

**BACHILLERATO TÉCNICO EN SERVICIOS**

**VENTAS E INFORMACIÓN  
TURÍSTICA**

**GUÍA DEL DOCENTE**

## INTRODUCCIÓN

El Ministerio de Educación, a través de la Subsecretaría de Fundamentos Educativos y la Dirección Nacional de Bachillerato, ha iniciado un proceso de actualización curricular de las figuras profesionales del bachillerato técnico, con el propósito de orientar esta oferta formativa hacia las nuevas demandas de formación de personal técnico, derivadas del proceso de cambio de la matriz productiva, la implementación de las agendas de desarrollo zonal y el Plan Nacional para el Buen Vivir. Para desarrollar este proceso, se utiliza la metodología del diseño curricular basado en competencias laborales, asumida por el Ministerio de Educación para todas las ofertas formativas técnicas.

El proceso de actualización curricular se inició con las figuras profesionales correspondientes a las áreas de turismo y hotelería, por estar consideradas como sector priorizado dentro del cambio de la matriz productiva. Para el desarrollo de este proceso, la Subsecretaría de Fundamentos Educativos contrató una consultoría con la Universidad Tecnológica Equinoccial de la ciudad de Quito, la cual cuenta con la Facultad de Turismo, Hotelería y Gastronomía, en la que se ofertan las carreras de Administración de Empresas Turísticas y Conservación Ambiental, Gastronomía y Administración Hotelera, compatibles con las figuras profesionales del bachillerato técnico objeto de la actualización curricular.

En el área de turismo, el trabajo de actualización curricular se inició con el análisis de la situación actual del sector, con el propósito de identificar las perspectivas de desarrollo de la actividad turística en el país, así como los requerimientos de personal técnico para cubrir la potencial demanda en los diferentes escenarios laborales. En este contexto, se procedió a revisar los roles, funciones y tareas que podría asumir un bachiller técnico en la cadena de servicios turísticos, con lo cual se estructuró la figura profesional de Ventas e Información Turística y se procedió a realizar la actualización curricular correspondiente.

Como complemento a la actualización curricular realizada, se ha preparado la presente guía, que tiene como propósito facilitar a los docentes que laboran en el bachillerato técnico, en el área de turismo, información de base que les permita familiarizarse con la estructura, contenido y forma de utilizar los documentos curriculares de la figura profesional de Ventas e Información Turística, que el Ministerio de Educación ha incluido en el catálogo de oferta formativa del bachillerato técnico.

La información que contiene esta guía está organizada en los siguientes acápites: sustento legal, fundamentación de la figura profesional, descripción de los documentos curriculares, orientaciones para el trabajo docente, glosario de términos técnicos y referencias bibliográficas. Con la información de esta guía, más los contenidos que constan en los documentos curriculares, el personal docente de las instituciones educativas podrá desarrollar los procesos de planificación e implementación curricular, en concordancia con las particularidades que tiene el proceso de enseñanza-aprendizaje de la figura profesional de Ventas e Información Turística.

### SUSTENTO LEGAL

La Constitución de la República, en su artículo 344 establece que, *“El sistema nacional de educación comprenderá las instituciones, programas, políticas, recursos y actores del*

*proceso educativo, así como acciones en los niveles de educación inicial, básica y bachillerato, y estará articulado con el sistema de educación superior. El Estado ejercerá la rectoría del sistema a través de la autoridad educativa nacional, que formulará la política nacional de educación; asimismo regulará y controlará las actividades relacionadas con la educación, así como el funcionamiento de las entidades del sistema”.*

El artículo 43 de la Ley Orgánica de Educación intercultural establece, “*Nivel de educación bachillerato.- El bachillerato general unificado comprende tres años de educación obligatoria a continuación a la educación general básica. Tiene como propósito brindar a las personas una formación general y una preparación interdisciplinaria que las guíe para la elaboración de proyectos de vida y para integrarse a la sociedad como seres humanos responsables, críticos y solidarios [...]. Los y las estudiantes de bachillerato cursarán un tronco común de asignaturas generales y podrán optar por una de las siguientes opciones: / b. Bachillerato técnico: además de las asignaturas del tronco común, ofrecerá una formación complementaria en áreas técnicas, artesanales, deportivas o artísticas que permitan a las y los estudiantes ingresar al mercado laboral e iniciar actividades de emprendimiento social o económico [...]*”.

El artículo 9 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Intercultural dispone que, “*Los currículos nacionales, expedidos por el Nivel Central de la Autoridad Educativa Nacional, son de aplicación obligatoria en todas las instituciones educativas del país independientemente de su sostenimiento y modalidad. Además, son el referente obligatorio para la elaboración o selección de textos educativos, material didáctico y evaluaciones”.*

El objetivo 4 del Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 establece, “*Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía”*; en este contexto, la política 4.4. apunta a “*Mejorar la calidad de la educación en todos sus niveles y modalidades, para la generación de conocimiento y la formación integral de personas creativas, solidarias, responsables, críticas, participativas y productivas, bajo los principios de igualdad, equidad social y territorialidad”* y, la política 4.6., a “*Promover la interacción recíproca entre la educación, el sector productivo y la investigación científica y tecnológica, para la transformación de la matriz productiva y la satisfacción de necesidades”*. Por su parte, el objetivo 10 establece, “*Impulsar la transformación de la matriz productiva”*, y en su política 10.3. señala, “*Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios”*.”.

El Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Educación, en su Art. 17.- Fundamentos Educativos, establece como misión de la Subsecretaría de Fundamentos Educativos, “*Proponer políticas, con énfasis en estándares educativos y currículo, para mejorar la calidad del servicio educativo retroalimentadas con los insumos de la investigación y evaluación educativa”*.”.

El artículo 21 del mismo Estatuto, establece entre las atribuciones y responsabilidades de la Dirección Nacional de Bachillerato, en el literal g., “*Proponer y poner en consideración del (la) Subsecretario (a) políticas y estrategias para la formación técnico profesional, garantizando el cumplimiento del currículo y estándares de calidad generales y específicos establecidos por el Ministerio de Educación.”*

## FUNDAMENTACIÓN DE LA FIGURA PROFESIONAL

En la actualidad, el turismo es una de las actividades económicas más importantes que desarrollan muchos países en el mundo. En este contexto, la Organización Mundial de Turismo (OMT) y el Fondo Monetario Internacional (FMI), estiman que en los próximos años América Latina tendrá un crecimiento significativo en la afluencia turística.

Según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial, el gasto de los visitantes internacionales en alojamientos, gastronomía, espectáculos, compras y otros bienes y servicios representó para los destinos del mundo unos ingresos estimados en 1'159.000 millones de dólares de los EE.UU. (873.000 millones de euros) en 2013. El crecimiento superó la tendencia a largo plazo, alcanzando un 5 % en términos reales (teniendo en cuenta las fluctuaciones del tipo de cambio y la inflación). La tasa de crecimiento de los ingresos fue equivalente al incremento de las llegadas de turistas internacionales, que también aumentó en un 5 %, hasta los 1.087 millones en 2013, frente a 1.035 millones en 2012.

Estas cifras confirman la creciente importancia del sector turismo. Para casi todos los países del mundo este sector representa una parte importante de su economía, ya que incluye una gran gama de actividades diferentes, como: transporte, alojamiento, alimentación, servicio de guías, abastecimiento, compras, servicios de agencias de viajes, operadores de turismo receptivo y emisor, entre otras.

El sector turismo es vital en países como Ecuador, ya que su incidencia en el desarrollo nacional aporta especialmente para la redistribución de la riqueza, la generación de plazas de empleo directas e indirectas, y en la mejora de las economías tanto a nivel regional como local. Los efectos positivos del turismo sobre la economía son enormes, por lo que se puede afirmar que el turismo es uno de los sectores que más puestos de trabajo genera y que crece permanentemente.

En la actualidad, el Ecuador apuesta al turismo para que, en corto tiempo, se convierta en la primera actividad que genere ingresos no petroleros. El sector turismo es el eje fundamental del cambio de la matriz productiva; constituye uno de los retos más ambiciosos del país, que permitirá superar el actual modelo de generación de riqueza. Para lograr este propósito, es indispensable contar con talento humano preparado, con perfiles que se ajusten a lo que la industria va a seguir demandando, lo cual resalta la necesidad de actualizar periódicamente los contenidos curriculares en los diferentes niveles de formación, tomando en consideración la realidad laboral y perspectivas de desarrollo del sector.

En este contexto, el Ministerio de Turismo en su página WEB, en un comunicado del 30 de diciembre de 2014, manifiesta que, *“El 2014 ha sido un año de crecimiento para el turismo en el Ecuador, el cual toma cada vez más fuerza como un eje fundamental para el desarrollo socioeconómico del país. El trabajo conjunto de los sectores públicos, privados, académicos y comunitarios, ha marcado el camino durante los últimos años. Ellos han sido testigos de profundos cambios de ruptura, con acciones y estrategias que han permitido posicionar al sector turístico como la tercera fuente de ingresos no petroleros del país”*.

Esta información confirma que el turismo en el Ecuador está creciendo y, por consiguiente, se está convirtiendo en una potencial fuente de trabajo para técnicos preparados para desempeñarse en las diferentes actividades relacionadas con el sector, entre las que se ubican las ventas, información, asistencia y medición turística, lo cual pone de manifiesto la relevancia de la figura profesional de Ventas e Información Turística, como oferta formativa del Bachillerato Técnico.

### **DESCRIPCIÓN DE LOS DOCUMENTOS CURRICULARES**

La actividad turística es extremadamente diversa y origina un mercado laboral variado, en el que intervienen distintas competencias profesionales que deben ser atendidas por diferentes ofertas formativas. En este contexto, la figura profesional de Ventas e Información Turística, es el resultado de la reflexión realizada sobre las diversas realidades del sector turismo en el Ecuador, que incluyó por un lado, el análisis de las tendencias internacionales y, por otro lado, la situación específica ecuatoriana.

Por otra parte, en la definición de la figura profesional de Ventas e Información Turística se consideró el enfoque de una formación polivalente, característica del bachillerato técnico, la cual permite al egresado de esta oferta formativa, ampliar sus oportunidades de inserción laboral.

Finalmente, hay que anotar que en este proceso también se examinó la oferta académica existente a nivel técnico, tecnológico y universitario, con el propósito de que las competencias definidas para el nivel de bachillerato no invadan los otros niveles de formación. De esta manera, la figura profesional de Ventas e Información Turística se constituye en el primer eslabón de la cadena de formación en el campo de la educación turística. Los estudiantes que elijan este bachillerato técnico, contarán con bases sólidas y competencias ajustadas a la realidad laboral, pero además su formación les permitirá optar por una especialidad en el siguiente nivel educativo.

Los documentos curriculares de la figura profesional de Ventas e Información Turística, que el Ministerio de Educación pone a disposición de las instituciones educativas y, particularmente, de los docentes técnicos del área de turismo, son:

**Figura profesional (FIP).**- Este documento describe, en términos de competencias laborales, el perfil de salida de los estudiantes que cursan el bachillerato técnico en Ventas e Información Turística; ha sido diseñado mediante el análisis de los espacios laborales en los que podría desempeñarse el bachiller en el campo turístico, en los que se ha identificado el rol, las funciones y actividades que podría cumplir, lo que a su vez ha permitido determinar la correspondiente competencia laboral. La información que se encuentra en este documento se detalla a continuación:

**La competencia general.**- Hace referencia a todo el ámbito de profesionalidad del bachiller técnico en Ventas e Información Turística, por lo que describe los roles o funciones esenciales que podría desempeñar en el campo laboral.

Las unidades de competencia.- Expresan las competencias vinculadas a los ámbitos laborales específicos, en los cuales podría insertarse el bachiller en Ventas e Información Turística; en este caso son tres ámbitos: Venta de paquetes y servicios turísticos, Información turística y Asistencia y mediación de grupos.

Los elementos de competencia.- Detallan paso a paso el desempeño esperado del bachiller técnico en cada uno de los ámbitos laborales del sector turismo, a los que hacen referencia las unidades de competencia.

Criterios de realización.- Enuncian los indicadores del buen desempeño en el campo laboral turístico y están directamente relacionados con cada elemento de competencia.

Especificación del campo ocupacional.- En este punto se encuentra la información que describe el contexto laboral en el que deberá desempeñarse el bachiller técnico en Ventas e Información Turística, así tenemos: información utilizada o generada, medios de trabajo, procesos métodos y procedimientos, principales resultados del trabajo y organizaciones o personas con quienes el bachiller técnico deberá relacionarse cotidianamente en el desempeño de sus funciones.

Capacidades y conocimientos fundamentales.- En este punto se expresan, de manera general, aquellas capacidades y conocimientos esenciales que el bachiller debe tener para poder desempeñarse en el campo laboral turístico de manera eficiente.

Esta información que se encuentra en el documento de la figura profesional, a más de caracterizar el perfil de salida del bachiller técnico, orienta el proceso de construcción curricular.

**Enunciado general del currículo (EGC).**- En este documento, que constituye una versión sintética del currículo, se encuentra la estructura de los diez módulos formativos que se estudian de la figura profesional de Ventas e Información Turística, en la carga horaria establecida para la formación técnica dentro del Bachillerato General Unificado, esto es: 10 horas pedagógicas en el primer año de bachillerato, 10 horas pedagógicas en el segundo año y 25 en el tercer año. Los módulos formativos están organizados de la siguiente manera:

Tres módulos son asociados a las unidades de competencia de la figura profesional, esto es, a los ámbitos de trabajo específicos en los cuales podría insertarse laboralmente el bachiller técnico; estos módulos son: Venta de Paquetes y Servicios Turísticos, Gestión de Servicios de Información Turística, y Asistencia y Mediación de Grupos.

Cinco módulos son de carácter transversal, es decir que su estudio desarrolla en los estudiantes aprendizajes de base, como soporte para el estudio de los contenidos curriculares más específicos, que se encuentran en los módulos asociados a las unidades de competencia. Estos módulos son: Sistema y Normativa Turística, Destinos y Paquetes Turísticos Nacionales e Internacionales, Organización Administrativa-Contable, Inglés Aplicado al Turismo, y Las TIC en la Gestión de las Agencias de Viajes.

El módulo de Formación y Orientación Laboral (FOL), tiene como objetivo dar a conocer al estudiante aspectos referidos al trabajo en el sector turismo; por esta razón, en este módulo se tratan temas sobre legislación laboral, seguridad social e inserción laboral.

El módulo de Formación en Centros de Trabajo (FCT), comprende un programa de prácticas que los estudiantes realizan en instituciones o empresas del sector turismo, como refuerzo y complemento de los aprendizajes logrados en la institución educativa; además, permite que los estudiantes se familiaricen con el contexto laboral del sector, contribuyendo a ampliar su orientación profesional.

En el documento del EGC, los docentes podrán encontrar el objetivo general y los objetivos específicos del currículo de la figura profesional de Ventas e Información Turística, así como la información referida a cada módulo formativo, que se concreta en los siguientes elementos curriculares: objetivo, contenidos curriculares diferenciados en procedimentales, conceptuales y actitudinales, y tiempo estimado de duración. Adicionalmente, en la parte final de este documento se encuentra incorporada la malla curricular correspondiente.

**Desarrollo curricular (DC).**- Es una versión más detallada del currículo, donde los contenidos de cada módulo se presentan organizados en unidades de estudio, denominadas unidades de trabajo. Los elementos curriculares que se encuentran en cada unidad de trabajo, son los siguientes: nombre de la unidad, objetivo, tiempo estimado, contenidos curriculares procedimentales, conceptuales y actitudinales, actividades de enseñanza aprendizaje y criterios de evaluación.

### **ORIENTACIONES PARA EL TRABAJO DOCENTE**

Para la implementación del currículo de la figura profesional de Ventas e Información Turística en las instituciones educativas, los docentes del área técnica deberán seleccionar y secuenciar los contenidos curriculares a tratar en cada año de estudio, manteniendo una lógica de programación vertical y horizontal, e interrelacionando los contenidos curriculares de los diferentes módulos formativos. Durante el proceso de enseñanza-aprendizaje, es recomendable que el docente considere los siguientes momentos: experiencia, reflexión, conceptualización, aplicación y evaluación, que componen el ciclo del aprendizaje.

Es importante considerar que el turismo es un área de prestación de servicios, donde la puntualidad, la pulcritud, el orden, la ágil y oportuna resolución de inconvenientes, la adecuada organización del trabajo, la apertura a las diferencias culturales, el dominio y uso del vocabulario técnico, y la comunicación verbal y escrita en inglés son imprescindibles; por consiguiente, son aspectos que demandan especial tratamiento en la formación de los estudiantes, tanto en las actividades de enseñanza-aprendizaje de los diferentes módulos formativos como en la evaluación, a fin de que los estudiantes puedan interiorizar y apropiarse de estas características particulares del desempeño profesional en este sector.

Con el propósito de apoyar la labor de los docentes que enseñan la figura profesional de Ventas e Información Turística, a continuación se presenta una serie de recomendaciones, tanto de carácter general como específicas, para cada módulo formativo de la malla



curricular. Los profesores podrán seleccionar y aplicar las recomendaciones que consideren pertinentes, según las necesidades del proceso de enseñanza-aprendizaje.

**Orientaciones generales para todos los módulos:**

- Mantener un ambiente agradable en el salón de clases.
- Relacionarse con los estudiantes con una actitud positiva.
- Estimular los logros personales de los estudiantes y alentar a los que deben continuar realizando esfuerzos para alcanzar los objetivos propuestos.
- Actuar con ética en todas las actividades de su labor docente.
- Mantener relaciones de respeto, cordialidad, colaboración y reciprocidad con todo el personal de la institución educativa.
- Trabajar con sentido de equipo, interrelacionando todas las asignaturas y módulos formativos de la malla curricular.
- Poseer sensibilidad y equidad para comprender la individualidad y guiar a los estudiantes por el camino de los principios y valores.
- Formular los objetivos de aprendizaje con un ordenamiento lógico, que facilite el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Utilizar un lenguaje accesible, de fácil comprensión, directo y preciso, para impartir las clases. El docente debe conocer y dominar el significado del vocabulario técnico propio de las actividades turísticas, y utilizarlo adecuadamente en las explicaciones y argumentaciones del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Fomentar en los estudiantes el amor al servicio.
- Seleccionar material actualizado y pertinente para el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Fomentar durante el proceso de formación el desarrollo de hábitos como: una apropiada educación (urbanidad), puntualidad, limpieza, disciplina y orden, que permitan al estudiante un adecuado desempeño como colaborador de la industria turística.
- Motivar a los estudiantes para lograr resultados positivos en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Mostrar convicción al plantear los contenidos de la clase, con métodos que motiven la participación activa de los estudiantes.
- Utilizar la vestimenta adecuada, ya que la imagen del docente es modelo mentor para los estudiantes; de igual manera, exhortar a los estudiantes a usar ropa apropiada, acorde al tipo de trabajo que va a realizar, considerando que el sector turismo presenta la imagen del país.
- Tener una comunicación asertiva con los estudiantes, basada en términos de respeto mutuo, cordialidad, comprensión y equidad, que le permita conocer sus inquietudes, intereses y problemas, enriqueciendo así la relación con los estudiantes durante el proceso, e incentivando el interés del estudiante por adquirir nuevos conocimientos.
- Utilizar escenarios alternativos para el aprendizaje de los estudiantes, a través de visitas a museos, atractivos turísticos, exposiciones, conferencias, fiestas folklóricas, agencias de viajes, centros de información, entre otros, propiciando una educación interactiva y multidisciplinaria.
- Fomentar en los estudiantes la participación activa en el proceso de enseñanza-aprendizaje.



- Planificar bien los tiempos asignados a cada contenido, a fin de mantener un adecuado ritmo en el aprendizaje y lograr la atención permanente del estudiante.
- Efectuar la revisión de las evaluaciones y realizar las correcciones necesarias durante el proceso de enseñanza-aprendizaje, con la finalidad de reconstruir el conocimiento.
- Formar estudiantes con principios y valores, respetuosos del patrimonio natural y cultural del país, que mantengan una actitud adecuada con el medio ambiente en toda circunstancia y propicien un comportamiento igual en los turistas.
- Utilizar la tecnología para incentivar la investigación de los diferentes temas relacionados con el desarrollo de los contenidos curriculares, con la finalidad de que los estudiantes se apropien de uno de los medios de venta, promoción, comunicación y conocimiento más usados en las actividades turísticas en la actualidad.
- Organizar y secuenciar los contenidos curriculares, incorporando de manera progresiva ejercicios prácticos de mayor complejidad.
- Mantener en las sesiones de trabajo, orden, buena organización y claridad en los requerimientos, como normas indispensables de los procesos pedagógicos.
- Mostrar responsabilidad y laboriosidad en el cumplimiento de los deberes y exigencias profesionales.
- Actuar con equidad, imparcialidad y honestidad en las valoraciones y decisiones, evidenciando respeto hacia los educandos, colegas y otros agentes educativos.
- Socializar los resultados de los procesos de enseñanza, organizando exposiciones, presentaciones, charlas y simulaciones públicas, para que el estudiante efectúe ejercicios de socialización de sus avances y logros.
- Organizar actividades de enseñanza-aprendizaje en las que el estudiante aplique la investigación de campo y recopile información sobre temas puntuales.
- Utilizar diversas técnicas de investigación, de acuerdo con las necesidades que se planteen en los trabajos requeridos por los módulos formativos.
- Propiciar iniciativas de investigación atendiendo el interés de los estudiantes, para fortalecer el proceso de formación, mantener la motivación en los trabajos propuestos y alcanzar resultados óptimos.
- Utilizar las TIC como herramientas técnicas de registro en la investigación.
- Valorar los aportes interdisciplinarios de las otras áreas de estudio, para emplearlos en los procesos investigativos.

#### **Orientaciones específicas para cada módulo:**

**Módulo N°1:** Venta de Paquetes y Servicios Turísticos (196 horas pedagógicas).

**Objetivo del Módulo:** Ejecutar los procedimientos inherentes a la venta de derechos de uso de servicios y paquetes turísticos nacionales e internacionales.

**Orientaciones Metodológicas:** Este módulo relaciona al estudiante con el mundo de las ventas de los diferentes paquetes y servicios que se comercializan en las agencias de viajes, propiciando el desarrollo de conocimientos técnicos, destrezas y habilidades para que pueda brindar información confiable y realizar la venta acorde a la necesidad de los clientes, con un adecuado desempeño profesional.

La enseñanza de los contenidos curriculares del módulo es eminentemente práctica y debe considerar la aplicación de técnicas y estrategias de simulación de casos, orientados a la solución de problemas relacionados con la atención a los diferentes tipos de clientes.

Este módulo se interrelaciona con otros módulos formativos de la malla curricular, como son: Sistema y Normativa Turística, Las TIC en la Gestión de las Agencias de Viajes, Destinos y Paquetes Turísticos Nacionales e Internacionales, Inglés Aplicado al Turismo y Organización Administrativa-Contable.

Las orientaciones para el docente encargado del desarrollo de este módulo formativo son:

- Recopilar diversidad de folletos de información turística, mapas y planos turísticos nacionales e internacionales, brochures descriptivos de atractivos, modelos de tickets aéreos nacionales e internacionales, necesarios para el acompañamiento en las sesiones de trabajo.
- Incluir en las actividades de enseñanza-aprendizaje visitas a agencias de viajes y aeropuertos, para que los estudiantes conozcan de cerca la realidad de los diferentes tipos de empresas involucradas en la atención y venta de paquetes y servicios turísticos.
- Efectuar ejercicios para diligenciar tickets aéreos nacionales e internacionales, con el propósito de interiorizar los procedimientos correctos.
- Realizar simulaciones de venta de productos y paquetes turísticos a través del internet y por teléfono, aplicando los procedimientos que se estudian en el módulo de Las TIC en la Gestión de las Agencias de Viajes.
- Facilitar al estudiante guías y manuales que le ayuden a reconocer las herramientas que tiene a su alcance el momento de atender a los clientes o usuarios.
- Recopilar y organizar con los estudiantes documentos relacionados con la venta de paquetes y servicios turísticos, resaltando la importancia de crear respaldos para la consulta durante el desenvolvimiento profesional y considerando que en el Ecuador mucha de la producción de información turística suele ser local o regional.

**Módulo N°2:** Gestión de Servicios de Información Turística (186 horas pedagógicas).

**Objetivo del Módulo:** Prestar servicios de información y orientación turística a usuarios nacionales y extranjeros, utilizando diferentes instrumentos y técnicas de comunicación.

**Orientaciones Metodológicas:** Los temas que se abordan en el módulo de Gestión de Servicios de Información Turística, proporcionan al estudiante conocimientos y habilidades necesarios para prestar servicios a los usuarios que visitan los sitios de información turística. Este módulo tiene un carácter interdisciplinario y se interrelaciona con otras áreas de estudio, como son: Las TIC en la Gestión de las Agencias de Viajes, Destinos y Paquetes Turísticos Nacionales e Internacionales, Venta de Paquetes y Servicios Turísticos, Sistema y Normativa Turística, Inglés Aplicado al Turismo.

En este módulo se desarrollarán conocimientos teóricos y prácticos sobre la gestión de documentos para la información turística, planificación y organización de un Centro de Información Turística.

En el proceso formativo es fundamental enseñar al estudiante los procedimientos para una comunicación efectiva con los usuarios, y las diferentes etapas de los procesos de información y atención al usuario.

La enseñanza de este módulo es eminentemente práctica, por lo que en el proceso de enseñanza-aprendizaje se debe aplicar técnicas y estrategias de simulación de casos para la solución de problemas relacionados con la atención a usuarios.

Las orientaciones para el desarrollo de este módulo formativo son:

- Coleccionar material promocional de empresas turísticas y organismos para el acompañamiento en las sesiones de trabajo.
- Incluir en las actividades docentes visitas a oficinas o centros de información turística del MINTUR, para aproximar el proceso de enseñanza-aprendizaje a la realidad de los diferentes tipos de empresas involucradas en la atención e información turística.
- Efectuar simulaciones y dramatizaciones para interiorizar los procedimientos de información turística.
- Incentivar en los estudiantes la práctica a través de la simulación de casos de atención personalizada al usuario, utilizando los aprendizajes adquiridos en los módulos transversales.
- Motivar a los estudiantes a preparar trabajos orales, que les permitan ir mejorando su habilidad para comunicarse eficazmente, utilizando adecuadamente los materiales promocionales de empresas turísticas y organismos del sector turismo.
- Incentivar a los estudiantes en la investigación de fuentes primarias y secundarias que fortalezcan sus conocimientos en el campo de la información turística.

**Módulo N°3:** Asistencia y Mediación de Grupos (196 horas pedagógicas).

**Objetivo del Módulo:** Realizar actividades de asistencia y mediación de grupos en diferentes escenarios culturales.

**Orientaciones Metodológicas:** El módulo de Asistencia y Mediación de Grupos aborda contenidos curriculares referidos al servicio que se ofrece en los diferentes escenarios culturales, durante la recepción, atención y mediación a visitantes nacionales o extranjeros.

En este módulo se desarrollarán conocimientos teóricos y prácticos sobre los tipos de usuarios, los contenidos de cada escenario cultural, la mediación de grupos, sus herramientas y técnicas.

En el proceso formativo, es fundamental enseñar el adecuado uso de la voz, del lenguaje

y el correcto uso del inglés relacionado con los diferentes escenarios culturales, como museos, galerías, centros artesanales, entre otros.

La enseñanza de este módulo debe ser eminentemente práctica; es fundamental que los estudiantes conozcan (visiten) e investiguen los diferentes escenarios culturales y complementen esa información con los contenidos teóricos tratados en la institución educativa.

Las orientaciones para el desarrollo de este módulo formativo son:

- Compendiar diversidad de folletos, videos y documentales sobre los diferentes escenarios culturales, como museos, iglesias, conventos, centros artesanales, entre otros, necesarios para el desarrollo de las sesiones de trabajo.
- Incluir en las actividades de enseñanza-aprendizaje visitas a museos, iglesias, centros de interpretación y centros culturales, para que los estudiantes puedan enlazar los conocimientos desarrollados en el aula, referidos a las actividades que realizan los mediadores, con los diferentes contenidos y contextos de los escenarios culturales.
- Realizar ejercicios de atención y mediación de grupos durante las visitas a los diferentes escenarios culturales, para desarrollar y fortalecer la capacidad de hablar en público y utilizar los contenidos examinados previamente en el aula.
- Motivar a los estudiantes a preparar trabajos orales, que les permitan ir mejorando su habilidad para hablar frente a grupos, utilizando adecuadamente los guiones de contenido y siguiendo los pasos para lograr una exposición exitosa.
- Incentivar a los estudiantes en la investigación de fuentes primarias y secundarias, que alimenten sus conocimientos en el campo de la mediación.

**Módulo N°4:** Sistema y Normativa Turística (108 horas pedagógicas).

**Objetivo del Módulo:** Analizar la organización y características del sistema turístico, su desarrollo histórico y la normativa que lo rige a nivel nacional y mundial.

**Orientaciones Metodológicas:** El módulo de Sistema y Normativa Turística, proporciona al estudiante conocimientos básicos sobre la conceptualización de la actividad turística y las leyes y reglamentos que inciden directa e indirectamente en las actividades del sector. El propósito es dotar al estudiante de una serie de conocimientos esenciales, que serán indispensables para su labor como asistente de ventas de paquetes y servicios turísticos, informador turístico y asistente y mediador de grupos.

Las diferentes unidades que conforman este módulo son fundamentales para la comprensión adecuada del mundo del turismo y se interrelacionan con todos los otros módulos formativos de la figura profesional.

Las orientaciones para el desarrollo de este módulo formativo son:

- Utilizar en el desarrollo de las sesiones de trabajo un glosario de términos técnicos, de preferencia los publicados por la Organización Mundial del Turismo y los elaborados por varios autores que constan en esta guía, como parte de la interiorización del

vocabulario técnico del sector turismo.

- Recopilar en internet, usando páginas oficiales, las leyes y reglamentos que tienen incidencia directa en la actividad turística, así como los documentos, leyes y reglamentos conexos, para utilizarlos como insumos en el análisis e interpretación de los contenidos de las unidades de trabajo UT 3 y UT 4, y que los estudiantes tengan claridad acerca de dónde consultar sobre estos temas en su desempeño profesional.
- Emplear como fuente de consulta válida la página oficial del MINTUR, de manera especial para este módulo la sección Turismo en Cifras, para apoyar el proceso de enseñanza-aprendizaje en las unidades UT 1 y UT 2.
- Usar el modelo de inventario turístico establecido por el MINTUR, para realizar ejercicios de levantamiento de atractivos como parte del proceso de enseñanza-aprendizaje, logrando clarificar los tipos y subtipos de atractivos existentes en el país y el mundo.
- Revisar en internet la oferta nacional e internacional de paquetes y servicios turísticos, para definir tipos de turismo y motivaciones de viaje, que permitan a los estudiantes familiarizarse con las actividades turísticas.
- Elaborar con los estudiantes varios diagramas del sistema turístico y sus elementos, reforzando la comprensión e identificación de los diferentes enfoques existentes y sus elementos. También se pueden utilizar mapas mudos para que ellos creen su propio esquema.

**Módulo N°5:** Destinos y Paquetes Turísticos Nacionales e Internacionales (227 horas pedagógicas).

**Objetivo del Módulo:** Reconocer las particularidades de los destinos y paquetes turísticos del Ecuador y el mundo, para apoyar la gestión en la venta de paquetes y servicios turísticos.

**Orientaciones Metodológicas:** El módulo de Destinos y Paquetes Turísticos Nacionales e Internacionales contiene temas y actividades que permiten a los estudiantes conocer los destinos y paquetes turísticos más representativos del mundo.

Para el efecto, el módulo contiene unidades de trabajo referidas a los diferentes atractivos y servicios turísticos de América, Europa, África, Asia y Oceanía, con un enfoque orientado a aquellos que tienen mayor relación con la venta de paquetes y servicios en el turismo emisor ecuatoriano.

Las orientaciones para el desarrollo de este módulo formativo son:

- Presentar reportes permanentes de lectura y análisis, relacionados con los productos y destinos turísticos del Ecuador y el mundo.
- Realizar trabajos de investigación y defensa de temas que permitan diferenciar los destinos turísticos en el Ecuador.
- Realizar ensayos críticos relacionados con la investigación de destinos turísticos más competitivos en el mundo.
- Recopilar atlas, guías, mapas y otras informaciones para el acompañamiento en las

sesiones de trabajo.

**Módulo N°6:** Organización Administrativa-Contable (108 horas pedagógicas).

**Objetivo del Módulo:** Reconocer las particularidades e importancia del proceso administrativo y contable de las agencias de viajes, como complemento para el desempeño laboral.

**Orientaciones Metodológicas:** Los diferentes temas del módulo de Organización Administrativa-Contable, tienen como propósito estudiar, analizar y desarrollar las técnicas y procedimientos utilizados en el manejo del proceso administrativo, la documentación mercantil y la contabilidad, como instrumentos de apoyo para el desempeño laboral en el sector turismo.

El estudio de este módulo, que es teórico-práctico, tiene fuerte incidencia en los tres módulos asociados a las unidades de competencia de la figura profesional, de manera especial en el de Venta de Paquetes y Servicios Turísticos.

Las orientaciones para el desarrollo de este módulo formativo son:

- Revisar y llenar una factura, un voucher de servicios, un cheque, una letra de cambio, para que los estudiantes se familiaricen con los elementos que conforman estos documentos.
- Registrar en asientos diarios: facturas de compras, facturas de ventas de paquetes y servicios turísticos, pago de servicios básicos, retenciones en la fuente, IVA, con el propósito de que los estudiantes efectúen los ejercicios necesarios para integrar los conocimientos y destrezas relacionadas con este campo del conocimiento.
- Elaborar ejemplos de roles de pago, donde los estudiantes apliquen los conocimientos y procedimientos, según sea el caso propuesto por el docente.
- Desarrollar un ejercicio completo que integre el proceso administrativo, la documentación mercantil y la contabilidad básica aplicada; ejemplos: una salida de estudio a un museo, a un atractivo, a una microempresa, a un seminario, etc.

**Módulo N°7:** Inglés Aplicado al Turismo (206 horas pedagógicas).

**Objetivo del Módulo:** Utilizar el idioma inglés en procesos básicos de comunicación con clientes y usuarios, durante el desarrollo de actividades de venta, información y mediación de grupos en el ámbito turístico.

**Orientaciones Metodológicas:** El módulo de Inglés Aplicado al Turismo es esencial en la formación técnica de los estudiantes de esta figura profesional. Utilizar el idioma extranjero para comunicarse con clientes y usuarios durante el desarrollo del trabajo es primordial, ya que el idioma permite establecer una adecuada relación con los turistas extranjeros.

Conocer y aplicar de forma correcta el vocabulario técnico que se utiliza en los diferentes

escenarios donde se desarrollan las actividades turísticas, permite que los estudiantes fijen en su mente el concepto y su significado, lo cual se constituye en una herramienta básica para lograr una adecuada comunicación oral y escrita con los clientes y usuarios en las agencias de viajes, centros de información turística y centros culturales.

Las orientaciones para el desarrollo de este módulo formativo son:

- Elegir con criterio técnico publicaciones en inglés, como: folletos, guías turísticas, libros, documentos sobre temas relacionados con la prestación de servicios turísticos, museos, iglesias, conventos, lugares históricos, áreas protegidas, destinos turísticos nacionales e internacionales, etc., que faciliten la elaboración de un diccionario básico en cada una de las tres unidades de trabajo que conforman este módulo, con el propósito de que los estudiantes puedan compendiar los términos más utilizados en el sector turismo y emplear este vocabulario en su comunicación oral y escrita.
- Seleccionar documentales y películas relacionadas con los contenidos de la figura profesional, que ayuden a los estudiantes a desarrollar la comprensión del idioma inglés.
- Efectuar dramatizaciones sobre temas vinculados con las unidades de competencia de la figura profesional (información a clientes sobre servicios, paquetes y destinos turísticos, venta de tickets aéreos, venta de paquetes y servicios turísticos, información sobre pasaportes, visas, equipaje, vacunas, lugares de alojamiento, transporte, actividades de recreación, restaurantes, fiestas folklóricas, escenarios culturales, entre otros.), para que los estudiantes perfeccionen la fluidez en la comunicación oral en inglés.
- Utilizar lecturas en inglés vinculadas a las actividades turísticas, con el propósito de que los estudiantes enriquezcan el vocabulario técnico, reafirmen las estructuras gramaticales y se acostumbren a la fonética propia del idioma.
- Efectuar resúmenes relacionados con los contenidos desarrollados en los diferentes módulos formativos, con el objetivo de que practiquen las estructuras y el vocabulario técnico en inglés.

**Módulo N°8:** Las TIC en la Gestión de las Agencias de Viajes (206 horas pedagógicas).

**Objetivo del Módulo:** Ejecutar los procedimientos de manejo de sistemas globales de distribución y otros programas aplicados en la gestión de las agencias de viajes.

**Orientaciones Metodológicas:** El módulo de Las TIC en la Gestión de las Agencias de Viajes, está destinado al estudio de los procedimientos de manejo de programas utilizados en la gestión de empresas turísticas. Entre los procesos que se estudian en este módulo consta el manejo de sistemas globales de distribución -GDS, como herramientas que aportan al mejoramiento del servicio de atención a clientes y usuarios. El estudio de este módulo favorece además, el desarrollo de capacidades relacionadas con el trabajo en equipo y la solución de problemas con creatividad.

A través de las actividades de enseñanza-aprendizaje, se pueden generar vivencias de laboratorio para la experimentación de casos reales de interacción comercial con los



usuarios de servicios turísticos, como soporte teórico-práctico para su aplicación en el desarrollo del trabajo dentro del sector turismo.

Las orientaciones para el desarrollo de este módulo formativo son:

- Efectuar simulaciones en el centro de cómputo, para interiorizar los procedimientos de búsqueda e ingreso de datos relacionados con reservaciones de los usuarios.
- Presentar reportes permanentes de lectura y análisis, relacionados con los avances y modificaciones de los sistemas globales de distribución de servicios turísticos.
- Desarrollar y analizar temas de investigación que permitan diferenciar los GDS Sabré y Amadeus.
- Realizar consultas sobre los sistemas contables utilizados en las empresas turísticas.
- Incentivar a los estudiantes en la investigación de fuentes primarias y secundarias, que fortalezcan sus conocimientos en el campo de los sistemas informáticos utilizados en empresas turísticas.

**Módulo N°9:** Formación y Orientación Laboral - FOL (62 horas pedagógicas).

**Objetivo del Módulo:** Reconocer los aspectos relacionados con la situación socioeconómica, inserción profesional, marco legal y laboral del sector turismo en el Ecuador.

**Orientaciones Metodológicas:** El módulo de Formación y Orientación Laboral, aporta al estudiante conocimientos sobre los procedimientos de seguridad y salud en el ambiente de trabajo; aspectos legales relacionados con el ámbito laboral y tributario en el Ecuador; y normas generales referidas al campo laboral en el sector turismo, de acuerdo a las disposiciones constitucionales y legales.

En el desarrollo de este módulo, se analizarán temas básicos respecto a las formas de inserción laboral en el sector turismo, legislación y salud laboral, seguridad social y normas de comportamiento ético en el desempeño del trabajo en el campo de las ventas e información turística. Estos contenidos curriculares guardan estrecha relación con los módulos formativos asociados a las unidades de competencia de la figura profesional, y preparan al estudiante para prestar sus servicios en agencias de viajes, centros de información y escenarios culturales.

Las orientaciones para el desarrollo de este módulo formativo son:

- Incluir en las actividades docentes visitas a agencias de viajes, centros de información turística del MINTUR y museos, para aproximar el proceso de enseñanza-aprendizaje a la realidad de los diferentes tipos de empresas involucradas en la atención, mediación, información y venta de paquetes y servicios turísticos.
- Analizar los procedimientos establecidos para la afiliación al IESS, en situaciones de trabajo independiente y en relación de dependencia.
- Analizar con los estudiantes los derechos y obligaciones establecidos por el IESS para las relaciones de carácter laboral.

- Revisar, mediante estudio de casos, las políticas laborales y tributarias aplicadas en el mercado de trabajo del sector turismo.
- Revisar las diferentes leyes nacionales referidas a la inserción socio-laboral en el sector turismo, así como realizar investigaciones sobre formas y posibilidades de trabajo en este campo.
- Realizar análisis comparativos entre los diferentes tipos de contratos de trabajo que comúnmente usan las empresas turísticas.
- Despertar en los estudiantes el amor al trabajo y la valoración de las normas de ética profesional en el desempeño de las labores en el sector turismo.
- Analizar las causas y consecuencias de las diferentes lesiones que pueden darse en el cumplimiento del trabajo en la actividad turística, así como la legislación que se aplica en los casos de accidentes de trabajo.
- Realizar con los estudiantes simulaciones de roles en diferentes ámbitos ocupacionales, identificando responsabilidades y privilegios, con el propósito de ensayar la comunicación con los colegas, analizar las relaciones laborales y prevenir posibles conflictos.

**Módulo N°10:** Formación en Centros de Trabajo - FCT (160 horas).

**Objetivo del Módulo:** Efectuar prácticas de actividades relacionadas con la venta de paquetes turísticos, gestión de información y servicios turísticos, asistencia y mediación de grupos, en instituciones o empresas del sector turismo.

**Orientaciones Metodológicas:** El módulo de Formación en Centros de Trabajo es un componente fundamental de formación en la enseñanza del turismo, cuyo propósito es que los estudiantes efectúen labores específicas de apoyo en la venta de paquetes y servicios turísticos, asistencia y mediación de grupos, y gestión de servicios de Información turística, en escenarios reales de trabajo, con la finalidad de que refuercen el aprendizaje desarrollado en la institución educativa.

En la programación de este módulo, se debe considerar que el estudiante en la empresa debe efectuar un trabajo multidisciplinario, aplicando lo aprendido durante el estudio de todos los módulos formativos de la malla curricular, particularmente de los que se asocian directamente con las unidades de competencia de la figura profesional. En consecuencia, el desarrollo del módulo de FCT contempla actividades referidas a: procedimientos de manejo de Mónica, Amadeus y Sabré, Word, Excel y Power Point; uso de manuales técnicos específicos para la venta de servicios y paquetes turísticos; identificación de documentos específicos de información turística y mediación en centros culturales; realización de actividades relacionadas con la organización y administrativa-contable, entre otros.

También este módulo permite a los estudiantes contextualizar cada una de las unidades de competencia de la figura profesional, mediante la realización de actividades que cotidianamente se cumplen en las diferentes realidades laborales del sector turismo.

Además, este módulo permite a los estudiantes tener un acercamiento lo más real posible al rol que deberán desempeñar en la venta de paquetes y servicios turísticos, gestión de información turística, y asistencia y mediación de grupos, aportando la posibilidad de distinguir cómo es el funcionamiento de los diferentes contextos o escenarios laborales para los que se están preparando.

Los métodos que tienen relevancia en la enseñanza de la figura profesional de Ventas e Información Turística, puesto que se ajustan plenamente a las particularidades de esta oferta formativa, son los que se detallan a continuación, y que los docentes pueden elegirlos y aplicarlos según las necesidades del proceso de enseñanza-aprendizaje.

La **simulación**, es una metodología muy utilizada en la formación de este bachillerato técnico, ya que permite durante el proceso de enseñanza-aprendizaje, efectuar ejercicios que facilitan la comprensión de los contenidos de los módulos formativos, trabajar en condiciones similares a las reales, pero con variables controladas y en un entorno creado o acondicionado artificialmente; además, brinda la posibilidad de corregir equivocaciones antes de que la experiencia se concrete efectivamente en el plano real, pues si el estudiante comete algún error propio del proceso de aprendizaje, no sufrirá ningún daño ni pérdida. La simulación es una metodología que brinda un ambiente seguro para la formación a través de la práctica.

El método **explicativo-demostrativo**, se aplica en aquellas situaciones de enseñanza-aprendizaje donde se requiere una explicación teórica de conceptos, principios y técnicas; debe realizarse con un orden lógico y secuencial, propiciando el razonamiento, apropiación e interiorización de los conocimientos, tanto desde el punto de vista ético como profesional, para que el estudiante vaya desarrollando los aprendizajes propios del sector turismo. Este método usualmente se complementa con el analógico o comparativo, que sirve para trasladar el conocimiento obtenido en una realidad a la que se tiene acceso, hacia otra que es más difícil de abordar, siempre y cuando existan características en común.

La **investigación** como método de enseñanza-aprendizaje, juega también un papel trascendental en la enseñanza del bachillerato técnico en Ventas e Información Turística; se utiliza principalmente para que los estudiantes investiguen sobre los servicios turísticos, empresas de turismo, organismos, usuarios, uso de las tecnologías aplicadas a la actividad turística, normativa correspondiente, entre otros, utilizando fuentes primarias y secundarias, puesto que en el mundo del turismo la actualización de los conocimientos debe ser constante por sus características particulares.

En la enseñanza del turismo, con frecuencia se utiliza el método de **análisis de situaciones problemáticas**, para incentivar en los estudiantes el proceso de análisis y reflexión; las preguntas que formula el docente durante el transcurso de las sesiones de trabajo, relacionadas con los temas y objetivos de estudio, propician la búsqueda de soluciones o respuestas a las problemáticas planteadas, motivando a los discentes a participar activamente en la clase, considerando que el estudiante cumple el rol principal en el proceso.

El método **repetitivo-lógico** es base fundamental para la asimilación de conocimientos, así como la realización de tareas prácticas; se utiliza cuando el docente requiere que los estudiantes repitan un procedimiento que se apoya en una explicación previa basada en el razonamiento, para conseguir con la práctica y repetición un objetivo determinado.

El método de **preguntas y respuestas**, se aplica cuando el docente utiliza el cuestionamiento para establecer una “vinculación entre la teoría y la práctica” o “la unidad de lo concreto con lo abstracto”. El método mantiene atentos a los estudiantes y los motiva a interactuar en la clase, logrando el desarrollo de su capacidad intelectual mediante un proceso de análisis y síntesis.

El método de **observación-reflexión-síntesis**, implica la observación de un momento determinado del proceso formativo, propiciando su análisis para llegar a conclusiones acordes con los objetivos de la formación.

El **método inductivo**, facilita la conceptualización de principios generales, en base al estudio y análisis de hechos y fenómenos particulares; posibilita en gran medida la generalización y el razonamiento globalizado, permitiendo óptimos resultados en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

En el **método deductivo**, el proceso de enseñanza-aprendizaje va de lo general a lo particular; a través de él se presentan conceptos, principios, definiciones y afirmaciones, de las que se obtienen conclusiones y consecuencias sobre la base de proposiciones presentadas. El método es muy útil cuando los conceptos, definiciones, leyes y principios están bien asimilados por los estudiantes, porque a partir de ellos se generan deducciones.

### GLOSARIO DE TÉRMINOS TÉCNICOS

En los documentos curriculares los profesores encontrarán términos técnicos o siglas específicas que se utilizan en el sector turismo, por lo que es necesario que conozcan su significado para una mejor comprensión de los mismos; por esta razón, se considera pertinente detallar a continuación la definición de cada uno de ellos:

- **Actividad turística:** Conjunto de acciones y ocupaciones, directa o indirectamente relacionados con la prestación turística, que lleva a cabo el turista y que constituyen la razón de su viaje. Ese conjunto de actividades justifica la necesidad de que le sean proporcionados los servicios.
- **Agencia de viajes internacional:** Es aquella que comercializa el producto de las agencias mayoristas, vendiendo directamente al usuario; o bien proyecta, elabora, organiza o vende toda clase de servicios y paquetes turísticos, directamente al usuario; o comercializa, tanto local como internacionalmente, el producto de las agencias operadoras. Estas agencias no pueden ofrecer ni vender productos que se desarrollen en el exterior, a otras agencias de viajes dentro del territorio nacional.
- **Agencia de viajes mayorista:** Es aquella que proyecta, elabora, organiza y vende en el país, toda clase de servicios y paquetes turísticos del exterior, a través de los otros dos tipos de agencias de viajes debidamente autorizadas; y, además, mediante la compra de servicios que complementa el turismo receptivo, organiza y vende en el campo internacional, a través de las agencias de viajes de otros países, o a través de su principal en el exterior.

- **Agencia de viajes operadora:** Es aquella que elabora, organiza, opera y vende, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.
- **AMADEUS:** Sistema internacional para la gestión y distribución integrada de información, tanto como sistema computarizado de reservas de transporte (CRS), como sistema global de distribución (GDS o GTS) de reservas y venta de servicios de transporte, alojamiento y otros servicios turísticos en Europa.
- **ARLAE:** Es una asociación civil, legalmente constituida al amparo de la legislación vigente en el Ecuador y demás normas aplicables. Agrupa a los representantes comerciales de las líneas aéreas del país y el extranjero, que han decidido incorporarse con la finalidad de alcanzar objetivos comunes, sin fines de lucro y en beneficio del desarrollo de la industria aérea, así como la promoción e interacción del público viajero y representantes de la industria turística.
- **ASECUT:** Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes, Operadores de Turismo y Mayoristas; es una entidad privada con personería jurídica y patrimonio propio, sin ánimo de lucro y duración indefinida, creada para el servicio y la asistencia a sus asociados y para los fines determinados en la Ley de Turismo, su reglamento y sus estatutos.
- **Asociación mundial de agencias de viajes:** Organización creada en 1949 con sede en Ginebra, integrada aproximadamente por 250 asociaciones miembros. Su objetivo es fomentar el turismo y los viajes organizados; recopilar y difundir información del sector; asesorar a organizaciones e instituciones nacionales de turismo de todo el mundo, favorecer los intereses económicos de sus miembros que gozan de facilidades informativas a través del Master Book de Wata.
- **Brochures:** Folletos informativos, trípticos.
- **Calidad turística:** Es una combinación de acciones y resultados, la cual es medida por estándares elaborados por organismos internacionales, para satisfacer las expectativas del cliente, siendo un producto turístico algo intangible cuya calidad no se evidencia hasta que se consume.
- **Central de reservas:** Empresa o departamento de un alojamiento hotelero donde se informa y se centralizan las reservas de hospedaje para los hoteles o establecimientos similares. Las cadenas hoteleras suelen tener su propia central de reservas, donde se efectúan gestiones tanto nacionales como internacionales.
- **Circuito:** Actividad turística programada con destinos sucesivos. Se caracteriza por una estancia relativamente corta en cada uno de ellos y por estar sometida a estrictos calendarios y horarios, según el programa del circuito. Es un recorrido previamente fijado que suele terminar en el punto de partida.
- **Circuito turístico.-** Recorrido circular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su recorrido.
- **Complejo turístico.-** Superficie variable de territorio que reúne las siguientes condiciones: contiene atractivos turísticos, cuya visita consume al menos tres días. Contiene como mínimo un centro turístico urbano.

- **Conciencia turística.-** Conjunto de actitudes de todo orden a nivel del comportamiento de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan y jerarquizan la recepción a través de la hospitalidad y comprensión.
- **Conducción de grupos.-** Habilidad de liderazgo necesaria para prestar servicios de orientación, información y asistencia al turista de manera habitual y retribuida.
- **Consumo turístico.-** Gasto total de consumo efectuado por un visitante, o por cuenta de un visitante, para y durante el viaje y estancia en el lugar de destino.
- **Convention bureau.-** Expresión inglesa que se utiliza para designar una oficina de información y producción turística, pública o privada, encargada de promocionar los recursos, infraestructuras y ofertas de servicios turísticos de una ciudad, para atraer la organización de congresos, convenciones y simposios. Estas oficinas de congresos nacieron en 1.900 en EEUU, y actualmente se extienden por todo el mundo.
- **Corrientes turísticas.-** Conjunto de personas que con fines turísticos, se desplaza temporalmente del lugar de su domicilio habitual, a otro con fines no lucrativos.
- **CRS.-** Computer Reservations System, sistema computarizado de reservaciones originalmente utilizado para definir los Sistemas Globales de Distribución GDS. Se utiliza en la industria de viajes para referirse al sistema interactivo electrónico que enlaza individualmente a las agencias de viajes con un servidor central de una aerolínea, que almacena información sobre itinerarios, disponibilidades, tarifas y otros servicios inherentes. Es un sistema para el manejo de reservaciones y la emisión de billetes.
- **CST.-** Certificación para la Sostenibilidad Turística, programa que pretende la categorización y certificación de empresas turísticas de acuerdo con el grado en que su operación se aproxime a un modelo de sostenibilidad.
- **Cultura de calidad.-** Es una estrategia que busca garantizar, a largo plazo, la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad de una organización, optimizando su competitividad mediante el aseguramiento permanente de la satisfacción de los clientes y la eliminación de todo tipo de desperdicios.
- **Demanda turística.-** Conjunto de bienes o servicios que los turistas están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades de ocio en el mercado de destino. Es también el conjunto de consumidores de una determinada oferta de servicios turísticos; está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.
- **Desplazamiento turístico.-** Como práctica social de masas, es algo que está vinculado a las vacaciones anuales pagadas. El desplazamiento turístico es un hecho extendido a todas las capas sociales.
- **Destino turístico.-** El Instituto Interamericano de Turismo 2006 lo define como: Área, lugar o zona donde el viajero espera encontrar una serie de actividades, atractivos y servicios que le permitan obtener la experiencia única e inolvidable que espera de su viaje.
- **Espacio turístico.-** Porción geográfica en que se ubican los factores de producción y consumo que permiten la generación de los productos turísticos y del turismo como actividad. Es continuo, con componentes heterogéneos, cuyos límites son imprecisos y llegan hasta donde alcanzan las aspiraciones, propuestas y/o posibilidades de la oferta, y la imagen y uso que del mismo tiene y hace la demanda.



- **Excursión.-** Ida a un lugar para estudio, recreo o ejercicio físico (DRAE 2001). Puede ser individual o colectiva u organizada por una agencia de viajes, pudiendo implicar pernoctación en la localidad de visita.
- **Excursionista.-** Visitante que permanece menos de 24 horas en el lugar que visita, y que regresa por la noche a su residencia habitual. Se incluye a los viajeros que realizan cruceros. También se le denomina turista del día.
- **Federación universal de asociaciones de agencias de viajes.-** Organización con sede en Bruselas y Mónaco. En España la integran AEDAVE y ACAV. Sus principales objetivos son reforzar el prestigio mundial de esta actividad profesional, facilitar la creación de asociaciones nacionales en los países que no existan, defender los intereses profesionales de las agencias de viajes afiliadas y llevar a cabo negociaciones con IATA, Asociación internacional de Hoteles.
- **FIA.-** Federación Internacional del Automovilismo, mundialmente conocida por regular las competiciones de automovilismo más importantes del mundo, pero su ámbito de aplicación incluye todos los aspectos del automóvil, las carreteras, la movilidad, el medio ambiente y la seguridad vial.
- **Flujo turístico (turismo).-** Conjunto de personas que se desplazan de un lugar a otro con propósitos turísticos y que forman un canal continuo de características definidas. Es un medio de medir la cantidad de visitantes que recibe un destino y su comportamiento económico. El turismo de masa genera diferentes tipos de flujo.
- **FORFAIT (turismo).-** Vocablo francés que se utiliza en referencia a un viaje arreglado a petición del cliente, con todos los servicios incluidos: transporte aéreo, alojamiento, atracciones, traslados y otras prestaciones accesorias, presentado todo como una unidad.
- **Formas de turismo.-** Existen tres formas fundamentales de turismo: el turismo interno, turismo receptor y turismo emisor. Estas pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a otras formas de turismo: turismo interior, turismo nacional y turismo internacional.
- **Gasto turístico.-** El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos.
- **GDS (Global Distribution System).-** Sistema Global de Distribución de reservas y ventas de productos y servicios turísticos relacionados con el transporte, alojamiento, etc. Existen varias empresas nacionales y multinacionales que llevan a cabo este servicio, tales como Amadeus, Galileo, Sabré, etc.
- **Grupo de viaje.-** Un grupo de viaje se define como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo.
- **IATA.-** Asociación Internacional de Transportadores Aéreos, representa a la actividad área comercial; en la actualidad cuenta con 240 miembros de 130 países; aplica algunos programas orientados a la simplificación de los procesos, el incremento de la comodidad de los pasajeros, la reducción de costos, etcétera.
- **ICAO.-** Organización de Aviación Civil Internacional, es un organismo especializado de las Naciones Unidas, que establece las normas y métodos recomendados que fomentan el desarrollo seguro y ordenado de la aviación civil.



- **Industrias turísticas.-** Las industrias turísticas (también conocidas como actividades turísticas) son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo y son aquellos que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios: (a) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/demanda), (b) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reduciría considerablemente si no hubiera visitantes.
- **Informador turístico.-** La función de los informadores turísticos es la que realizan los guías, los guías-intérpretes y correos de turismo. Para el ejercicio de la profesión en empresas privadas se necesita el título de Técnico de Empresas Turísticas o Técnico en Empresas y Actividades Turísticas.
- **Infraestructura turística.-** Término para señalar los elementos básicos para el desarrollo del turismo: vías de comunicación, energía, agua potable alcantarillado, salud, higiene, puertos, aeropuertos, terminales de transportes, automóviles, talleres, señalización, bombas de gasolina, correos, teléfonos etc.
- **Inventario.-** Es la relación detallada de los diferentes elementos que componen el patrimonio de una persona o empresa en un momento determinado. En la empresa hotelera, por ejemplo, el inventario consiste en hacer una relación de sus bienes muebles, bienes de uso, etc.
- **Inventario turístico.-** Conjunto de atractivos naturales, bienes culturales, etnografía y realizaciones técnicas contemporáneas que forman parte del patrimonio de una nación, región o localidad que deben ser registrados, ordenados y jerarquizados para su puesta en valor.
- **Ley de Turismo.-** Ley No. 97 publicada en el Registro Oficial N° 733 de 27 de Diciembre del 2002, tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.
- **Localidad turística.-** Lugar que por su situación sobre las vías de comunicación, sus instalaciones, atractivos y servicios turísticos es objeto de demanda turística.
- **Lugar de residencia habitual.-** Es el lugar geográfico en que la persona empadronada reside habitualmente, y se define por la ubicación de su vivienda principal.
- **Mediador.-** Profesional contratado por empresas, organizaciones e instituciones turísticas para organizar y dirigir actividades de animación sociocultural turística.
- **Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC).-** El Consejo Sectorial de la Producción, Empleo y Competitividad fue creado por Decreto Ejecutivo 726, está conformado por 16 instancias que revisan, articulan, coordinan, armonizan y aprueban las políticas públicas de producción e industria a nivel nacional y está presidido por el Ministro Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. Dentro de sus miembros se encuentra el Ministerio de Turismo.
- **Ministerio de Turismo (MINTUR).-** El Ministerio de Información y Turismo fue creado el 10 de agosto de 1992, al inicio del gobierno de Sixto Durán Ballén, mediante Decreto Ejecutivo N° 04 del 10 de agosto de 1992; tras suprimir la Secretaría Nacional de Comunicación -SENAC-, entidad dependiente de la Presidencia de la República, con

la visión de posicionar al turismo como una actividad fundamental para el desarrollo económico y social.

- **Motivación.-** Es el proceso impulsor y orientador que resulta determinante para la elección y para la intensidad de la actualización de las tendencias de compras de servicios turísticos.
- **Motivación turística.-** Estímulo que lleva a una persona a trasladarse temporariamente desde su lugar de residencia a otro, en el que no se incorporará a la fuerza laboral.
- **Normas ISO y SMART VOYAGER.-** Normas técnicas y estándares de calidad del servicio de información turística.
- **OACI:** Organización de Aviación Civil Internacional, es una agencia especializada de la Organización de Naciones Unidas que establece los principios y técnicas aplicables a la aviación civil a nivel global. Promueve la planificación y desarrollo del transporte aéreo internacional en términos que garantice la seguridad, su crecimiento ordenado y su desarrollo sustentable.
- **Oferta turística:** Conjunto de recursos (servicios, equipamiento e infraestructura turística) que con los productos estructurados y comercializados se pone a disposición de potenciales compradores.
- **Oficina de información turística.-** Es la organización encargada de proveer información a los turistas potenciales y turistas que visitan un determinado lugar con el fin de facilitar su decisión de viajar, facilitar su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas durante su viaje, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico. La oficina de turismo suele ser de carácter público y sin fines de lucro, dependiente de organismos públicos con el fin de mantener la neutralidad y calidad de la información.
- **OIT.-** Organización Internacional del Trabajo, creada en 1919 a fin de preservar la justicia social y la mejora del trabajo. A partir de 1965 tiene reuniones sobre las condiciones de trabajo del sector hotelero y gastronómico.
- **OMS.-** Organización Mundial de la Salud, es el organismo de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) especializado en gestionar políticas de prevención, promoción e intervención en salud a nivel mundial.
- **OMT.-** Organización Mundial de Turismo, organismo de las Naciones Unidas formado en 1970 que tiene su base en Madrid. Su objetivo fundamental es prestar ayuda a los gobiernos en materia de planificación turística. Está conformada por cerca de 150 países.
- **OPTUR.-** Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador, creada el 2 de febrero de 2004 mediante Acuerdo Ministerial No. 20040001 del Ministerio de Turismo con sede permanente en Quito; se constituye con el propósito de fortalecer el desarrollo integral de la operación turística, el turismo receptivo y representar a sus miembros en todas las instancias de participación del sector turístico, especialmente en los cuerpos colegiados del sector privado y en aquellos de constitución mixta que se encuentren vigentes o se crearen a futuro.
- **País de residencia.-** El país de residencia de un hogar se determina de conformidad con el centro de interés económico predominante de sus miembros. Si una persona reside (o pretende residir) durante más de un año en un país determinado en el que tiene su centro de interés económico (por ejemplo, en el que pasa la mayor parte del tiempo), se considera que esta persona es residente en este país.

- **Paquete turístico.-** Conjunto de servicios que se comercializa como una unidad e incluye alojamiento más una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc. El comprador paga un precio que cubre todos los servicios contratados. Usualmente los paquetes turísticos ofrecen opciones o extensiones por separado. Un paquete turístico puede incluir uno o más destinos.
- **Patrimonio:** Suma de todas las cosas que tienen valor cultural o histórico, como edificios, lugares y bienes que encierran interés común para las presentes y futuras generaciones.
- **Patrimonio turístico:** Es el conjunto de bienes, libres por lo general y no apreciables en dinero, pertenecientes a una comunidad determinada, los cuales, por estar en un espacio concreto, pueden producir una utilidad económica al ser empleados en actividades turísticas.
- **Planificación turística.-** Conjunto de acciones dirigidas a encauzar o modificar el proceso de desarrollo de un país, región o localidad, hacia unos fines determinados en consideración con la política turística nacional o regional, en armonía con los planes nacionales, regionales o locales de desarrollo económico y social.
- **Planta turística o equipamiento turístico.-** Conjunto de empresas naturales o jurídicas prestadoras de servicios turísticos: transporte, alojamiento, alimentación, agencias de viajes, operadoras, mayoristas, comercio turístico, comunicaciones, cambio de moneda, facilidades de convenciones, guías turísticos, oficinas de información turística, etc.
- **PNR.-** (Passenger Name Record) Archivo de nombres de pasajeros en un sistema de reservas.
- **Política de ventas.-** Estratagema corporativa de las empresas para recompensar la fidelidad de cuentas clave, las cuales necesitan recuperarse con precios o servicios preferenciales.
- **Producto turístico.-** Es un producto compuesto por una serie de elementos tangibles e intangibles que generan satisfacción turística, que a efectos de consumo por parte del turista, ocurre en varias etapas sucesivas y temporalmente variadas.
- **QUEUES.-** Denominación técnica que se refiere a los avisos de mensajes que se generan en los sistemas de distribución de reservas.
- **Reservación de servicios turísticos.-** Es el procedimiento que se sigue para separar un asiento de aerolínea, una habitación de hotel o una cabina de crucero, para el uso garantizado de una persona específica en un tiempo futuro, frecuentemente sobre la base de un depósito pagado.
- **Ruta turística.-** Eje vial que conecta de dos o más centros emisores o receptores y que contiene distintos atractivos.
- **SABRÉ:** Sistema integrado de información para el cómputo de reservas, creado en Estados Unidos en 1962 por la Compañía American Airlines, que enlaza aproximadamente 85.000 terminales. Ha firmado un acuerdo de cooperación con Amadeus y tiene conexiones con los sistemas japoneses Axess y australiano Fantasía.
- **Sector turismo.-** El sector turismo, como se contempla en la Certificación para la Sostenibilidad Turística, es el conjunto de unidades de producción en diferentes industrias que producen bienes y servicios de consumo demandados por los visitantes. Estas industrias se denominan turísticas debido a que la adquisición por parte de

visitantes representa una porción tan significativa de su oferta que, en ausencia de éstos, dicha producción se vería reducida de manera significativa.

- **Servicio turístico.-** La presentación, mediante precio, de servicios de alojamiento, restauración, entretenimiento, esparcimiento y ocio, junto a otros de los calificados como actividades turísticas.
- **Sistema de información turística.-** Diseño, implementación y administración de un sistema dinámico y accesible de contenidos de interés turístico, que satisfaga necesidades de información identificadas como prioritarias para el desarrollo y crecimiento de un espacio geo turístico determinado.
- **TOUR.-** Término inglés y francés que se puede traducir por viaje, excursión, visita turística, recorrido turístico, gira turística, etc.
- **Turismo:** Es el conjunto de actividades que realizan personas que viajan a lugares donde permanecen fuera de su lugar de residencia por un tiempo no mayor a un año, por razones de placer, negocios u otros propósitos.
- **Turismo emisor o emisor:** Se define como el tipo de turismo que involucra residentes de un país que viajan a otro país donde se les provee servicios turísticos. El país del que son originarios los viajeros se conoce como erado generador.
- **Turismo interior.-** El turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.
- **Turismo internacional.-** El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.
- **Turismo interno.-** Es un tipo de turismo que se practica dentro de las fronteras del país de residencia de los turistas. Se llama también turismo nacional.
- **Turismo nacional.-** El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.
- **Turismo receptivo.-** Tipo de turismo practicado por visitantes procedentes de otro lugar o país, que llegan al destino con el fin de ver su oferta de atractivos, elementos patrimoniales o realizar actividades culturales o deportivas.
- **Turista.-** Visitante temporal que permanece al menos 24 horas, y menos de un año, en el lugar de destino, distinto al de su lugar de residencia o entorno habitual (mismo país -turista nacional- u otro país -turista internacional-), donde efectúa una pernoctación como mínimo y no supera un año de estancia. Las finalidades de su viaje pueden ser por placer, distracción, vacaciones, salud, ocio y deporte; profesionales, negocios, misiones, reuniones, etc., u otros como estudios, religiosos, familiares, transito, etc.
- **Turista o visitante que pernocta.-** Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista, si su viaje incluye una pernoctación.
- **Venta de productos turísticos.-** Conjunto de métodos y prácticas tendientes a conseguir un resultado específico, que consiste en la transferencia, a título oneroso, de la propiedad de un bien o la prestación de un servicio turístico. Esta actividad forma

parte de una de las funciones del departamento de ventas o comercial de las empresas turísticas.

- **Viaje turístico:** El término viaje turístico designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes realizados por los visitantes son viajes turísticos.
- **Visita:** Viaje de un lugar a otro para realizar actividades relacionadas con el turismo.
- **Visitante:** Persona que se desplaza y visita un lugar diferente de aquel en el que tiene de ordinario su residencia o entorno habitual, con fines distintos a los de ejercer una ocupación remunerada o realizar estudios, como los que efectúa en su lugar de residencia, por un periodo no superior a 12 meses. Por extensión, persona que reside en un país y que viaja, durante 6 meses o menos, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.
- **Visitante de negocios:** Un visitante de negocios es un visitante para el que los negocios y motivos profesionales son el motivo principal de un viaje turístico.
- **Voucher:** Documento mercantil con valor económico e informativo, esencialmente transmisible, emitido por una agencia de viajes y dirigido a un proveedor (hotel, restaurante, compañía de transportes, etc.) solicitándole la prestación de servicios que se especifican en dicho documento y dirigidos a un cliente determinado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Las Referencias bibliográficas que se detallan a continuación, sirven para que los docentes realicen investigaciones acerca de los contenidos curriculares, preparen el desarrollo de las clases y orienten los trabajos de consulta de los estudiantes:

- Acerenza, M. A. (2009). *Agencias de Viajes*. México: Trillas.
- Acerenza, M. A. (2012). *Funcionamiento y Organización Institucional del Turismo*. México: Trillas.
- Alcázar, B. (2002). *Los Canales de Distribución en el Sector Turístico*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Ameigeiras, C. (2014). *Ventas de Servicios Turísticos*. España: Editorial Síntesis.
- Ascanio, A. & Campos M. V. (2011). *Turismo Sustentable*. México: Trillas. Ubicación: Biblioteca.
- Berastain, L. (2014). *Aprender a Crear una Empresa Turística*. Argentina: Paidós
- Blanco, A. (1996). *Producción y Venta de Servicios Turísticos en Agencias de Viajes*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Blasco, A., Vives, R. (2014). *Fundamentos de la Gestión de Alojamientos y Restauración*. Barcelona, España: Editorial Síntesis.
- Boullon, R. (1998). *Marketing Turístico: Una perspectiva desde la planificación*. Buenos Aires, Argentina: Librerías Turísticas.
- Cabarcos, N. (2006). *Gestión de Unidades de Información y Distribución Turística*. España: Ideaspropias Editorial.
- Cabarcos, N. (2006). *Promoción y Venta de Servicios Turísticos*. España: Ideaspropias Editorial.

- Cabarcos, N. (2007). *Venta de Servicios y Productos Turísticos*. España: Ideaspropias Editorial.
- Cabo, M. (2004). *Asistencia y Guía de Grupo*. Madrid, España: Thomson Ediciones Paraninfo.
- Carrión, B. (2004). *La Guía del Guía: Técnicas para la conducción de grupos*. Quito, Ecuador: Casa de la Cultura Ecuatoriana, Benjamín Carrión.
- Castellanos, E. (2010). *Turismo y Recreación*. México: Trillas.
- CETUR. (1993). *Metodología para inventario de atractivos Turísticos*. Quito, Ecuador: Autor.
- Chan, N. (1994). *Circuitos Turísticos*. Argentina: Cúspide libros
- Crespi, M. & Planells, M. (2002). *Información Turística en Destino*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Crespi, M. & Planells, M. (2014). *Destinos turísticos*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Crespi, M. & Planells, M. (2014). *Productos y Destinos Turísticos Nacionales e Internacionales*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Crespi, M. & Planells, M. (2014). *Servicios de Información turística*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Cruz, H. (2014). *Equilibrio Laboral*. Quito, Ecuador: Solugraf.
- Etchart, J. (2014). *Manual de Recreación para Docentes y Guías de Turismo*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Stadium.
- Evans, N., Campbell, D. & Stonehouse, G. (2008). *Gestión Estratégica del Turismo*. Madrid, España: Síntesis.
- Fonseca, E. (2007). *Turismo, Hotelería y Restaurantes*. Quito, Ecuador: Editorial Lexus.
- Fuentes, A. (2013). *Teoría y Desarrollo del Turismo en el Ecuador*. Quito, Ecuador: Efecto Gráfico.
- García, A. (2007). *Guía para la estructuración de Productos Turísticos*. Quito, Ecuador: Quito Turismo.
- Grupo Santillana S.A. (2009). *Cursos Para Docentes: Lectura y animación*. Quito, Ecuador: Editorial Santillana S.A e Imprenta Mariscal.
- Grupo Santillana S.A. (2009). *Cursos Para Docentes: Mapas Mentales*. Quito, Ecuador: Editorial Santillana S.A e Imprenta Mariscal.
- Grupo Santillana S.A. (2009). *Cursos para Docentes: Modelos Pedagógicos, Teorías*. Quito, Ecuador: Editorial Santillana S.A e Imprenta Mariscal.
- Grupo Santillana S.A. (2009). *Cursos para Docentes: Razonamiento Lógico*. Quito, Ecuador: Editorial Santillana S.A e Imprenta Mariscal.
- Interconsulting Bureau. (2012). *Promoción y Venta de Servicios Turísticos*. Málaga, España: ICB Editores.
- Jiménez, C. (2006). *Producción y Venta de Servicios Turísticos en Agencias de Viajes*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Lickorish, L. & Jenkins C. (2000). *Una Introducción al Turismo*. Madrid, España: Libros la Isla.
- López, A. (2006). *Inteligencias Múltiples: como descubrirlas y desarrollarlas*. Lima, Perú: Ediciones Mirbet.



- Martínez, E. (2012). *Organización del Servicio de Información Turística*. Málaga, España: IC Editorial.
- Martínez, H. (2008). *Diccionario de Hospitalidad*, Quito, Ecuador: Gráficas Cobos.
- Montaner, J. (1998). *Diccionario de Turismo*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Montaner, J. (2001). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Novo, G. (1977). *Diccionario General de Turismo*: México: Editorial Diana.
- Ocaña, I. (2012). *Gestión de Productos Turísticos*. España: Editorial Síntesis.
- Pallares, C., Khalifé, G., Ortiz, A., Laso, F., Cuví, P., Montalvo, N., Guarderas, I., Fierro, B. (2009). *Patrimonio de Quito: La Ronda Vuelve a Vivir*. Quito, Ecuador: Ediecuatorial.
- Picazo, C. (1996). *Asistencia y Guía a Grupos Turísticos*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Picazo, C. (2014). *Los Servicios Turísticos de Asistencia y Guía*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Pimienta, J. (2008). *Evaluación de los Aprendizajes: Un enfoque basado en competencias*. México: Pearson Educación.
- Prieto, J. (2005). *Las Ventas: una profesión para gente superior*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Pulido, J. I. & Sáez A. (2011). *Estructura General del Mercado Turístico*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Pulido, J. I. (2008). *El Turismo rural*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Quesada, R. (2000). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Editorial EUNED.
- Saavedra, E., Duran, E., Durandal, C. (2004). *Promoción Turística*. La Paz, Bolivia: EDOBOL.
- Secretaría de Turismo. (1988). *Técnicas de Ventas en Agencias de Viajes*. México: Editorial Limusa.
- Tobón, S. (2005). *Formación basada en competencias*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Valls, J.F. (2004). *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles*. España: Ediciones Gestión 2000.
- Vignati, F. (2009). *Gestión de Destinos Turístico*. México: Trillas.
- Villacis, C. (2013). *Geografía de Circuitos Turísticos*. Quito, Ecuador: Gráficas Iberia.

**Referencias de páginas WEB:**

- CAPTUR. (11 enero del 2007). ACUERDO No. 0007 (NORMAS RELATIVAS AL DECRETO 1269 SOBRE PROPINA LEGAL). Ministerio de Turismo. Quito, Ecuador. Revisado el 14 de Noviembre de 2014 desde internet:  
[http://www.captur.travel/web2011/informacion\\_juridica/documentos/normativa\\_generales/normasGen\\_acuerdo1502.html](http://www.captur.travel/web2011/informacion_juridica/documentos/normativa_generales/normasGen_acuerdo1502.html)
- CAPTUR. (2000). NORMATIVA PRECIOS FINALES. Congreso Nacional. Quito, Ecuador. Revisado el 14 de Noviembre de 2014 desde internet:  
[http://www.captur.travel/web2011/informacion\\_juridica/documentos/normativa\\_generales/normasGen\\_normPreciosFinales.html](http://www.captur.travel/web2011/informacion_juridica/documentos/normativa_generales/normasGen_normPreciosFinales.html)



- CAPTUR. (2001, 19 de Abril). LEY DE TURISMO (Ley No. 2002-97). Congreso Nacional. Quito, Ecuador. Revisado el 13 de Noviembre del 2014 desde internet:  
[http://www.captur.travel/web2011/informacion\\_juridica/documentos/normativa\\_generales/normasGen\\_LeyTurismo.html](http://www.captur.travel/web2011/informacion_juridica/documentos/normativa_generales/normasGen_LeyTurismo.html)
- CAPTUR. (2002, 29 DE Noviembre). REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS (Decreto No. 3400). Ministerio de Turismo. Quito, Ecuador. Revisado el 14 de Noviembre de 2014 desde internet:  
[http://www.captur.travel/web2011/informacion\\_juridica/documentos/normativa\\_generales/normasGen\\_reglamGeneralTurismo.html](http://www.captur.travel/web2011/informacion_juridica/documentos/normativa_generales/normasGen_reglamGeneralTurismo.html)
- CAPTUR. (2005, 1 de Marzo). REGISTRO OFICIAL 543: Ministerios de Gobierno y de Turismo. Ministerio de Turismo. Quito, Ecuador. Revisado el 14 de Noviembre de 2014 desde internet:  
[http://www.captur.travel/web2011/informacion\\_juridica/documentos/normativa\\_generales/normasGen\\_acuerdoInterministerial.html](http://www.captur.travel/web2011/informacion_juridica/documentos/normativa_generales/normasGen_acuerdoInterministerial.html)
- CAPTUR. (2008, 7 de Agosto). REGLAMENTO GENERAL PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL. Asamblea Nacional Constituyente. Quito, Ecuador. Revisado el 14 de Noviembre de 2014 desde internet:  
[http://www.captur.travel/web2011/informacion\\_juridica/documentos/normativa\\_generales/normasGen\\_transporteTuristico.html](http://www.captur.travel/web2011/informacion_juridica/documentos/normativa_generales/normasGen_transporteTuristico.html)
- CAPTUR. (2010, 15 de Junio). ACUERDO INTERMINISTERIAL 1470 (REGULACIÓN EXPENDIO BEBIDAS ALCOHÓLICAS). Ministerio de Turismo. Quito, Ecuador. Revisado el 14 de Noviembre de 2014 desde internet:  
[http://www.captur.travel/web2011/informacion\\_juridica/documentos/normativa\\_generales/normasGen\\_acuerdoInterministerial.html](http://www.captur.travel/web2011/informacion_juridica/documentos/normativa_generales/normasGen_acuerdoInterministerial.html)
- Celi, I., Bedoya, E., Cevallos, P. (2011). SEGUNDA PARTE: Propuesta del Sistema Ecuatoriano de Museos y Política Nacional de Museos. Sistema Ecuatoriano de Museos. Quito, Ecuador. Revisado el 19 de Noviembre de 2014 desde internet:  
<http://downloads.arqueo-ecuatoriana.ec/ayhpwxgv/museos/SIEM-SIN-ANEXOS-II-PARTE.pdf>
- Gobierno Nacional. (2002, 5 de Septiembre). REGLAMENTO ESPECIAL DE TURISMO EN ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS. Gustavo Noboa Bejarano. Quito, Ecuador. Revisado el 19 de Noviembre de 2014 desde internet:  
[http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/files/2009/03/reg\\_esp\\_tur\\_are\\_nat\\_protegidas.pdf](http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/files/2009/03/reg_esp_tur_are_nat_protegidas.pdf)
- ICOM. (2013). INFORME ANUAL 2013. Organización Internacional de Museos. Madrid, España. Revisado el 19 de Noviembre del 2014 desde internet:  
[http://icom.museum/fileadmin/user\\_upload/images/publications/2013activityReport\\_esp.pdf](http://icom.museum/fileadmin/user_upload/images/publications/2013activityReport_esp.pdf)
- INEN. (2008). TURISMO. GUÍA NACIONAL. REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL. Instituto Nacional de Normalización. Quito. Ecuador. Revisado el 19 de Noviembre de 2014 desde internet:  
[http://www.qualityecuador.com/contenidos/areas/normas\\_inen/INEN2443-08.pdf](http://www.qualityecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2443-08.pdf)

- Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Descentralizados. (2011). Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. SEMPLADES. Quito, Ecuador. Revisado el 19 de Noviembre de 2014 desde internet:  
[http://urbegestion.com/images/Documentos/SENPLADES\\_Ecuador\\_2012\\_COOTAD.pdf](http://urbegestion.com/images/Documentos/SENPLADES_Ecuador_2012_COOTAD.pdf)
- OMT. (2014). Tendencias del Turismo y Estrategias de Marketing OMT. Organización Mundial de Turismo. Madrid, España. Revisado el 19 de Noviembre del 2014 desde internet:  
<http://mkt.unwto.org/es/barometer>
- SEMPLADES. (2013). PLAN DEL BUEN VIVIR. Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. Quito, Ecuador. Revisado el 19 de Noviembre de 2014 desde internet:  
<http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
- SIEM. (2014). FOLLETO DE LA RED DE MUSEOS NACIONALES. Sistema Ecuatoriano de Museos. Quito, Ecuador. Revisado el 19 de Noviembre de 2014 desde internet:  
<http://sistemaecuarianodemuseos.blogspot.com/#!/>