

## CUALIFICACIÓN PROFESIONAL



---

# INFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

---

NIVEL DE CUALIFICACIÓN: 3

ÁREA COMPETENCIAL: HOSTELERÍA Y TURISMO

# ÍNDICE

1. ESPECIFICACIÓN DE COMPETENCIA .....	3
1.1. COMPETENCIA GENERAL.....	3
1.2. RELACIÓN DE UNIDADES Y ÁMBITOS DE COMPETENCIA.....	3
1.3. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DE COMPETENCIA .....	4
1.3.1. UNIDAD DE COMPETENCIA 1: GESTIONAR SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA .....	4
1.3.2. UNIDAD DE COMPETENCIA 2: COMERCIALIZAR DESTINOS Y CREAR PRODUCTOS TURÍSTICOS DE BASE TERRITORIAL.....	6
1.3.3. UNIDAD DE COMPETENCIA 3: ASISTIR Y GUIAR GRUPOS TURÍSTICOS .....	9
1.4. DESARROLLO DE LOS ÁMBITOS DE COMPETENCIA .....	13
1.4.1. PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES .....	13
1.4.2. LENGUA EXTRANJERA .....	13
1.4.3. SEGUNDA LENGUA EXTRANJERA .....	14
1.4.4. RELACIONES EN EL ENTORNO DE TRABAJO .....	14
2. SITUACIÓN EN EL SECTOR PRODUCTIVO Y EN EL ÁREA DE COMPETENCIA.....	16

# INFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

Hostelería y Turismo  
Nivel de cualificación: 3

## 1. ESPECIFICACIÓN DE COMPETENCIA

### 1.1 COMPETENCIA GENERAL

Comercializar destinos turísticos, crear productos turísticos de base territorial, asistir y guiar grupos y gestionar servicios de información turística.

### 1.2. RELACIÓN DE UNIDADES Y ÁMBITOS DE COMPETENCIA

UC1: Gestionar servicios de información turística

UC2: Comercializar destinos y crear productos turísticos de base territorial

UC3: Asistir y guiar grupos turísticos

Ámbitos de competencia:

- Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales
- Lengua extranjera
- Segunda lengua extranjera
- Relaciones en el entorno de trabajo

## 1.3 DESARROLLO DE LAS UNIDADES DE COMPETENCIA

### 1.3.1. UNIDAD DE COMPETENCIA 1: **GESTIONAR SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**

#### A. REALIZACIONES Y CRITERIOS DE REALIZACIÓN

1. Obtener, clasificar y procesar información de interés sobre el entorno con vistas a satisfacer las demandas de información turística de los clientes.
  - Ha identificado, evaluado y seleccionado las fuentes de información en función de su fiabilidad, periodicidad, continuidad y grado de elaboración.
  - Ha establecido y aplicado un procedimiento de recogida y actualización de datos y documentos que permitan contar con información accesible y fiable.
  - Ha seleccionado, adaptado y aplicado un método de tratamiento de la información que contemple criterios para su clasificación y formas de explotación adecuadas.
  
2. Atender las peticiones de los visitantes y residentes para cubrir sus necesidades de información, consejo y ayuda en relación con aspectos derivados de la actividad turística o de su estancia fuera de su lugar habitual de residencia.
  - Se ha provisto de los distintivos adecuados para que se reconozca su papel de informador turístico.
  - Ha atendido los requerimientos del demandante del servicio, utilizando el medio adecuado, de forma clara y apropiada a cada caso, y satisfaciendo sus expectativas.
  - Ha indicado al solicitante los lugares o instancias a los que debe dirigirse en caso de no poseer la información solicitada.
  - Con fines estadísticos, ha registrado la demanda, consignando la hora, el tipo de cliente y la categoría de la información solicitada, en los formularios reglamentados de acuerdo con el sistema establecido.
  - Ha atendido las reclamaciones de los usuarios de forma eficaz utilizando los canales adecuados para su resolución.
  
3. Planificar y controlar la actividad de una oficina de información turística, de modo que se adecue a las características del lugar en que se asienta y se cumplan los objetivos definidos.
  - Por medio de información directa y expresa, ha accedido al conocimiento de la planificación turística de la zona, de modo que pueda determinar el ámbito de actuación funcional y territorial de la oficina de información turística.
  - Ha definido los objetivos de carácter particular para la oficina y, en su caso, los ha remitido a las instancias superiores correspondientes para su aprobación y modificación si ha resultado procedente.
  - Ha recogido y analizado la demanda actual y potencial del servicio de información, de modo que se pueda adaptar el servicio del establecimiento.
  - Ha determinado el procedimiento de control de calidad en la prestación del servicio de información estableciendo puntos de referencia y sistemas de evaluación.
  - Ha elaborado un presupuesto de operaciones, ajustándose a los recursos disponibles.
  - Ha establecido los medios para controlar y adaptar el servicio, adecuándose a los objetivos previstos y al tipo de demanda.
  - Ha establecido un proceso de seguimiento adecuado del presupuesto de la oficina, realizando los cálculos necesarios para comprobar el nivel de cumplimiento de los objetivos económicos y detectar posibles desviaciones.
  - Ha aplicado o propuesto medidas correctivas para adecuar los ingresos, si los hubiera, y gastos a las cifras presupuestadas.
  - Ha informado sobre los resultados de su gestión a las personas u organismos correspondientes, en el tiempo y forma adecuados.

4. Organizar los recursos necesarios para prestar un servicio de información turística que satisfaga las necesidades de la demanda.

- Ha planteado y desarrollado los programas para las opciones de actuación escogidas, previendo los recursos humanos y materiales necesarios para ejecutarlos.
- Ha establecido un procedimiento de difusión de la información que permita activar la utilización de la misma por parte de los usuarios potenciales y que garantice su correcta transmisión.
- Ha establecido la forma de organizar y gestionar el almacén, que permita una pronta localización individualizada de las aportaciones de los proveedores, así como su localización temática e idiomática, según las necesidades del establecimiento.
- Ha organizado y distribuido al personal a su cargo según los programas previstos, determinando los siguientes aspectos:
  - Áreas de competencia correspondientes al mostrador (front-desk) y la administración y almacén (back-desk).
  - En su caso, reclutamiento y selección de candidatos.
  - Confección de turnos, horarios y días libres.
  - Nivel de responsabilidad e independencia de los empleados.
  - Medios de control y evaluación del personal.
  - Propuestas de programas de formación, si es necesario.
- Ha establecido contactos con otros centros de información con los que se puedan intercambiar datos o compartir tareas.
- Ha distribuido el espacio físico de la oficina de forma que el servicio pueda ser prestado de forma eficaz.
- Ha señalado la oficina, tanto para su acceso desde el exterior como en sus secciones interiores, para una cómoda consulta.
- Ha definido el horario de atención y lo ha expuesto en lugar visible.
- Ha dispuesto los medios adecuados para aplicar el procedimiento de calidad definido a fin de evaluar y controlar la calidad del servicio, de modo que se adecue a los objetivos fijados y se satisfagan las expectativas de la demanda.

## B. ESPECIFICACIÓN DEL CAMPO OCUPACIONAL

### *Información y medios de trabajo:*

Equipos y material de oficina. Material informativo y promocional. Planificación estratégica del destino o zona turística. Información y documentación sobre mercados turísticos. Información económico-administrativa de la entidad. Legislación turística específica. Información sobre servicios locales. Software de comunicaciones. Software para procesar textos y hojas de cálculo. Nuevos sistemas de comunicación.

### *Procesos, métodos y procedimientos:*

Gestión y tratamiento de información y documentación. Técnicas de comunicación. Técnicas de marketing. Técnicas de gestión económico-administrativas. Control de calidad.

### *Resultados del trabajo:*

Información y documentación de mercados turísticos. Servicios de atención e información turística en destino adecuado a cada tipo de demanda y cliente. Promoción de productos y destinos turísticos.

## C. CAPACIDADES Y CONOCIMIENTOS FUNDAMENTALES

### *Capacidades fundamentales*

1. Analizar y valorar los diferentes centros de servicios de información turística, explicando su función en el sector turístico.
2. Identificar, analizar y diferenciar las estructuras organizativas y funcionales más frecuentes de los servicios de información turística.
3. Identificar y analizar fuentes de información que permitan formar un fondo de documentación turística actualizada y adaptada al público objetivo.

4. Analizar los procedimientos de gestión de la información en un servicio de información turística, describiendo sus aplicaciones.
5. Analizar las necesidades de información y atención que habitualmente se demandan en las oficinas o servicios de información turística y su resolución más adecuada.

#### *Conocimientos fundamentales*

- El servicio de información turística: Tipologías. Organización y funciones. Servicios de un centro de información turística. Legislación aplicada. Relaciones con otras actividades y empresas turísticas. Formas de financiación. Los centros de información turística en la U.E. Promoción de los servicios de los CIT. Comunicaciones internas y externas.
- Fuentes de información turística: El proceso documental. La recuperación de documentos. Identificación y valoración de fuentes de información. Estadísticas. Sistemas de archivo. Catalogación y análisis documental.
- Información, orientación y asistencia turística: Técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas al servicio de información turística. Técnicas de protocolo e imagen personal. Tipologías de clientes. La protección del consumidor en la CAPV, el estado español y la U.E. Derechos del consumidor. Reclamaciones y denuncias en empresas turísticas.
- Gestión administrativa: La confección de informes. Seguros de viajes. Tratamiento administrativo de reclamaciones y quejas. Visados. Divisas. Documentación bancaria. Control estadístico.
- Ofimática aplicada: Informática aplicada a los centros de información turística. Automatización de los servicios de información turística. Centrales de reservas. Bancos y bases de datos. Nuevas tecnologías de la comunicación.
- Marketing turístico: Nueva segmentación estratégica de mercados.

### **1.3.2.UNIDAD DE COMPETENCIA 2: COMERCIALIZAR DESTINOS Y CREAR PRODUCTOS TURÍSTICOS DE BASE TERRITORIAL**

#### **A. REALIZACIONES Y CRITERIOS DE REALIZACIÓN**

1. Buscar y analizar la información necesaria para estudiar el mercado turístico de la zona.
  - Ha identificado las características genéricas del mercado turístico de la zona (conurrencia y competitividad entre otras).
  - Ha identificado las variables más características y representativas de la demanda de la zona turística: factores demográficos, sociológicos, económicos, motivacionales, etc.
  - Ha identificado la oferta turística de la zona:
    - Los recursos turísticos (naturales, histórico-artísticos, etnográficos, folclóricos, artesanales, gastronómicos, culturales).
    - La infraestructura básica (accesos, abastecimientos, transportes, etc.).
    - La infraestructura turística (alojamientos, servicios de restauración, oferta recreativa, etc.).
  - Ha identificado y seleccionado fuentes de información primarias (encuestas, reuniones y otras) para su utilización en la obtención de información.
  - Ha identificado y seleccionado fuentes de información secundarias internas y externas (informes, publicaciones, etc.) para su utilización en la obtención de información.
  - Ha analizado la información recogida mediante la utilización de los métodos adecuados (técnicas estadísticas, contraste de hipótesis, análisis de probabilidades, etc.).
  - Ha obtenido conclusiones sobre la evolución y comportamiento del mercado, sus puntos fuertes y débiles y las oportunidades detectadas.

2. Diseñar y/o asesorar en el diseño de productos turísticos concretos de base territorial, de modo que se satisfagan las expectativas de la demanda y se rentabilicen los recursos y la oferta de servicios del entorno.
  - Ha delimitado las posibilidades de explotación turística de la zona seleccionada.
  - Ha delimitado la capacidad de carga en número de personas del destino (impacto ambiental y social).
  - A partir de los objetivos fijados, ha definido, a su nivel, las posibilidades de creación de nuevos productos turísticos o la mejora de los ya existentes, y ha estudiado su viabilidad comercial, técnica y financiera.
  - Ha definido, a su nivel, los parámetros y criterios que permitirán evaluar la calidad de dichos productos/servicios turísticos.
  - Ha obtenido conclusiones y ha trasladado la información elaborada a sus superiores y/o a los responsables de la definición de la oferta turística de la zona o municipio en el tiempo y forma establecidos.
  - Ha estimado el impacto económico directo del desarrollo turístico.
  
3. Organizar y controlar el desarrollo de los productos turísticos definidos de modo que resulten atractivos para su demanda potencial y se puedan comercializar.
  - Ha establecido y preparado, siguiendo las instrucciones recibidas, las acciones necesarias para el desarrollo de los productos turísticos definidos, determinando y organizando los recursos humanos y materiales necesarios.
  - Ha determinado las personas y/o establecimientos involucrados en el desarrollo de los productos turísticos definidos.
  - En su caso, ha organizado las acciones informativas y formativas necesarias para que dichas personas y establecimientos tengan conocimiento de los productos/servicios turísticos definidos y adquieran la capacitación prevista para el desarrollo correcto de los mismos.
  - Ha dado las orientaciones precisas para asegurar la ejecución de las acciones de acuerdo con el programa elaborado.
  - Ha observado que el desarrollo del producto turístico se realiza en la forma y tiempo establecidos, cumpliendo con las especificaciones definidas y con el estándar de calidad previsto.
  
4. Organizar, ejecutar y controlar actos y programas de comercialización turística encaminados a la consecución de los objetivos comerciales fijados.
  - Ha aportado ideas y sugerencias a los responsables de la definición de la acción comercial en la zona acerca de:
    - La selección del público objetivo.
    - Los medios de comunicación, los soportes y las formas publicitarias más adecuados para llegar al público objetivo.
    - Las actuaciones de promoción.
    - La participación en eventos de ámbito local, provincial, nacional o internacional.
    - El diseño y preparación de materiales gráficos de promoción.
  - Ha determinado para cada acto o programa de promoción:
    - Las condiciones de participación si es un acto externo a la entidad.
    - El "planning" temporal de las acciones y programas.
    - Los recursos humanos y materiales necesarios.
    - Las competencias y funciones de cada persona así como el plazo y las condiciones para su realización.
    - El "planning" horario del desarrollo de cada acto.
    - Los proveedores intervinientes en el proceso de montaje, decoración u otros servicios para la realización del acto.
  - Ha organizado las actividades informativas y formativas necesarias para que las personas involucradas cuenten con los conocimientos y capacitación previstos.

- Ha asignado al personal involucrado las acciones y tareas previstas, controlando el desempeño y dando las orientaciones convenientes para asegurar la ejecución de las acciones de acuerdo con el programa elaborado.
- Ha participado en actos y programas de promoción atendiendo las peticiones de información turística sobre el destino, zona o producto turístico.
- 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 cuidando de que ésta se realice con arreglo a la programación prevista y ha informado a las personas y/o departamentos correspondientes en el tiempo y forma establecidos.

5. Evaluar la calidad de los servicios y equipamientos que componen el producto turístico de base territorial y su grado de aceptación.

- Ha aplicado el sistema de control de calidad definido para evaluar los productos/servicios turísticos de la zona, comprobando el grado de cumplimiento de los parámetros y criterios definidos, analizando las posibles desviaciones y sus causas y aplicando, en su caso, las medidas correctoras oportunas.
- Ha recogido información acerca de la satisfacción de la demanda actual, mediante el método seleccionado y diseñado para la recogida de datos.
- Ha obtenido conclusiones trasladándolas a sus superiores jerárquicos en el tiempo y forma establecidos.

## B. ESPECIFICACIÓN DEL CAMPO OCUPACIONAL

### *Información y medios de trabajo:*

Medios y equipos de oficina. Equipos y material fotográfico. Material promocional. Directrices y estrategias generales de la entidad. Información y documentación sobre mercados turísticos. Legislación turística general y particular. Información sobre acciones publi-promocionales y canales de distribución actuales y pasados de la entidad. Software de comunicaciones. Software para procesar textos y hojas de cálculo. Nuevos sistemas de comunicación.

### *Procesos, métodos y procedimientos:*

Gestión y tratamiento de información. Técnicas de marketing. Técnicas de comunicación. Técnicas de gestión económico-administrativas. Control de calidad.

### *Resultados del trabajo:*

Información y documentación del mercado turístico estudiado. Creación, desarrollo y mejora de productos/servicios turísticos de la zona o localidad. Promoción de destinos y productos turísticos.

## C. CAPACIDADES Y CONOCIMIENTOS FUNDAMENTALES

### *Capacidades fundamentales*

1. Analizar información del mercado turístico de una zona o localidad que permita detectar oportunidades de creación y/o desarrollo de productos turísticos.
2. Identificar los distintos tipos de turismo y definir los componentes que caracterizan un producto turístico.
3. Describir y analizar las diferentes estrategias y medios de distribución del mercado turístico.
4. Describir las diferentes estrategias de comunicación.

### *Conocimientos fundamentales*

- El sector turístico: El marco económico y social. Los servicios y equipamientos turísticos. La estructura de comercialización en el sector. Las profesiones turísticas. La planificación turística.

- Recursos turísticos del entorno: Recursos. La elaboración de inventarios turísticos. Técnicas para la evaluación de los recursos turísticos.
- Planificación territorial: Urbanismo. Turismo y medioambiente. Ordenación turística.
- Investigación del mercado turístico: Fuentes de información. Técnicas de investigación y de tratamiento de la información. La oferta y la demanda turística nacional, regional y local. La demanda turística nacional, regional y local.
- La creación y desarrollo de productos turísticos locales y regionales: Tipología y características de productos turísticos. Proceso de definición o redefinición de un producto. Proyectos de desarrollo de productos turísticos.
- Marketing turístico: el “marketing-mix”. El Plan de marketing. Marketing estratégico aplicado al turismo.
- La comunicación: La publicidad. La promoción. El marketing directo. Planificación y control de acciones de comunicación. Organización de eventos promocionales.

### 1.3.3.UNIDAD DE COMPETENCIA 3: **ASISTIR Y GUIAR GRUPOS TURÍSTICOS**

#### A. REALIZACIONES Y CRITERIOS DE REALIZACIÓN

1. Evaluar y analizar el servicio turístico que debe prestar, comprobando su adaptación a los requerimientos del grupo y determinando sus necesidades o requisitos.
  - Ha obtenido la información sobre: el tipo de grupo, la ruta e itinerario propuesto, los transportes que deben utilizarse, los alojamientos, las visitas, las actividades y los proveedores previstos.
  - Ha identificado la información suministrada al cliente.
  - Ha elaborado un informe de evaluación de la adaptación del servicio previsto a los requerimientos del cliente, incluyendo alternativas a estos servicios que puedan mejorar el viaje o itinerario.
  - Ha identificado los medios necesarios para la prestación del servicio y definido sus características (en las condiciones económicas establecidas) de:
    - La información relativa a visitas.
    - La información que prevé utilizar en el recorrido.
    - Los medios de difusión previstos.
2. Gestionar los medios necesarios para la realización del servicio, de modo que se asegure un cumplimiento pleno y atractivo.
  - Se ha asegurado de que posee la documentación de viaje aportada por la entidad organizadora y la información necesaria para la organización del servicio, referida a visitas, actividades y proveedores previstos, consultando, en su caso, las fuentes de información oportunas.
  - Ha establecido y repasado “timing” o estimación de tiempos de la actividad ( ruta, visita o jornada turística) evaluando y anticipándose a los posibles riesgos de pérdida de tiempo y tiempos muertos de acuerdo al perfil de grupo turístico.
  - Ha contactado con los prestatarios de los servicios, asegurándose de que se cumplen las condiciones, precios y plazos previstos, comprobando su idoneidad y pertinencia según el recorrido determinado, previendo las sustituciones necesarias y recogiendo información sobre las personas de contacto y recepción del grupo en destino.
  - Ha recogido, analizado y sintetizado la información que se ha de utilizar durante el recorrido.
  - Ha solicitado a las empresas prestatarias de los servicios los soportes de información que hay que distribuir entre los participantes.
  - Ha establecido los medios y formas adecuadas para promocionar a la empresa u organización para quien trabaja.

- Ha establecido los mecanismos necesarios para la solución de las contingencias e imprevistos que se presenten, de modo que se asegure una alternativa para cada una de las actividades y servicios previstos.
3. Recoger, acoger, acompañar e informar al grupo, logrando que en todo momento se sienta seguro, convenientemente informado, atendido y entretenido.
- Ha proporcionado a los participantes la información y la documentación relativas a:
    - Programa del viaje.
    - Lugar y hora de encuentro.
    - Medios de identificación, tanto del grupo como de sí mismo.
    - Información de interés con la que deben contar (información cultural, histórica, artística, relativa a costumbres y tradiciones, de la naturaleza, etc).
    - Documentos de los que deben disponer.
    - Medios para extender quejas sobre la organización del viaje o visita.
  - Ha facilitado la información de viaje o ruta local de forma secuenciada y adaptada al resto de actividades, evitando los agobios y seleccionado el idioma y el nivel de comprensión necesario para todos los participantes, estimulando la curiosidad y el interés.
  - Ha respondido con claridad y corrección a todas las preguntas formuladas por los miembros del grupo, solucionando sus dudas y ampliando la información cuando así le ha sido requerido.
  - Ha asegurado su presencia en los lugares y momentos adecuados, solucionando los imprevistos de forma rápida y eficaz.
  - Ha comprobado la presencia de los participantes, repasando y actualizando la lista facilitada por la entidad contratante.
  - Ha coordinado el embarque de los participantes en el viaje de ida, en el "transfer", en los cambios de medio de transporte y en el viaje de regreso, teniendo en cuenta los trámites de emigración y aduanas.
  - Ha asignado o coordinado la asignación de asientos, camarotes o departamentos a los participantes, evitando la separación de personas que viajan juntas y asegurando la equidad de la distribución.
  - Ha comprobado el embarque y desembarque de equipajes, reclamando en su caso los extravíos producidos.
  - Ha coordinado la entrada y salida de los alojamientos, supervisando la correcta asignación de habitaciones, comprobando que los servicios ofertados se ajustan a lo pactado con la entidad organizadora del viaje y que se han satisfecho las demandas y necesidades de los participantes.
  - En todo momento ha mantenido la seguridad del grupo, evitando extravíos y accidentes.
4. Organizar y vender actividades facultativas, de modo que se respete el programa del establecimiento organizador y se amplíe el disfrute y conocimientos de los participantes.
- Ha comprobado la pertinencia de las actividades, atendiendo a los requerimientos y condiciones de la agencia de viajes o establecimiento organizador, a las posibilidades del lugar o lugares de destino y a las expectativas de los clientes.
  - Ha valorado la oferta disponible, los proveedores y los precios de las actividades seleccionadas, informando de forma adecuada a los participantes.
  - Ha acompañado e informado a los integrantes del grupo que, voluntariamente, han participado en la actividad, atendiendo a sus demandas y solucionando los imprevistos.
  - Ha establecido, para quienes no han acudido a la actividad, el programa adecuado para su disfrute, comprobando su seguridad.
  - Ha dispuesto los medios de cobro adecuados al número de participantes y las normas establecidas en los lugares que se prevé visitar.
5. Evaluar el servicio realizado para comprobar el grado de satisfacción de los clientes y adaptar la programación de futuros servicios.
- Ha recogido la información proporcionada por los métodos establecidos para evaluar la satisfacción del cliente y el nivel de cumplimiento de los objetivos previstos.

- En su caso, ha realizado la liquidación de lo obtenido por las actividades complementarias, deduciendo su porcentaje.
- Ha organizado la información generada durante la prestación del servicio con el fin de:
  - Proporcionar a la agencia o entidad contratante un informe sobre los resultados del servicio.
  - Enriquecer sus conocimientos y recursos para mejorar sus servicios en futuros contratos.
- Ha evaluado que la prestación de los servicios se corresponde con las condiciones establecidas y acordadas por el cliente.

## B. ESPECIFICACIÓN DEL CAMPO OCUPACIONAL

### *Información y medios de trabajo:*

Medios de transporte. Instalaciones de los prestatarios de servicios turísticos. Medios y equipos de oficina. Medios propios de la actividad (micrófono, material fotográfico, videos...). Información y documentación sobre mercados turísticos. Planos y mapas. Documentos de viaje. Legislación turística. Software de comunicaciones. Software para procesar textos y hojas de cálculo. Nuevos sistemas de comunicación.

### *Procesos, métodos y procedimientos:*

Gestión y tratamiento de información y documentación. Técnicas de animación y dinámica de grupos. Control de calidad.

### *Resultados del trabajo:*

Asistencia a grupos turísticos en "transfer", viajes, excursiones y visitas locales. Venta de actividades facultativas. Informe de evaluación del servicio prestado. Información y documentos derivados de la gestión del viaje y/o itinerario a realizar. Gestión de los medios necesarios para la prestación del servicio.

## C. CAPACIDADES Y CONOCIMIENTOS FUNDAMENTALES

### *Capacidades fundamentales*

1. Analizar las distintas modalidades, procesos y funciones de la actividad de guía y asistencia a los grupos.
2. Analizar las relaciones de los profesionales de la asistencia y guía de grupos con las empresas y profesionales del sector turístico.
3. Analizar las características y el comportamiento de los diferentes tipos de grupos turísticos que habitualmente participan en viajes organizados.
4. Analizar técnicas de dinámica de grupos adecuadas a diferentes públicos turísticos.

### *Conocimientos fundamentales*

- Tipología y características de la actividad de asistencia y guía de grupos: Legislación sobre viajeros en tránsito y aduanas. Trámites aduaneros. Derechos del viajero. Seguros de viajes. Consulados y embajadas.
- Regulación de la actividad profesional: Legislación de ámbito nacional y autonómico. Normas comunitarias. Relaciones contractuales de los guías con las entidades contratantes.
- Técnicas de programación de itinerarios turísticos: Elementos de la programación. Metodología.
- Técnicas de asistencia y animación de grupos: Los grupos turísticos. Dinamización de grupos. Animación en ruta.
- Técnicas de comunicación aplicadas a la actividad: Definición, elementos y tipos de comunicación. Etapas del proceso. Retroalimentación. Dificultades en la comunicación. Las relaciones públicas.

- La naturaleza y el arte como recursos turísticos: Arte y entorno. Métodos para la explicación de obras artísticas y de recursos naturales. Geografía turística y física del entorno.

## 1.4 DESARROLLO DE LOS ÁMBITOS DE COMPETENCIA

### 1.4.1 PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES

#### *A Capacidades fundamentales*

1. Analizar las motivaciones de la demanda del mercado turístico nacional e internacional para estimar su evolución.
2. Analizar los principales productos y destinos turísticos nacionales así como la estructura de la oferta turística de las diferentes comunidades autónomas, seleccionando los más pertinentes.
3. Analizar interpretando los principales productos y destinos turísticos internacionales y la estructura de la oferta turística internacional.

#### *B Conocimientos fundamentales*

- La CAPV y el estado español como producto turístico: Un destino multiproducto. Turismo de sol y playa. Turismo urbano. Turismo cultural. Turismo de congresos. Turismo itinerante: grandes rutas. Turismo rural. Turismo verde: parques naturales. Turismo de aventura. Turismo deportivo. Turismo náutico. Turismo de salud. Turismo de invierno. Turismo joven. Otros recursos turísticos. Motivaciones de viajes: una forma de turismo por cada nueva motivación.
- Destinos turísticos internacionales: Destinos de sol y playa. Destinos urbanos. Destinos culturales. Grandes rutas turísticas. Destinos de turismo rural. Destinos de turismo verde. Parques naturales. Destinos de turismo de aventura. Destinos de turismo náutico. Destinos de turismo de salud. Destinos turísticos de invierno. Destinos de turismo joven. Circuitos profesionales y de negocios. Otros recursos turísticos internacionales.
- Productos turísticos nacionales e internacionales según medios de transporte: Grandes rutas terrestres europeas. Trenes turísticos. Cruceros fluviales y marítimos. Viajes organizados en otros medios de transporte.

### 1.4.2 LENGUA EXTRANJERA

#### *A Capacidades fundamentales*

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.
2. Interpretar y traducir a la lengua materna información propia del sector, escrita en lengua extranjera, analizando los datos fundamentales para llevar a cabo las acciones y tareas oportunas.
3. Redactar y cumplimentar documentos e informes propios del sector en lengua extranjera con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y facilitando una información de tipo general o detallada.
4. Analizar las normas de protocolo del país del idioma extranjero, con el fin de dar una adecuada imagen en las relaciones profesionales establecidas con dicho país.

#### *B Conocimientos fundamentales*

- Lengua oral: Terminología específica del sector. Fórmulas y estructuras hechas utilizadas en al comunicación profesional oral. Fórmulas interrogativas, afirmativas y negativas propias de la lengua oral formal. Hábitos profesionales y costumbres horarias que rigen en los países de la lengua extranjera. Protocolo y normas de relación profesional entre los distintos niveles jerárquicos de una empresa del país de la lengua extranjera.
- Lengua escrita: Terminología específica del sector. Fórmulas y estructuras hechas utilizadas en la correspondencia y en la comunicación escrita en general.

### 1.4.3 SEGUNDA LENGUA EXTRANJERA

#### *A Capacidades fundamentales*

1. Comprender la información global y específica de mensajes orales en situaciones diversas de comunicación: habituales, personales y profesionales.
2. Producir sencillos mensajes orales en situaciones diversas de comunicación: habituales, personales y profesionales.
3. Interpretar textos escritos adaptados y auténticos, obteniendo informaciones globales y específicas relacionadas tanto con aspectos d la vida cotidiana como de la vida profesional y cultural.
4. Traducir al idioma materno textos sencillos en lengua extranjera relacionados con necesidades e intereses socioprofesionales.
5. Redactar textos elementales escritos en lengua extrajera en función de una actividad concreta.
6. Analizar las normas de protocolo del país del idioma extranjero, con el fin de dar una adecuada imagen en las relaciones profesionales establecidas con dicho país.

#### *B Conocimientos fundamentales*

- Lenguaje oral: Vocabulario básico (situaciones habituales). Estructuras lingüísticas necesarias para la expresión y comprensión oral básica. Léxico socioprofesional básico. Fórmulas de presentación, despedida, agradecimiento, etc.
- Lenguaje escrito: Vocabulario técnico propio del sector profesional. Fórmulas de estilo habituales en la correspondencia comercial en la lengua extranjera. Elementos morfosintácticos complejos: oraciones sugordinadas, voz pasiva, concordancia en el sintagma verbal.
- Aspectos socioprofesionales: Los referentes sociales más generalizados, usos y costumbres. Protocolo socioprofesional: fórmulas de cortesía profesional, tratamiento de la jerarquía en la empresa y de los diferentes roles sociales.

### 1.4.4 RELACIONES EN EL ENTORNO DE TRABAJO

#### *A. Capacidades fundamentales*

1. Mantener relaciones fluidas con los miembros del grupo funcional en el que está integrado, evitando y, en su caso y a su nivel resolviendo conflictos significativos que se originen en el desarrollo y entorno de las actividades laborales.

2. Mantener comunicaciones efectivas en el desarrollo de su trabajo, participando, moderando o conduciendo reuniones, interpretando órdenes e información, generando instrucciones claras con rapidez e informando y solicitando ayuda a quien proceda, cuando se produzcan contingencias.
3. Ser capaz de liderar un grupo de operarios, por medio de relaciones interpersonales y motivarles con el fin de alcanzar los objetivos de la producción.
4. Tomar decisiones sobre su propia actuación o la de otros, dentro del ámbito de su competencia, tanto en circunstancias normales como en condiciones de posible emergencia, transmitiendo con celeridad las señales de alarma, dirigiendo las actuaciones de los miembros de su equipo y decidiendo actuaciones, en casos imprevistos en los procesos productivos.

#### *B. Conocimientos fundamentales*

- La comunicación en la empresa. La producción de documentos que asignan tareas a los miembros de un equipo. La 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.
- Negociación. Concepto y elementos. Estrategias de negociación. Estilos de influencia.
- Solución de problemas y toma de decisiones. La 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.
- Estilos de mando. Dirección y/o liderazgo. Estilos de dirección. Teorías, enfoques del liderazgo.
- Conducción/dirección de equipos de trabajo. Etapas de una reunión. Tipos de reuniones. Técnicas de dinámica y dirección de grupos. Tipología de los participantes.
- La motivación en el entorno laboral. Definición de la motivación. Principales teorías de motivación. Diagnóstico de factores motivacionales.

## 2. SITUACIÓN EN EL SECTOR PRODUCTIVO Y EN EL ÁREA DE COMPETENCIA

### 2.1 ENTORNO DE TRABAJO:

- El área competencial en la que se inscribe esta cualificación es la de “Hostelería y Turismo”, que comprende las siguientes cualificaciones clasificadas en dos subáreas:

#### 1. Hostelería

Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
Auxiliar de cocina	Cocinero/a	Restaurador
Auxiliar de servicio	Camarero/a	Maestresala
Auxiliar de pastelería/repostería	Pastelero/Repostero	

#### 2. Turismo

Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
Auxiliar de servicios de lavandería y alojamiento.		Gobernanta
		Recepcionista
		Animador turístico
		Agencia de viajes
		Información y comercialización turística

- Presenta competencias comunes con las siguientes cualificaciones del área competencial de Hostelería y Turismo:

Subárea competencial	Cualificación	Unidades de competencia	Ámbitos de competencia
Hostelería	Restaurador		<ul style="list-style-type: none"> <li>Lengua extranjera.</li> <li>Relaciones en el entorno de trabajo.</li> </ul>
	Maestresala		<ul style="list-style-type: none"> <li>Lengua extranjera</li> <li>Relaciones en el entorno de trabajo.</li> </ul>
Turismo	Gobernanta		<ul style="list-style-type: none"> <li>Lengua extranjera</li> <li>Relaciones en el entorno de trabajo.</li> </ul>
	Recepcionista		<ul style="list-style-type: none"> <li>Lengua extranjera</li> <li>Segunda lengua extranjera</li> <li>Relaciones en el entorno de trabajo.</li> </ul>
	Animador turístico		<ul style="list-style-type: none"> <li>Lengua extranjera</li> <li>Segunda lengua extranjera</li> <li>Relaciones en el entorno de trabajo.</li> </ul>
	Agencia de viajes		<ul style="list-style-type: none"> <li>Lengua extranjera</li> <li>Segunda lengua extranjera</li> <li>Relaciones en el entorno de trabajo.</li> </ul>

Pueden existir competencias comunes también en otras áreas competenciales.

### 2.2 REQUERIMIENTOS DE AUTONOMÍA EN SITUACIONES DE TRABAJO

Este técnico recibe instrucciones sobre los objetivos generales de su trabajo. Su responsabilidad se extenderá a la organización de los recursos humanos y materiales necesarios para la prestación del servicio y la ejecución de actividades de información, asistencia y promoción de grupos. Está capacitado para realizar también la supervisión del trabajo de una oficina de información turística.

Este técnico es **autónomo** en las siguientes funciones o actividades:

- Selección de las fuentes de información.
- Recogida de la información y organización de la misma.
- Elaboración de informes que recojan conclusiones de la investigación del mercado turístico de la zona.
- Organización, preparación y coordinación del equipo humano y de los materiales necesarios para las acciones comerciales y de información turística definidas.
- Asesoramiento e información turística.
- Atención de reclamaciones y resolución de incidencias.
- Coordinación y acompañamiento de "transfer".
- Asistencia e información a grupos turísticos en viajes, excursiones y visitas locales.
- Control de la calidad de los servicios propios y de los pactados con los proveedores.

**Puede ser asistido** en:

- Diseño y desarrollo de productos turísticos.
- Planificación del servicio de información turística.
- Organización y gestión del centro, oficina o punto de información.
- Coordinación con otros centros de información.
- Diseño de material informativo y promocional.
- Planificación y ejecución de actividades de animación en viajes.
- Diseño del servicio de asesoramiento e información turística.

**Debe ser asistido** en:

- Definición y gestión de actos y eventos promocionales.
- Programación de viajes organizados.
- Gestión económica.
- Ejecución de acciones de ordenación turística.
- Elaboración de encuestas.