL

- a) Medios de producción o de tratamiento de la información: equipos informáticos. Medios ofimáticos. Equipos audiovisuales.
- b) Materiales empleados: material de oficina y de informática diverso. Impresos.
- c) Resultados del trabajo: análisis y conclusiones sobre el mercado, producto, precio y canales de distribución. Bases de datos de clientes potenciales. Acciones publi-promocionales. Ofertas y propuestas de colaboración a clientes. Captación efectiva de operaciones y clientes (acuerdos de colaboración, contratos ...). Informes finales sobre la ejecución y resultados de los programas publi-promocionales.
- d) Procesos, métodos y procedimientos: procedimientos de obtención, análisis e interpretación de datos. Procedimientos de segmentación y selección del mercado. Técnicas de marketing. Procedimientos para negociación con los proveedores de servicios turísticos de viajes de su participación en los costes de medios y soportes previstos en los programas. Métodos de seguimiento y control del desarrollo de los programas de la acción publi-promocional.
- e) Información (naturaleza, tipo y soportes): software aplicado (Tratamiento de la información, autoedición y tratamiento de la imagen). Datos acerca del mercado, producto, precio y canales de distribución. Bases de datos. Reportes internos.
- f) Personal y/u organizaciones destinatarias de los servicios: superiores jerárquicos. Personal a su cargo. Departamentos interrelacionados. Proveedores. Clientes actuales y potenciales.

2.2 Evolución de la competencia.

2.2.1 Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos.

La existencia de una función mediadora en una determinada actividad económica se justifica tanto desde el punto de vista de las necesidades de los consumidores como de los proveedores. La aparición, desarrollo y función en el mercado de las agencias de viaje responden a esta premisa, pero los factores que las justifican han variado, especialmente en los últimos tiempos, en la medida en que han venido evolucionando los medios y técnicas de información y comunicación.

Inicialmente estos factores fueron el acercamiento cliente-proveedor y el asesoramiento a los turistas. En la situación actual se añaden, como decisivos, los siguientes:

- a) Para los clientes: la facilitación integral de conjuntos de servicios, la especialización y el abaratamiento.
- b) Para los prestatarios de servicios: la diferenciación del resto de la oferta y la integración de los organizadores de viajes como parte del producto.

A pesar de estos argumentos, las agencias de viajes se enfrentan, cada vez más, a una frecuente comercialización directa por parte de compañías aéreas, establecimientos de alojamiento, compañías de coches de alquiler, etcétera.

Esta situación del mercado, agravada por el crecimiento y atomización del sector, conducen a las agencias de viaje a buscar factores diferenciales en su servicio y en el de los servicios cuyos derechos de uso venden. Es por ello por lo que se hacen necesarios planteamientos de especialización y diferenciación, así como un marketing estratégico para situarse en el mercado, que garanticen la pervivencia empresarial a largo plazo.

La situación del mercado está conduciendo, asimismo, a integraciones de diversa fórmula, horizontal o vertical. Estas integraciones tratan de dar una dimensión adecuada a las empresas, o, en otros casos, garantizar la venta, por canal propio, del producto mayorista de grupo formado. En el mismo sentido, los «pools» y «joint ventures» buscan una mayor presencia en el mercado de sus integrantes, aunque en muchas ocasiones con la contrapartida indeseable, pero difícil de evitar en estos casos, de la pérdida de identidad empresarial.

Por estas y otras razones, el negocio de las agencias de viaje ha devenido en muy complejo, con alto grado de riesgo, con rendimientos apretados y altos umbrales de rentabilidad, y consecuentemente necesitado de gerentes cualificados y de técnicos con alto nivel de formación especializada.

Desde el punto de vista tecnológico, los sistemas globales de reservas y la integración en un mismo soporte informático del «front-office» y el «back-office» han modificado sustancialmente el entorno y la actividad de gran parte de los puestos de trabajo de las agencias de viaje. Además, estos sistemas globales de reservas, junto con el telefax, han resuelto de forma efectiva y progresivamente más barata la comunicación con los proveedores de los servicios.

En lo referente al aspecto organizativo, se pueden hacer las siguientes consideraciones:

- Se tiende a estructuras más «planas», desaparecen direcciones regionales o de zona, se amplían los alcances administrativos y se crean y potencian autoridades funcionales.

- Se producen recentralizaciones y se limitan las delegaciones de autoridad.

- En las grandes y medianas empresas con importante número de oficinas, se reduce el criterio divisional geográfico, en beneficio de estructuras divisionales por cliente o servicio/producto.

- Los centros y unidades de producción se configuran internamente en función del tipo de clientela o servicio.

- Los puestos de contacto con la clientela se conciben de forma integral, con criterios basados en la utilización de las terminales «CRS» y sus elementos complementarios.

En definitiva, las agencias de viaje tratan de justificar su actividad y de adaptarse a un mercado cambiante mediante la diferenciación y especialización de sus funciones, la adaptación de sus estructuras a situaciones de alta competitividad y la integración de sus procedimientos internos en soportes informáticos altamente desarrollados. Sin embargo, este planteamiento sólo podrá llevarse a cabo si se cuenta con personal con un amplio conocimiento del mercado turístico y con las cualificaciones necesarias en los ámbitos de la administración, el marketing y las técnicas específicas de la actividad.

2.2.2 Cambios en las actividades profesionales.

Las circunstancias expuestas han determinado modificaciones de las actividades profesionales, de las que cabe destacar:

- La mayor importancia de las capacidades de comunicación (ventas y negociación con proveedores) en detrimento de ciertos aspectos técnicos muy complejos (por ejemplo, la construcción de tarifas aéreas para rutas indirectas, actualmente realizada con ayuda informática).

- El conocimiento de los procedimientos administrativos internos y de los establecidos por los proveedores de los servicios, que han de tener los trabajadores que ocupan puestos de contacto con el cliente, debido a la integración en un mismo soporte de las actividades de venta y de las administrativas.

- La inclusión, en prácticamente todos los puestos de trabajo, de terminales «CRS» con dispositivos complementarios, ordenadores personales o terminales de redes locales.

- El establecimiento, por parte de las empresas, de criterios de calidad de servicio, de productividad y de eficiencia.

2.2.3 Cambios en la formación.

Resulta fácilmente deducible la importancia que adquiere la formación en áreas como la venta, la negociación y el marketing (especialmente, en el entorno de esta figura, en el aspecto operativo). Además, los itinerarios profesionales relativamente cortos hacia puestos de gestión hacen necesario, si se pretende un horizonte profesional interesante, conocimientos importantes de los fundamentos y técnicas de la

administración de empresas. Por otra parte, la exclusividad en la formación que se vienen reservando los propietarios de los sistemas globales de reservas -sistemas que se han convertido en un instrumento fundamental para las agencias de viaje-da lugar a que una parte importante de la formación deba realizarse en la empresa, en situaciones de trabajo real.

Se señala también la gran importancia que tiene para esta figura el mantenimiento y el perfeccionamiento de su nivel de idioma.

2.3 Posición en el proceso productivo.

2.3.1 Entorno profesional y de trabajo.

Esta figura ejercerá su actividad, principalmente, en el subsector «Turismo y Viajes». Los distintos tipos de empresas o entidades en los que puede desarrollar su actividad son:

- Agencias de viaje de todo tipo y especialización (emisoras y receptoras; organizadoras, consolidadoras y tour-operadoras; mayoristas y minoristas, etc.).
- Otras empresas y entidades mediadoras y comercializadoras de este subsector, tales como centrales de reservas, organizadores profesionales de congresos (OPC's), oficinas de información turística, entidades de promoción turística, etcétera.
- Consultores turísticos.
- Empresas de transporte.

En cuanto al tamaño de las empresas, puede insertarse tanto en pequeñas y medianas empresas de carácter local o regional, como en grandes organizaciones con implantación nacional o internacional.

En gran cantidad de situaciones de trabajo en que pueda encontrarse el Técnico superior de Agencias de Viaje se observan los siguientes factores comunes:

- Fuerte riesgo implícito, originado por los efectos económicos (Indemnizaciones por perjuicios ocasionados, etc.) que pueden producir a la empresa los errores en el proceso de gestión (emisión de documentos de pago, valoración de servicios y ofertas, manejo de dinero en efectivo y otros medios de pago, etc.).
- Fuerte peso del aspecto técnico-especializado del trabajo.
- Elevado número de situaciones emergentes y enorme variedad de demandas informativas y de servicios.

2.3.2 Entorno funcional y tecnológico.

Esta figura se ubica fundamentalmente en las funciones/subfunciones de administración, marketing estratégico y operacional, compras/contratación, producción y/o distribución de servicios turísticos y de viajes, mediación, control de calidad y función administrativo-contable.

Las técnicas y conocimientos tecnológicos abarcan los siguientes procesos:

- Información.
- Ventas.
- Reservas.
- Programación y presupuestación de viajes combinados y otros conjuntos complejos de prestaciones de servicios.
- Contratación.
- Operaciones y control.
- Procesos contable-administrativos.
- Gestión de unidades de producción o departamentos específicos de agencias de viaje.
- Organización de reuniones y eventos.
- Desarrollo de acciones comerciales.

Ocupaciones, puestos de trabajo tipo más relevantes:

A título de ejemplo y con fines de orientación profesional, se enumeran a continuación un conjunto de ocupaciones o puestos de trabajo que podrían ser desempeñados adquiriendo la competencia profesional definida en el perfil del Título:

- Vendedor de agencias de viaje.
- Empleado del departamento de reservas.
- Programador-presupuestador, «forfetista».
- Jefe de departamentos propios de las agencias de viaje.

Posibles especializaciones:

La figura profesional descrita, al insertarse laboralmente en un puesto de trabajo concreto de los relacionados anteriormente, puede conseguir diferentes especializaciones, para lo cual necesitará un período de adiestramiento y adaptación en ese puesto de trabajo. La especialización de esta figura derivará del tipo de agencia de viajes o del tipo de entidad, pública o privada, que realice actividades mediadoras, comercializadoras o de información en el subsector «Turismo y Viajes».

A título de ejemplo se enumeran a continuación algunas de estas especializaciones:

- Empleado del departamento de operaciones.
- Controlador de calidad.
- Promotor.
- Organizador profesional de congresos, ferias y otros eventos.
- Delegado comercial.
- Empleado de entidades de información y promoción turística.
- Empleado de empresas consultoras turísticas.

3. Enseñanzas mínimas

3.1 Objetivos generales del ciclo formativo.

Analizar y desarrollar los procesos de creación y prestación de servicios de las agencias de viaje identificando, describiendo y/o aplicando: la función de los recursos humanos, las principales operaciones, los medios materiales e información necesarios, los procedimientos de trabajo correctos y la rentabilidad de los procesos.

Analizar las funciones de planificación, organización y control de las unidades de producción y departamentos de agencias de viaje y aplicar los procedimientos de gestión y control de los servicios.

Evaluar diferentes estrategias de comercialización de servicios y productos específicos de agencias de viaje, estimando las acciones de comunicación que mejor se adaptan a situaciones de mercado concretas.

Identificar las características de calidad más significativas de los servicios de agencias de viaje y evaluar, definir o realizar procesos para su control.

Actuar, utilizando con autonomía los conocimientos técnicos y el saber hacer necesarios, proponiendo mejoras en los procedimientos establecidos y soluciones a las contingencias del trabajo.

Sensibilizar a los demás respecto de los efectos negativos que determinados modos operativos y condiciones de trabajo pueden producir sobre la salud personal y colectiva, proponiendo medidas correctivas y protecciones adecuadas que mejoren las condiciones de seguridad.

Comprender el marco legal, económico y organizativo que regula y condiciona las actividades profesionales del sector de Hostelería y Turismo, identificando los derechos y las obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.

Dominar estrategias de comunicación para transmitir y recibir información correctamente y resolver situaciones conflictivas, tanto en el ámbito de las relaciones en el entorno de trabajo como en las relaciones con los clientes, expresándose de forma correcta, al menos, en dos lenguas extranjeras.

Analizar, adaptar y, en su caso, generar documentación técnica para la mejor información y orientación de personal colaborador dependiente.

Seleccionar y valorar críticamente las diversas fuentes de información relacionadas con el ejercicio de la profesión que posibiliten el conocimiento y la inserción en la realidad laboral, la capacidad de autoaprendizaje y la evolución y adaptación de las capacidades profesionales propias a los cambios tecnológicos y organizativos continuos que se producirán a lo largo de la vida activa.

Desarrollar la iniciativa, el sentido de la responsabilidad, la identidad y la madurez profesional que permitan mejorar la calidad del trabajo, y motivar hacia el perfeccionamiento profesional.

3.2 Módulos profesionales asociados a una unidad de competencia.

Módulo profesional 1: producción y venta de servicios turísticos en agencias de viaje

Asociado a la unidad de Competencia 1: vender derechos de uso de servicios turísticos y de viajes, y programar, organizar, operar y controlar viajes combinados

Capacidades Terminales Criterios de Evaluación

1.1 Analizar los diferentes tipos de agencias de viaje, los servicios que prestan y los productos/servicios que venden en el marco de la oferta turística global. -Analizar, con carácter general, las agencias de viaje, describiendo su evolución histórica y justificando su función en el mercado turístico.

-Clasificar las agencias de viaje de acuerdo con criterios legales y funcionales.

-Diferenciar y describir los servicios y productos turísticos y de viajes cuyos derechos de uso sean susceptibles de venderse por intermediación.

1.2 Analizar las motivaciones de la demanda del mercado turístico para estimar su evolución. -Describir las variables que orientan los cambios en las motivaciones de la demanda turística.

-Explicar las motivaciones de la demanda nacional e internacional en el mercado turístico actual y su previsible evolución.

-Distinguir los criterios que determinan el interés turístico de un producto o destino, en función de su demanda.

1.3 Analizar los principales productos y destinos turísticos nacionales y la estructura de la oferta turística española. -Identificar y describir los principales productos y destinos turísticos del mercado español.

-Describir la potencialidad turística de los productos y destinos anteriormente identificados, caracterizándola adecuadamente.

-Relacionar las motivaciones de la demanda con los productos y destinos turísticos españoles.

1.4 Analizar los principales productos y destinos turísticos internacionales y la estructura de la oferta turística internacional. -Identificar y describir los principales productos y destinos turísticos del mercado internacional.

-Describir la potencialidad turística de los productos y destinos anteriormente identificados, caracterizándola adecuadamente

-Relacionar las motivaciones de la demanda española con los productos y destinos turísticos identificados.

1.5 Analizar los procesos de asesoramiento y de venta de derechos de uso de servicios turísticos y viajes y aplicar las técnicas y procedimientos de identificación y acopio de información, construcción de tarifas, reservas y emisión de documentación adecuadas.

..... -Identificar y seleccionar la información necesaria para el asesoramiento sobre servicios turísticos y de viajes y para la venta de sus derechos de uso manejando los soportes informáticos más usuales en las agencia de viaje, tanto manuales como mecanizados.

-En supuestos prácticos de construcción de tarifas:

Determinar tarifas para cualquier medio de transporte, tanto para trayectos nacionales como internacionales, aplicando las normas legales y las establecidas por los supuestos proveedores, y calculando correctamente el precio final.

Reconstruir la tarifa de transporte aplicando las reglas y/o sanciones oportunas al respecto si las condiciones iniciales de cálculo varían.

-En supuestos prácticos de reservas de derechos de uso de servicios turísticos y de viajes:

Justificar el procedimiento, técnicas y datos necesarios para las reservas según la naturaleza del prestatario y el tipo de servicio.

Seleccionar los medios de comunicación que se deben utilizar para formalizar las reservas.

Redactar las solicitudes de reservas.

Formalizar la documentación específica que acredite el derecho de uso de los servicios/productos contratados.

-A partir de la definición de determinadas demandas de asesoramiento o venta sobre derechos de uso de servicios turísticos y de viajes:

Seleccionar las fuentes de información adecuadas.

Extraer de dichas fuentes las informaciones/sugerencias que mejor se ajusten a la demanda definida, planteando diversas alternativas.

Justificar las técnicas de venta aplicables a la situación planteada.

Argumentar la opción más adecuada para los intereses de la supuesta agencia de viajes y de la supuesta demanda.

1.6 Analizar el proceso de programación de conjuntos complejos de servicios turísticos (viajes combinados y realización de eventos), identificando y caracterizando las técnicas, las operaciones, las fases y los parámetros de operación y control, y definiendo los resultados que deben obtenerse. -Explicar el proceso de programación caracterizando las fases más importantes:

Selección de fuentes de información.

Diseño del itinerario.

Selección de servicios.

Negociación con proveedores.

Elaboración de presupuesto.

Presentación del producto.

Y los resultados que deben obtenerse.

-En supuestos prácticos de elaboración de viajes combinados y programación de eventos, y definida la demanda a que se destinan:

Identificar la legislación aplicable.

Considerar y seleccionar posibles itinerarios y características del viaje combinado.

Considerar y seleccionar los servicios que forman parte del producto que se elabora.

Seleccionar, a partir de los datos proporcionados, los prestatarios y cotizaciones de servicios que ofrezcan una mejor relación calidad/precio.

Elaborar el presupuesto determinando costes, retribuciones a minoristas, márgenes de beneficio, precios de venta, umbrales de rentabilidad y/u otros factores económicos de interés.

Proponer las características de presentación del producto elaborado, para diseñar su oferta final.

1.7 Aplicar técnicas de organización y control de conjuntos complejos de prestaciones turísticas. -Definidos supuestos viajes combinados y/o los actos, desarrollo, servicios y ofertas complementarias de supuestas reuniones, congresos o eventos en general:

Establecer las necesidades de medios humanos y materiales para el correcto desarrollo de la operación de estos conjuntos completos de prestaciones de servicios turísticos y complementarios.

Programar las tareas que se deberán ejecutar para el desarrollo de la operación, secuenciándolas adecuadamente, determinando su asignación a los medios personales previamente definidos y elaborando las listas de comprobación que permitan su seguimiento y control.

Formalizar los documentos apropiados para asegurar las prestaciones por parte de los proveedores de servicios.

Deducir los controles necesarios para asegurar la correcta operación de los conjuntos complejos de servicios turísticos y complementarios y el cumplimiento de las acciones programadas, justificando las medidas correctivas adecuadas ante determinadas desviaciones.

1.8 Analizar los diferentes tipos de relaciones funcionales, contractuales y profesionales que mantienen las agencias de viaje con los diferentes proveedores de servicios turísticos e identificar y aplicar las técnicas de negociación y comunicación idóneas.

-Diferenciar y explicar las relaciones funcionales y contractuales que habitualmente mantienen los proveedores de servicios turísticos y de viajes con las agencias de viaje, identificando la normativa reguladora de tales relaciones.

-Describir las situaciones y relaciones profesionales que tienen lugar entre el personal de las agencias de viaje y los profesionales o representantes de los proveedores de servicios, clasificando por categorías los tipos de comportamiento habitual que se derivan de situaciones de negociación, contratación y/o conflicto.

-Identificar las técnicas de negociación, estimando su aplicación a diferentes situaciones y relaciones con proveedores de servicios turísticos y de viajes.

-Describir distintas situaciones en las que, habitualmente, pueden darse conflictos con los proveedores de servicios o sus representantes.

-Describir técnicas de comunicación verbal y no verbal y habilidades sociales, relacionadas con las situaciones analizadas.

-En supuestos prácticos de relaciones interpersonales con proveedores de servicios o sus representantes:

Aplicar las técnicas de negociación y comunicación adecuadas, gestionando el tiempo eficientemente.

Simular la resolución de conflictos entre las partes por medio de una solución de consenso, demostrando una actitud segura, correcta y objetiva.

1.9 Aplicar las técnicas de venta y de atención al cliente en función de los tipos de consumidores y de las características de los productos y servicios turísticos. -

Identificar los diferentes tipos de clientes, describiendo sus hábitos y su comportamiento en la compra.

-Identificar las diferentes técnicas de venta de servicios turísticos y asociar la aplicación de cada una de ellas a los diferentes tipos de clientes, agencias y productos.

-Distinguir los tipos de demanda de información y asesoramiento más usuales que se dan en las agencias de viaje.

-Estimar distintas situaciones en las que habitualmente, se formulan reclamaciones o pueden darse situaciones de conflicto con los clientes.

-Describir las técnicas de comunicación verbal y no verbal y habilidades sociales, relacionándolas con las situaciones analizadas.

-Identificar la legislación vigente aplicable en materia de protección de consumidores y usuarios.

-En supuestos prácticos de demanda de información, solicitud de compra y/o presentación de reclamaciones:

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

Proponer, a supuestos clientes, destinos, productos y/o servicios turísticos que se adapten a sus expectativas y posibilidades económicas.

Aplicar las técnicas de venta y comunicación apropiadas, gestionando el tiempo eficientemente.

Ante la formulación de supuestas quejas o reclamaciones, simular la resolución de conflictos entre las partes por medio de una solución de consenso, demostrando una actitud segura, correcta y objetiva.

Determinar cuándo procede el registro de la consulta y/o reclamación presentada.

CONTENIDOS BASICOS (Duración 125 horas)

a) Las agencias de viaje:

Definición.

Evolución histórica.

Justificación de sus funciones.

Clasificación funcional y legal.

Los servicios/productos de las agencias de viaje.

b) España como producto turístico:

Un destino multiproducto.

c) Destinos turísticos internacionales.

d) Productos turísticos nacionales e internacionales según medios de transporte:

Grandes rutas terrestres europeas.

Trenes turísticos.

Cruceros fluviales y marítimos.

e) Las fuentes de información en las agencias de viaje:

Fuentes manuales y mecanizadas.

Fuentes internas y externas.

Análisis de la información.

f) Medios de transporte y construcción de tarifas:

Normativa reguladora.

Clasificación y tipos.

Aeropuertos. Puertos. Estaciones.

Tarifas. Concepto y tipos. Construcción de tarifas.

Impuestos y tasas.

g) Legislación sobre viajeros en tránsito y aduanas:

Normas comunitarias, estatales y autonómicas.

Divisas, cambio, cupos y trámites aduaneros.

Derechos de viajero.

Seguros de viaje. Prestaciones y normativa internacional.

Consulados y embajadas.

h) Las reservas y su gestión:

Concepto. Tipos. Procedimientos.

Los medios de comunicación en la gestión de las reservas.

Manejo de software específico.

i) Emisión de documentos acreditativos del derecho de uso de servicios turísticos y de viajes:

Tipos de documentos.

Normas de emisión. Reemisión.

Valoración.

Circuito interno.

j) Planificación, organización, operación y control de conjuntos complejos de servicios turísticos:

Viajes combinados. Definición. Tipos.

Eventos. Tipos.

Fases y procedimientos en la creación del producto/prestación del servicio.

k) Atención al cliente. Venta de servicios. Negociación con proveedores.

Técnicas de comunicación aplicadas.

Habilidades sociales aplicadas.

Técnicas de protocolo e imagen personal.

Técnicas y procesos de negociación con proveedores.

Tipos de clientes y su tratamiento.

Técnicas y procesos de venta directa.

La protección de consumidores y usuarios en España y en la Comunidad Económica Europea.

Módulo profesional 2: gestión económico-administrativa en agencias de viaje

Asociado a la unidad de Competencia 2: llevar a cabo la gestión administrativa interna y la externa derivada de las relaciones económicas con clientes y proveedores

Capacidades Terminales Criterios de Evaluación

2.1 Registrar operaciones contables propias de las agencias de viaje, atendiendo a los Principios Generales de la Contabilidad y a las normas propuestas en el Plan General Contable vigente. -Justificar la importancia de la contabilidad como instrumento de apoyo de la gestión económica de las empresas en general y de las agencias de viaje en particular.

-Identificar y describir los elementos patrimoniales propios de las agencias de viaje, proponiendo planes de cuentas ajustados al Plan General Contable vigente.

-Identificar los hechos contables más usuales que se producen en las agencias de viaje, seleccionando y adecuando los documentos justificativos de los mismos.

-En supuestos prácticos, y a partir de la entrega de una serie de datos:

Desarrollar el proceso contable básico aplicando las normas propuestas en el Plan General Contable.

Determinar los resultados económicos parciales y/o finales que correspondan a un período de tiempo determinado.

2.2 Analizar y aplicar sistemas y procedimientos de gestión de registros válidos para diferentes tipologías de agencias de viaje. -Identificar y clasificar los distintos tipos de documentos que se utilizan habitualmente en las agencias de viaje en función de su utilidad, procedencia o destino.

-Adecuar, diseñar y formalizar cartas, impresos y formularios específicos de las agencias de viaje para sus relaciones internas y sus relaciones externas con clientes y proveedores, aplicando las técnicas de diseño y comunicación oportunas.

-Comparar los sistemas de gestión de registros, manuales e informatizados, que habitualmente se utilizan en las agencias de viaje, y deducir los más adecuados para tipos de agencias y estructuras organizativas determinadas.

-En supuestos prácticos, y a partir de la caracterización de determinados tipos de agencias y/o unidades de producción, seleccionar, adecuar y aplicar programas completos de gestión de registros que comprendan:

Gestión manual e informatizada de archivos.

Búsqueda de documentos asistida por ordenador.

Definición de archivos (centrales, departamentales, personales) y programas de retención/destrucción de documentos.

Protección de registros esenciales.

Medios de almacenamiento de la información.

Gestión de impresos y formularios.

Control de la correspondencia.

2.3 Analizar y aplicar sistemas y procedimientos de almacenamiento, reposición y control de existencias (material de oficina, atenciones a clientes, documentos propios y de proveedores de servicios, ...), válidos para diferentes tipologías de agencias de viaje. -Comparar los sistemas de almacenamiento, reposición y control de existencias, manuales e informatizados, que habitualmente se utilizan en las agencias de viaje, y deducir los más adecuados para tipos de agencias y estructuras organizativas determinadas.

-En supuestos prácticos, y a partir de la caracterización de determinados tipos de agencias y/o unidades de producción, seleccionar, adecuar y aplicar sistemas completos de gestión de almacén que comprendan:

Procedimientos de solicitud, clasificación y reposición de existencias.

Procedimientos de entradas, salidas y distribución de existencias.

Formalización de inventarios.

Medidas de control de las emisiones de documentos acreditativos de derechos de uso de servicios turísticos y de viajes, y del inventario.

2.4 Analizar y aplicar los procedimientos y operaciones que se derivan de las relaciones económicas internas y externas que se producen en el ámbito de las agencias de viaje. -Describir los procedimientos de facturación, control de cuentas de crédito, cobro y reintegro a clientes, que habitualmente se utilizan en las agencias de viaje, y seleccionar los más adecuados para tipos de agencias, estructuras organizativas y situaciones determinadas.

-En casos prácticos, y a partir de la entrega de una serie de datos sobre relaciones económicas con supuestos clientes:

Comprobar valoraciones de supuestos servicios vendidos y de sus gastos de gestión.

Aplicar los sistemas de cobro al contado o a crédito de acuerdo con las instrucciones definidas en el supuesto.

Emitir los documentos justificativos de los pagos efectuados.

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

Justificar las necesidades de distribución, archivo y registro de documentos que se derivan de los supuestos prácticos en cuestión.

-En casos prácticos de relaciones económicas con supuestos proveedores de servicios:

Registrar en los soportes de ventas los importes de los derechos de uso vendidos.

Formalizar las liquidaciones de ventas y facturas de proveedores indicando forma de pago y comisión a favor de la agencia.

Formalizar supuestos informes de incidencias, solicitudes de regularización de cargos incorrectos y contestaciones a reclamaciones contables y administrativas internas y externas.

Justificar las necesidades de distribución, archivo y registro de documentos que se derivan del supuesto práctico.

-Aplicar la convertibilidad de monedas extranjeras y cheques de viajero:

Identificando la legislación vigente aplicable. Identificando la fuente de información del cambio oficial.

Identificando la moneda en cuestión.

Determinando las comisiones y el contravalor que se debe pagar en pesetas.

Formalizando la documentación prescrita.

-Diferenciar, describir y formalizar diferentes documentos de pago, identificando y aplicando la legislación mercantil vigente.

-Explicar el funcionamiento de las cuentas corrientes, interpretando correctamente los documentos que en relación con las mismas emiten las entidades financieras, y formalizando diferentes tipos de documentos relativos a ingresos o remesas de monedas y/u otros medios de pago.

-En supuestos prácticos, y a partir de la entrega de una serie de datos: Formalizar impresos administrativos, precontables y contables para registrar operaciones de tesorería.

Realizar los apuntes que procedan en los libros/registro de caja y cuentas bancarias. Formalizar resúmenes periódicos de movimientos de caja.

Simular controles de cuenta de caja, realizando los correspondientes arqueos y resolviendo supuestas diferencias entre saldos reales y apuntes realizados.

Simular controles de cuentas bancarias, realizando cuadros con extractos de los bancos y resolviendo supuestas diferencias entre los apuntes de las entidades financieras y los libros/registros de cuentas bancarias de la agencia de viajes.

CONTENIDOS BASICOS (Duración 60 horas)

a) Contabilidad, Matemáticas comerciales y Estadística básicas:

Concepto y objetivos de la contabilidad.

Los libros de contabilidad.

El patrimonio.

Las cuentas.

El plan general de contabilidad.

El proceso contable básico en las agencias de viajes.

Créditos.

Operaciones de compra de moneda extranjera y cheques de viajero.

Documentos de pago y títulos de crédito.

Estadística básica.

b) Sistemas y procedimientos de gestión de registros en agencias de viaje:

Documentos internos y externos utilizados en las agencias de viaje.

Gestión de impresos y formularios.

Protección de registros.

Medios de almacenamiento y tratamiento de la información.

c) Sistemas y procedimientos de almacenamiento, reposición y control de existencias en agencias de viaje:

Gestión de almacén.

Inventarios.

Control de existencias.

d) Procedimientos derivados de relaciones económicas con clientes y proveedores:

Facturación, control de cuentas de crédito, cobro y reintegro a clientes. Soportes y partes de ventas de proveedores.

Control de liquidaciones de ventas y facturas de proveedores.

Módulo profesional 3: organización y control en agencias de viaje

Asociado a la unidad de Competencia 3: organizar y controlar unidades de producción o departamentos específicos de agencias de viaje

Capacidades Terminales Criterios de Evaluación

3.1 Analizar la estructura organizativa, funcional y el entorno de relaciones de los establecimientos y/o unidades de producción de agencias de viaje. -Clasificar y caracterizar los diferentes tipos de agencias de viaje atendiendo a:

Tipo de productos y servicios.

Tipologías de clientela.

Normativa europea, estatal y autonomía aplicables.

Áreas funcionales.

- Describir los factores que determinan una organización eficaz.
 - Describir las áreas, departamentos y subdepartamentos funcionales más característicos de los distintos tipos de agencias de viaje.
 - Explicar, utilizando diagramas si es necesario, las relaciones interdepartamentales típicas que se dan en el ámbito de estos establecimientos.
 - Identificar en un gráfico la estructura física de la agencia de viajes, unidad de producción y/o departamento, determinando los elementos materiales y los medios humanos necesarios, ubicándolos y justificando su distribución según criterios de ergonomía y fluidez del trabajo.
 - Explicar los circuitos y tipos de información más característicos producidos en el desarrollo de la actividad.
 - Definir los límites de responsabilidad y funciones de los puestos de trabajo habituales en las agencias de viaje.
 - A partir de una organización (supuesta o real) de una unidad de producción o departamento de agencias de viaje:
 Evaluar la organización juzgando críticamente las soluciones organizativas adoptadas.
 Proponer posibles mejoras a la organización propuesta.
- 3.2 Elaborar presupuestos económicos para establecer programas de actuación a corto, medio y largo plazo para unidades de producción o departamentos específicos de agencias de viajes.
- Identificar la función de los presupuestos dentro de la planificación empresarial.
 - Citar y explicar los tipos de presupuestos utilizados en la actividad de agencias de viajes y los objetivos de cada uno de ellos.
 - Identificar la estructura y las partidas que componen los presupuestos anteriormente citados.
 - Identificar las variables que se deben tener en cuenta en la confección de presupuestos.
 - En una situación simulada y a partir de los objetivos económicos de producto, de volumen de negocio y de calidad para un período de tiempo establecido:
 Identificar y calcular las necesidades de financiación.
 Elaborar el presupuesto de ingresos y gastos del período.
 Determinar el coste de recursos humanos.
 Determinar el coste de la inversión en recursos materiales.
 - En un caso simulado, a partir de los datos de un presupuesto estimado y de los datos reales:
 Calcular las desviaciones.
 Analizar las causas de su aparición y los efectos que producen.
 Proponer soluciones alternativas.
- 3.3 Analizar la rentabilidad de la explotación de unidades de producción o departamentos específicos de agencias de viajes para evaluar y controlar los costes y los márgenes de beneficio.
- Identificar y calcular los costes directos e indirectos que afectan a la actividad de agencias de viajes.
 - Interpretar una cuenta de pérdidas y ganancias y un balance contable.
 - Determinar el umbral de rentabilidad.
 - Interpretar los resultados anteriores y proponer, en su caso, medidas correctivas o soluciones alternativas.
- 3.4 Analizar sistemas y procesos de gestión y control de la calidad aplicables a los servicios propios de las agencias de viajes y de los prestados por los proveedores.
- Describir la función de gestión y control de la calidad y su relación con los objetivos de la empresa.
 - A partir de estructuras organizativas de diversas tipologías de agencias de viajes:

Identificar los elementos del sistema de calidad aplicables a cada estructura organizativa.

Asignar las funciones específicas de calidad en función de la estructura organizativa en cuestión.

-Describir los instrumentos de control de calidad utilizados en la prestación de los servicios de las agencias de viajes.

-Describir las «características de calidad» más significativas de los servicios de las agencias de viajes.

-En supuestos prácticos determinados y a partir de los objetivos de calidad interna y externa de una unidad de producción de una agencia de viajes:

Identificar las características de calidad de los servicios propios y ajenos.

Identificar los factores que afectan a las características de calidad.

Seleccionar procedimientos e instrumentos de control de calidad interno y externo, razonando la conveniencia de su implantación.

CONTENIDOS BASICOS (Duración 60 horas)

a) Estructuras organizativas y funciones más características en las agencias de viajes.

b) La planificación:

Concepto y naturaleza.

Proceso de planificación. Tipos de planes.

Políticas, estrategias y objetivos empresariales.

c) El control económico:

El control presupuestario.

Análisis y control de costes.

Análisis de la rentabilidad.

Análisis de los estados financieros.

d) Gestión y control de la calidad:

La gestión integral de la calidad.

Planificación, organización y control de la calidad.

Calidad de los servicios propios y ajenos y satisfacción del cliente.

e) La organización:

Principios de organización.

Departamentalización.

Sistemas de organización.

Cultura organizacional.

Módulo profesional 4: comercialización de productos y servicios turísticos

Asociado a la unidad de Competencia 4: organizar, ejecutar y controlar el desarrollo de acciones comerciales de la agencia de viajes en la unidad o departamento de su responsabilidad

Capacidades terminales Criterios de evaluación

4.1 Analizar información del mercado turístico nacional e internacional que permita estimar la situación, evolución y tendencias del sector de alojamiento y agencias de viajes. -Enumerar, describir e interrelacionar las principales variables que conforman la oferta y la demanda turística internacional, nacional y local.

-Identificar y describir las fuentes de información turística más relevantes.

-Identificar y seleccionar métodos de recogida de datos adecuados a las variables que se deben estudiar.

-Describir la función y las relaciones de las empresas de alojamiento y las agencias de viajes con el sector turístico nacional y local y con otros sectores de la economía con los que se relacionan.

-Analizar las motivaciones de la demanda turística y los factores sociales y económicos que influyen en su evolución.

-Describir el proceso evolutivo de los sectores de alojamiento y agencias de viajes en general y de cada fórmula en particular.

4.2 Relacionar entre sí las distintas variables que intervienen en el «marketing-mix».

..... -Definir el «marketing-mix», describiendo sus componentes.

-A partir de unos datos supuestos de un producto turístico, precio, comunicación y distribución determinados, deducir las relaciones causales existentes entre las distintas variables.

-Dada una etapa del ciclo de vida de un producto turístico, explicar las relaciones causales que se producen entre las variables del marketing que afectan al mismo.

4.3 Evaluar distintas estrategias de comunicación comercial adecuadas a empresas de servicios turísticos y de viajes. -Identificar cada uno de los componentes del «mix de comunicación» de las empresas de servicios.

-Describir un proceso secuencial de comunicación definiendo los objetivos de cada fase.

-Describir estrategias de comunicación adecuadas a empresas de servicios turísticos y de viajes.

-A partir de distintas estrategias posibles de comunicación comercial y de unos objetivos en el marco de una empresa turística:

a) Calcular los costes que supone cada una de ellas.

b) Valorar la eficacia de cada una de ellas en función de la «población-objetivo» receptora de la comunicación.

c) Analizar en qué medida se alcanzarían los objetivos previstos con la aplicación de cada una de las estrategias de comunicación.

d) Argumentar la estrategia de comunicación elegida.

-Identificar las variables que miden la eficacia de las acciones de comunicación comercial.

4.4 Elaborar un plan de comunicación de un producto/servicio turístico. -A partir de unos datos relacionados con un producto/servicio turístico que se va a comercializar: Definir la estrategia de comunicación y los objetivos del mismo.

Determinar el ámbito, el «público objetivo» y las acciones publi-promocionales adecuadas al proyecto.

Justificar la utilización de los instrumentos de comunicación para canalizar las acciones comerciales.

Realizar una estimación de costes, alcance y posibles resultados de las acciones programadas.

Enumerar los distintos tipos de publicidad existentes, formas y soportes publicitarios.

Explicar la diferencia entre publicidad y promoción.

Enumerar los distintos medios de comunicación y explicar ventajas e inconvenientes de cada uno.

CONTENIDOS BASICOS (Duración 60 horas)

a) Análisis de mercado de alojamiento y de intermediación de servicios turísticos y viajes:

Fuentes de información turística.

Técnicas de investigación y de tratamiento de la información.

Estructura del mercado turístico español. Evolución. Oportunidades y amenazas.

La oferta y la demanda de alojamiento internacional, nacional y local.

La oferta y la demanda internacional, nacional y local de intermediación de servicios turísticos y viajes.

El consumidor: elasticidad, necesidades y segmentación.

b) Marketing turístico:

Características de los servicios frente a los productos. El marketing de servicios.

El plan de marketing como instrumento de gestión.

c) El «marketing mix»:

Producto-servicio.

Precios.

Comunicación.

Distribución.

d) La comunicación:

La publicidad: concepto, objetivos e instrumentos.

La promoción.

El marketing directo.

El patrocinio.

Planificación y control de acciones de comunicación.

3.3 Módulos profesionales transversales.

Módulo profesional transversal 5: lengua extranjera

Capacidades terminales Criterios de evaluación

5.1 Comunicarse oralmente con un interlocutor en lengua extranjera interpretando y transmitiendo la información necesaria para establecer los términos que delimiten una relación profesional dentro del sector. -A partir de una conversación telefónica simulada:

Pedir información sobre un aspecto concreto de una actividad propia del sector.

Dar la información requerida de una forma precisa y concreta.

-A partir de un mensaje grabado relacionado con una actividad profesional habitual del sector, identificar los datos claves para descifrar dicho mensaje.

-Dada una supuesta situación de comunicación cara a cara, asumir la función de: Demandante de información.

Informador.

-En una simulada reunión de trabajo, interpretar la información recibida y transmitirla.

5.2 Interpretar información escrita en lengua extranjera, tanto en el ámbito económico, jurídico y financiero propio del sector, como en el ámbito sociocultural, analizando los datos fundamentales para llevar a cabo las acciones oportunas. -Ante una publicación periódica de uno de los países de la lengua extranjera, extraer de la sección o secciones relacionadas con el sector la información que pueda ser de utilidad.

-A partir de un texto legal auténtico de uno de los países de la lengua extranjera, identificar los datos fundamentales que tengan relación con el sector.

-Dado un texto informativo en lengua extranjera sobre el sector profesional:

Buscar datos claves en dicha información.

Clasificar los datos según orden de preferencia.

Hacer un resumen del texto.

-Traducir con exactitud cualquier escrito referente al sector profesional.

5.3 Redactar y/o cumplimentar documentos e informes propios del sector en lengua extranjera con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/o facilitando una información de tipo general o detallada. -A partir de unos datos supuestos, cumplimentar documentos comerciales y de gestión específicos del sector.

-Redactar una carta de acuerdo con los aspectos formales exigidos en una situación profesional concreta.

-Basándose en datos recibidos en distintos contextos (conferencia, documentos, seminario, reunión), elaborar un informe claro, conciso y preciso según su finalidad y/o destinatario.

5.4 Analizar las normas de convivencia socioculturales y de protocolo de los países del idioma extranjero, con el fin de dar una adecuada imagen en las relaciones

profesionales establecidas con dichos países. -En una supuesta conversación telefónica, observar las debidas normas de protocolo para identificar al interlocutor o identificarse, filtrar la llamada, informar o informarse, dando una buena imagen de empresa.

-Ante la preparación de un viaje simulado a un país extranjero, planificar el programa de la visita teniendo en cuenta:

Las costumbres horarias.

Los hábitos socioculturales.

Las normas de convivencia y protocolo.

-Ante una supuesta visita a una empresa extranjera:

Presentarse.

Informar e informarse, utilizando el lenguaje con corrección y propiedad, y observando las normas de comportamiento que requiera el caso.

CONTENIDOS BASICOS (Duración 90 horas)

a) Uso de la lengua oral:

Participación en conversaciones, debates y exposiciones relativas a situaciones de la vida profesional y a situaciones derivadas de las diferentes actividades del sector empresarial.

Terminología específica.

Aspectos formales (actitud profesional adecuada al interlocutor de lengua extranjera).

Aspectos funcionales:

-Intervenir de forma espontánea y personal en diálogos dentro de un contexto.

-Utilizar fórmulas pertinentes de conversación en una situación profesional.

-Extraer información específica propia del sector para construir una argumentación.

Facilitar la comunicación, utilizando todas las habilidades y estrategias posibles para poder afrontar cualquier tipo de situación de relación personal y/o laboral.

b) Uso de la lengua escrita:

Comprensión y redacción global y específica de documentos visuales, orales o escritos relacionados con aspectos profesionales.

Utilización de la terminología específica, seleccionando la acepción correcta en el diccionario técnico según el contexto de la traducción.

Selección de los elementos morfosintácticos (estructura de la oración, tiempos verbales, nexos y subordinación, formas impersonales, voz pasiva, etc.), de acuerdo con el documentos que se pretenda elaborar.

Aplicación de fórmulas y estructuras hechas utilizadas en la comunicación escrita.

c) Aspectos socioculturales:

Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de la lengua extranjera.

Módulo profesional transversal 6: segunda lengua extranjera

Capacidades terminales Criterios de evaluación

6.1 Comprender y producir mensajes orales en lengua extranjera en situaciones diversas de comunicación: habituales, personales y profesionales. -Proyectado un vídeo de carácter informativo sobre el sector profesional de interés para el alumno: Identificar oralmente en la lengua extranjera los elementos más destacados del mensaje emitido.

Hacer un breve resumen oral en la lengua extranjera.

-A partir de unas instrucciones recibidas, realizar una llamada telefónica simulada identificándose, preguntando por la persona adecuada, pidiendo información sobre datos concretos y respondiendo a las posibles preguntas de forma clara y sencilla.

-Simulada una entrevista de carácter profesional:

Responder con frases de estructura simple a las preguntas que se formulen.

Utilizar recursos alternativos en caso de falta de capacidad de respuesta.

-Formular preguntas para precisar aspectos profesionales.

6.2 Interpretar textos escritos auténticos obteniendo informaciones globales y específicas relacionadas tanto con aspectos de la vida cotidiana como de la vida profesional. -Después de leer un texto en la lengua extranjera de extensión limitada sobre un tema de interés para el alumno, contestar a un cuestionario de preguntas abiertas o cerradas con frases de estructura de moderada complejidad.

-Una vez leído un texto extenso relacionado con un aspecto profesional:

Hacer un breve resumen oral o escrito en la lengua extranjera.

-Presentadas las diferentes partes de un relato de forma desordenada, ordenarlas de acuerdo con una secuencia lógica.

-Dado un texto breve sin identificación, deducir de qué tipo de documento se trata, siguiendo un análisis lógico de los elementos que lo componen.

6.3 Traducir al idioma materno textos sencillos en lengua extranjera relacionados con las necesidades e intereses socio-profesionales del alumno. -Traducir un manual de instrucciones.

-Traducir un documento: reglamento, normativa, instrucciones organizativas, etc., sobre el sector profesional.

-Hacer una traducción precisa, con ayuda de un diccionario, de un texto cuyo contenido pueda interesar al alumno, tanto por sus aspectos profesionales como culturales.

6.4 Redactar textos escritos elementales en lengua extranjera en función de una actividad concreta. -A partir de la lectura de una oferta de trabajo en la prensa:

Elaborar una solicitud de empleo.

Redactar un breve «currículum» en la lengua extranjera.

-Cumplimentar documentos tipo relativos al sector profesional.

-Recibidas unas instrucciones detalladas, redactar una carta comercial de acuerdo con la normativa del país de la lengua extranjera.

-Elaborar un pequeño informe con un propósito comunicativo específico y con una organización textual adecuada y comprensible para el receptor.

6.5 Apreciar la riqueza que representa la variedad de hábitos culturales de los distintos países de la lengua extranjera incorporándolos a las relaciones personales y profesionales. -Visualizar un corto informativo sobre uno de los países de la lengua extranjera:

Señalar la variedad de manifestaciones socioculturales que sirven para la identificación y singularización de dicho país.

Identificar los rasgos socioculturales y lingüísticos del país de la lengua extranjera que lo diferencian de los demás.

-Ante la preparación de un viaje simulado a un país extranjero, planificar el programa de la visita teniendo en cuenta:

Las costumbres horarias.

Los hábitos socioculturales.

Las normas de convivencia y protocolo.

CONTENIDOS BASICOS (Duración 90 horas)

a) Uso de la lengua oral:

Incrementar la capacidad de comunicación empleando las estrategias que estén a su alcance para familiarizarse con otra forma de enfocar el entorno socio-laboral.

-Léxico socio-profesional.

-Estrategias comunicativas para obtener una información más completa (solicitar precisiones, comprobar que lo que se ha dicho ha sido correctamente interpretado).

-Estrategias de participación en la conversación (colaborar en el mantenimiento de la conversación, mantener el turno de palabra, cambiar de tema).

Incorporación al repertorio productivo de nuevas funciones comunicativas (hacer hipótesis, suposiciones, contradecir, persuadir, argumentar, etc.).

Reconocimiento de vocabulario y estructuras lingüísticas falsamente semejantes en las lenguas conocidas para evitar errores previsibles.

b) Uso de la lengua escrita:

Comprensión y producción de documentos sencillos (visuales, orales y escritos) relacionados con situaciones tanto de la vida cotidiana como de la profesional.

-Transferencias de los conocimientos sobre la organización de distintos tipos de textos a la segunda lengua extranjera.

-Uso sistemático del diccionario.

-Utilización de obras técnicas instrumentales (libros de consulta, textos específicos...).

-Incorporación de nuevos elementos morfosintácticos tales como las oraciones subordinadas, la voz pasiva, la concordancia de los tiempos verbales, etcétera.

c) Aspectos socioculturales:

Referentes sociales y culturales clave entre los hablantes de la lengua extranjera: la prensa, la publicidad, las relaciones laborales, el cine, etcétera.

Módulo profesional transversal 7: relaciones en el entorno de trabajo

Capacidades terminales Criterios de evaluación

7.1 Utilizar eficazmente las técnicas de comunicación en su medio laboral para recibir y emitir instrucciones e información, intercambiar ideas u opiniones, asignar tareas y coordinar proyectos. -Identificar el tipo de comunicación utilizado en un mensaje y las distintas estrategias utilizadas para conseguir una buena comunicación.

-Clasificar y caracterizar las distintas etapas de un proceso comunicativo.

-Distinguir una buena comunicación que contenga un mensaje nítido de otra con caminos divergentes que desfiguren o enturbien el objetivo principal de la transmisión.

-Deducir las alteraciones producidas en la comunicación de un mensaje en el que existe disparidad entre lo emitido y lo percibido.

-Analizar y valorar las interferencias que dificultan la comprensión de un mensaje.

7.2 Afrontar los conflictos que se originen en el entorno de su trabajo, mediante la negociación y la consecución de la participación de todos los miembros del grupo en la detección del origen del problema, evitando juicios de valor y resolviendo el conflicto, centrándose en aquellos aspectos que se puedan modificar. -Definir el concepto y los elementos de la negociación.

-Identificar los tipos y la eficacia de los comportamientos posibles en una situación de negociación.

-Identificar estrategias de negociación relacionándolas con las situaciones más habituales de aparición de conflictos en la empresa.

-Identificar el método para preparar una negociación teniendo en cuenta las fases de recogida de información, evaluación de la relación de fuerzas y previsión de posibles acuerdos.

7.3 Tomar decisiones, contemplando las circunstancias que obligan a tomar esa decisión y teniendo en cuenta las opiniones de los demás respecto a las vías de solución posibles. -Identificar y clasificar los posibles tipos de decisiones que se pueden utilizar ante una situación concreta.

-Analizar las circunstancias en las que es necesario tomar una decisión y elegir la más adecuada.

-Aplicar el método de búsqueda de una solución o respuesta.

-Respetar y tener en cuenta las opiniones de los demás, aunque sean contrarias a las propias.

7.4 Ejercer el liderazgo de una manera efectiva en el marco de sus competencias profesionales adoptando el estilo más apropiado en cada situación. -Identificar los estilos de mando y los comportamientos que caracterizan cada uno de ellos.

-Relacionar los estilos de liderazgo con diferentes situaciones ante las que puede encontrarse el líder.

-Estimar el papel, competencias y limitaciones del mando intermedio en la organización.

7.5 Conducir, moderar y/o participar en reuniones, colaborando activamente o consiguiendo la colaboración de los participantes. -Enumerar las ventajas de los equipos de trabajo frente al trabajo individual.

-Describir la función y el método de la planificación de reuniones, definiendo, a través de casos simulados, objetivos, documentación, orden del día, asistentes y convocatoria de una reunión.

-Definir los diferentes tipos y funciones de las reuniones.

-Describir los diferentes tipos y funciones de las reuniones.

-Identificar la tipología de participantes.

-Describir las etapas del desarrollo de una reunión.

-Enumerar los objetivos más relevantes que se persiguen en las reuniones de grupo.

-Identificar las diferentes técnicas de dinamización y funcionamiento de grupos.

-Descubrir las características de las técnicas más relevantes.

7.6 Impulsar el proceso de motivación en su entorno laboral, facilitando la mejora en el ambiente de trabajo y el compromiso de las personas con los objetivos de la empresa.

.... -Definir la motivación en el entorno laboral.

-Explicar las grandes teorías de la motivación.

-Identificar las técnicas de motivación aplicables en el entorno laboral.

-En casos simulados seleccionar y aplicar técnicas de motivación adecuadas a cada situación.

CONTENIDOS BASICOS (Duración 30 horas)

a) La comunicación en la empresa:

Producción de documentos en los cuales se contengan las tareas asignadas a los miembros de un equipo.

Comunicación oral de instrucciones para la consecución de unos objetivos.

Tipos de comunicación.

Etapas de un proceso de comunicación.

Redes de comunicación, canales y medios.

Dificultades/barreras en la comunicación.

Recursos para manipular los datos de la percepción.

La comunicación generadora de comportamientos.

El control de la información. La información como función de dirección.

b) Negociación:

Concepto y elementos.

Estrategias de negociación.

Estilos de influencia.

c) Solución de problemas y toma de decisiones:

Resolución de situaciones conflictivas originadas como consecuencia de las relaciones en el entorno de trabajo.

Proceso para la resolución de problemas.

Factores que influyen en una decisión.

Métodos más usuales para la toma de decisiones en grupo.

Fases en la toma de decisiones.

d) Estilos de mando:

Dirección y/o liderazgo.

Estilos de dirección.

Teorías, enfoques del liderazgo.

e) Conducción/dirección de equipos de trabajo:

Aplicación de las técnicas de dinamización y dirección de grupos.

Etapas de una reunión.

Tipos de reuniones.

Técnicas de dinámica y dirección de grupos.

Tipología de los participantes.

f) La motivación en el entorno laboral:

Definición de la motivación.

Principales teorías de motivación.

Diagnóstico de factores motivacionales.

3.4 Módulo profesional de formación en centro de trabajo.

Capacidades terminales Criterios de evaluación

Informar a clientes sobre destinos, productos, servicios y tarifas. -Atender los requerimientos informativos de los clientes, identificando sus necesidades y utilizando una lengua extranjera si fuese necesario.

-Recuperar la información adecuada de los medios y soportes disponible.

-Discernir, en función de la capacidad de asesoramiento asignada, las peticiones de información que se pueden atender directamente y aquellas que se deben traspasar al personal de la empresa cualificado para ello, actuando consecuentemente.

-Registrar los datos del solicitante y de la información solicitada en los registros establecidos por la empresa.

-Registrar, en los soportes predeterminados para ello por la empresa, la información aportada a los clientes.

Gestionar de los proveedores la prestación de sus servicios a favor de los clientes y emitir, bajo supervisión, documentos que acreditan el derecho de los clientes a recibir los servicios cuyos derechos de uso han adquirido. -Interpretar adecuadamente la información e instrucciones proporcionadas por el personal de la empresa en relación con servicios vendidos a clientes.

-Gestionar de los prestatarios, con los medios y técnicas disponibles, la reserva y confirmación de dichos servicios, utilizando una lengua extranjera si fuese necesario.

-Comunicar al personal de la agencia de quien se ha recibido el encargo de solicitud de los servicios la situación en que ha quedado la reserva.

-Cumplimentar documentos de reconfirmación de los servicios reservados.

-Bajo supervisión, y conforme a las instrucciones recibidas al efecto, emitir los documentos que acreditan el derecho de los clientes a recibir los servicios reservados.

-Registrar y referenciar los expedientes y los documentos originados en los procesos de gestión de reservas y de emisión.

Controlar el material y documentos en «stock» y los documentos emitidos y originados en los procesos administrativos de la agencia. -Asimilar y poner en práctica las directrices de la empresa y de los proveedores en lo referente a almacenaje y custodia de documentos y material.

-Controlar la recepción y «stock» de material de documentos, y registrar cantidades y numeraciones, informando al efecto al responsable de la empresa.

-Archivar copias de documentos conforme a los criterios establecidos por la empresa, comprobando que se encuentran debidamente referenciados.

-Controlar las copias de proveedores de los documentos emitidos y confeccionar, bajo supervisión, los partes de ventas correspondientes.

-Rastrear y localizar documentos involucrados en incidencias internas y reclamaciones de proveedores.

Desarrollar, bajo supervisión, acciones comerciales de la empresa. -Recoger información destinada a la definición del plan de marketing de la agencia.

-Participar en acciones concretas de los programas comerciales, tales como visitas a clientes potenciales o actuales y distribución de información y ofertas, actuando de acuerdo con los criterios establecidos.

-Desarrollar acciones comerciales y distribuir información y ofertas a clientes potenciales, utilizando una lengua extranjera si fuera necesario.

Actuar conforme a criterios de seguridad e higiene en el ejercicio de las actividades inherentes al puesto de trabajo. -Aplicar en todo momento las normas higiénico-sanitarias y de seguridad en el desarrollo de las distintas actividades, tanto las

recogidas en la normativa específica como las particulares establecidas por la empresa o entidad.

-Identificar los riesgos asociados a las instalaciones y a los equipos.

Comportarse de forma responsable en el centro de trabajo e integrarse en el sistema de relaciones técnico-sociales de la empresa. -Incorporarse puntualmente al puesto

de trabajo, disfrutando de los descansos permitidos y no abandonando la actividad antes de lo establecido sin motivos debidamente justificados y comunicados a las personas responsables.

-Interpretar y ejecutar con diligencia e iniciativa las instrucciones recibidas y responsabilizarse del trabajo asignado, comunicándose eficazmente con la persona adecuada en cada momento.

-Observar los procedimientos y normas internas establecidas en el centro de trabajo y respetar la estructura de mando de la empresa.

-Asumir las normas y los procedimientos de trabajo participando en las mejoras de calidad y productividad.

-Identificar las repercusiones de su trabajo en la actividad y en el logro de los objetivos de la organización.

-Coordinar la actividad propia con la del resto del personal para estimar procedimientos y distribución de tareas, informando de cualquier cambio, necesidad relevante o contingencia no prevista.

-Mantener relaciones interpersonales fluidas y correctas con los miembros del centro de trabajo.

-Demostrar un buen hacer profesional, cumpliendo los objetivos y tareas asignadas en orden de prioridades y con criterios de productividad y eficacia en el trabajo.

-Ser receptivo a las consideraciones y observaciones que se hagan sobre la actitud demostrada y las tareas desarrolladas.

-Realizar el relevo obteniendo toda la información disponible del antecesor y/o transmitiendo la información relevante derivada de su permanencia en el puesto de trabajo.

Duración 220 horas

3.5 Módulo profesional de formación y orientación laboral.

Capacidades terminales Criterios de evaluación

Determinar actuaciones preventivas y/o de protección minimizando los factores de riesgo y las consecuencias para la salud y el medio ambiente que producen. -

Identificar las situaciones de riesgo más habituales en su ámbito de trabajo, asociando las técnicas generales de actuación en función de las mismas.

-Clasificar los daños a la salud y al medio ambiente en función de las consecuencias y de los factores de riesgo más habituales que los generan.

-Proponer actuaciones preventivas y/o de protección correspondientes a los riesgos más habituales, que permitan disminuir sus consecuencias.

Aplicar las medidas sanitarias básicas inmediatas en el lugar del accidente en situaciones simuladas. -Identificar la prioridad de intervención en el supuesto de varios lesionados o de múltiples lesionados, conforme al criterio de mayor riesgo vital intrínseco de lesiones.

-Identificar la secuencia de medidas que deben ser aplicadas en función de las lesiones existentes en el supuesto anterior.

-Realizar la ejecución de técnicas sanitarias (RCP, inmovilización, traslado...), aplicando los protocolos establecidos.

Diferenciar las modalidades de contratación y aplicar procedimientos de inserción en la realidad laboral como trabajador por cuenta ajena o por cuenta propia. -Identificar las distintas modalidades de contratación laboral existentes en su sector productivo que permite la legislación vigente.

-En una situación dada, elegir y utilizar adecuadamente las principales técnicas de búsqueda de empleo en su campo profesional.

-Identificar y cumplimentar correctamente los documentos necesarios y localizar los recursos precisos, para constituirse en trabajador por cuenta propia.

Orientarse en el mercado de trabajo, identificando sus propias capacidades e intereses y el itinerario profesional más idóneo. -Identificar y evaluar las capacidades, actitudes y conocimientos propios con valor profesionalizador.

-Definir los intereses individuales y sus motivaciones, evitando, en su caso, los condicionamientos por razón de sexo o de otra índole.

-Identificar la oferta formativa y la demanda laboral referida a sus intereses.

Interpretar el marco legal del trabajo y distinguir los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales. -Emplear las fuentes básicas de información del derecho laboral (Constitución, Estatuto de los Trabajadores, Directivas de la Unión Europea, Convenio Colectivo...) distinguiendo los derechos y las obligaciones que le incumben.

-Interpretar los diversos conceptos que intervienen en una «Liquidación de haberes».

-En un supuesto de negociación colectiva tipo:

Describir el proceso de negociación.

Identificar las variables (salariales, seguridad e higiene, productividad tecnológicas...) objeto de negociación.

Describir las posibles consecuencias y medidas, resultado de la negociación.

-Identificar las prestaciones y obligaciones relativas a la Seguridad Social.

Interpretar los datos de la estructura socioeconómica española, identificando las diferentes variables implicadas y las consecuencias de sus posibles variaciones. -A partir de informaciones económicas de carácter general:

Identificar las principales magnitudes macroeconómicas y analizar las relaciones existentes entre ellas.

Analizar la organización y la situación económica de una empresa del sector, interpretando los parámetros económicos que la determinan. -Explicar las áreas funcionales de una empresa tipo del sector, indicando las relaciones existentes entre ellas.

-A partir de la memoria económica de una empresa:

Identificar e interpretar las variables económicas más relevantes que intervienen en la misma.

Calcular e interpretar los ratios básicos (autonomía financiera, solvencia, garantía y financiación del inmovilizado, ...) que determinan la situación financiera de la empresa.

Indicar las posibles líneas de financiación de la empresa.

CONTENIDOS BASICOS (Duración 35 horas)

a) Salud laboral:

Condiciones de trabajo y seguridad.

Factores de riesgo: medidas de prevención y protección.

Organización segura de trabajo: técnicas generales de prevención y protección.

Primeros auxilios.

b) Legislación y relaciones laborales:

Derecho laboral: Nacional y Comunitario.

Seguridad Social y otras prestaciones.

Negociación colectiva.

c) Orientación e inserción socio-laboral:

El proceso de búsqueda de empleo.

Iniciativas para el trabajo por cuenta propia.

Análisis y evaluación del propio potencial profesional y de los intereses personales.

Itinerarios formativo/profesionalizadores.

Hábitos sociales no discriminatorios.

d) Principios de economía:

Variables macroeconómicas e indicadores socioeconómicos.

Relaciones socioeconómicas internacionales.

e) Economía y organización de la empresa:

La empresa: áreas funcionales y organigramas.

Funcionamiento económico de la empresa.

3.6 Materias del Bachillerato, que se han debido cursar para acceder al ciclo formativo correspondiente a este título.

3.6.1 Materias de modalidad.

Economía y Organización de Empresas.

Geografía.

3.6.2 Otros contenidos de formación profesional de base (2.ª lengua extranjera).

a) Uso de la lengua oral y escrita:

-Participación en conversaciones relativas a situaciones de la vida cotidiana y a situaciones derivadas de las diferentes actividades de aprendizaje.

-Factores no explícitos de los mensajes.

-Aspectos funciones: describir, narrar, explicar, hacer hipótesis, expresar probabilidad, duda o sospecha, argumentar, resumir...

-Tipos de discurso: narraciones, descripciones, procedimientos/prescripciones, argumentaciones.

-Uso de la lengua escrita. Situaciones que respondan a una intención comunicativa concreta y a un receptor determinado, aplicando las normas que rigen diferentes esquemas textuales.

b) Comprensión de textos orales y escritos: medios de comunicación, autonomía lectora.

-Comprensión global y específica de:

Textos orales y escritos de la comunicación interpersonal o de uso de la vida cotidiana.

Textos escritos de divulgación general, con ayuda del diccionario.

-Comprensión de la información global y de informaciones específicas previamente requeridas de:

Textos orales, escritos y visuales de los medios de comunicación.

c) Reflexión sobre la lengua y su aprendizaje.

-Los componentes de la competencia comunicativa: análisis y reflexión sobre su funcionamiento a través de textos orales y escritos:

Aspectos nacionales-funcionales.

4. Profesorado

4.1 Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de agencias de viajes.

Módulo profesional Especialidad del profesorado Cuerpo

1. Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes. Hostelería y Turismo. Profesor de Enseñanza Secundaria.

2. Gestión económico-administrativa en agencias de viajes. Hostelería y Turismo. Profesor de Enseñanza Secundaria.

3. Organización y control en agencias de viajes. Hostelería y Turismo. Profesor de Enseñanza Secundaria.

4. Comercialización de productos y servicios turísticos. Hostelería y Turismo. Profesor de Enseñanza Secundaria.

5. Relaciones en el entorno de trabajo. Formación y Orientación Laboral. Profesor de Enseñanza Secundaria.

6. Lengua Extranjera. (1) Profesor de Enseñanza Secundaria.

7. Segunda Lengua Extranjera. (1) Profesor de Enseñanza Secundaria.

8. Formación y Orientación Laboral. Formación y Orientación Laboral. Profesor de Enseñanza Secundaria.

(1) Alemán, francés, inglés, italiano o portugués, en función del idioma elegido.

4.2 Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia.

4.2.1 Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

Hostelería y Turismo.

Se establece la equivalencia, a efectos de docencia, del título de:

Técnico en Empresas y Actividades Turísticas con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

4.2.2 Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

Formación y Orientación Laboral.

Se establece la equivalencia, a efectos de docencia, de los títulos de:

Diplomado en Ciencias Empresariales.

Diplomado en Relaciones Laborales.

Diplomado en Trabajo Social.

Diplomado en Educación Social,

con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

5. Requisitos mínimos para impartir estas enseñanzas

De conformidad con el artículo 39 del Real Decreto 1004/1991 de 14 de junio (RCL 1991\1607 y 1797), el Ciclo formativo de Formación Profesional de Grado Superior:

Agencias de viajes, requiere, para la impartición de las enseñanzas definidas en el presente Real Decreto, los siguientes espacios mínimos que incluyen los establecidos en el artículo 32.1.a del citado Real Decreto 1004/1991, de 14 de junio.

Espacio formativo Superficie-m² Grado de utilización

Aula polivalente 60 m² 75%

Aula de aplicaciones de Hostelería y Turismo 90 m² 25%

El «grado de utilización» expresa en tanto por ciento la ocupación en horas del espacio prevista para la impartición de las enseñanzas mínimas, por un grupo de alumnos, respecto de la duración total de estas enseñanzas y, por tanto, tiene sentido orientativo para el que definan las Administraciones Educativas al establecer el currículo.

En el margen permitido por el «grado de utilización orientativo», los espacios formativos establecidos pueden ser ocupados por otros grupos de alumnos que cursen el mismo u otros ciclos formativos, u otras etapas educativas.

En todo caso, las actividades de aprendizaje asociadas a los espacios formativos (con la ocupación expresada por el grado de utilización) podrán realizarse en superficies utilizadas también para otras actividades formativas afines.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

6. Convalidaciones, correspondencias y acceso a estudios superiores

6.1 Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional.

Gestión económico-administrativa de agencias de viajes.

6.2 Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral.

a) Gestión económico-administrativa de agencias de viajes.

b) Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes.

c) Formación en centro de trabajo.

d) Formación y orientación laboral.

6.3 Acceso a estudios universitarios.

a) Técnico en Empresas y Actividades Turísticas.

b) Diplomado en Traducción e Interpretación.

c) Ciencias Empresariales.