

1. APLICACIÓN DEL ANÁLISIS FUNCIONAL DE LA FIGURA PROFESIONAL “GESTIÓN TURÍSTICA”

El análisis funcional (AF) constituye una técnica metodológica orientada para identificar, organizar y estructurar las actividades de un proceso productivo o de prestación de servicios. Representa el punto de partida para elaborar el perfil profesional en términos de competencias y la base para el diseño curricular. En este marco, se presentan los elementos que integran el análisis funcional aplicados a la figura profesional de “*Gestión turística*”.

a) Identificación del Objetivo:

La Gestión turística se centra en formar bachilleres capaces de planificar, organizar, desarrollar y gestionar actividades turísticas, sostenibles, sustentables, de calidad, asegurando la satisfacción de los visitantes, la protección del patrimonio cultural y natural, con la participación de las localidades receptoras en la actividad turística.

b) Deducción de las actividades profesionales

Él o la Bachiller Técnico en Gestión turística protege, cuida y difunde el patrimonio cultural material e inmaterial, respetando la autenticidad de las culturas anfitrionas. Prioriza los recursos naturales y promueve la reducción de impactos negativos causados por el turismo en los territorios. Valora al turismo como una actividad generadora y sostenible que promueve ingresos económicos a largo plazo, mejorando la calidad de vida.

Entre las actividades profesionales se detallan las siguientes:

- Planificación, organización, operación y gestión de servicios turísticos
- Guianza y acompañamiento turístico
- Elaboración y comercialización de productos turísticos
- Organización de eventos turísticos
- Apoyar las gestiones administrativas de la venta de productos y servicios turísticos
- Realizar turismo en áreas naturales, biodiversidad, atractivos, productos y circuitos turísticos y orientación geográfica.

c) Desagregación de las actividades

A continuación, se desagregan las actividades profesionales que se encuentran en el campo de la gestión turística. Cada una de estas acciones requiere competencias para el desarrollo de los servicios turísticos.

- **Planificación, organización, operación y gestión de servicios turísticos**
 - Rutas, circuitos y paquetes turísticos.
 - Cronogramas de actividades y tiempos estimados.
 - Inventarios de recursos naturales y manifestaciones culturales.
 - Determinación de recursos necesarios (personal, transporte, alimentación).
 - Itinerarios turísticos.
 - Cumplir con los requisitos legales y normativos del sector turístico.

❖ **Guianza y acompañamiento turístico**

- Técnicas de animación de grupos.
- Elaboración del guion turístico.
- Guiar grupos turísticos durante recorridos, visitas y excursiones.
- Atención al cliente durante el servicio.
- Interpretar el patrimonio natural y cultural para los visitantes.
- Brindar información precisa y contextualizada sobre el destino.
- Aplicar técnicas de guianza con enfoque en seguridad, primeros auxilios, inclusión y responsabilidad.

❖ **Comercialización de productos turísticos**

- Estrategias de promoción turística local y regional.
- Elaboración de materiales informativos y promocionales.
- Utilización de medios tecnológicos para promocionar los productos turísticos.
- Promover el turismo como herramienta de desarrollo local.

❖ **Organización de eventos turísticos**

- Establecer el objetivo, temática del evento (cultural, deportivo, gastronómico, ferias) y la población participante.
- Realizar estudios de factibilidad (logística, financiera, técnica y ambiental).
- Realizar turismo en áreas naturales, biodiversidad, atractivos, productos y circuitos turísticos y orientación geográfica.
- Logística y preparación operativa.
- Ejecución de actividades turísticas.
- Aplicar protocolos de seguridad, bioseguridad y atención a emergencias.
- Promoción y difusión del evento.

• **Apoyar las gestiones administrativas de la venta de productos y servicios turísticos**

- Atención y orientación al cliente.
- Cotización y emisión de propuestas comerciales de paquetes y servicios turísticos.
- Enviar propuestas comercial claras y personalizadas al cliente.
- Gestión de reservas y confirmaciones.
- Apoyo en procesos de pago y facturación.
- Manejo de documentación administrativa.

Además de sus competencias técnicas, estos bachilleres desarrollan cualidades esenciales como liderazgo, habilidades comunicativas y capacidad para resolver problemas. Están comprometidos con ofrecer un servicio de alta calidad y preparados para adaptarse con éxito a las constantes y cambiantes demandas del mercado.

2. PERFIL PROFESIONAL DE LA FIGURA “GESTIÓN TURÍSTICA”

1. Caracterización

La Gestión Turística es el proceso mediante el cual se planifica, promueve y coordina el desarrollo de actividades turísticas, orientadas a la interpretación del patrimonio natural y cultural de un destino. Esta especialidad técnica busca poner en valor los recursos y atractivos turísticos, involucrando activamente a las comunidades receptoras en un marco de seguridad, sostenibilidad ambiental, respeto por las culturas locales y contribución al desarrollo económico del territorio.

Debe tener sólidos conocimientos en el funcionamiento del sistema turístico, patrimonio turístico, histórico, cultural y natural; características de los productos, servicios, actividades, atractivos y modalidades turísticas que se desarrollan en los destinos y creación de itinerarios. Posee habilidades y competencias para manejar y liderar grupos; fluidez lingüística para comunicarse con los visitantes y con los miembros de comunidades locales; interactuar

2. Definición

Al egresar, la/el Bachiller técnico en Gestión turística; es capaz de promover actividades, servicios y productos turísticos en ámbitos locales, regionales y nacionales; interpretar el patrimonio natural y cultural con orientación geográfica; aplicar técnicas de guianza, comercialización y atención al cliente, garantizando un turismo sostenible y sustentable basado en el cuidado ambiental, el respeto por las culturas locales, la seguridad del visitante y el desarrollo socioeconómico del territorio.

Contar con habilidades blandas de comunicación efectiva y liderazgo para dirigirse al turista ya sea extranjero o nacional, así como manejar grupos de turistas.

Su labor contribuye al desarrollo de un turismo sostenible centrado en minimizar los impactos negativos en el ambiente y la cultura local, al mismo tiempo que maximiza los beneficios económicos para las comunidades.

Aspectos destacados del perfil profesional

- **Competencias específicas relacionadas con:** Desarrollarán técnicas de manejo de grupos, seguridad turística, normativa legal específica de guías locales sus restricciones y prohibiciones, así como los requisitos habilitantes para ejercer la guianza según su clasificación; turismo rural, en áreas naturales, biodiversidad, comunitario, ecoturismo, y otras modalidades turísticas. Patrimonio histórico y cultural, atractivos, productos y circuitos turísticos y orientación geográfica.
- **Sostenibilidad turística:** Demostrarán conocimientos sólidos sobre la actividad turística sostenible, buenas prácticas socioculturales, ambientales, económicas e integrales.
- **Participación local:** Fomentarán la integración de la comunidad en el desarrollo turístico, mediante actividades sostenibles y participativas, promoviendo el involucramiento de la población en actividades turísticas.
- **Resolución de conflictos y de situaciones de riesgo:** Alcanzarán habilidades para el manejo de conflictos entre turistas y comunidades locales u operadores turísticos,

manejo de riesgos en actividades turísticas y toma de decisiones en situaciones negativas en el ámbito turístico.

- **Comunicación y liderazgo:** Desarrollarán competencias para la comunicación efectiva de las actividades turísticas, itinerarios de los recorridos y atractivos a ser visitados, instrucciones sobre el comportamiento de visitantes en áreas naturales y patrimoniales culturales y técnicas de manejo de grupos.

3. Campo ocupacional

El campo ocupacional que los y las estudiantes del Bachillerato Técnico en Gestión turística podrán insertarse son los siguientes:

✓ Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- Agencias de viajes y operadores turísticos emisivos u receptivo
- Prestadores de servicios turísticos locales
- Oficinas de turismo municipales, gremios y cámaras de turismo, stands de información turística, en los distintos destinos turísticos del país.
- Empresas proveedoras de productos y servicios turísticos como servicios de alojamiento en general, resorts, operadores turísticos, empresas de turismo, negocios gastronómicos, turismo aventura, productoras de eventos y entretenimiento.
- Empresas de transporte de pasajeros y turistas como aeropuertos, puertos y cruceros.
- Organizaciones gubernamentales encargadas de la regulación, promoción y fomento del turismo.

✓ Sectores productivos y organizaciones

Sector privado: El campo ocupacional es bastante amplio en el sector de servicios turísticos, el Bachiller Técnico en Gestión turística, puede trabajar como guía local de turismo independiente contratado por una o varias agencias operadoras de turismo, así mismo puede trabajar como tour líder quien apoya al guía de turismo nacional o local y hace cumplir el itinerario de viaje de los turistas.

Promotores turísticos que promueven los servicios y productos turísticos a las personas que desean visitarlos, informan y asesoran sobre los sitios y actividades turísticas que se pueden realizar en los destinos o atractivos.

Sector público y organizaciones no gubernamentales: podrá trabajar en el gobierno central, gobiernos locales y empresas públicas como promotor de proyectos turísticos desarrollados en los territorios ya que cuentan con el conocimiento técnico turístico sobre manejo sostenible del patrimonio natural y cultural. Además, han sido formados para incentivar la participación de la población local en los proyectos turísticos. El mismo trabajo de promoción y gestión turística puede realizar en Organizaciones No Gubernamentales (ONG).

4. Competencia general

Promover actividades, servicios y productos turísticos en ámbitos locales, regionales y nacionales, interpretando el patrimonio natural y cultural con orientación geográfica,

aplicando técnicas de guianza, comercialización y atención al cliente, garantizando el turismo sostenible y sustentable basado en cuidado ambiental, el respeto por las culturas locales, la seguridad del visitante y el desarrollo socioeconómico del territorio.

4.1. Unidades de competencia

UNIDAD DE COMPETENCIA (UC)	
UC 1: Comprender las características del sector turístico, identificando su estructura, servicios, actores y normativa vigente, que permita ofrecer experiencias seguras y satisfactorias a los turistas, en contextos locales, regionales y nacionales.	
Elementos de la competencia (EC)	Criterios de desempeño (CD)
EC1: Describir la estructura del sistema turístico, sus elementos constitutivos y su conceptualización.	CD1.1: Reconoce los elementos básicos del sistema turístico, como atractivos, servicios, infraestructura, superestructura, demanda y recursos humanos.
	CD1.2: Identifica los principales actores del sector turístico, diferenciando sus funciones tanto del sector público, privado y comunitario, enfocado a su localidad.
	CD1.3: Describe diferentes tipos de turismo, como el cultural, natural, recreativo o gastronómico.
	CD1.4: Relaciona el turismo con el entorno social, económico y cultural de su comunidad o región.
EC2: Distinguir el funcionamiento del sistema turístico y su aplicación en la operación turística desde los enfoques sostenible y de mercado.	CD 2.1: Selecciona los componentes del sistema turístico (demanda, oferta, intermediarios, territorio, recursos, servicios) con base a su estructura y funcionamiento.
	CD2.2: Analiza las relaciones e interdependencias entre los actores del sistema turístico (público, privado, comunidad local, turista) en distintos contextos de operación.
	CD2.3: Explica las dinámicas del mercado turístico considerando tendencias, tipos de demanda, canales de comercialización y comportamiento del consumidor.
	CD2.4: Propone mejoras en la gestión de operaciones turísticas, aplicando criterios técnicos, integrando enfoques sostenibles y de mercado.
	CD3.1: Analiza los diferentes tipos de servicios turísticos (alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viajes, guianza, recreación) según su función dentro del sistema turístico.

<p>EC3: Emplear la clasificación de los servicios y actividades turísticas y su categorización según la normativa del ámbito turístico.</p>	<p>CD3.2: Clasifica las actividades turísticas (recreativas, culturales, de aventura, entre otras) de acuerdo con sus características y finalidad.</p> <p>CD3.3: Aplica correctamente la clasificación y categorización en ejemplos prácticos o casos simulados, respetando la normativa turística vigente.</p> <p>CD3.4: Relaciona la categorización del servicio turístico con sus estándares de calidad, condiciones de operación y requisitos legales.</p>
<p>EC4: Utilizar las modalidades turísticas, la clasificación y la categorización de los servicios en la gestión y operación turística.</p>	<p>CD4.1: Selecciona las principales modalidades turísticas según sus características, perfiles de demanda y oferta.</p> <p>CD4.2: Analiza casos reales o simulados para evaluar la coherencia entre modalidad turística, los servicios ofrecidos, su clasificación y categoría.</p> <p>CD4.3: Integra adecuadamente la modalidad turística selecciona con los servicios clasificados y categorizados, en la planificación y gestión de una operación turística.</p> <p>CD4.4: Diseña operaciones turísticas que cumplan con estándares de calidad y requisitos legales.</p>
<p>Condiciones de ejecución de la Unidad de Competencia:</p>	
<p>Espacios e instalaciones:</p>	<p>Entorno de aprendizaje</p>
<p>Insumos y recursos:</p>	<p>Computador Proyector Internet Aplicaciones/software Guías, documentales, revistas, folletos de turismo, recursos naturales entre otros.</p>
<p>Información utilizada:</p>	<p>Asamblea Nacional. (2016). Reglamento de Guianza Turística. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-GUIANZA-TURISTICA.pdf</p>

	<p>Asamblea Nacional. (2016). Reglamento de Alojamiento Turístico. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf</p> <p>Plan Sectorial de Turismo 2021-2025 del Ministerio de Turismo de Ecuador</p> <p>Marketing Turístico: Autores como Philip Kotler y John Bowen</p> <p>Gestión de destinos turísticos sostenibles" de J.F. Valls</p> <p>Libros sobre administración de recursos humanos en empresas turísticas, como los de I. Martín Rojo y A.I. Gaspar González</p> <p>Foster, D. (1994). Introducción a los viajes y al turismo. México: McGraw-Hill.</p> <p>Hernández, E. (1998). Planificación turística: un enfoque metodológico. México, MX: Trillas.</p>
--	---

UNIDAD DE COMPETENCIA (UC)	
<p>UC 2: Emplear técnicas de guianza que permita ofrecer experiencias enriquecedoras a los visitantes, promoviendo el conocimiento del patrimonio cultural y natural, facilitando la interacción y comunicación efectiva en grupos turísticos.</p>	
Elementos de la competencia (EC)	Criterios de desempeño (CD)
<p>EC1: Diferenciar las características del guía turístico sus responsabilidades y normativa vigente.</p>	<p>CD1.1: Analiza las funciones principales del guía turístico en distintas modalidades de turismo.</p>
	<p>CD1.2: Distingue los distintos tipos de guías turísticos (local, general, especializado, intérprete patrimonial, entre otros) según el contexto, nivel de especialización y normativa correspondiente.</p>
	<p>CD1.3: Demuestra el rol, las responsabilidades y las acciones del guía turístico en situaciones prácticas o simuladas, según la normativa vigente y principios éticos.</p>
	<p>CD1.4: Emplea correctamente las responsabilidades del guía turístico antes, durante y después de una actividad o recorrido,</p>

	considerando la atención al grupo, el cuidado del entorno y la coordinación con los prestadores de servicios.
EC2: Analizar las principales rutas y circuitos turísticos que se apoyan de la guianza en entornos cerrados y abiertos.	CD2.1: Selecciona rutas y circuitos turísticos representativos a nivel local, regional o nacional, que requieren servicios de guianza en espacios cerrados (museos, centros culturales, áreas patrimoniales) y abiertos (parques, naturales, senderos, ciudades, comunidades).
	CD2.2: Distingue las características de los entornos cerrados y abiertos, considerando el tipo de experiencia, condiciones de operación, perfil del visitante y necesidades de interpretación.
	CD2.3: Clasifica rutas y circuitos turísticos según el tipo de entorno, modalidad de turismo, complejidad logística y nivel de especialización requerido del guía.
	CD2.4: Aplica la estructura y elementos clave de una ruta o circuito turístico.
	CD2.5: Evalúa la viabilidad de una ruta o circuito turístico en función del contexto y las características del visitante.
EC.3: Distinguir los servicios turísticos guiados incluyendo los tipos de tours, traslados y visitas, excursiones y circuitos, así como las funciones del guía y el proceso del viaje.	CD3.1: Selecciona los diferentes tipos de servicios turísticos guiados, considerando su estructura, duración y modalidad.
	CD3.2: Destaca las funciones principales del guía turístico antes, durante y después del recorrido.
	CD3.3: Aplica el proceso completo de un servicio turístico guiado, desde la planificación, recepción del grupo, desarrollo de actividades.
EC4: Utilizar técnicas de comunicación para mantener la atención y el interés del grupo.	CD4.1: Emplea técnica de comunicación verbal y no verbal, con claridad y respeto, de acuerdo con el contexto y características del grupo,
	CD4.2: Organiza actividades lúdicas, recreativas o de integración adecuadas al contexto turístico.

	CD4.3: Aplica estrategias básicas de resolución de conflicto (diálogo, acuerdo, empatía), promoviendo la comprensión y el interés de los turistas.
	CD4.4: Promueve el respeto y la convivencia como parte de la experiencia turística positiva.
	CD5.1: Selecciona contenidos relevantes en el guion, respetando el contexto histórico, cultural y ambiental del entorno visitado.
EC5: Desarrollar itinerarios técnicos de guianza, contemplando las diferentes fases en la elaboración de un guion turístico, implementando técnicas de comunicación y generando calidad en todos los servicios prestados.	CD5.2: Crea el guion y el itinerario turístico, según las fases establecidas y considerando las características del grupo, demostrando sensibilidad y creatividad que enriquezcan la experiencia del visitante.
	CD5.3: Aplica el guion y el itinerario turístico con responsabilidad y entusiasmo, brindando una experiencia memorable al turista, mediante el uso adecuado de técnicas de comunicación, manejo del grupo y conocimientos del destino.
Condiciones de ejecución de la Unidad de Competencia:	
Espacios e instalaciones:	Entorno de aprendizaje
Insumos y recursos:	Computador Proyector Internet Aplicaciones/software Guías, documentales, revistas, folletos de turismo, recursos naturales, entre otros.
Información utilizada:	Asamblea Nacional. (2016). Reglamento de Guianza Turística. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-GUIANZA-TURISTICA.pdf Asamblea Nacional. (2016). Reglamento de Alojamiento Turístico. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf

	<p>content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf</p> <p>Plan Sectorial de Turismo 2021-2025 del Ministerio de Turismo de Ecuador</p> <p>Guianza y animación turística (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Ciudadela universitaria vía circunvalación (Manta) www.uleam.edu.ec</p> <p>Manual de técnicas de guianza y protocolos de bioseguridad aplicados a la parroquia rural Aloasí, cantón Mejía, provincia de Pichincha, Fuente: GadAloasí (2021)</p> <p>Técnicas de guianza – UDLA</p> <p>Técnicas de Guiado – Gobierno de la provincia de Salta</p>
--	--

UNIDAD DE COMPETENCIA (UC)	
<p>UC 3: Diseñar estrategias de promoción turística y comercialización, considerando las características, interés y necesidades del cliente, las normativas vigentes, aspectos técnicos del destino, así como los factores ambientales y socioculturales, con el fin de contribuir a una experiencia satisfactoria del visitante.</p>	
Elementos de la competencia (EC)	Criterios de desempeño (CD)
<p>EC1: Analizar el mercado y los consumidores, sus características y los factores que pueden influenciar en su decisión de compra como sociales, personales, educativos, económicos.</p>	<p>CD1.1: Distingue las características generales del mercado (segmento, oferta, demanda, competencia, tendencias).</p>
	<p>CD1.2: Clasifica los diferentes tipos de consumidores según edad, género, nivel educativo, ocupación, nivel socioeconómico, considerando su influencia en las decisiones de compra.</p>
	<p>CD1.3: Diferencia las necesidades, expectativas y hábitos de consumo de los diferentes tipos de turistas.</p>
	<p>CD1.4: Relaciona preferencias del consumidor con productos o servicios turísticos, integrando criterios de sostenibilidad para aprovechar el destino de forma responsable.</p>
	<p>CD2.1: Selecciona los principales atractivos turísticos del destino o producto, que pueden generar interés y satisfacción en distintos tipos de visitantes.</p>

EC2: Examinar el potencial turístico del destino o producto, considerando aspecto técnicos y logísticos (accesibilidad, infraestructura, conectividad)	CD2.2: Clasifica la infraestructura turística existente, como alojamiento, servicios básicos, señalización, centros de información, transporte, áreas de descanso, entre otros.
	CD2.3: Detecta limitaciones y oportunidades logísticas que inciden en la viabilidad de comercializar productos o servicios turísticos en el destino.
	CD2.4: Relaciona los atractivos turísticos con las preferencias y motivaciones del público objetivo, de acuerdo con los perfiles del turista.
	CD2.5: Elabora un mapeo de destinos o productos turísticos, con base a la información técnica y contextualizada.
EC3: Emplear mecanismos de marketing tradicional y digital para la promoción y comercialización de destinos y productos a nivel local y fuera de las comunidades participantes.	CD3.1: Selecciona estrategias de marketing adecuadas al tipo de destino, producto turístico y perfil del público objetivo.
	CD3.2: Utiliza herramientas digitales para la difusión de productos o destinos turísticos.
	CD3.3: Diseña contenidos promocionales claros y atractivos, asegurando el respeto a la diversidad cultural y el medioambiente.
EC4: Diseñar estrategias de promoción turística y comercialización que se adapten a las necesidades y características específicas de un destino turístico, considerando factores como el mercado objetivo, la cultura local, las tendencias actuales de la industria y la sostenibilidad.	CD4.1: Analiza las características del mercado turístico, identificando sus segmentos, tendencias, necesidades del consumidor y factores que influyen en la demanda de productos y servicios turísticos.
	CD4.2: Construye propuestas turísticas con valor agregado, integrando aspectos técnicos y logísticos del destino, que aseguren experiencias auténticas y sostenibles.
	CD4.3: Aplica normativas y criterios técnico en la promoción y comercialización de destinos turísticos, considerando aspectos socioculturales y ambientales para garantizar el bienestar del visitante y de la comunidad.
	CD4.4: Reorganiza estrategias en función de los resultados y la retroalimentación de los visitantes.
Condiciones de ejecución de la Unidad de Competencia:	

Espacios e instalaciones:	Entorno de aprendizaje
Insumos y recursos:	<p>Computador/Proyector</p> <p>Internet</p> <p>Aplicaciones/software</p> <p>Guías, documentales, revistas, folletos de turismo,</p> <p>Videos instructivos.</p> <p>Presentaciones multimedia.</p>
Información utilizada:	<p>Ministerio de Turismo del Ecuador: https://www.turismo.gob.ec/</p> <p>Organización Mundial del Turismo: https://www.unwto.org/</p> <p>"Legislación turística del Ecuador"</p> <p>Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales - Centro de Estudios Adams</p> <p>Estrategias de marketing digital para promoción turística. Caso: G.A.D de Pasaje, Ecuador</p> <p>Marketing Turístico Aplicado - Francisco Javier De La Ballina Ballina</p> <p>La promoción turística por medios digitales - Efraín Velasteguí López, Salazar Andrade Diana, Núñez Muñoz José. Ulices Eduardo Barragán</p> <p>La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas - M. Castillo-Palacio y V. Castaño-Molina</p>

UNIDAD DE COMPETENCIA (UC)	
UC 4: Elaborar productos y paquetes turísticos que integren aspectos culturales, naturales y sociales, enfocándose a las expectativas y necesidades de los turistas, que contribuyen al desarrollo local y promocionando un turismo sostenible y sustentable.	
Elementos de la competencia (EC)	Criterios de desempeño (CD)
EC1: Analizar los recursos y servicios disponibles en el destino para estructurar paquetes turísticos viables y de calidad.	CD1.1: Clasifica los recursos del destino (culturales, naturales, históricos, recreativos), valorando su relevancia, accesibilidad y potencial en la creación de paquetes turísticos.
	CD1.2: Integra los recursos culturales, naturales y sociales seleccionados en una propuesta coherente y equilibrada, que responda a las necesidades del mercado turístico.
	CD1.3: Evalúa las condiciones de accesibilidad, infraestructura y conectividad del destino, considerando su impacto en la viabilidad del paquete.
	CD1.4: Propone mejoras ante limitaciones en los servicios o en la oferta turística del destino, demostrando pensamiento crítico y priorizando la calidad en la experiencia del visitante.
EC2: Aplicar principios de sostenibilidad en la elaboración de productos turísticos, considerando el impacto ambiental, sociocultural y económico.	CD.2.1: Identifica los posibles impactos ambientales, socioculturales y económicos relacionados con el diseño y la operación del producto turístico.
	CD.2.2: Selecciona actividades que promuevan la conservación del entorno natural y la valorización de las comunidades locales.
	CD.2.3: Incorpora prácticas sostenibles en la planificación de productos turísticos, como el uso responsable de recursos, minimizando el uso de residuos sólidos, respetando y valorando la cultura local.
EC3: Integrar experiencias que respeten y valoren la identidad cultural del destino turístico local.	CD3.1: Conecta manifestaciones culturales representativas del destino, tales como costumbres, tradiciones, gastronomía, artesanías, festividades y saberes locales.

	CD3.2: Aplica principios de respeto y ética intercultural, asegurando que las actividades turísticas fomenten y valoren las prácticas culturales auténticas del destino.
	CD3.3: Elabora experiencias culturales que integren distintos tipos de clientes, preservando la esencia y coherencia con la identidad del destino.
EC4: Diseñar paquetes turísticos atractivos, integrando aspectos culturales, naturales y sociales del destino, tomando en cuenta la oferta disponible, la duración y la logística de los itinerarios y los servicios.	CD4.1: Clasifica atractivos y servicios de la oferta turística local en función de los elementos culturales y naturales.
	CD4.2: Establece la duración adecuada del paquete turístico, en relación con la distancia, actividades incluidas, disponibilidad de servicios y perfil del cliente.
	CD4.3: Organiza el itinerario del paquete turístico con secuencia lógica, tiempos reales y distribución de actividades.
	CD4.4: Evalúa la factibilidad técnica y económica del paquete, considerando costos, disponibilidad y capacidad de operación de los servicios turísticos.
Condiciones de ejecución de la Unidad de Competencia:	
Espacios e instalaciones:	Entorno de aprendizaje
Insumos y recursos:	Material didáctico, como libros, revistas, folletos y videos sobre atención al cliente. Equipos informáticos con acceso a internet.
Información utilizada:	Ministerio de Turismo del Ecuador: https://www.turismo.gob.ec/ Organización Mundial del Turismo: https://www.unwto.org/ "Legislación turística del Ecuador" Manual de atractivos turísticos - Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018. Metodología de Inventario Turístico del Ministerio de Turismo del Ecuador 2016.

	<p>Recursos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valoración - Diego Navarro Universidad del Aconcagua. Argentina</p> <p>Ruta turística de aventura como alternativa de turismo sostenible y desarrollo.</p>
--	--

UNIDADES DE COMPETENCIA (UC)	
<p>UC 5: Brindar servicios de información y orientación turística a visitantes nacionales y extranjeros, utilizando técnicas de atención al cliente, así como recursos comunicativos y tecnológicos que garanticen atención clara, precisa y personalizada, favoreciendo una experiencia positiva y memorable.</p>	
Elementos de la competencia (EC)	Criterios de desempeño (CD)
<p>EC1: Usar datos recopilados y gestionar información relevante utilizando herramientas tecnológicas en la búsqueda de destinos turísticos, actividades y servicios disponibles.</p>	<p>CD1.1: Clasifica información precisa y actualizada sobre destinos, servicios y actividades turísticas, según las necesidades del visitante, el tipo de paquete o servicio que se ofrece.</p>
	<p>CD1.2: Organiza la información utilizando herramientas digitales y formatos adecuados, que faciliten su acceso, comprensión y uso eficiente en la atención al visitante.</p>
	<p>CD1.3: Aplica criterios de calidad en la búsqueda y gestión de datos, priorizando la veracidad, pertinencia y utilidad de la información.</p>
<p>EC2: Proponer un servicio de calidad al cliente en el contexto turístico, con una comunicación fluida y efectiva, responder preguntas, resolver problemas y satisfacer las necesidades de los turistas</p>	<p>CD.2.1: Distingue diversas técnicas de comunicación para comprender y satisfacer las necesidades de los turistas.</p>
	<p>CD.2.2: Utiliza la tecnología para mantener una comunicación fluida y efectiva con los turísticas.</p>
	<p>CD.2.3: Aplica técnicas de comunicación según las preferencias y necesidades del cliente, mostrando flexibilidad y empatía.</p>

	CD.2.4: Demuestra técnicas de comunicación efectiva enfocada a la resolución de conflictos de manera oportuna y satisfactoria para el turista.
EC3: Formular estrategias que promuevan y enriquezcan la experiencia turística, proporcionando información relevante, sugerencias y recomendaciones que mejoren la estancia de los turistas y fomenten un retorno positivo.	CD3.1: Analiza las necesidades, intereses y tipo de cliente, en la generación de experiencias turísticas.
	CD3.2: Diseña recomendaciones personalizadas sobre actividades, servicios, eventos y atractivos locales, que se ajusten a las características del cliente y complementen su experiencia turística de manera significativa.
	CD3.3: Proporciona información relevante, clara y oportuna que facilite la movilidad, la seguridad y el disfrute del destino turístico.
	CD3.4: Organiza experiencias turísticas que promuevan prácticas responsables durante la visita, incentivando el respeto, la valoración por la cultural local, el ambiente y la comunidad.
Condiciones de ejecución de la Unidad de Competencia:	
Espacios e instalaciones:	Entorno de aprendizaje.
Insumos y recursos:	Material didáctico, como libros, revistas, folletos y videos sobre atención al cliente. Equipos informáticos con acceso a internet. Software de gestión de clientes.
Información utilizada:	"Atención al cliente: Técnicas y estrategias para fidelizar a sus clientes" de Joan Carles Cuéllar. Jarquín, C. (2012). Servicio al cliente en Empresas Turísticas. Instituto Nacional de Aprendizaje. Murillo, M. (2018). Fundamentos de Servicio al Cliente. Fundación Universitaria del Área Andina. Tschohl, J. (s.f.) El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia Servicio al Cliente. Service Quality Institute.

5. Relación de las Unidades de competencia de la Figura profesional Seguridad Informática y módulos de especialización

Tabla 1. Relación Unidades de competencia – módulo de especialización

No.	Unidad de Competencia	Módulo de especialización
1	Comprender las características del sector turístico, identificando su estructura, servicios, actores y normativa vigente, que permita ofrecer experiencias seguras y satisfactorias a los turistas, en contextos locales, regionales y nacionales.	Sistema turístico
2	Emplear técnicas de guianza que permita ofrecer experiencias enriquecedoras a los visitantes, promoviendo el conocimiento del patrimonio cultural y natural, facilitando la interacción y comunicación efectiva en grupos turísticos.	Técnicas de guianza
3	Diseñar estrategias de promoción turística y comercialización, considerando las características, interés y necesidades del cliente, las normativas vigentes, aspectos técnicos del destino, así como los factores ambientales y socioculturales, con el fin de contribuir a una experiencia satisfactoria del visitante.	Promoción turística y herramientas tecnológicas
4	Elaborar productos y paquetes turísticos que integren aspectos culturales, naturales y sociales, enfocándose a las expectativas y necesidades de los turistas, que contribuyen al desarrollo local y promocionando un turismo sostenible y sustentable.	Productos y paquetes turísticos
5	Brindar servicios de información y orientación turística a visitantes nacionales y extranjeros, utilizando técnicas de atención al cliente, así como recursos comunicativos y tecnológicos que garanticen atención clara, precisa y personalizada, favoreciendo una experiencia positiva y memorable.	Información turística y servicio al cliente