

XESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN E DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

As Unidades de Información e Distribución Turística



XUNTA
DE GALICIA


ideaspropias
EDITORIAL

Gestión de Unidades de Información e Distribución Turística

Gestión de Unidades de Información e Distribución Turística

As Unidades de Información e
Distribución Turística

Autora

Noelia Cabarcos Novás é diplomada en Turismo pola Escola de Turismo da Coruña. Realizou o máster en Dirección Comercial e de Mercadotecnia da Escola de Negocios. Posúe os posgraos de Especialización en Protocolo (Universidade de Santiago de Compostela) e de Economía e Calidade no Sector Turístico (Facultade de Ciencias Económicas e Empresariais da Coruña).

Tanto a súa formación como a súa experiencia profesional xiraron en torno ao sector turístico, o que lle permitiu desenvolver os contidos do presente manual.

No mundo editorial tamén publicou, ademais deste título, os manuais *Promoción y venta de servicios turísticos* e *Proceso económico-administrativo en las agencias de viajes*, editados por IdeasPropias Editorial.

Ficha de catalogación bibliográfica

Xestión de unidades de información e distribución turística. As unidades de información e distribución turística

1.^a edición
Ideaspropias Editorial, Vigo, 2009

ISBN: 978-84-9839-152-7

Formato: 17 x 24 cm • Páxinas: 222

**XESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN E DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA.
AS UNIDADES DE INFORMACIÓN E DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA.**

Non está permitida a reprodución total ou parcial deste libro, nin o seu tratamento informático, nin a transmisión de ningunha forma ou por calquera medio, xa sexa electrónico, mecánico, por fotocopia, por rexistro ou outros métodos, sen o permiso previo e por escrito dos titulares de Copyright.

DEREITOS RESERVADOS 2009, respecto á primeira edición, por

© Ideaspropias Editorial.

ISBN: 978-84-9839-152-7

Depósito Legal: VG 1247-2009

Autora: Noelia Cabarcos Novás

Tradutor: Daniel Saavedra Toral

Impreso en España - Printed in Spain

Ideaspropias Editorial incorporou na elaboración deste material didáctico citas e referencias de obras divulgadas e cumpriu todos os requisitos establecidos pola Lei de Propiedade Intelectual. Polos posibles erros e omisións, escúsase previamente e está disposta a introducir as correccións pertinentes en próximas edicións e reimpresións.

Este manual recibiu unha subvención da Consellería de Cultura e Deporte, a través da Dirección Xeral de Creación e Difusión Cultural.

ÍNDICE

1	A planificación empresarial nas empresas e entidades de distribución e información turísticas	1
1.1.	Introdución	1
1.2.	A planificación no proceso de administración empresarial	1
1.2.1.	Principais tipos de planes empresariais: obxectivos, estratexias e políticas	2
1.2.2.	Etapas do proceso de planificación	6
1.2.3.	Valoración da importancia da revisión periódica dos planes empresariais en función da aplicación dos sistemas de control característicos destas entidades	8
	EXERCICIO 1	9
	SOLUCIÓNS	11
1.3	Resumo de contidos	13
	AUTOAVALIACIÓN 1	15
	SOLUCIÓNS	17
2	A organización nas axencias de viaxes, outros distribuidores turísticos e entidades de información	19
2.1.	Introdución	19
2.2.	A organización das axencias de viaxes	19
2.2.1.	Tipoloxía e clasificación	20
2.2.2.	Normativas sobre a autorización e a clasificación das axencias de viaxes e das oficinas de información turística ...	22
2.2.3.	Natureza, propósito da organización e relación con outras funcións xerenciais	24
2.2.4.	Patróns básicos de departamentalización tradicional en empresas de distribución e en entidades de información turísticas	27
2.2.5.	Estruturas e relacións departamentais	29
2.2.6.	Diferenciación dos obxectivos departamentais	33
2.2.7.	Circuitos, tipos de información e documentos internos e externos	34
2.3.	Regulamento de axencias de viaxes do 14 de abril de 1988	36
	EXERCICIO 2	38
	SOLUCIÓNS	40
2.4.	Resumo de contidos	42

	AUTOAVALIACIÓN 2	44
	SOLUCIÓNS	46
3	Definición de postos de traballo e selección de persoal	47
	3.1. Introducción	47
	3.2. Principais métodos para a definición de postos correspondentes a traballadores cualificados	47
	3.3. Principais métodos para a selección de traballadores cualificados ...	51
	EXERCICIO 3	58
	SOLUCIÓNS	60
	3.4. Resumo de contidos	62
	AUTOAVALIACIÓN 3	64
	SOLUCIÓNS	66
4	A dirección de equipos de traballo	67
	4.1. Introducción	67
	4.2. Os diferentes sistemas de dirección e tipos de liderado	67
	4.3. Análise de ferramentas para a toma de decisións	71
	4.4. Manexo de técnicas de programación do traballo e medición de tempos	75
	EXERCICIO 4	78
	SOLUCIÓNS	80
	4.5. Resumo de contidos	82
	AUTOAVALIACIÓN 4	84
	SOLUCIÓNS	86
5	Xestión e control orzamentario	87
	5.1. Introducción	87
	5.2. O ciclo orzamentario	87
	5.3. Concepto e propósito dos orzamentos	89
	5.4. Diferenciación e elaboración dos tipos de orzamentos	91
	5.5. Etapas fundamentais da xestión orzamentaria: previsión, orzamento e control	93
	EXERCICIO 5	96
	SOLUCIÓNS	97
	5.6. Resumo de contidos	99

	AUTOAVALIACIÓN 5	101
	SOLUCIÓNS	103
6	Estrutura financeira das axencias de viaxes e doutros distribuidores turísticos	105
	6.1. Introducción	105
	6.2. Identificación e caracterización de fontes de información	106
	6.3. Relación óptima entre recursos propios e alleos	108
	6.4. Vantaxes e desvantaxes dos principais métodos para avaliar investimentos	109
	EXERCICIO 6	114
	SOLUCIÓNS	115
	6.5. Resumo de contidos	117
	AUTOAVALIACIÓN 6	119
	SOLUCIÓNS	120
7	Avaliación de custos, produtividade e análise económica para axencias de viaxes e outros distribuidores turísticos	121
	7.1. Introducción	121
	7.2. Estrutura das contas de custos de resultados nas axencias de viaxes ..	122
	7.3. Tipos e cálculo de custos empresariais específicos	123
	7.4. Aplicación de métodos para a determinación, imputación, control e avaliación do consumo e da atención ao cliente	127
	7.5. Cálculo e análise de niveis de produtividade e de puntos mortos de explotación ou limiares de rendibilidade, utilizando ferramentas informáticas	128
	7.6. Identificación de parámetros establecidos para avaliar ratios e porcentaxes, marxes de beneficio e rendibilidade	130
	EXERCICIO 7	134
	SOLUCIÓNS	136
	7.7. Resumo de contidos	138
	AUTOAVALIACIÓN 7	141
	SOLUCIÓNS	142
8	Utilización de aplicacións informáticas específicas para a administración de unidades de información e distribución turística	143

8.1. Introducción.....	143
8.2. Unidades de información e comunicación da distribución turística..	144
EXERCICIO 8	146
SOLUCIÓNS	147
8.3. Resumo de contidos	148
AUTOAVALIACIÓN 8	149
SOLUCIÓNS	150
9 Xestión da calidade total.....	151
9.1. Introducción.....	151
9.2. Concepto de calidade	151
9.3. Evolución histórica da calidade	152
9.4. Sistemas e normas de calidade	154
9.5. Implementación dun sistema de calidade	157
9.6. Deseño dos servizos	159
9.7. Xestión da calidade	160
9.8. A mellora continua e os plans de mellora	161
9.9. A avaliación da satisfacción do cliente	162
9.10. Avaliación do sistema de calidade. Autoavaliacións e auditorías ...	164
EXERCICIO 9	166
SOLUCIÓNS.....	167
9.11. Resumo de contidos	168
AUTOAVALIACIÓN 9	170
SOLUCIÓNS	172
APÉNDICE	173
RESUMO	190
EXAME	195
BIBLIOGRAFÍA	203

Xestión de Unidades de Información e Distribución Turística é un dos módulos pertencentes á cualificación profesional de **Venda de Servizos e Produtos Turísticos**, que forma parte da familia profesional de **Hostalaría e Turismo** e recolle todos os seus contidos e obxectivos seguindo as directrices marcadas polo sistema nacional de cualificacións e INCUAL.

Este módulo de nivel 3 ten como obxectivo aprender a xestionar unidades de información e de distribución turísticas.

Xestión de unidades de información e distribución turística

1 A planificación empresarial nas empresas e entidades de distribución e información turísticas

1.1. Introducción

O termo dirixir pódese definir como tomar decisións e conseguir que todo o equipo humano da empresa as execute.

Os directivos toman decisións cando queren resolver problemas recentes ou futuros. Estas últimas decisións constitúen a planificación que é a función básica do directivo.

É, por tanto, fundamental profundar no concepto de planificación. Para iso, nesta unidade vaise abordar a estrutura da planificación empresarial e os principais tipos de plans empresariais, como son a determinación de obxectivos, as estratexias e as políticas necesarias para alcanzar eses obxectivos empresariais.

Tamén se van analizar as diferentes fases do proceso de planificación, así como a valoración da importancia da revisión periódica dos plans empresariais en función da aplicación dos sistemas de control característicos destas entidades.

1.2. A planificación no proceso de administración empresarial

A **planificación** é unha tarefa básica de todo directivo, unha fase do proceso de dirección que trata de establecer as canles de acción para conseguir que o futuro se achegue ao máximo á situación ideal fixada polo xerente.



Realmente, planificar consiste en determinar que hai que facer, como hai que facelo e con que recursos hai que contar para conseguir un futuro satisfactorio. A planificación implica a idea de reducir a incerteza, é a oposición á xestión empresarial do día a día.

Sexa cal for o tipo de empresa (pública, privada, etc.), o esquema que debe utilizar para chegar á súa meta, que é a obtención de beneficios, é o seguinte:

- **Planificar:** prever o futuro, tanto a curto como a longo prazo, identificando os obxectivos da empresa fixados pola dirección.
- **Organizar:** a través da súa estrutura organizativa (organigrama), por medio da que se establecerán relacións de xerarquía, delegación, cooperación e participación.
- **Dirixir a actividade:** co fin de orientar, motivar e coordinar o traballo dos distintos departamentos da empresa e poder así alcanzar os obxectivos fixados inicialmente.

Cando unha empresa non se planifica, os empregados atópanse cos problemas cando ocorren e non os esperan. Por tanto, non estarán preparados para solucionarlos, en consecuencia, teñen que improvisar solucións constantemente. Pola contra, moitas empresas anticipáanse aos problemas; analizan as situacións e tentan conquistar un determinado futuro. Un modelo de dirección realista trata de canalizar a súa acción cara á mellora na empresa, trata de chegar a unha evolución entre o que hoxe é unha empresa e o que debería ser nun futuro.

Actualmente, non todas as empresas poden utilizar o mesmo patrón de planificación, pois, segundo o tipo de empresa, das súas características, do tamaño, da súa localización, etc. deberán adoptar un modelo específico. Non existe, por tanto, un modelo estandarizado de planificación.

1.2.1. Principais tipos de planes empresariais: obxectivos, estratexias e políticas

En todo proceso de dirección estamos constantemente deseñando obxectivos, políticas e programas de acción.

Deste xeito, os **obxectivos** son a finalidade á que se encamiñan as accións que a empresa emprende e as **políticas** son as pautas ou criterios a ter en conta para conseguir os obxectivos, sen as cales é imposible a delegación. As políticas deben ser o máis precisas posibles.

Nos **programas de acción** enuméranse os actos que é preciso realizar para alcanzar os obxectivos fixados.

A medida que un directivo escala postos na organización, debe aumentar o seu compoñente de estratexia e de planificación.

A **estratexia** é o modelo dos obxectivos, dos propósitos ou das metas e das principais políticas e plans que se teñen que seguir para alcanzalos, expostos de tal maneira que definen en que negocio está ou vai estar a empresa. O termo estratexia pódese entender tamén como a creación dunha posición única e valiosa, que entraña dentro da empresa todo un conxunto de actividades diferentes. Esta é unha carreira cara á posición ideal da compañía.

Unha estratexia non é algo ríxido, senón que é unha dirección que segue a empresa, e crea así unha proposta de valor diferenciadora. A continuidade desta contribúe a crear unha vantaxe competitiva sustentábel no tempo e, ao mesmo tempo, permite que a formación e os cambios sexan máis rápidos e efectivos.

A estratexia, por tanto, ten que permitir identificar onde se deben concentrar os esforzos para chegar a desenvolver unha oferta diferencial a clientes que nos proporcione uns resultados superiores aos esperados e sustentábeis no tempo.

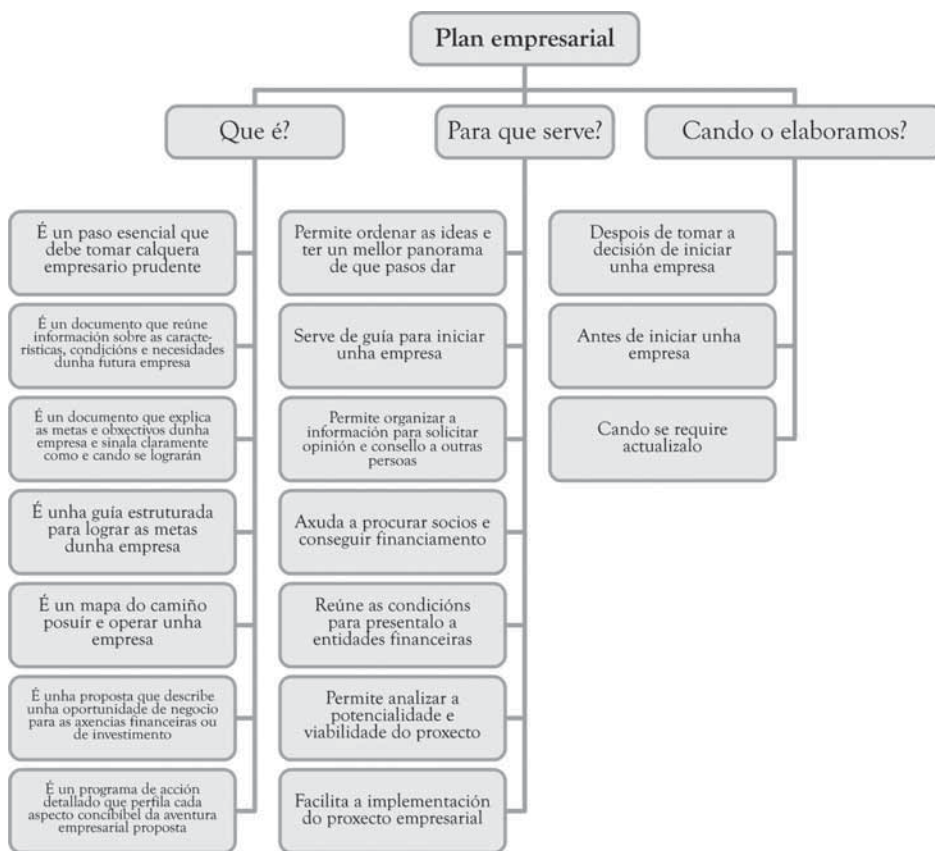
Implantar unha estratexia é dirixir. Mediante ela pódese definir o futuro da empresa e, o que é máis importante, definir como conseguilo. Para iso, débese fixar anteriormente o porqué da empresa, a súa finalidade, os seus obxectivos, as pautas a seguir para alcanzar eses obxectivos (políticas), as accións precisas que tamén se deben realizar para alcanzalos (programas de accións) e o enfoque básico da empresa (filosofía da empresa).

A **planificación**, pola súa banda, é unha función recorrente do director. É recorrente porque para realizar calquera outra función, como organizar, dirixir ou controlar, debe utilizarse a planificación. Mesmo para planificar hai que planificar.

Dentro do proceso de planificación existen dúas etapas básicas: a fixación de obxectivos e a comparación dos obxectivos cos resultados obtidos.

Enténdese por **plan empresarial**, o conxunto de estratexias básicas que orientan as accións que a empresa deberá seguir para mellorar a súa posición competitiva dentro do sector.

A organigrama que aparece a continuación permite profundar máis en detalle neste concepto e coñecer a súa funcionalidade:



Do mesmo xeito que non existe un modelo de planificación estándar, senón distintas modalidades que se adaptan ás circunstancias, tamén os **plans empresariais** poden agruparse atendendo a distintos **critérios de clasificación**:

Criterios de clasificación dos plans empresariais	
Duración	<ul style="list-style-type: none"> - Curto prazo: denomínanse plans de execución inmediata, comprenden instrucións para levalos a cabo até os niveis dos responsábeis de realización. - Medio e longo prazo: denomínanse de evolución da actividade. A súa finalidade é o estudo da situación para saber se esta é correcta ou se pola contra é necesario algún tipo de modificación naqueles aspectos que se mostren inoperantes.
Función	<p>Irán en base aos obxectivos marcados de ampliación do mercado, mellora de beneficios, etc. Deste xeito, os plans poderán ser: de volume de vendas, de mera produtividade, de persoal, de beneficios, de desenvolvemento organizacional, de contribución social, de investigación e de desenvolvemento financeiro.</p>
Importancia (definen a orixe e a extensión do plan)	<ul style="list-style-type: none"> - Pola orixe: os que parten da alta dirección, xeralmente, reciben o nome de plans políticos e deberán ser desenvolvidos posteriormente por estamentos inferiores. Os que parten de niveis inferiores da organización necesitan un bo sistema informativo, xa que deben estar constatados para gañar en operatividade e facilitar o proceso planificador. - Polo procedemento: aqueles que establecen as normas de como debe realizarse a actividade. - Polo método: son os que establecen os resultados que se deben obter para cada traballador.
Grao de certeza (coñecemento seguro, claro e evidente da súa consecución)	<ul style="list-style-type: none"> - Ríxidos: son os que teñen un grao de cumprimento certo. - Flexíbeis: son aqueles que teñen diversas alternativas para posíbeis acontecementos imprevisíbeis no plan inicial.

O organigrama que alude aos criterios de clasificación dos plans empresariais detallados na táboa anterior quedaría representado así:

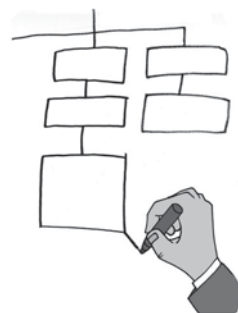


1.2.2. Etapas do proceso de planificación

O **obxectivo da planificación** é múltiple, xa que, por unha banda, céntrase en prever cal será o futuro da empresa a curto, medio e longo prazo; e, doutra banda, en como chegar a ese futuro a través de técnicas ou de sistemas operativos específicos.

Para iso, débense determinar as **distintas etapas** a seguir no proceso de planificación:

- Determinar e definir os obxectivos da empresa.
- Determinar as accións da empresa.
- Fixar as políticas a seguir para alcanzar os obxectivos fixados.
- Realizar un orzamento para prever o custo da produción.
- Controlar para poder evitar posíbeis desviacións.



A continuación vanse abordar cada unha destas etapas:

En primeiro lugar, **determinar e definir os obxectivos da empresa** é unha das tarefas máis complicadas, xa que, ademais de fixar os obxectivos da empresa, debemos prever a súa viabilidade, e adecuar todos os medios e técnicas dispoñíbeis para lograr a súa consecución. Para iso, é necesario fixar con claridade e exactitude as calidades dos produtos ou dos servizos que ofrece a empresa, e tentar sacarles o máximo rendemento. Non convén que as compañías dispoñan unicamente dunha vía de consecución para lograr o seu obxectivo, pois de non cumprirse esta, non se terían previstas accións coas que resolver o problema. É preferíbel, por tanto, adoptar vías múltiples, aínda que nalgúns casos se poida producir conflictividade entre elas.

Obxectivo —> O que se desexa —> Supón unha actitude activa
Previsión —> O que se agarda —> Supón unha actitude pasiva

Determinaranse as accións da empresa, xunto coa súa programación no tempo, dentro do marco dunha determinada filosofía empresarial, e sempre se terán en conta os condicionantes internos e externos que interfíren na empresa.

Ao **estabelecer as políticas que se van seguir para alcanzar os obxectivos fixados**, levaranse a cabo os oportunos plans que derivan da posibilidade de alternativas e da necesidade de adoptar decisións sobre que se debe facer, como e para quen. En realidade, un plan é unha liña de acción determinada de antemán que proporciona sentido e dirección á actividade.

Realizar un orzamento para prever anticipadamente o custo da produción permitiranos saber os recursos cos que imos contar coñecendo as expectativas do mercado. Ten que terse en conta tamén o que vai supor economicamente o investimento que se pensa realizar e que sexa abondo para lograr o beneficio previsto.

Falar do **control para poder evitar posíbeis desviacións** implica levar un control antes, durante e despois, manter un constante seguimento sobre a evolución das circunstancias específicas, revisar orzamentos básicos, controlar a actitude do persoal, levar a cabo auditorías, etc.

Tras comentar as etapas de toda planificación, cabe mencionar ao respecto que supón o sistema máis eficaz para comparar a realidade alcanzada coa estimada e para ir corrixindo próximas expectativas. Cara ao futuro, significará unha arma valiosa como forma de alcanzar o desenvolvemento en harmonía, é dicir, como evolución equilibrada de todas as variábeis da organización, xa que cada unha delas ten elasticidade propia.



A planificación empresarial non persegue unha adaptación sen máis ao contorno, senón que os seus obxectivos son anticiparse e contribuír ao cambio. É un esforzo sistemático para producir decisións e accións que guíen o que unha empresa é, o que fai e por que o fai.

1.2.3. Valoración da importancia da revisión periódica dos plans empresariais en función da aplicación dos sistemas de control característicos destas entidades

Toda empresa, independentemente do seu tamaño, necesita dun **plan estratéxico** para ser realmente competitiva con outras empresas do seu mesmo sector.

O plan convértese así no eixo que contrasta a coherencia do que queremos ser como empresa no futuro. De aí a importancia de revisalo con periodicidade, xa que nos permite analizar a coherencia da acción que apoia ese plan, coa estrutura e os recursos actuais da nosa empresa. É unha maneira de concretar as necesidades de recursos asociados ás accións que recolle o plan.

Deste xeito, poderanse filtrar aquelas accións que resultan imposíbeis desde a realidade dos recursos, e identificar os recursos que será preciso adquirir para levar á práctica as accións que compoñen o plan da empresa.

A función de control e revisión é a encargada de comprobar que a misión, a visión e os obxectivos da empresa están a levarse a cabo de forma axeitada e, deste xeito, poder detectar calquera anomalía para proporcionar as accións correctoras necesarias. Hai que pararse a analizar estes tres factores.

Dentro dunha empresa podemos atopar tres eixos operacionais fundamentais, como son: a súa misión, a súa visión e o seu obxectivo. Para a empresa, a súa misión é a súa razón de ser, mentres que a súa visión é a localización desta nun tempo futuro dentro do mercado; por último, o seu obxectivo é o que dirixe ou encamiña a empresa á consecución do seu futuro desexado. Por iso é polo que o obxectivo e a visión da empresa deben ir sempre ao unísono para conseguir o futuro desexado desta.

A supervisión destes tres elementos do plan empresarial é un punto básico para certificar que a programación para cumprir as metas establecidas no plan está a levarse a cabo correctamente. Por tanto, esta supervisión permítelle ao empresario levar unha vixilancia estratéxica que permite detectar posíbeis desviacións dentro do plan fixado.

As **empresas turísticas** teñen unha característica especial e é que son un **sistema finalista**, que pretende alcanzar uns obxectivos finais. Este tipo de sistema posúe unha función de regularización na que, a través dun proceso de análise de *inputs* e *outputs*, se pode determinar o grao de cumprimento dos obxectivos reflectidos no plan estratéxico da nosa empresa.

EXERCICIO 1

1. Defina planificación empresarial.

2. Ordene as seguintes etapas, dirixir a actividade, planificar e organizar, para conseguir o esquema que debe utilizar toda empresa para chegar á súa meta, que se corresponde coa obtención de beneficios.

Orde	Etapas

3. Ordene as distintas etapas a seguir no proceso de planificación.

- Establecer as políticas que se van seguir para alcanzar os obxectivos fixados.
- Determinar e definir os obxectivos da empresa.
- Controlar para poder evitar posíbeis desviacións.
- Determinar as accións da empresa.
- Realizar un orzamento para prever anticipadamente o custo da produción.

4. O plan empresarial elabórase despois de tomar a decisión de iniciar unha empresa?

5. Complete as seguintes frases.

- Determinar e definir os obxectivos da empresa é unha das tarefas máis complicadas, xa que ademais de fixar os obxectivos da empresa debemos prever a súa _____.
- Realizar un orzamento para prever anticipadamente o custo da produción: permitíranos saber os _____ cos que imos contar coñecendo as expectativas do mercado.

6. Que se entende por plan empresarial?

7. A planificación supón o sistema menos eficaz para comparar a realidade alcanzada coa realidade estimada?

SOLUCIÓN

EXERCICIO 1:

1.

Planificar consiste en determinar que hai que facer, como hai que facelo e con que recursos hai que contar para conseguir un futuro satisfactorio.

2.

Orde	Etapas
3	Dirixir a actividade
1	Planificar
2	Organizar

3.

As etapas a seguir no proceso de planificación son:

- Determinar e definir os obxectivos da empresa.
- Determinar as accións da empresa.
- Estabelecer as políticas que se van seguir para alcanzar os obxectivos fixados.
- Realizar un orzamento para prever anticipadamente o custo da produción.
- Controlar para poder evitar posibles desviacións.

4.

Si, o plan empresarial elabórase despois de tomar a decisión de iniciar unha empresa.

5.

- Determinar e definir os obxectivos da empresa é unha das tarefas máis complicadas, xa que ademais de fixar os obxectivos da empresa debemos prever a súa viabilidade.

- Realizar un orzamento para prever anticipadamente o custo da produción: isto permitiranos saber os recursos cos que imos contar coñecendo as expectativas do mercado.

6.

Enténdese por **plan empresarial** o conxunto de estratexias básicas que orientan as accións que a empresa deberá seguir para mellorar a súa posición competitiva dentro do sector.

7.

Non, todo o contrario, xa que supón o sistema máis eficaz para comparar a realidade alcanzada coa realidade estimada co fin de ir corrixindo próximas expectativas.

1.3. Resumo de contidos

A presente unidade didáctica partiu de dous conceptos fundamentais para o seu desenvolvemento:

- **Dirixir:** é tomar decisións e conseguir que todo o equipo humano da empresa as execute.
- **Planificar:** consiste en determinar que é o que hai que facer, como o hai que facer e con que recursos hai que contar para conseguir un futuro satisfactorio.

En todo proceso de planificación, existen unha serie de **etapas** que levan a seguinte orde:

- Determinar e definir os obxectivos da empresa.
- Determinar as accións da empresa.
- Fixar as políticas que se van seguir para alcanzar os obxectivos fixados.
- Realizar un orzamento para prever o custo da produción.
- Controlar para poder evitar posíbeis desviacións.

Toda empresa necesita dunha **estratexia empresarial** que definimos como o modelo de obxectivos, propósitos ou metas, e de **políticas** e **plans** expostos para alcanzalos, de tal maneira que definan en que negocio está ou vai estar a empresa.

Así pois, os **obxectivos da empresa** son a finalidade á que se encamiñan as accións que emprende e as **políticas empresariais** son as pautas ou criterios que se deben ter en conta para conseguir tales obxectivos. Sen políticas é imposíbel a delegación, estas deben ser o máis precisas que se poida. Do mesmo xeito, as empresas teñen unha visión e unha misión particulares:

- **A misión da empresa:** é a organización no momento actual, é a súa razón de ser e contén a identificación de toda a súa xurisdición.
- **A visión da empresa:** é a localización da organización en escenarios futuros, ofrece a imaxe clara e fiel do estado desexado da nosa empresa nun futuro.

Nos **programas de acción empresariais** enuméranse as accións que é preciso realizar para alcanzar os obxectivos.

Finalmente, hai que lembrar o plan empresarial e as súas características máis destacadas:

Plan empresarial
É un paso esencial que debe tomar calquera empresario prudente.
É un documento que reúne información sobre as características, as condicións e as necesidades dunha futura empresa.
É un documento que explica as metas e os obxectivos dunha empresa e sinala claramente como e cando se lograrán.
É unha guía estruturada para lograr as metas dunha empresa.
É unha proposta que describe unha oportunidade de negocio para as axencias financeiras ou de investimento.
É un mapa do camiño para posuír e operar unha empresa.
É un programa de acción detallado que perfila cada aspecto concibíbel da aventura empresarial proposta.
Permite ordenar as ideas e ter un mellor panorama de que pasos dar.
Permite organizar a información para solicitar opinión e consello a outras persoas.
Reúne as condicións para presentar o proxecto a entidades financeiras.
Permite analizar a potencialidade e a viabilidade do proxecto.

AUTOAVALIACIÓN 1

1. Que son os obxectivos empresariais?
 - a. Son os indicativos que os traballadores deben seguir para conseguir as metas dos empresarios.
 - b. Son as pautas ou criterios a ter en conta para conseguir as políticas empresariais.
 - c. Son a finalidade á que se encamiñan as accións que a empresa emprende.
 - d. Ningunha das opcións anteriores é correcta.

2. Os plans empresariais clasificados segundo importancia, polo método do procedemento son os que parten da alta dirección, xeralmente reciben o nome de plans políticos e deberán ser desenvolvidos posteriormente por estamentos inferiores.
 - a. Verdadeiro.
 - b. Falso.

3. O plan empresarial é un documento que reúne información sobre...
 - a. As características, as condicións e as necesidades dunha futura empresa.
 - b. As directrices da política empresarial.
 - c. Os dereitos e deberes do traballador, e a política, a visión e a misión empresarial.
 - d. Ningunha das opcións anteriores é correcta.

4. Indique cal das seguintes afirmacións acerca do plan empresarial é correcta.
 - a. É un programa director detallado que perfila cada aspecto concibíbel da empresa.
 - b. Reúne as condicións para presentalo a outras empresas do sector.
 - c. Serve de guía para iniciar unha empresa.
 - d. Ningunha das opcións anteriores é correcta.

5. A planificación empresarial é un proceso que debe ser incorporado á cultura empresarial e que, por tanto, debe estar apoiado polos máis altos executivos e ser coñecido e executado coa participación de todos os chanzos organizacionais.

- a. Verdadeiro.
- b. Falso.

6. Os plans empresariais a curto prazo denomínanse...

- a. Plans de curta duración empresarial.
- b. Plans de execución inmediata.
- c. Procedemento eventual da empresa.
- d. Ningunha das opcións anteriores é correcta.

7. Non é conveniente que as empresas dispoñan unicamente dunha vía de consecución para lograr o seu obxectivo.

- a. Verdadeiro.
- b. Falso.

8. A visión da empresa é a súa localización en escenarios futuros.

- a. Verdadeiro.
- b. Falso.

SOLUCIÓN

AUTOAVALIACIÓN 1:

1.c 2.b 3.a 4.c 5.a 6.b 7.a 8.a

XESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN E DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

“Xestión de Unidades de Información e Distribución Turística” é un dos módulos pertencentes á cualificación profesional de “Venda de Servizos e Produtos Turísticos”, que forma parte da familia profesional de “Hostalaría e Turismo”. Esa cualificación recolle todos os seus contidos e obxectivos segundo as directrices marcadas polo Sistema Nacional de Cualificacións. Este módulo de nivel 3 ten como obxectivo aprender a xestionar unidades de información e de distribución turísticas.

Este manual que Ideaspropias Editorial lle presenta céntrase na análise dunha serie de cuestións relacionadas coa xestión das empresas de distribución turística, que van desde a súa clasificación e planificación empresarial, a xestión orzamentaria, a xestión de recursos humanos, a utilización das novas tecnoloxías até a avaliación e implantación dun sistema de calidade que supervise cada un destes procesos.

ISBN 978-84-9839-152-7



9 788498 391527

