

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

**Diseño de herramienta virtual de uso autónomo para la capacitación
de directores y técnicos de turismo de los GAD de la zonal 8**

Proyecto Integrador previo a la obtención del Título de:

Licenciatura en Turismo

Realizado por:

María José Salcedo Vera

Guayaquil, Ecuador

PAO II 2023

Dedicatoria

A mis ángeles:

A mi padre, José Gabriel Salcedo, quien está conmigo y que, a casi 4 años de su partida, puedo decir firmemente que jamás he sentido su ausencia.

A mi pequeño ángel en esta tierra, Adrián Gabriel Salcedo, quien con sus dulces 8 años me impulsa con una fuerza inquebrantable.

Y a ese ángel que me demostró la mujer llena de fuerza y resiliencia en la que me he convertido. Siempre estarás en mí.

Agradecimientos

A Dios, fuente y dador de vida y de sabiduría. Gracias por iluminar mi camino para emprender este proyecto y permitirme culminarlo exitosamente.

A mi madre, Alexandra Judith Vera, gracias por ablandar el camino con tu amor y cariño.

A mi hermana y ejemplo, Psic. Gabriela Alexandra Salcedo, gracias por ser ese apoyo y brindar ese consejo desde el amor más puro que he sentido hacia mí.

A mi familia, mi hermano Adrián Salcedo, mi *abuelita* Fanny Alvarado, mis tíos Lorena y Roberto Valle, mi prima Jazmín Thompson y mi adorada abuela Lucía Peñafiel, gracias por estar vigilantes y protectores en mi camino, celebrando conmigo cada victoria.

A mis amigos, en especial a Katherine Guaranda y Danny Figueroa, gracias por escucharme y por darme su hombro para llorar y reír juntos.

A mis profesoras, Cinthy Veintimilla y Raizza Maquizaca, gracias por ser esa guía tajante y educar desde la experiencia y empatía. En mención especial a mi profesora Carla Ricaurte, quien fue la primera docente en iluminarme acerca de mi amada carrera y a quien he admirado desde el primer día por su vocación y sabiduría.

Infinitas gracias.

Declaración Juramentada

Yo, María José Salcedo acuerdo y reconozco que:

La titularidad de los derechos patrimoniales de autor (derechos de autor) del proyecto de graduación corresponderá al autor o autores, sin perjuicio de lo cual la ESPOL recibe en este acto una licencia gratuita de plazo indefinido para el uso no comercial y comercial de la obra con facultad de sublicenciar, incluyendo la autorización para su divulgación, así como para la creación y uso de obras derivadas. En el caso de usos comerciales se respetará el porcentaje de participación en beneficios que corresponda a favor del autor o autores. La titularidad total y exclusiva sobre los derechos patrimoniales de patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, secreto industrial, software o información no divulgada que corresponda o pueda corresponder respecto de cualquier investigación, desarrollo tecnológico o invención realizada por mí durante el desarrollo del proyecto de graduación, pertenecerán de forma total, exclusiva e indivisible a la ESPOL, sin perjuicio del porcentaje que me corresponda de los beneficios económicos que la ESPOL reciba por la explotación de mi innovación, de ser el caso.

En los casos donde la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la ESPOL comunique al autor que existe una innovación potencialmente patentable sobre los resultados del proyecto de graduación, no se realizará publicación o divulgación alguna, sin la autorización expresa y previa de la ESPOL.

Guayaquil, 5 de febrero del 2023.



María José Salcedo Vera
Autora

Evaluadores

Nombre del Profesor

Cinthy Veintimilla

Nombre del Profesor

Raizza Maquizaca

Resumen

El presente proyecto surge debido a que actualmente dentro de los Gobiernos Autónomos Descentralizados existe una falta de profesionalización en turismo por parte de los directores y/o técnicos de turismo de la Dirección Zonal 8, además de que el equipo es sustituido periódicamente por cuestiones políticas, siendo este el principal motivo de que organismos capacitadores como el Consejo Nacional de competencias y el Ministerio de Turismo estén en la obligación de invertir recursos para capacitar reiteradas veces a los funcionarios. Sin embargo, al no conocer los conceptos básicos del turismo, existe un porcentaje entre ellos que no está adquiriendo los conocimientos necesarios para el desarrollo de sus funciones adecuadamente.

Razón por la que se propone a través del siguiente proyecto el diseño de un MOOC de educación virtual, una herramienta que permita el alojamiento de información básica en turismo para el estudio autónomo y autodidacta por parte de los funcionarios, para lo que se requiere conocer su perfil profesional. Se utilizaron herramientas de investigación cuantitativa como encuestas que permitieron conocer e identificar los temas de mayor complejidad entre los directores y/o técnicos de turismo, brindando como resultado un temario inicial, al cual se le realizó la revisión a la bibliografía para el desarrollo de su contenido, el que se presentará a través del MOOC.

El MOOC de Introducción dirigido para directores y/o técnicos de turismo de la Dirección Zonal 8 es un primer paso al entendimiento de sus funciones y las herramientas que poseen para su adecuado desarrollo.

Palabras Clave: MOOC, profesionalización, Gobiernos Autónomos Descentralizados, directores y/o técnicos de turismo.

Abstract

This project arises because currently within the Decentralized Autonomous Governments there is a lack of professionalism in tourism on the part of the directors and/or tourism technicians of the Zonal Directorate 8, in addition to the fact that the team is replaced periodically for political reasons, this being the main reason why training agencies such as the National Council of Competencies and the Ministry of Tourism are obliged to invest resources to train officials repeatedly. However, since they do not know the basic concepts of tourism, there is a percentage among them that is not acquiring the necessary knowledge for the development of their functions adequately.

For this reason, the following project proposes the design of a virtual education MOOC, a tool that allows the housing of basic information on tourism for the autonomous and self-taught study by officials, for which it is required to know their professional profile. Quantitative research tools such as surveys were used to identify the most complex topics among tourism directors and/or technicians, resulting in an initial agenda, which was reviewed in the bibliography for the development of its content, which will be presented through the MOOC.

The introductory MOOC for tourism directors and/or technicians of the Zonal Directorate 8 is a first step to understanding their functions and the tools they have for their adequate development.

Key words: MOOC, professionalization, Decentralized Autonomous Governments, tourism directors and/or technicians.

Índice General

Dedicatoria.....	2
Agradecimientos.....	3
Declaración Juramentada	4
Evaluadores	5
Resumen.....	6
Abstract.....	7
Índice General	8
Capítulo 1.....	9
<i>Introducción</i>	9
<i>Descripción del Problema</i>	13
<i>Justificación del problema</i>	15
<i>Objetivos</i>	16
Objetivo General	16
Objetivos Específicos	16
<i>Marco Teórico</i>	17
Importancia de capacitar en el ámbito profesional	17
Educación virtual	18
Competencias del GAD según la COOTAD en áreas de turismo	20
<i>Metodología</i>	22
Encuesta	22
Listado Cronológico de Capacitaciones Realizadas a los GADs.....	23
Prototipo Parte I: Desarrollo de temario y contenido del MOOC	24
Prototipo Parte II: Diseño y elaboración del MOOC	25
Capítulo 2.....	27
<i>Análisis y Presentación de Resultados</i>	27
Resultados de Encuesta	28
Pregunta 3:	28
Pregunta 4:	29
Pregunta 4.5:	29
Pregunta 5:	30

Pregunta 5.1:	31
Pregunta 5.2:	31
Pregunta 5.3:	32
Pregunta 6:	33
Pregunta 7:	35
Pregunta 8:	36
Pregunta 9:	37
Resultados de Listado Cronológico	39
Revisión de Informes de Rendición de Cuentas del CNC	41
Año 2016.....	41
Año 2017.....	44
Año 2018.....	48
Año 2019.....	49
Año 2020.....	50
Año 2021.....	51
Año 2022.....	52
<i>Producto Final</i>	54
Temario de MOOC	54
MOOC dirigido para Directores y/o Técnicos de Turismo de los GADS	57
<i>Análisis Financiero</i>	58
Capítulo 4	61
<i>Conclusiones</i>	61
<i>Recomendaciones</i>	62
Anexos	64
<i>Prototipo del MOOC</i>	64
<i>Evidencia de Socialización del Prototipo con el cliente</i>	141
<i>Material Bibliográfico para contenido del MOOC</i>	142
Bibliografía	143

Capítulo 1

Introducción

En inicios, el proceso de descentralización en Ecuador se basa en una firma de convenios en dos grupos, el primero de ellos en el año 2001 con un total de 36 municipios y el segundo en el año 2002 con la participación de 24 municipios más. De este proceso de descentralización, surgen 2 hitos: (1) Planes de dinamización turística que generalmente están dirigidos a destinos que buscan el desarrollo turístico en sus zonas y (2) los ITUR que son un centro gratuito que operan a través de plataformas múltiples de atención brindando información turística de servicios que se ofrecen al turista, fueron realizados en el año 2002 y fueron cofinanciados por el Ministerio de Turismo. Con este hito de descentralización quedó cubierta el 98% de la planta turística a nivel nacional. (Turkit.Ec, 2021)

Durante la entrevista realizada a la Mg. Cinthy Veintimilla (2023), se explica que con el inicio de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs) surge también la creación de una Unidad de Descentralización en Gestión Local del Ministerio de Turismo bajo la administración de la, aquel entonces, Ministra de Turismo Rocío Vázquez, con la intención de que los técnicos puedan apoyar a los GADs a asumir sus competencias, trabajando en 3 áreas: capacitación, herramientas tecnológicas y legales y asistencia técnicas con la contratación de consultores que acompañen en el proceso de elaboración de planes estratégicos cantonales y provinciales.

Esta unidad de descentralización trabajó en una etapa de capacitación donde se elaboraron seminarios durante aproximadamente 2 años, en los que se desarrollaban temas como planificación y/o marketing turístico con sesiones de hasta dos días que se llevaban a cabo en los hoteles de distintas ciudades. Así también, se realizaron seminarios con expertos internacionales para el desarrollo de temas aún más específicos.

Como fruto de estas capacitaciones, se fortaleció al equipo técnico de turismo a nivel nacional conformado por cada GAD, sin embargo, luego de 2 años de fortalecimiento, el cambio

de alcaldes provoca la rotación de directores pues sus cargos son de libre remoción, es decir, culmina con el período constitucional de su cabeza, en estos casos, los alcaldes. Con las nuevas autoridades, la Unidad de Descentralización de Gestión Local se cierra y la responsabilidad de las capacitaciones se otorga la Gerencia Nacional de Recursos Turísticos, quienes brindaban sus capacitaciones tanto a sector privado como al sector público.

También es necesario conocer que la República del Ecuador se encuentra dividida en 9 zonas de planificación que agrupan a sus 24 provincias en total, cada una de estas zonas posee su dirección zonal. En el presente proyecto se trabajará en conjunto y para la Dirección Zonal 8 que comprende las provincias: Guayas, Santa Elena, Manabí, Galápagos, Santo Domingo de los Tsáchilas y Los Ríos, cuya dirección recae en la Lcda. Fanny Condo Tamayo.

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados son entidades que trabajan en conjunto y bajo la Dirección Zonal para el próspero desarrollo del país. Cada GAD posee entre sus autoridades a un director y/o técnico de turismo, quienes son elegidos estrictamente de manera interna. Adicionalmente, toda actividad turística en el país es regulada por el Ministerio de Turismo que es su órgano rector.

Constitucionalmente, en Ecuador sus autoridades son elegidas cada 4 años, sin embargo, este periodo no siempre se cumple en todas las posiciones asignadas. Así como también este plazo puede extenderse debido a una reelección por parte de los ciudadanos. En estas elecciones periódicas, además de votar por el nuevo binomio presidencial, también se vota por otras asignaciones como prefectos de cada provincia, alcaldes, concejales cantonales y miembros de juntas parroquiales. Siendo la misma constitución, la principal razón de la rotación de directores y técnicos de turismo. Esta rotación repercute en una dificultad para el adecuado desarrollo de las actividades turísticas en el país, pues no siempre las nuevas autoridades elegidas están

capacitadas para completar y continuar con el trabajo de aquel director que ha culminado su período electo. Siendo una razón de esta problemática la falta de una ley de regulación que obligue a los aspirantes a directores a ser profesionales en el área de turismo o tener un mínimo de experiencia en el desarrollo de actividades turísticas.

Es aquí donde surge la inminente necesidad de recurrir a capacitaciones, las cuales no siempre son bien adquiridas por los usuarios debido a que estos se encuentran divididos entre aquellos que tienen conocimiento en la materia y quienes no, sesgando el correcto aprendizaje de capacitaciones especializadas.

Es por ello por lo que a través de la siguiente investigación se busca proponer una herramienta virtual que permita establecer un modelo de capacitación para el uso de todos los directores y/o técnicos de turismo de la Dirección Zonal 8, con la finalidad de que todos sean capaces de recibir capacitaciones especializadas sin atascos por falta de conocimiento de los temas básicos del turismo, siendo capaces también de adquirir los conocimientos necesarios para el adecuado desarrollo de sus funciones.

La herramienta es prototipada en base a la investigación realizada con el público objetivo de la Dirección Zonal 8, sin embargo, su utilidad puede extenderse a otras direcciones zonales u a otros usuarios interesados en conocimientos en el área turística.

Descripción del Problema

La inconstancia en la posición de Director de Turismo de los distintos GADs debido a la rotación de líderes que constitucionalmente se realiza cada 4 años, período que por decisiones y factores políticos no siempre se culmina satisfactoriamente, y la falta de una ley de regulación que obligue al candidato a ser un profesional de la rama turística o mínimamente tener experiencia en el sector turístico repercute en varios resultados desfavorables que afectan el continuo desarrollo del turismo en el país, como lo es la obligación de volver a invertir en capacitaciones para el nuevo equipo para otorgarle a este todas las facultades para continuar y mejorar los proyectos del equipo previo y ocupar el rol que se les ha asignado. Esta inversión continua representa no solo una inversión económica, sino también de recursos, personal y tiempo.

Esta situación no solo se trata de una inversión que se repite para resultados efímeros, sino también en la diferencia en los niveles de preparación de cada director y técnico de turismo. Es decir, mientras existe el director que tiene bases sólidas para recibir una capacitación de temas más especializados en el turismo, también existe aquel director para quien el concepto de la palabra turismo es vago. Por lo que brindar una sola capacitación sin considerar esta variable, disminuiría los impactos de sus resultados sesgándolos de manera que aquellos que están preparados profesionalmente siguen enriqueciendo sus conocimientos, mientras que una parte del equipo se estanca desconociendo los conceptos básicos de la materia.

Según la Lcda. Fanny Condo, directora de la Dirección Zonal 8, actualmente se llevan a cabo capacitaciones tanto de manera presencial, las cuales representan una mejor captación de atención por parte de los directores y técnicos de turismo además de una mayor acogida, como de manera virtual, las cuales se llevan a cabo por medio de plataformas de videoconferencia que

no aseguran la plena atención del usuario, además de presentarse un menor número de técnicos de turismo. Sin embargo, la mayor ventaja de las capacitaciones virtuales es poder remover la ubicación de los invitados como una limitación para su asistencia y participación.

Justificación del problema

El trabajo de investigación del presente proyecto busca igualar los niveles de conocimiento profesional en el área turística de los directores y técnicos de turismo de la Coordinación Zonal 8, comprendida por las provincias Guayas, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos, Bolívar, Galápagos y Manabí mediante una herramienta que instruya y capacite en los temas de conocimiento elemental en materia de turismo.

Esto representa que cada director y técnico de turismo esté a nivel de recibir capacitaciones especializadas posteriormente sin ninguna dificultad de entendimiento, ya que el desarrollo continuo y expandible del turismo que se pretende lograr a nivel nacional no es posible si quienes lideran provincial, municipal y parroquialmente no poseen bases sólidas de competencia turística.

El formato de la herramienta virtual propuesta se presenta en modo de *Maasive Open Online Course*, traducido al español como Curso En Línea Masivo y Abierto (MOOC). Esta modalidad le brinda al usuario mayor libertad y autonomía sobre sus tiempos de estudio.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar una herramienta virtual de uso autónomo dirigida a los directores y técnicos de turismo que imparta las bases teóricas y elementales del turismo de manera interactiva y práctica para ser utilizada previamente al inicio de capacitaciones especializadas.

Objetivos Específicos

1. Identificar el perfil profesional de los directores y técnicos de turismo que ejercen su rol en los distintos GADs a través de encuestas para estimar sus conocimientos en turismo.
2. Seleccionar los conceptos básicos y elementales del turismo a compartir con todos los directores y técnicos de turismo por medio de una herramienta virtual e interactiva para asegurar el entendimiento adecuado de futuras capacitaciones especializadas.
3. Diseñar un prototipo de la herramienta virtual propuesta para la capacitación inicial de directores y técnicos de turismo de la zonal 8.

Marco Teórico

Importancia de capacitar en el ámbito profesional

La importancia de la formación del recurso humano se encuentra ligada a las mejoras en eficiencia que estos experimentan en sus áreas de trabajo, un mayor y mejor conocimiento de calidad les permite desempeñar mejor sus labores, abrir la posibilidad de movilidad dentro de la organización, ocupar áreas de trabajo de mayor responsabilidad y de mejor retribución económica. (Bonilla, Macero, & Mora, 2018)

Las capacitaciones que se ofrecen dentro del ámbito organizacional persiguen la mejora de los resultados de las actividades empresariales, a través del desarrollo y crecimiento de conocimientos en el área profesional del talento humano que llevará a cabo dichas actividades. Es decir, la empresa invierte sus recursos para que el personal de la empresa acreciente sus conocimientos en la materia y esta inversión retorna a la empresa con el progreso e incremento de sus resultados.

La capacitación del talento humano es parte de una cultura organizacional que permite que los empleados tengan las competencias necesarias para desenvolverse eficientemente dentro de las organizaciones, de igual forma ayuda al clima laboral porque permite que el talento humano sienta que es parte importante de la empresa y que esta se preocupa por el desarrollo que tienen dentro de la organización. (Molina, 2017)

Entonces, las capacitaciones no solo benefician a la empresa en el nivel económico al rendir mejores resultados en sus actividades, sino también en el nivel social y armónico dentro de la organización misma. Su talento humano empieza a desarrollar un sentimiento de pertenencia

hacia el entorno laboral que lo rodea y de importancia, pues aprecia los recursos invertidos por parte de la organización para su crecimiento profesional de manera personal.

Educación virtual

La educación posee una adaptabilidad a la realidad que le permite actualizarse a las nuevas necesidades de sus usuarios. Su impartición de manera presencial, con indiscutida preferencia hasta la primera década del siglo 21; y la virtual, que, considerando las mejoras tecnológicas con la irrupción de Internet [...], además de la mayor presión de tiempos que la vida laboral demanda, la congestión de las ciudades, la búsqueda de ahorros económicos en la provisión de servicios ha puesto en valor su importancia y necesidad en poder ser implementada y desarrollada. (Barrientos, Yáñez, & Barrueto, 2022)

La educación virtual se define como el proceso que se asocia a la conexión de manera telemática y en donde la docencia y el estudiantado no comparten un lugar físico para el desarrollo del proceso educativo. (Barrientos, Yáñez, & Barrueto, 2022)

En el estudio titulado Análisis sobre la educación virtual, impactos en el proceso formativo y principales tendencias, realizado recientemente en el año 2022 por varios docentes de la Universidad Andrés Bello en Santiago de Chile, se enlista como ventajas de la educación virtual:

- a. Ahorros de tiempo y dinero
- b. Autonomía
- c. Acceso directo a fuentes de información
- d. Alcance geográfico
- e. Alcance de estudiantes

- f. Desarrollo de ofertas educativas
- g. Flexibilidad de tiempo y lugares de estudio
- h. Posibilidad de estudio y revisión de materiales las 24 horas del día
- i. Uso diverso de recursos de aprendizajes y trabajo colaborativo

En este mismo ensayo, encontramos así también una lista de desventajas que según los autores estas fueron reveladas en la aplicación masiva de la educación virtual facilitada por la Pandemia del COVID-19 (Barrientos, Yáñez, & Barrueto, 2022):

- a. Complejidad del tránsito de modelos educativos presenciales a virtuales
- b. Como tipo de educación no tradicional, junto a la educación a distancia, puede expresarse en función de menor calidad académica (Onrubia, Naranjo y Segué, 2009; Salmerón, Rodríguez y Gutiérrez-Braojos, 2010; Buil et al., 2012), lo cual puede afectar los procesos de aprendizaje por la ausencia académica y la falta de comunicación, que impacta en mayor responsabilidad del estudiante y por ende en la calidad de su proceso educativo. (Barrientos, Yáñez, & Barrueto, 2022)
- c. La brecha de acceso digital en los países del mundo, en particular respecto a las diferencias existentes entre países desarrollados, en vías de desarrollo y subdesarrollados.
- d. Se observa una escasez relativa de sistemas de apoyo y tutoría en la educación virtual que aborden aspectos como la motivación a participar y permanecer en el sistema educativo. (Lozano-Díaz et al., 2020).
- e. Mayores niveles de deserción estudiantil
- f. El costo de seguimiento y mantención de los sistemas

- g. La educación virtual puede facilitar la copia y potencialmente genera menor atención del estudiante hacia el docente, por la posibilidad de que las clases sincrónicas queden grabadas (Araya-Castillo, 2015).
- h. Impactos en la interacción social docente y estudiante en un aula de clases
- i. Impactos en la estructura pedagógica
- j. Mayor necesidad de disciplina y constancia que en clases presenciales
- k. Problemas de concentración
- l. Requerimientos de tecnología y uso de sus herramientas

Barrientos, Yáñez y Barrueto (2022) expresan que, aunque la mayoría de estas desventajas son inherentes al diseño de la educación virtual, hay que desarrollar métodos que no resulten en la expansión de desigualdades para el desarrollo de actividades del estudiantado, sino más bien minimizarlas brindando a todos los usuarios un mismo nivel de oportunidad para el desarrollo de las actividades educativas.

Competencias del GAD según la COOTAD en áreas de turismo

Según el Art. 54 del Código Orgánico de Organización Territorial donde se detalla las funciones del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, en el literal G se establece que debe “Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo”.

Así también, en el Art. 64 se dispone que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural debe cumplir con el literal G que indica: “Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura,

ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados.”

Por otro lado, el Art. 135 estipula que “El turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno.”

Y por último el Art. 144 dicta que “Los gobiernos autónomos descentralizados provinciales podrán hacer uso social y productivo de los recursos culturales de su territorio, a efectos de cumplir su competencia de turismo en el marco del fomento productivo.”

Metodología

El presente proyecto busca diseñar una herramienta virtual que sirva de apoyo e inducción inicial a los directores y técnicos de turismo para las capacitaciones que recibirán previamente con el fin de asegurar el correcto entendimiento de temas turísticos de mayor especialización.

Encuesta

Para llevar a cabo la propuesta planteada se realiza una investigación cuantitativa inicialmente para recaudar datos estadísticos que reflejen la situación actual dentro de la Dirección Zonal 8 y así esclarecer el panorama para proceder a encontrar: conceptos turísticos de interés, conceptos básicos faltantes en los conocimientos previamente adquiridos, porcentaje de profesionales en turismo ocupando los roles de director o técnico de turismo dentro de los GADs, así también conocer cuáles son esas otras profesiones que estudiaron o ejercieron previo a ocupar estos puestos, entre otras variables de interés.

Para recaudar esta información se realizará una encuesta de 9 a 13 preguntas, ya que algunas preguntas son condicionales a sus respuestas, dirigidas a los 133 directores y técnicos de turismo que actualmente desarrollan sus funciones dentro los GADs de la Coordinación Zonal 8, cuyos contactos, tanto correo electrónico como número telefónico, fueron facilitados a través de una base de datos por la Especialista en Desarrollo y Competitividad Turística Melissa Sanahuano Saltos.

Una vez obtenidos los resultados, se realiza su respectivo análisis con el fin de identificar la respuesta a cada variable y como esta información impacta y se refleja en la problemática inicial y la propuesta de solución que se busca plantear a través de la presente investigación.

Listado Cronológico de Capacitaciones Realizadas a los GADs

Por otro lado, se procede a la realización de entrevistas y revisión de los sitios web de los organismos nacionales a cargo de la capacitación de los Directores y/o Técnicos de Turismo en este caso en particular son: Consejo Nacional de Competencias y Ministerio de Turismo, para llevar a cabo un listado en orden cronológico de las capacitaciones de temas turísticos enfocadas a los Gobiernos Autónomos Descentralizados dadas en los últimos años. La finalidad de esta herramienta es esclarecer qué temas se han tratado con anterioridad y cuáles han sido sus resultados e impactos dentro de cada gobierno descentralizado, con el fin de no recaer en las mismas propuestas de acción ya realizadas previamente.

Dentro de la revisión de la bibliografía, es decir de los sitios web, se analizan los informes de Rendición de Cuentas desde el año 2016 ya que en la entrevista realizada a la Técnica de Capacitación Especializada en Descentralización Miriam Herrera (2023) quien ejerce sus funciones en el Consejo Nacional de Competencias (CNC) menciona que: “En el año 2016 se creó la Regulación de las facultades y atribuciones a los GADs municipales, provinciales y parroquiales sobre las actividades turísticas, desde este año se llevan a cabo las capacitaciones en el área turística.” Información que se respalda en el informe de Rendición de cuentas del año 2016 realizado y publicado por el CNC: “Con el propósito fundamental de garantizar los derechos de los ciudadanos al acceso a productos y servicios de calidad relacionados con esta función, el Consejo Nacional de Competencias reguló las facultades y atribuciones de los gobiernos autónomos descentralizados municipales, metropolitanos, provinciales y parroquiales rurales, respecto al desarrollo de actividades turísticas mediante Resolución No. 0001-CNC-2016 de 11 de marzo de 2016 y publicada en el Registro Oficial No. 718 de 23 de marzo de 2016.” (Dirección de Fortalecimiento Institucional GAD - CNC, 2016)

Es por ello por lo que en cada informe anual de Rendición de Cuentas del CNC se publican las capacitaciones de índole turístico realizadas hacia los GADs entre otros temas de interés.

Prototipo Parte I: Desarrollo de temario y contenido del MOOC

Posterior a obtener los resultados de las herramientas explicadas anteriormente y con base a la información adquirida, se realiza un temario con los temas elementales para el desarrollo adecuado de sus funciones como directores y/o técnicos de turismo (información obtenida de la encuesta realizada, realizando el descarte de temas con menos índice de interés y/o complejidad para la muestra) y se ordenará en orden del más básico al más especializado, siendo a su vez clasificados en diferentes módulos de aprendizaje, buscando presentar la información en la capacitación de manera clara y secuencial. Una vez elaborado el primer temario, se realiza una reunión con el cliente, la Lcda. Fanny Condo en representación de la Dirección Zonal 8 para su respectiva retroalimentación y aprobación.

Posteriormente, se desarrolla el contenido de los temas bajo la tutela y guianza de Cinthy Veintimilla y Raizza Maquizaca quienes desarrollan actividades de docencia e investigación en ESPOL y con su experiencia en temas de educación y docencia se logra la retroalimentación adecuada para llegar de manera precisa al usuario.

El desarrollo del contenido del MOOC demanda una revisión de la bibliografía e investigación exhaustiva de temas académicos, para los que se hará uso a medida de posible de contenidos adquiridos a lo largo de los años de estudio de la carrera, así como información brindada por el Ministerio de Turismo por medio de la Lcda. Fanny Condo y la Lcda. Melissa Sanahuano, así como también material de apoyo brindado por el CNC por medio de la Lcda. Miriam Herrera, con la finalidad de encontrar los conceptos y los autores que mejor plasmen la

información turística en sus teorías para compartirlas con los usuarios, en este caso, los directores y/o técnicos de turismo y que estos puedan absorber toda la materia de manera adecuada y entendible.

Prototipo Parte II: Diseño y elaboración del MOOC

Para el prototipo se utiliza la plataforma *Canvas LMS*, una plataforma de aprendizaje digital que permite compartir archivos de lectura, presentaciones y enlaces entre sus usuarios, abriendo espacios de estudio organizados para cada materia y un medio de comunicación entre el docente y los estudiantes, a su vez, también permite realizar evaluaciones dentro de la misma plataforma y que estas seas calificadas, entre otras características permite al docente enviar tareas y actividades y que los estudiantes puedan subir archivos para presentar la realización de sus tareas, las que según el criterio del docente podrá ser calificada. Esta plataforma es la que actualmente es utilizada por ESPOL como complemento para la impartición de sus cursos y materias.

Para poder llevar a cabo la creación de este MOOC en un aula virtual real, como los es Canvas LMS, se realizan entrevistas de coordinación y acompañamiento al Ingeniero Jorge Navarrete (2024) funcionario de ESPOL con el fin de conocer y hacer un correcto uso de la plataforma. Al ser *alumni* ESPOL, se obtiene un acceso como estudiante, sin embargo, en esta ocasión se solicita el acceso como docente para tener permitido cargar y modificar la información del MOOC y crear las evaluaciones del caso.

Una vez con toda la información del contenido del MOOC desarrollada, se procede a publicar este primer borrador del MOOC en el aula virtual para que su apreciación sea lo más real posible, así este pueda ser visualizado por las docentes competentes de la materia integradora y recibir la retroalimentación respectiva.

Para brindar dinamismo al MOOC, este se desarrolla con imágenes, vídeos y actividades de evaluación para los usuarios. Además de elementos visuales colaborativos como íconos, ilustraciones y una paleta de colores definida que brinda armonía y uniformidad.

Finalmente se realiza un vídeo de presentación donde se visualizará el MOOC en su totalidad, con el desarrollo de cada unidad y su funcionalidad, para que este sea visualizado por los docentes pertinentes a la materia integradora, el cliente en este caso la directora zonal 8 Fanny Condo y los interesados al proyecto.

Capítulo 2

Análisis y Presentación de Resultados

La encuesta posee 9 preguntas inicialmente, 3 de ellas son condicionales, es decir que, dependiendo de la selección de respuestas, se despliegan nuevas interrogantes, llegando así a la posibilidad de realizar un cuestionario de hasta 13 preguntas. Para el envío masivo de este cuestionario a 133 destinatarios en total se utilizó la base de datos proporcionada por la Especialista en Desarrollo y Competitividad Turística Melissa Sanahuano, ya que, al ejercer sus funciones administrativas del Ministerio de Turismo, posee esta base de datos con los contactos tanto de números telefónicos como correos electrónicos de los representantes de turismo de cada GAD de la Coordinación Zonal 8.

El primer contacto con los directores y/o técnicos de turismo lo brinda la Lcda Melissa Sanahuano por medio del grupo de WhatsApp que manejan internamente, donde alertó acerca del envío de un correo de solicitud de encuesta por parte del estudiante quien realiza el proyecto para así aumentar el número de respuestas por parte de los destinatarios. Posteriormente se realiza el primer envío de la encuesta vía correo electrónico donde se solicita al posible futuro usuario del producto de esta investigación su colaboración con la realización la encuesta.

Sin embargo, el número de respuestas recibidas fue poco tolerable para brindarle mayor peso a una investigación, por lo que 3 días después se realiza un segundo acercamiento por la misma vía de comunicación a modo de recordatorio de la solicitud realizada previamente.

Como segundo medio de comunicación, entre los dos días siguientes fue realizado el envío de la solicitud de responder esta encuesta por la mensajería instantánea WhatsApp,

intentando tener un contacto más cercano con el usuario. Esta acción fue repetida en dos ocasiones, pues el índice de respuesta se seguía considerando bajo.

Finalmente se logró obtener únicamente 42 respuestas en total para la encuesta, lo que se traduce a un 31,58% como índice de respuesta, de donde se obtienen los siguientes resultados:

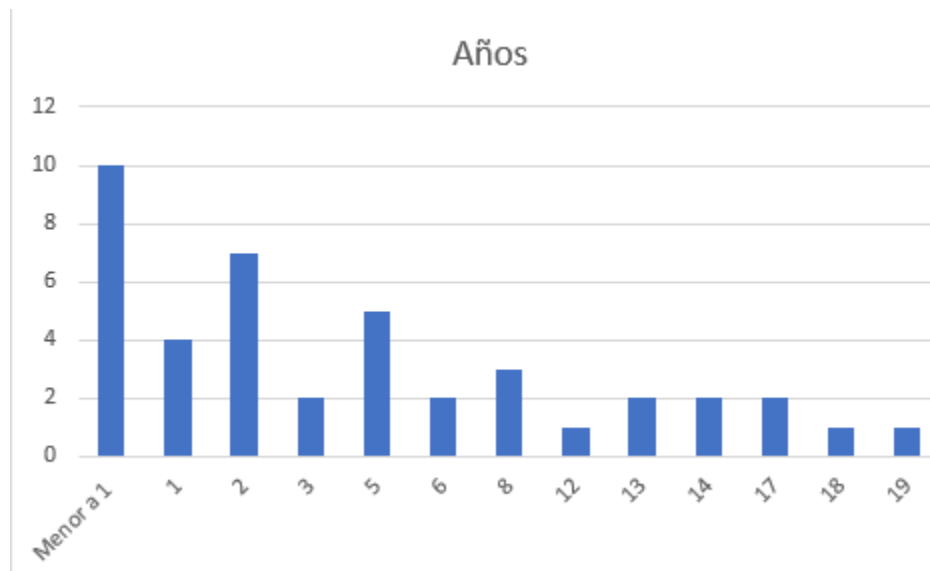
Resultados de Encuesta

Las preguntas 1 y 2 corresponden a nombre y número de cédula del respondiente.

Pregunta 3:

¿Cuántos años lleva ejerciendo su rol actual como Director y/o Técnico de Turismo?

Respuestas:

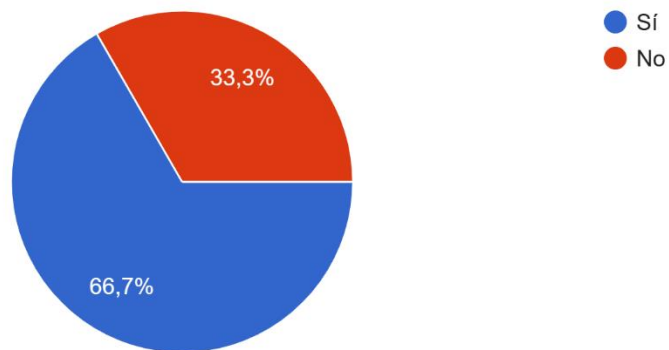


En este diagrama se puede observar que 10 de los 42 directores y/o técnicos de turismo apenas tienen un tiempo inferior a 1 año ejerciendo su actual rol. Mientras que por otro lado, 9 de ellos tiene entre 12 y 19 años ejerciendo su cargo. Existe una gran diferencia entre la experiencia profesional que pueda poseer un ejecutivo que ha estado en el cargo por un periodo inferior a un año y uno que está por culminar su segunda década consecutiva, por ende, también en los conocimientos adquiridos durante la realización de sus actividades profesionales.

Pregunta 4:

¿Es usted un profesional con título en el área de Turismo?

Respuestas:



De las 42 respuestas obtenidas, el 66,7% (28 respondientes) de los encuestados indica ser un profesional con título en el área de turismo, mientras que el 33,3% (14 respondientes) confiesa no serlo.

Pregunta 4.5:

Indique cuál es su profesión según sus estudios realizados

Respuestas:

Dentro de este 33,3% de directores y/o técnicos de turismo que han respondido la encuesta, se encuentran profesionales en las siguientes ramas:

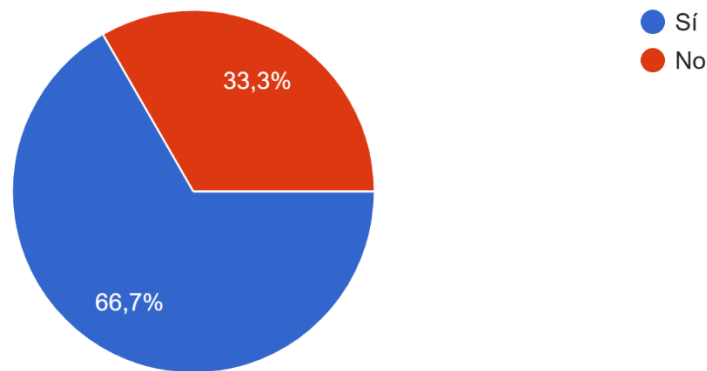
- Artesanos
- Ciencias de la Educación
- Tecnología en Medicina
- Contador Público Autorizado (CPA)

- Marketing
- Artes Aplicadas en Educación Técnica
- Ingeniería en Sistemas
- Comunicación Social

Algunas de estas profesiones se pueden considerar complementarias al turismo, como lo son la artesanía y el marketing, mientras que otras son completamente ajenas al área en el que se desarrollan las funciones de un director y/o técnico de turismo de un gobierno descentralizado, como por ejemplo ingeniería en sistemas o tecnología en Medicina.

Pregunta 5:

Previo a ejercer como director y/o Técnico de turismo, ¿contaba usted con experiencia en el ámbito turístico?

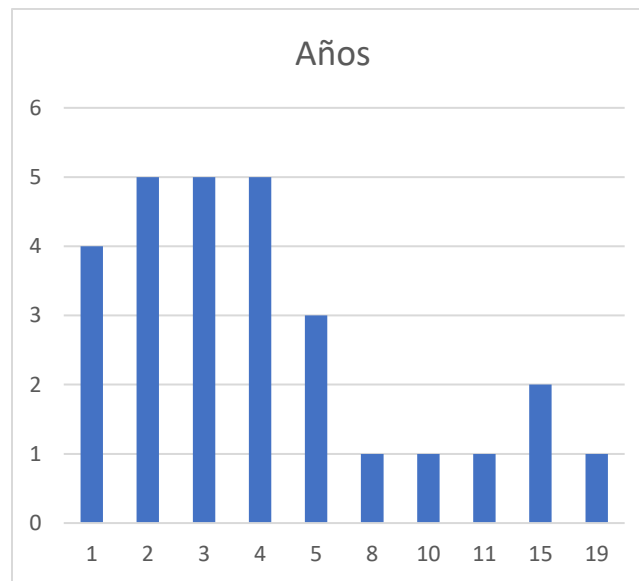


Dentro de las 42 respuestas obtenidas, se refleja que el 66,7% (28 respondientes) contaban con experiencia en ramas del turismo previo a ocupar sus actuales roles. Mientras que un 33,3% (14 respondientes) confiesa que no se dedicaban a este tipo de actividades en su vida profesional anteriormente.

La falta de experiencia y falta de una profesión en turismo dificulta y afecta negativamente al adecuado desarrollo de sus funciones, son estos usuarios en los que hay que enfocar todos los recursos para que reciban un nivel más alto de capacitación, que empiece desde lo más básico.

Pregunta 5.1:

Indique cuántos años de experiencia en el ámbito turístico contaba previo a ser director y/o técnico de turismo



Dentro del 66,7% (28 respondientes) de directores y/o técnicos de turismo que respondieron la encuesta, 4 de ellos indican haber tenido apenas un año de experiencia en el ámbito turístico previo a la obtención de su rol actual, mientras que solo 1 de ellos tenía una experiencia de 19 años en el sector.

Pregunta 5.2:

¿En qué empresas y/o instituciones desarrolló esta experiencia en el sector turístico?

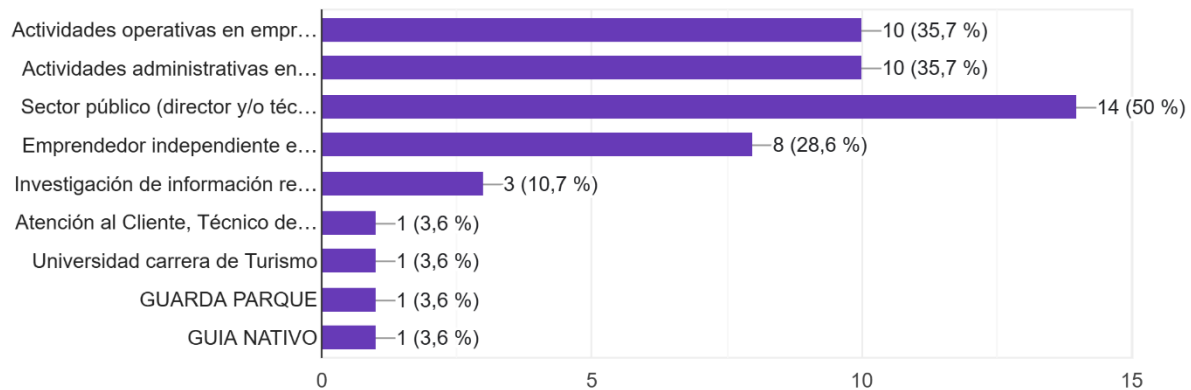
Respuestas:

Dentro de las respuestas obtenidas se presentan con mayoría:

- Docente de la carrera de Turismo en distintas universidades (PUCE, ESPAM, ULEAM)
- Hoteles
- Museos
- Propietarios de restaurantes
- Agencias y Operadoras de viajes
- Parques (Parque Histórico de Guayaquil y Parque Nacional Cotopaxi)
- Guía nativo
- Otras funciones dentro de los mismos GADs
- Actividades operativas y administrativas dentro de MINTUR.

Pregunta 5.3:

¿Qué actividades relacionadas al turismo realizaba?



Respuestas:

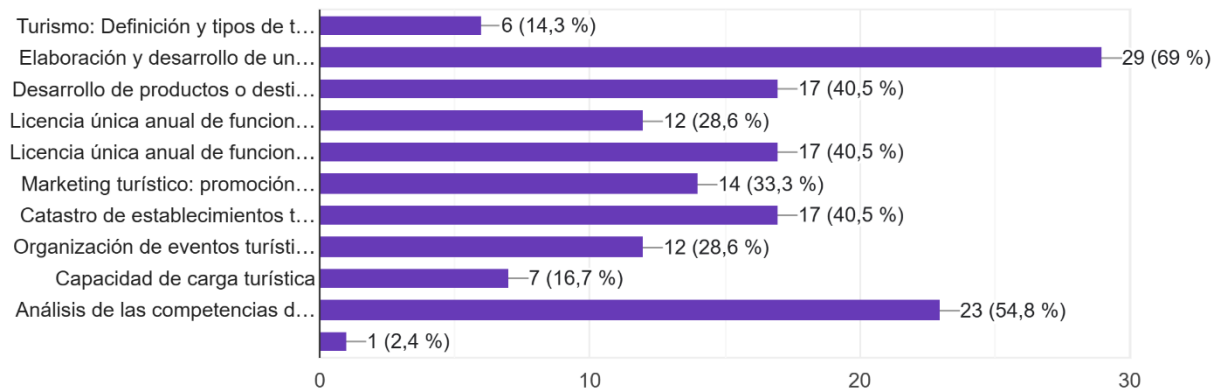
Para mayor claridad del gráfico, las opciones presentadas son:

- Actividades operativas en empresas turísticas (repcionista, mesero, salonero, agente de viajes, manejo de redes sociales, etc.) con el 35,7% de respuestas.
- Actividades administrativas en empresas turísticas (alojamiento, restauración, transportación, intermediación, etc.) con el 35,7% de respuestas.
- Sector público (director y/o técnico en unidades de turismo, ministro de turismo, etc.) con el 50% de respuestas.
- Emprendedor independiente en el sector turístico (restaurantes, agencias de viajes, alojamiento, transporte, etc.) con el 28,6% de respuestas.
- Investigación de información relacionada al turismo (editor y/o escritor en revistas turísticas, *blogger* y/o promotor de destinos turísticos en redes sociales) con el 10,7% de respuestas.
- La opción “Otras” posee un 14,4% de respuestas obtenidas, donde se destaca la atención al cliente, actividades de guardaparque y guía nativo, asistencia de jefatura de turismo y docencia en universidades dentro de la carrera de turismo.

Pregunta 6:

¿Qué tema de índole turístico necesitó reforzar con mayor ímpetu al inicio de su rol como director y/o técnico de turismo?

Respuestas:



Para mayor claridad del gráfico, se presentan las opciones de respuesta con su porcentaje de selección obtenido de las 42 respuestas totales:

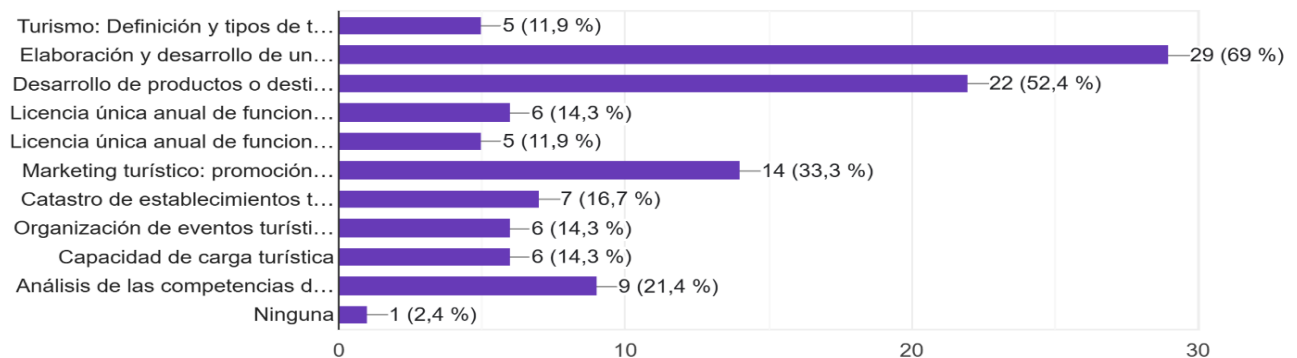
- Turismo: Definición y tipos de turismo, actividades turísticas, conceptos de servicio, producto, establecimiento, sitio, atractivo y destino turístico. (14,3% de selección)
- Elaboración y desarrollo de un plan de turismo. (69% de selección)
- Desarrollo de productos o destinos turísticos. (40,5% de selección)
- Licencia única anual de funcionamiento: definición y otorgación. (28,6% de selección)
- Licencia única anual de funcionamiento: control y regulación según la normativa turística. (40,5% de selección)
- Marketing turístico: promoción de destinos turísticos. (33,3% de selección)
- Catastro de establecimientos turísticos e Inventario de atractivos turísticos (40,5% de selección)
- Organización de eventos turísticos (28,6% de selección)
- Capacidad de carga turística (16,7% de selección)

- Análisis de las competencias de cada GAD según su nivel territorial. (54,8% de selección)

Pregunta 7:

¿Qué tema de índole turístico requiere de mayor esfuerzo para usted actualmente?

Respuestas:



Para mayor claridad del gráfico, se presentan las opciones de respuesta con su porcentaje de selección obtenido de las 42 respuestas totales:

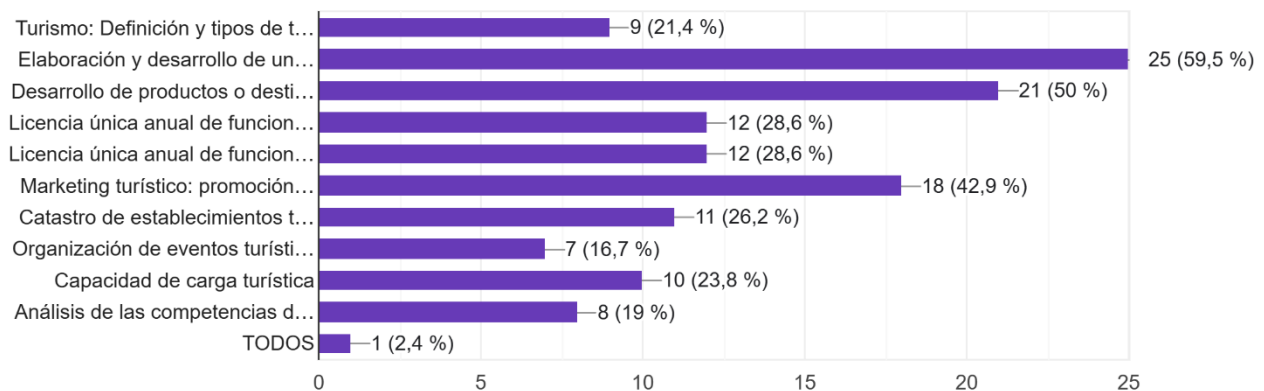
- Turismo: Definición y tipos de turismo, actividades turísticas, conceptos de servicio, producto, establecimiento, sitio, atractivo y destino turístico. (11,9% de selección)
- Elaboración y desarrollo de un plan de turismo. (69% de selección)
- Desarrollo de productos o destinos turísticos. (52,4% de selección)
- Licencia única anual de funcionamiento: definición y otorgación. (14,3% de selección)
- Licencia única anual de funcionamiento: control y regulación según la normativa turística. (11,9% de selección)

- Marketing turístico: promoción de destinos turísticos. (33,3% de selección)
- Catastro de establecimientos turísticos e Inventario de atractivos turísticos (16,7% de selección)
- Organización de eventos turísticos (14,3% de selección)
- Capacidad de carga turística (14,3 % de selección)
- Análisis de las competencias de cada GAD según su nivel territorial. (21,4% de selección)
- En la respuesta “Otras”, un 2,4% agregó como respuesta: “Ninguna”.

Pregunta 8:

¿Qué tema turístico es de su interés actualmente?

Respuestas:



Para mayor claridad del gráfico, se presentan las opciones de respuesta con su porcentaje de selección obtenido de las 42 respuestas totales:

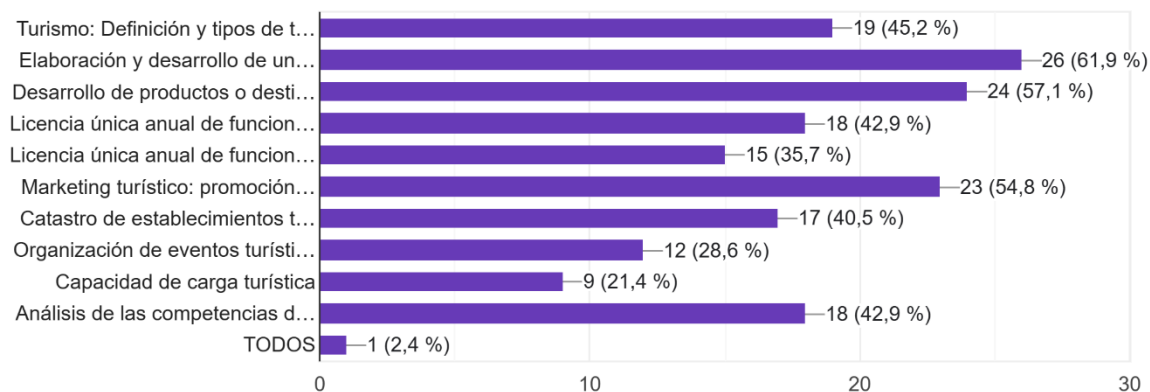
- Turismo: Definición y tipos de turismo, actividades turísticas, conceptos de servicio, producto, establecimiento, sitio, atractivo y destino turístico. (21,4% de selección)

- Elaboración y desarrollo de un plan de turismo. (59,5% de selección)
- Desarrollo de productos o destinos turísticos. (50% de selección)
- Licencia única anual de funcionamiento: definición y otorgación. (28,6% de selección)
- Licencia única anual de funcionamiento: control y regulación según la normativa turística. (28,6% de selección)
- Marketing turístico: promoción de destinos turísticos. (42,9% de selección)
- Catastro de establecimientos turísticos e Inventario de atractivos turísticos (26,2% de selección)
- Organización de eventos turísticos (16,7% de selección)
- Capacidad de carga turística (23,8% de selección)
- Análisis de las competencias de cada GAD según su nivel territorial. (19% de selección)
- En la respuesta “Otras”, un 2,4% agregó como respuesta: “Todas”.

Pregunta 9:

¿Qué tema turístico aconsejaría usted a los próximos directores y/o técnicos de turismo en aprender inicialmente?

Respuestas:



Para mayor claridad del gráfico, se presentan las opciones de respuesta con su porcentaje de selección obtenido de las 42 respuestas totales:

- Turismo: Definición y tipos de turismo, actividades turísticas, conceptos de servicio, producto, establecimiento, sitio, atractivo y destino turístico. (45,2% de selección)
- Elaboración y desarrollo de un plan de turismo. (61,9% de selección)
- Desarrollo de productos o destinos turísticos. (57,1% de selección)
- Licencia única anual de funcionamiento: definición y otorgación. (42,9% de selección)
- Licencia única anual de funcionamiento: control y regulación según la normativa turística. (35,7% de selección)
- Marketing turístico: promoción de destinos turísticos. (54,8% de selección)
- Catastro de establecimientos turísticos e Inventario de atractivos turísticos (40,5% de selección)
- Organización de eventos turísticos (28,6% de selección)
- Capacidad de carga turística (21,4% de selección)

- Análisis de las competencias de cada GAD según su nivel territorial. (42,9% de selección)
- En la respuesta “Otras”, un 2,4% agregó como respuesta: “Todas”.

Resultados de Listado Cronológico

Para llevar a cabo este listado, el primer paso fue la realización de una entrevista a la Técnica en Capacitación Especializada en Descentralización Miriam Herrera, quien ejerce este cargo en el Consejo Nacional de Competencias (CNC).

Durante esta entrevista se obtuvieron los siguientes resultados importantes, que facilitaron la búsqueda de información para el contenido del MOOC:

1. El CNC es la entidad rectora de la descentralización. En Quito se encuentra una dirección de planificación territorial que maneja la descentralización y son encargados de llevar a cabo capacitaciones para las diferentes competencias, entre ellas, el turismo.
2. El CNC como rector de la descentralización genera una mesa técnica de turismo, donde participan MINTUR como rector del sector turístico, AME (Asociación de Municipalidades del Ecuador), CONGOPE (Consortio de Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador), CONAGOPARE (Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales del Ecuador). Las 5 instituciones trabajan desde 2016 en actividades de fortalecimiento, es decir, capacitación y/o asistencia técnica.
3. Las 5 instituciones crean un Plan de Fortalecimiento Institucional (PFI) donde se plantean metas, objetivos y programas. Lanzado oficialmente en el año 2018, aunque su trabajo viene realizándose desde el 2016.

4. En el 2016 se realizó una capacitación para conocer la regulación de la nueva resolución 001 del CNC y las atribuciones que le corresponden a cada GAD según su nivel territorial y las atribuciones que son inter-niveles para su trabajo en conjunto.
5. Herrera (2023) reconoció también las principales debilidades de las capacitaciones: mencionando como primer lugar la rotación del personal de trabajo, posteriormente los pocos profesionales en el área de turismo. Y, según la experiencia de los mismos funcionarios, existe un criterio de que la autoridad no le da la importancia suficiente y necesaria al turismo en el país.
6. Desde el año 2020 se realizan las mesas de trabajo virtuales por pandemia y desde ahí se realiza desde esta manera por temas de presupuesto. Sin embargo, Herrera (2023) admite que de manera presencial los resultados de las capacitaciones son más efectivos porque existe un mayor compromiso por parte de los presentes. Mientras que de manera virtual se obtiene una mayor acogida, pues son aún más los invitados que se hacen presentes a las capacitaciones.
7. El proceso de descentralización es un tema de capacitación anual, otros temas de mayor enfoque son los levantamientos de atractivos turísticos, inventarios y catastros, uso adecuado del sistema SITUR, promoción turística, señalética turística, organización de eventos, marketing digital, capacitación de servidores, bienestar turístico, entre otras temáticas.
8. El CNC trabaja en una hoja de ruta anual para organizar las capacitaciones de manera mensual por medio de videoconferencia y siempre para los 3 niveles de GAD.
9. Uno de los resultados de las constantes capacitaciones, indica Herrera (2023) es la creciente existencia de una mayor reacción por parte de los técnicos por solicitar apoyo a

las autoridades, así como existe una mayor atención por la actualización de sus conocimientos y solicitan sus capacitaciones. Es decir, como resultado positivo de las capacitaciones se menciona el incremento del interés en la participación de la actividad y el desarrollo turístico.

10. Por último, Herrera (2023) resalta que el MINTUR es muy comprometido al trabajar en territorio y entrega de herramientas. Por ende, existe una coordinación en territorio mucho más efectiva.

Revisión de Informes de Rendición de Cuentas del CNC

Año 2016

Competencia	Evento	Temática	Asistencia
Regular las facultades y atribuciones de los GAD municipales, metropolitanos, provinciales y parroquiales rurales, respecto al desarrollo de las actividades turísticas, en su circunscripción territorial.	Taller para la formulación del Plan de Fortalecimiento Institucional para regular las actividades turísticas a GAD Provinciales, Municipales, Metropolitanos y Parroquiales rurales	Presentación de la guía metodológica para elaborar el PFI. Revisión del proceso de preparación Diagnóstico, Análisis de Información, mapa de actores y FODA. Cronograma para la formulación del PFI.	Nro. Talleres: 2 Nro. Técnicos instituciones: AME, Congope, Conagopare, CNC, Mintur. Total asistentes a nivel nacional: 25 Lugar: Quito. Participaron 5 instituciones. No. Asistentes: 17 Lugar: Quito. Participaron 5 instituciones. No. Asistentes: 8
	Jornada de socialización de la Regulación de las actividades turísticas a GAD dirigido a entidades desconcentradas.	1. Regulación de las facultades y atribuciones de los GAD provinciales, municipales, metropolitanos y parroquiales rurales respecto al desarrollo de actividades turísticas, en su circunscripción territorial (Resolución 0001-CNC-2016).	Nro. Talleres: 1 Lugar. Quito GAD Provinciales: 4 GAD Municipales: 1 GAD Parroquiales rurales: 1 Mintur Zonales: 7 AME Regionales: 4 Instituciones Centrales: Mintur, Senplades, CNC, Congope, AME, Conagopare: 6- Total asistentes: 45

		2. Criterios básicos para la gestión de las actividades turísticas en su circunscripción territorial (productos y servicios de la función).	
Talleres de socialización de la normativa del Ministerio de Turismo que permitirá el ejercicio descentralizado de las facultades y atribuciones de los gobiernos autónomos descentralizados, respecto al desarrollo de actividades turísticas, en su circunscripción territorial.	1. Regulación de las facultades y atribuciones de los GAD provinciales, municipales, metropolitanos y parroquiales rurales respecto al desarrollo de actividades turísticas, en su circunscripción territorial (Resolución 0001-CNC-2016). 2. Revisión de metodología para la actualización de destinos y atractivos turísticos. 3. Revisión de la normativa: Regulación y control. - Regulación - Control - Licenciamiento (SIIT y SIETE) - Actualización de Catastro (SIETE) - Seguridad Turística - Denuncias 4. Revisión de normativa y principales lineamientos para: 5. Revisión de metodología para la definición de tarifas máximas de la LUAF	Nro. Talleres: 8 Nro. GAD participantes: 155 Total asistentes a nivel nacional: 398 1. Lugar: Ibarra. Participaron 2 GADP, 13 GADM: Carchi, Esmeraldas, Bolívar, Montufar, Tulcán, Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro, Urcuquí, Atacames, Muisne, Quinindé. Nro. de asistentes: 39 2. Lugar: Loja. Participaron 3 GADP, 19 GADM: Atahualpa, Balsas, Chilla, Piñas, Santa Rosa, Zaruma, Celica, Catamayo, Espíndola, Loja, Olmedo, Paltas, Quilanga, Saraguro, Chinchipe, Paquisha, Yantzaza, Zamora. Nro. de asistentes: 61 3. Lugar: Riobamba. Participaron 5 GADM: Cevallos, Mocha, Píllaro, Riobamba. Nro. de asistentes: 42 4. Lugar: El Coca. Participaron 2 GADP, 14 GADM, 4 GADPr: Orellana, Pastaza. Aguarico, Cascales, Cuyabeno, Gonzalo	

			<p>Pizarro, Lago Agrio, Putumayo, Shushufindi, Sucumbíos.</p> <p>Francisco de Orellana, La Joya De Los Sachas, Arajuno, Mera, Santa Clara.</p> <p>Madre Tierra, Pomona, Canelos, Pañacocha.</p> <p>Nro. de asistentes: 52</p> <p>5. Lugar: Cuenca.</p> <p>Participaron</p> <p>2 GADP, 21 GADM, 6 GADPr:</p> <p>Morona Santiago, Cañar Azogues, Cañar, Déleg, El Tambo, La Troncal, Camilo Ponce Enríquez, Chordeleg, Cuenca, Girón, Guachapala, Gualaceo, Nabón, Oña, Paute, Santa Isabel, Sevilla de Oro, Sigsig, Gualaquiza, Limón Indanza, Morona, Sucúa, Taisha.</p> <p>Nro. de asistentes: 52</p> <p>6. Lugar: Guayaquil.</p> <p>Participaron 2 GADP, Galápagos, 29 GADM, 3 GADPr:</p> <p>Santa Elena, Los Ríos, Galápagos.</p> <p>La Libertad, Salinas, Alfredo Baquerizo Moreno, Balao, Balzar, Bucay, Colimes, Daule, Durán, El Empalme, Isidro Ayora, Lomas de Sargentillo, Milagro, Nobol, Palestina, Pedro Carbo, Salitre, Samborondón, Simón Bolívar, Baba, Babahoyo, Buena</p>
--	--	--	---

			<p>Fe, Mocache, Quevedo, Urdaneta, Vinces, Santa Cruz.</p> <p>Junquillal, Pimocha, San José de Ancón.</p> <p>Nro. de asistentes: 75</p> <p>7. Lugar: Portoviejo.</p> <p>Participaron 16 GADM, 1 GADPr:</p> <p>Chone, Flavio Alfaro, Jama, Jipijapa, Manta, Montecristi, Paján, Pichincha, Portoviejo, Puerto López, Rocafuerte, Santa Ana, Sucre, Tosagua, La Concordia, Santo Domingo.</p> <p>Santa María del Toachi.</p> <p>Nro. de asistentes: 44</p> <p>8. Lugar: Quito.</p> <p>Participaron 2 GADP, 9 GADM, 2 GADPr:</p> <p>Pichincha, Cotopaxi. Mejía, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Quito DM, Rumiñahui, San Miguel de los Bancos, Sigchos, Archidona, El Chaco.</p> <p>Cotundo, San José de Poaló.</p> <p>No. de asistentes: 33</p>
--	--	--	--

Fuente y elaboración: Dirección de Fortalecimiento Institucional GAD – CNC

Año 2017

Talleres de Capacitación de Fortalecimiento Específico

Competencia	Evento	Temática	Asistencia
Función: Regular las facultades y atribuciones de los gobiernos autónomos descentralizados,	7 reuniones de trabajo (Mesa técnica de Turismo: Mintur, AME, Congope, Conagopare)	Plan de Fortalecimiento Institucional: - Revisión de los borradores del documento	Lugar Quito No. Asistentes: 1ra. Reunión: 7 directivos y técnicos interinstitucionales 2da. Reunión: 8

provinciales, municipales, metropolitanos y parroquiales rurales, respecto al desarrollo de actividades turísticas, en su circunscripción territorial”		<ul style="list-style-type: none"> - Revisión del documento final - Propuesta de la hoja de ruta de implementación 	directivos y técnicos interinstitucionales 3ra. Reunión: 4 directivos y técnicos interinstitucionales 4ta. Reunión: 9 directivos y técnicos interinstitucionales 5ta. Reunión: 10 directivos y técnicos interinstitucionales 6ta. Reunión: 9 directivos y técnicos interinstitucionales 7ma. Reunión: 10 directivos y técnicos interinstitucionales
	Reunión de coordinación interinstitucional	Mesa técnica Territorial del Régimen Especial de Galápagos. <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la encuesta de la Dirección de Monitoreo y Evaluación. - Estado de la competencia: Avances y Desafíos - Compromisos 	Lugar Quito No. Asistentes: 11 directivos y técnicos (Mintur-CNC-Parque Nacional Galápagos)

Fuente y elaboración: Dirección de Fortalecimiento Institucional a GAD – CNC

Eventos de Asistencia Técnica de Fortalecimiento Específico

Competencia	Evento	Temática	Asistencia
Servicio de prevención, protección, socorro y extinción de incendios; Explotación de áridos y pétreos; Agua potable y saneamiento; Tránsito, transporte terrestre y seguridad vial; Patrimonio arquitectónico y cultural; Residuos sólidos; y función de Turismo.	Taller de Fortalecimiento Institucional al GADM Muisne	- Evolución histórica de la descentralización en Ecuador - Marco jurídico y Política pública de la descentralización - Sistema Nacional de Competencias y Consejo Nacional de Competencias - Proceso de transferencia de competencias - Niveles de organización territorial - Competencias por el nivel de gobierno municipal - Facultades para el ejercicio de competencias - Recursos financieros de los GAD - Modelos de gestión parte I - Modelos de gestión parte II - Democracia y sus principios - Presentación de los ejes del Programa de Fortalecimiento Institucional para la Reconstrucción de la Capacidad Operativa Básica de los GAD - Revisión del diagnóstico de	Lugar: Quito No. Talleres: 1 No. Asistentes: 21 Directivos, técnicos del GAD Muisne.

		seis competencias y una función, ejercidas por el GADM Muisne: Servicio de prevención, protección, socorro y extinción de incendios; Explotación de áridos y pétreos; Agua potable y saneamiento; Tránsito, transporte terrestre y seguridad vial; Patrimonio arquitectónico y cultural; Residuos sólidos; y función de Turismo. - Definición de potenciales soluciones a los problemas detectados - Elaboración de un cuadro de mando por cada una de las siete competencias - Compromisos	
--	--	---	--

Fuente y elaboración: Dirección de Fortalecimiento Institucional a GAD – CNC

Plan de Fortalecimiento Institucional en Función Turismo

El 21 de abril de 2016 se conformó la mesa técnica de turismo integrada por funcionarios del Ministerio de Turismo, la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, el Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador, el Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales del Ecuador y el Consejo Nacional de Competencias.

Durante el año 2017 se concretó la formulación del PFI en varios talleres y reuniones de trabajo bajo la coordinación del Ministerio rector y el Consejo Nacional de Competencias. Se realizó el respectivo proceso de revisión y validación del documento con todas las instituciones participantes. (Rendición de Cuentas CNC, 2017)

Año 2018

Talleres de Capacitación de Fortalecimiento Específico

Competencia	Evento	Temática	Asistencia
Función: Regular las facultades y atribuciones de los gobiernos autónomos descentralizados, provinciales, municipales, metropolitanos y parroquiales rurales, respecto al desarrollo de actividades turísticas, en su circunscripción territorial”	Programa Integral de Descentralización Turística	- Proceso de construcción del PFI - Instrumentos normativos y técnicos que guiarán el desarrollo de las actividades turísticas en territorio	Lugar: Sto. Domingo No. Asistentes: 99
	Taller de Transferencia Metodológica de Documentos Normativos y Técnicos Descentralización en funciones turísticas	- Presentación del Plan de Fortalecimiento - Capacitación Turística - Promoción Turística - LUAF y acuerdo - Sistema SIIT - Sistema SIETE	Lugar: Quito No. Asistentes: 32 Lugar: Guayaquil No. Asistentes: 78 Lugar: Loja No. Asistentes: 60 Lugar: Cuenca No. Asistentes: 59 Lugar: Guaranda No. Asistentes: 12 Lugar: Portoviejo No. Asistentes: 23 Lugar: Tulcán No. Asistentes: 50 Lugar: Esmeraldas No. Asistentes: 41 Lugar: Orellana No. Asistentes: 42 Lugar: Ambato No. Asistentes: 44

Fuente y elaboración: Dirección de Fortalecimiento Institucional a GAD – CNC

Año 2019

Capacitación de Fortalecimiento Específico

Competencias	Evento	Temática	Asistencia
Función: Regular las facultades y atribuciones de los gobiernos autónomos descentralizados, provinciales, municipales, metropolitanos y parroquiales rurales, respecto al desarrollo de actividades turísticas, en su circunscripción territorial.	Taller Interno Descentralización Turística	-Descentralización y proceso de fortalecimiento institucional -Negociación e integración con los GAD. -Estrategias de cooperación internacional para el desarrollo local. -Buenas prácticas de articulación territorial en el proceso de descentralización de competencias. -Gestión y Desarrollo Turístico. -Promoción turística territorial.	No. De participantes: 43 funcionarios de MINTUR.

Fuente y elaboración: Dirección de Fortalecimiento Institucional a GAD – CNC

Talleres de Inducción a Nuevas Autoridades de Mancomunidades y Consorcios

Mancomunidades cuyas autoridades realizaron inducción	Provincia/Cantón de visita	No. Beneficiarios/Funcionarios	Objetivo del mancomunamiento
Mancomunidad Turística Ruta del Agua	Cantón Quijos	3 autoridades: alcaldes electos de Gonzalo Pizarro y Quijos; y el señor vicecalde del cantón Lago Agrio.	Turismo
Mancomunidad del Pueblo Cañari Consorcio el Rocío	Cantón Cañar	Aprox. 70 personas entre autoridades y personal técnico.	Manejo de desechos sólidos. Turismo. Planificar, construir y mantener el sistema vial.

Fuente y elaboración: Dirección de Fortalecimiento Institucional a GAD – CNC

Año 2020

Capacitación de Fortalecimiento General

Área	Evento	Temática	Asistencia
Descentralización y Planificación	Taller Modelos y modalidades de gestión	-Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa. -Descentralización y Sistema Nacional de Competencias. -Índice de capacidad operativa -Modelo de Gestión de la Competencia Fomento Productivo Modelo de Gestión de la Competencia de Gestión Ambiental Modelo de Gestión de la función de Turismo Modalidades de gestión: gestión directa, delegación temporal de competencias y mancomunidades.	Lugar: Virtual No de Talleres: 3 Total de participantes: 107

Fuente y elaboración: Dirección de Fortalecimiento Institucional a GAD – CNC

Taller sobre Protocolos de Bioseguridad en Turismo Comunitario

En el informe de Rendición de Cuentas del año 2020 realizado por el CNC, se encuentra que, en coordinación con el Ministerio de Turismo, CONGOPE y CONAGOPARE se organizó el taller virtual sobre los Protocolos de bioseguridad a aplicarse en el turismo comunitario, con el fin de reforzar en los funcionarios de los gobiernos autónomos descentralizados Provinciales y Parroquiales Rurales, los mecanismos de bioseguridad para reducir contagios y generar estrategias para reactivar el turismo local. El evento se desarrolló el 12 de noviembre del 2020, dirigido a técnicos responsables de turismo de los GAD Provinciales y Parroquiales rurales.

Resultado del evento, se obtuvo la siguiente participación: 293 participantes en total de los cuales: 19 son GAD Provinciales, 7 son GAD Municipales y 156 GAD Parroquiales Rurales.

Capacitación en Fortalecimiento Específico

Competencia	Temática	Asistencia
Función: Regular las facultades y atribuciones de los GAD provinciales, municipales, metropolitanos y parroquiales rurales, respecto al desarrollo de actividades turísticas, en su circunscripción territorial.	Taller Transferencia de competencias y procesos institucionales	Lugar: Riobamba Total de participantes: 34 d GAD provinciales y municipales.
	Taller sobre Protocolos de Bioseguridad en Turismo Comunitario	Virtual Total de participantes: 293 funcionarios de GAD Provinciales y Parroquiales Rurales.
	Taller informativo para GAD Parroquiales Rurales de Esmeraldas	Total de participantes: 38 funcionarios de GAD Parroquiales Rurales.

Fuente y elaboración: Dirección de Fortalecimiento Institucional a GAD – CNC

Año 2021

Eventos de Capacitación en Turismo

Área	Nombre del Evento	Nivel de Gobierno	No. Participantes
Turismo	Taller Modelo de Gestión y estado de las actividades turísticas en los GAD Municipales de Galápagos.	GAD Municipal	25
	Taller de capacitación sobre el Modelo de Gestión de Turismo	GAD Municipal	4
	Jornadas de Turismo Descentralizado.	GAD Municipal GAD Provincial GAD Parroquial Rural	446

Fuente y elaboración: Dirección de Fortalecimiento Institucional a GAD – CNC

Así también, se indica en el informe que: “Con respecto a los GADM de la provincia de Guayas, se creó la Mesa de Patrimonio y Turismo, en la que participaron: Lomas de Sargentillo,

Isidro Ayora, Pedro Carbo, Colimes, Palestina y Santa Lucía. En el caso de los GADM de la provincia de Manabí, también se trabajó en una Mesa específica de Patrimonio y Turismo, en los talleres han participado: Manta, Jaramijó, Montecristi, Jipijapa y Portoviejo. [...]

Como parte del monitoreo al PFI, se evidencia que, a nivel provincial, los GAD gestionan las actividades turísticas a través de una dirección, coordinación, área o un técnico del área de fomento productivo. Además, se ha impartido capacitación y/o asistencias técnicas a nivel directivo y funcionarios en temas de programas, proyectos, facultades y atribuciones además de nuevos temas como Marketing Turístico.” (CNC, 2021)

Año 2022

Resumen de Temáticas de Capacitación

Nombre del taller	No de Talleres
Regulación del Desarrollo de Actividades Turísticas 25/01/2022 - 27/01/2022	3
Descentralización Turística: Dirección Insular DZ1-DZ6-DZ8	4
Levantamientos de Fichas de Atractivos Turísticos 14/06/2022 – 15/06/2022	2
Taller Sobre el Manual de Generación de Rutas e Itinerarios Turísticos	1
Taller Sobre el Manual del Módulo de Gestión de Facilidades Turísticas	1
Descentralización Turística GADM Pedro Vicente Maldonado	1
Jornadas de Desarrollo Turístico Local: “Experiencias de Cooperación para el Desarrollo Turístico	1
Taller Sobre Manual de Capacitación Turística	1
Taller Sobre Manual de Señalización Turística	1

Fuente y elaboración: Dirección de Fortalecimiento Institucional a GAD, CNC

Resumen de Temáticas de Asistencia Técnica

Nombre del Taller	No de Talleres
Revisión de Atribuciones de Turismo: Análisis de Problemas y Soluciones – GADM: Caluma, Chimbo, Chone, Flavio Alfaro, Guaranda, Jipijapa, Junín, Pedernales, Santo Domingo.	9
Revisión de Atribuciones de Turismo: Análisis de Problemas y Soluciones – GADM: Bolívar, Chillanes, Echandía, La Concordia, La Libertad, Mocache, Montecristi, Quinsaloma, San Miguel, Santa Cruz, Santa Elena y Urdaneta.	12

Fuente y elaboración: Dirección de Fortalecimiento Institucional a GAD – CNC

Durante este año el CNC informa que: “Durante este año la mesa técnica en coordinación con las diferentes direcciones del Ministerio de Turismo desarrolló varias acciones de capacitación, asistencia técnica y gestión del conocimiento.

Se realizaron videoconferencias en varios temas de turismo a todos los niveles de gobierno:

- Descentralización turística
- Generación de rutas e itinerarios turísticos
- Modelo de gestión de facilidades turísticas
- Levantamiento de fichas de atractivos turísticos
- Marketing Digital
- Desarrollo de Campañas Publicitarias
- Planificación y Ejecución de Eventos
- Viajes de familiarización (*Fam Trips*)
- Señalización Turística
- Capacitación Turística

De la misma manera se desarrollaron talleres de acuerdo con solicitudes planteadas, como:

- Regulación del desarrollo de actividades turísticas a GAD Municipales de la Dirección Zonal 8 del Ministerio de Turismo.
- Descentralización Turística a los equipos desconcentrados del Ministerio de Turismo (Dirección Insular, DZ1, DZ8, DZ6).

Por otro lado, también se informa que se llevaron a cabo las Jornadas de Desarrollo Turístico Local: Experiencias de cooperación para el desarrollo turístico, “espacio que permitió

rescatar y socializar las experiencias exitosas que muchos gobiernos autónomos descentralizados y mancomunidades desarrollan en turismo, gracias a la cooperación nacional o internacional que gestionan.

Los temas desarrollados en el evento fueron: Socialización y refuerzo del proceso de descentralización y la importancia del modelo de gestión asociativa; Experiencias desarrolladas en turismo con el apoyo de la cooperación por las instancias de nivel central; y, Buenas prácticas en turismo que desarrollan los gobiernos autónomos descentralizados con la cooperación nacional o internacional.”

Finalmente, el CNC declara en este más reciente informe de Rendición de cuentas que: “las grabaciones de las videoconferencias serán un recurso virtual para capacitar a los funcionarios de los GAD que soliciten o necesiten reforzar o conocer sobre los temas ya desarrollados”.

Producto Final

Temario de MOOC

Según los resultados analizados en la encuesta realizada a los 133 Directores y/o Técnicos de Turismo de la Dirección Zonal 8 y respondida por 42 de ellos, los temas con mayor nivel de relevancia en conformidad con sus niveles de dificultad e interés son los presentados a continuación:

- Elaboración y desarrollo de un plan de turismo.
- Desarrollo de productos o destinos turísticos.
- Marketing turístico: promoción de destinos turísticos.
- Análisis de las competencias de cada GAD según su nivel territorial

- Catastro de establecimientos turísticos e Inventario de atractivos turísticos
- Licencia única anual de funcionamiento: control y regulación según la normativa turística.

Sin embargo, ningún curso de formación inicial debe excluir el tema de definiciones más esenciales y básicas del área, por lo que el tema introductorio es:

- Turismo: Definición y tipos de turismo, actividades turísticas, conceptos de servicio, producto, establecimiento, sitio, atractivo y destino turístico.

Manteniendo la simplicidad en esta primera unidad introductoria, para proceder a la especialización en el resto de las unidades.

Durante la entrevista realizada a la Directora de la Dirección Zonal 8 Fanny Condo y la Especialista Melissa Sanahuano se determinó el orden adecuado para la presentación del MOOC y la organización de los módulos y unidades para que la información posea secuencia orientada en complejidad y conceptos. Como resultado final, se presenta el siguiente índice:

MÓDULO 1: TURISMO

Unidad 1: ¿Qué es el Turismo?

Capítulo 1: Definición

Capítulo 2: Tipos de turismo.

Unidad 2: Conceptos básicos del Turismo

Capítulo 1: Glosario

Unidad 3: Creando Turismo

Capítulo 1: Etapas de Diseño de Productos Turísticos

Capítulo 2: Manual estructura de Productos con base a un atractivo turístico

Capítulo 3: Ciclo de vida de los Productos Turísticos

MÓDULO 2: FORTALECIENDO AL TURISMO

Unidad 1: Marketing Turístico

Capítulo 1: ¿Qué es el Marketing Turístico?

Capítulo 2: Herramientas del Marketing Turístico

Capítulo 3: ¿Cómo promocionar el Turismo?

Unidad 2: Plan de Turismo

Capítulo 1: ¿Qué es un Plan de Turismo?

Capítulo 2: Elaboración de un Plan de Turismo

MÓDULO 3: LOS GADS EN EL TURISMO

Unidad 1: Competencias según el nivel territorial

Capítulo 1: Gobierno Central

Capítulo 2: GAD Provincial

Capítulo 3: GAD Municipal

Capítulo 4: GAD Parroquial

Unidad 2: Catastro e Inventario

Capítulo 1: Catastro de Establecimientos Turísticos

Capítulo 2: Inventario de Atractivos Turísticos

Unidad 3: Licencia Única Anual de Funcionamiento

Capítulo 1: Definición

Capítulo 2: Otorgación

MOOC dirigido para Directores y/o Técnicos de Turismo de los GADS

Después de una ardua revisión a la bibliografía para seleccionar teorías y conceptos relevantes al MOOC y sus objetivos, se plasmó toda la información en presentaciones interactivas con el usuario utilizando la plataforma digital *Genially*, estableciendo una paleta de colores para el desarrollo de todo el contenido y utilizando material visual como íconos, ilustraciones y vídeos de la plataforma YouTube que se pueden visualizar directamente desde la presentación.

Adicionalmente, al final de cada capítulo se evalúa el conocimiento adquirido con una actividad de preguntas rápidas en formato de Verdadero o Falso en un tiempo cronometrado en la misma presentación de 15 segundos por pregunta, donde al enviar las respuestas se recibe la retroalimentación de respuestas correctas.

Entre los autores elegidos para el MOOC se encuentra la ONU Turismo, anteriormente conocida como Organización Mundial del Turismo o por sus siglas OMT, el especialista en Desarrollo Rural Sostenible Marvin Blanco, Bigné Alcañiz y colaboradores, Ballina Francisco Javier quien es experto en Marketing Turístico, entre otros autores. Así también como material elaborado por el MINTUR como Manual estructura de productos con base a un atractivo

turístico, Plan de Promoción Turística 2022 y el Manual de jerarquización de atractivos turísticos y generación de espacios. La finalidad de incluir material elaborado por el MINTUR es que ellos sean capaces de recibir esta información de su entidad rectora y entenderla a plenitud, para así trabajar con estos manuales y poner en práctica las metodologías indicadas a nivel nacional.

Se presenta finalmente, en un vídeo para su mejor apreciación y visualización, el MOOC dirigido a Directores y/o Técnicos de Turismo de los GADs el cual se encuentra alojado en la Aula Virtual ESPOL, en el siguiente enlace: <https://youtu.be/WVMsqGJFngI>

Análisis Financiero

Para llevar a cabo el análisis financiero del presente proyecto se realiza una entrevista al Ingeniero Jorge Navarrete Mendoza, actual funcionario de la Escuela Superior Politécnica del Litoral en el cargo de Analista de Infraestructura Informática.

En mencionada entrevista se obtuvo la información respecto al proceso para que el MOOC Introductorio para Directores y Técnicos de Turismo de los GADs y todo su contenido pueda ser publicado a través del Aula Virtual utilizada por la ESPOL para la impartición de sus clases habituales.

Como resultados, el Ingeniero Navarrete (2024) indica que:

1. El primer paso es gestionar a través de la Gerencia de Tecnología y Sistemas de Información de la ESPOL una solicitud para hacer uso del hosting, es decir el espacio en la nube (el internet) donde se aloja información para su visualización por medio del uso de un dominio.

Un dominio es el nombre único que posee cada sitio web publicado en internet, en este caso también lo provee la ESPOL y es: espol.edu.ec

2. Por otro lado, la plataforma utilizada para gestionar el MOOC, su interfaz, su contenido y su interactividad con el usuario es CANVAS LMS un sistema online de gestión de aprendizaje, el cual amerita el pago de una licencia anual por estudiante con un valor entre \$10 y \$12 dependiendo del total de estudiantes.

Por lo que se determina que para el caso en específico de la Dirección Zonal 8 la cual posee actualmente 133 directores y/o técnicos de turismo la inversión para el proyecto durante el primer año es de:

Total de Directores y/o Técnicos de Turismo de la Dirección Zonal 8	Valor de la licencia por estudiante	Total de la inversión durante el primer año
133	\$10	\$1333

Elaborado por autor

El MOOC en su totalidad posee 19 capítulos a lo largo de sus 3 Módulos de aprendizaje, por lo que se promedia una hora por cada capítulo. Adicionalmente, al final de cada módulo existe una evaluación calificada para la aprobación del MOOC, por lo que determina que el MOOC en su totalidad puede ser realizado dentro del lapso de 20 horas de estudio.

En base a esta característica, se recomienda que el acceso de cada usuario estudiante al MOOC sea permitido durante 4 semanas (1 mes) estableciendo el desarrollo de 1 capítulo por día, exceptuando fines de semana. Con la finalidad de que la licencia utilizada por cada estudiante pueda ser utilizada por otro usuario al mes siguiente, brindando un mayor alcance de capacitación a otras direcciones zonales.

Total de Licencias	Número de usuarios	Total de capacitados al año
---------------------------	---------------------------	------------------------------------

Adquiridas en el año	haciendo uso por licencia al año	
133	12 (1 x mes)	1596

Capítulo 4

Conclusiones

A lo largo de la investigación realizada se trabajó con la dirección zonal 8 del Ecuador, identificando entre sus directores y/o técnicos de turismo un bajo nivel de participación en proyectos de carácter independientes a sus funciones. Sin embargo, con el porcentaje de funcionarios que mostraron mayor apertura y colaboración se logró identificar un perfil profesional para estimar sus conocimientos en el área del turismo, realizando especial énfasis en aquellos que se han profesionalizado en otras áreas o han construido experiencia profesional en otros rubros distintos al turismo. Con sus respuestas se logró establecer un temario inicial en base a los temas del área turística que representan un mayor sesgo en sus conocimientos adquiridos y que son de vital importancia de conocer para el correcto desarrollo de sus funciones.

En el desarrollo del contenido del temario, se plasmaron los conceptos básicos y elementales del turismo para ser impartidos a los directores y/o técnicos de turismo de la dirección zonal 8 por medio del desarrollo de un MOOC, el cual se propone como herramienta virtual e interactiva de aprendizaje para asegurar a los organismos capacitadores que los funcionarios tienen los conocimientos básicos adquiridos para la realización de futuras capacitaciones de temas especializados en turismo.

Por último, el MOOC se visualiza por medio del desarrollo de un prototipo inicial en el Aula Virtual de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, el cual es socializado con la Lcda. Fanny Condo para recibir su respectiva retroalimentación y aprobación. Determinando por medio de este prototipo la presentación del contenido, el desarrollo de actividades, la visualización de material de apoyo y la realización de evaluaciones calificadas para ponderar un promedio de aprobación del MOOC.

En conclusión, se establece que para combatir la falta de profesionalismo que se encuentra actualmente entre los Gobiernos Autónomos Descentralizados hay que capacitar desde la raíz o base del sector turístico, empezando por las definiciones y conceptos básicos del turismo para posteriormente en orden secuencial capacitar en temas más específicos y especializados, buscando un correcto desarrollo del aprendizaje de cada funcionario, tanto de aquel con profesión en turismo como del que es profesional en ramas ajenas al sector.

Recomendaciones

Como principales recomendaciones se presenta que:

1. Obligatoriedad

Se recomienda estrictamente que el MOOC sea de carácter obligatorio para cada Director y/o Técnico de turismo previo a ejercer sus funciones dentro de los Gobiernos Autónomos Descentralizados. Con la finalidad de que todos aquellos ocupando puestos de funcionarios en el turismo seas capaces de reconocer los conceptos básicos y los manuales fundamentales realizados por el Ministerio de Turismo. Además de que aquel funcionario sin conocimientos en el área turística, ni experiencia en el sector sea capaz de reconocer sus funciones primordiales y sus responsabilidades en el cargo profesional que ocupa.

2. Incentivo

En una de las reuniones de socialización del avance del proyecto con la Lcda Fanny Condo, indicó que posterior a la aprobación del MOOC se podría realizar la entrega de la clave de los sistemas internos utilizados por cada Gobierno Autónomo Descentralizado. Es decir, incentivar al funcionario con la realización

del MOOC y su aprobación para conseguir las facilidades que brinda el organismo para el cumplimiento de sus funciones.

3. Certificación

Entregar certificado de culminación del curso con aprobación del Ministerio de Turismo y la Escuela Superior Politécnica del Litoral, certificado que pueda ser utilizado como anexo de hoja de vida para mejorar el perfil profesional del funcionario.

4. Ética profesional

Como último se apela rigurosamente a la ética profesional de cada funcionario para la correcta realización del MOOC y de sus evaluaciones, para que estas sean realizadas de manera honesta y en su totalidad para el correcto aprendizaje que se busca conseguir.

Anexos

Prototipo del MOOC

BIENVENIDOS AL

MOOC

INTRODUCTORIO

DIRIGIDO A DIRECTORES Y TÉCNICOS DE TURISMO



MINISTERIO DE TURISMO

¿PARA QUÉ ME SIRVE?

Reconoce los conceptos básicos del turismo.

Conoce tus labores y competencias como Director y/o Técnico de Turismo.

Aprende los manuales y procesos a seguir con sus respectivas herramientas para el adecuado desarrollo de tus competencias.

¿QUÉ VOY A VER?

TENEMOS 3 MÓDULOS PARA TI

MÓDULO	CONTENIDO
1	Turismo
2	Fortaleciendo al Turismo.
3	Los GADs en el Turismo.

www.turismo.gob.ec/

The graphic is a vertical banner with a teal background. At the top, it says 'BIENVENIDOS AL MOOC INTRODUCTORIO' with the letters 'MOOC' in large, colorful, stylized font. Below this, a green box contains the text 'DIRIGIDO A DIRECTORES Y TÉCNICOS DE TURISMO' and the logo of the 'MINISTERIO DE TURISMO'. A horizontal bar with an orange circle icon contains the question '¿PARA QUÉ ME SIRVE?'. Below this, three bullet points describe the course's benefits. Another horizontal bar with an orange circle icon contains the question '¿QUÉ VOY A VER?'. Below this, three colored boxes represent the course modules: '1 MÓDULO Turismo', '2 MÓDULO Fortaleciendo al Turismo.', and '3 MÓDULO Los GADs en el Turismo.'. At the bottom, the website 'www.turismo.gob.ec/' is listed.












MOOC: INTRODUCCIÓN PARA TÉCNICOS Y DIRECTORES DE TURISMO



ÍNDICE

Módulo 1

-  UNIDAD 1: ¿Qué es el turismo?
-  Capítulo 1: Definición
-  Capítulo 2: Tipos
-  UNIDAD 2: Conceptos básicos
-  Capítulo 1: Glosario
-  UNIDAD 3: Creando Turismo
-  Capítulo 1: Etapas de Diseño de Productos Turísticos
-  Capítulo 2: Manual estructura de productos con base a un atractivo turístico
-  Capítulo 3: Ciclo de vida de los productos turísticos



Unidad 1: ¿Qué es el turismo?

DEFINICIÓN DE TURISMO

En este primer capítulo abordaremos la definición de turismo, la diferencia entre turista y excursionista y los impactos tanto positivos como negativos del turismo.



Hoy en día existen varias definiciones de turismo según el autor, sin embargo, la más utilizada por la academia es la publicada en la página oficial de la Organización Mundial del Turismo (OMT)

"El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico."



TURISTA VS. EXCURSIONISTA

La diferencia entre turista y excursionista es la pernoctación, mientras el excursionista realiza sus actividades turísticas en el día sin pernoctar en el destino, el turista extiende su estadía durante mínimamente una noche.

Para entender a mayor detalle qué es el turismo, se presenta el siguiente vídeo:



IMPACTOS ¿POSITIVOS O NEGATIVOS?

El turismo tiene impactos tanto positivos como negativos en diferentes ámbitos como sociocultural, ambiental y económico.

Para ejemplificar estos impactos, se presenta el caso de Salinas en la provincia de Santa Elena en el siguiente vídeo elaborado por estudiantes de turismo de la Escuela Superior Politécnica del Litoral como parte de su proyecto realizado en la materia Teoría del Turismo realizado a inicios del año 2020:



PREGUNTAS RÁPIDAS!

El turismo es el arte de viajar por el mundo, esas personas se denominan viajeros o artistas. El turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

⌚ 00:30

En el ámbito sociocultural, un impacto negativo es la contaminación visual que provoca el turismo en la playa Salinas, Santa Elena.

Unidad 1: ¿Qué es el turismo?

TIPOS DE TURISMO

En este segundo capítulo abordaremos los distintos tipos de turismo, según los mencionados en la página oficial de la OMT.



TIPOS DE TURISMO

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO



El turismo posee una amplia clasificación según el tipo de actividades y servicios turísticos que se ofertan en el lugar, así también dependiendo de las características físicas que posea el destino.

Existen distintos autores con sus diversas clasificaciones de los tipos de turismo, sin embargo, estos son los que podemos encontrar en el glosario de la OMT en su página oficial, aquí encontramos los tipos de turismo según las actividades ofrecidas en el destino:

[+info](#)

TIPOS DE TURISMO

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO



COSTERO, MARÍTIMO Y DE AGUAS INTERIORES



TURISMO DE BIENESTAR



TURISMO DE AVENTURA



TURISMO CULTURAL



TURISMO GASTRONÓMICO



TURISMO DEPORTIVO

TIPOS DE TURISMO

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO



TURISMO EDUCATIVO



TURISMO MÉDICO



TURISMO DE MONTAÑA



TURISMO DE NEGOCIOS



TURISMO RURAL



TURISMO DE SALUD

TIPOS DE TURISMO

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO



En el siguiente vídeo se explicarán las definiciones de algunos de estos tipos de turismo de manera clara y concisa:



TURISMO SEGÚN SU FORMA

Por otro lado, también existe una clasificación del turismo según su forma, es decir, según el sitio visitado y el origen del turista. La OMT nos explica que: "Existen tres formas básicas de turismo: el turismo interno, el turismo receptor y el turismo emisor. Esas formas pueden combinarse de varias maneras para derivar las siguientes formas adicionales de turismo: el turismo interior, el turismo nacional y el turismo internacional."



1. Turismo interno: turismo realizado por un residente en su país de residencia
2. Turismo receptor: turismo realizado por un no residente en el destino
3. Turismo emisor: turismo realizado por residentes en países extranjeros a su residencia



De la combinación de estos tipos de turismo, nacen nuevas categorías:

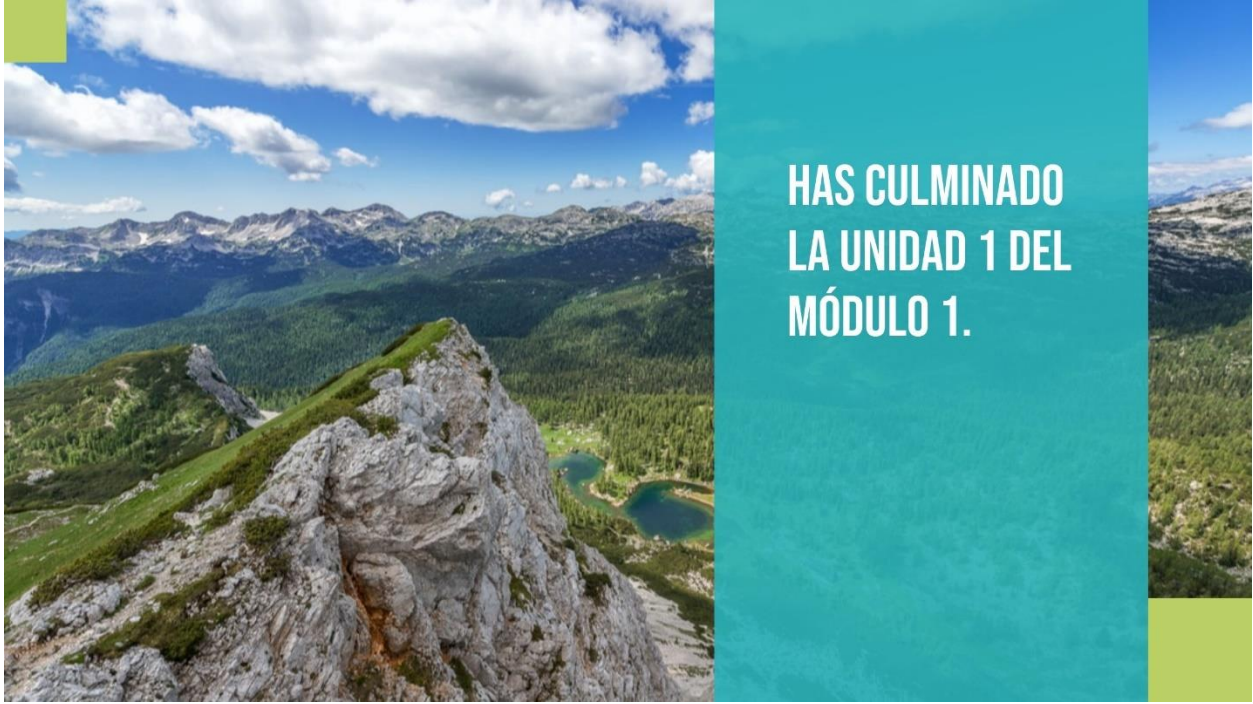
1. Turismo interior: turismo realizado por residentes y no residentes en el destino (interno y receptor)
2. Turismo nacional: turismo realizado por residentes tanto dentro como fuera del país de residencia (interno y emisor)
3. Turismo internacional: turismo realizado por residentes fuera de su país de residencia como no residentes dentro del destino. (emisor y receptor)

Tipos de turismo según su forma



Para mayor información:





**HAS CULMINADO
LA UNIDAD 1 DEL
MÓDULO 1.**



¿QUÉ ES EL TURISMO?

MÓDULO 1

MOOC: INTRODUCCIÓN PARA TÉCNICOS Y DIRECTORES DE TURISMO



ÍNDICE

Módulo 1



UNIDAD 1: ¿Qué es el turismo?



UNIDAD 2: Conceptos básicos



UNIDAD 3: Creando Turismo



Capítulo 1: Definición



Capítulo 1: Glosario



Capítulo 1: Etapas de Diseño de Productos Turísticos



Capítulo 2: Tipos



Capítulo 2: Manual estructura de productos con base a un atractivo turístico



Capítulo 3: Ciclo de vida de los productos turísticos



Unidad 2: Conceptos básicos del turismo

GLOSARIO DEL TURISMO

En este primer capítulo abordaremos las definiciones de los términos turísticos más básicos según la OMT y otras fuentes de información.

GLOSARIO

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

Dentro del turismo, como en toda profesión, vamos a encontrar términos específicos de la materia, por lo que es de vital importancia que sepamos identificarlos, conocer sus conceptos y entender las diferencias entre unos y otros. Te presentamos los más usados en este MOOC y que muy probablemente escucharás en futuras capacitaciones especializadas.

TURISMO

Actividad:

La noción de actividades abarca todas las actividades realizadas por los visitantes para preparar un viaje o durante el viaje propiamente dicho. No se limita a lo que con frecuencia se consideran actividades turísticas "típicas", como visitar lugares de interés turístico, tomar el sol, visitar lugares, y practicar o ver deportes, entre otras. (RIET, 2008)

Actividades características del turismo

son aquellas que generan típicamente productos característicos del turismo. (OMT, 2015)

Atractivo Turístico

Representaciones y/o recursos turísticos creados o convertidos (contemplación, interpretación, participación) para facilitar la experiencia turística. (Navarro, 2015)

Así también, el MINTUR define a un atractivo turístico como aquel elemento que por sí mismo y en combinación con otros elementos, despierta el interés de visita de un grupo de personas a una determinada zona o región. Es el punto de inicio de las acciones complementarias que agregarán valor.

Destino Turístico

Un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado. (OMT, 2015)

Experiencia Turística

Se trata de un proceso acumulativo, por etapas, que incluye la fase anterior, vacacional en el destino, y posterior a las vacaciones, y que se necesita de una preparación explícita para que suceda. (Fuentes, Moreno-Gil, González & Ritchie, 2015).

Cohen (1979) define la experiencia turística como la relación entre la persona y su visión del mundo dependiendo de la ubicación de su centro de referencia con respecto a la sociedad a la que pertenece.

Gasto Turístico

El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros (RIET 2008, párr.4.2). (OMT, 2015)

Industria Turística

Las industrias turísticas abarcan todos los establecimientos cuya actividad principal es una actividad característica del turismo. Las industrias turísticas (también denominadas actividades turísticas) son las actividades que producen típicamente productos característicos del turismo. El término industrias turísticas equivale a actividades características del turismo, dos términos que a veces se utilizan como sinónimos en las RIET 2008 (párrs. 5.10 y 5.11 y gráfico 5.1). (OMT, 2015).

Innovación Turística

La innovación turística es la introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del sector turístico y que potencie, por lo tanto, la competitividad turística y/o la sostenibilidad. La innovación turística puede aplicarse, por ejemplo, a destinos turísticos, productos turísticos, tecnología, procesos, organizaciones y modelos de negocio, destrezas, arquitectura, servicios, herramientas y/o prácticas de gestión, marketing, comunicación, funcionamiento, aseguramiento de la calidad y fijación de precios. (OMT, 2015)

Producto Turístico

Es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales y culturales, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral. (OMT, 2015)

Por otro lado, según el MINTUR, es el conjunto de recursos naturales y culturales, transformados a través de un proceso de valor agregado, es decir, con la implementación de infraestructura, facilidades, actividades y capacidades humanas, que de manera conjunta con los servicios, generan la posibilidad de satisfacer las necesidades de los visitantes.

Recurso Turístico

Como elemento esencial del producto turístico, el recurso turístico es el centro de la actividad turística, no solo por ser la razón por la que los turistas viajan y se alojan en destino, sino también como generador de beneficios, empleo y desarrollo regional. (Sharpley, 2009)

El MINTUR indica que un recurso es un conjunto de elementos sean naturales o culturales que poseen características sobresalientes, y que pueden ser transformados en productos a través de un proceso de valor agregado, es decir, con la implementación de infraestructura, facilidades, actividades y capacidades humanas, generando así la posibilidad de satisfacer las necesidades de los visitantes.

Servicio Turístico

Al hablar de servicios turísticos nos referimos a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico y que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute de este (empresas intermediarias, de transporte, alojamiento, organizadoras de actividades deportivas, etc.) (De la Colina, 2012).



INFORMACIÓN

Todos estas definiciones y conceptos, entre muchos otros, pueden ser encontrados en la página oficial de la OMT en la sección "Entendiendo el turismo: Glosario básico" el que se puede visualizar visitando el siguiente enlace:

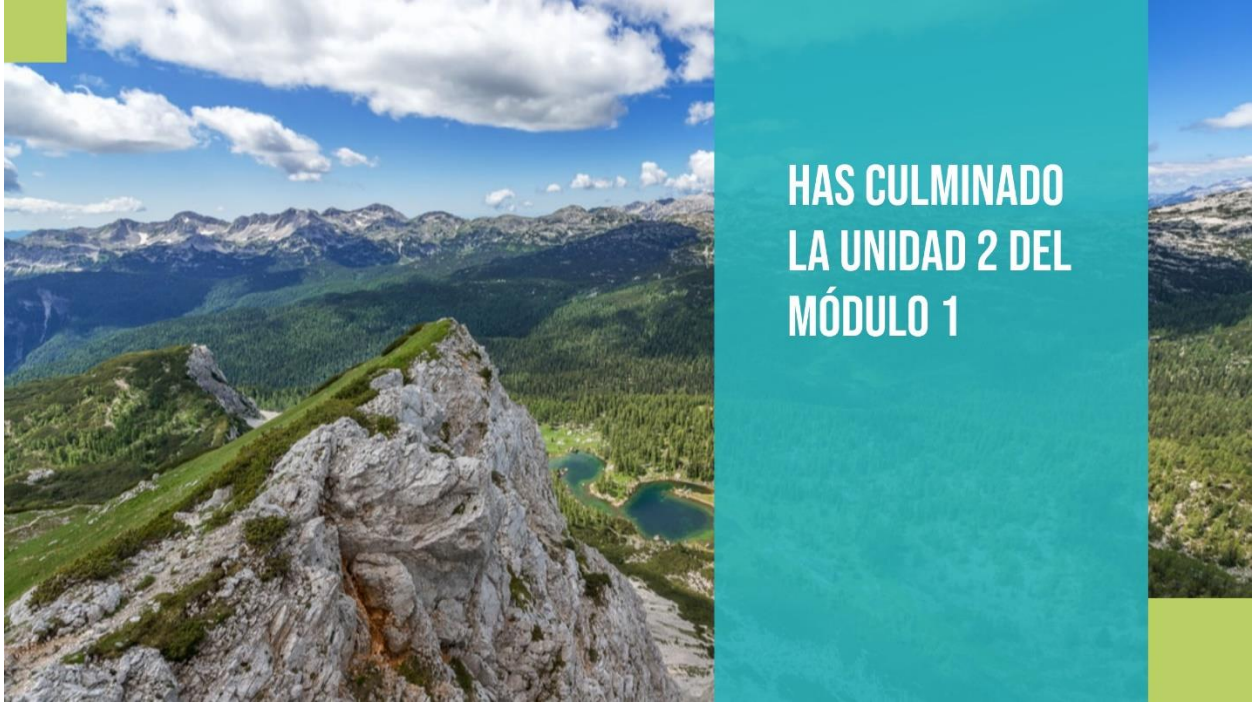


PREGUNTAS RÁPIDAS!

El producto turístico y el atractivo turístico son términos utilizados como sinónimos en el ámbito del turismo.

⌚ 00:30

Un destino turístico es un espacio geográficamente delimitado en el que se pueden realizar actividades turísticas incluida la pernoctación.



**HAS CULMINADO
LA UNIDAD 2 DEL
MÓDULO 1**



¿QUÉ ES EL TURISMO?

MÓDULO 1

MOOC: INTRODUCCIÓN PARA TÉCNICOS Y DIRECTORES DE TURISMO



ÍNDICE

Módulo 1



UNIDAD 1: ¿Qué es el turismo?



UNIDAD 2: Conceptos básicos



UNIDAD 3: Creando Turismo



Capítulo 1: Definición



Capítulo 1: Glosario



Capítulo 1: Etapas de Diseño de Productos Turísticos



Capítulo 2: Tipos



Capítulo 2: Manual estructura de productos con base a un atractivo turístico



Capítulo 3: Ciclo de vida de los productos turísticos



01

Unidad 3: Creando Turismo

ETAPAS PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

En este primer capítulo abordaremos la metodología CICATUR 2002 y SECTUR 2008 para el diseño de productos turísticos



ETAPAS PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

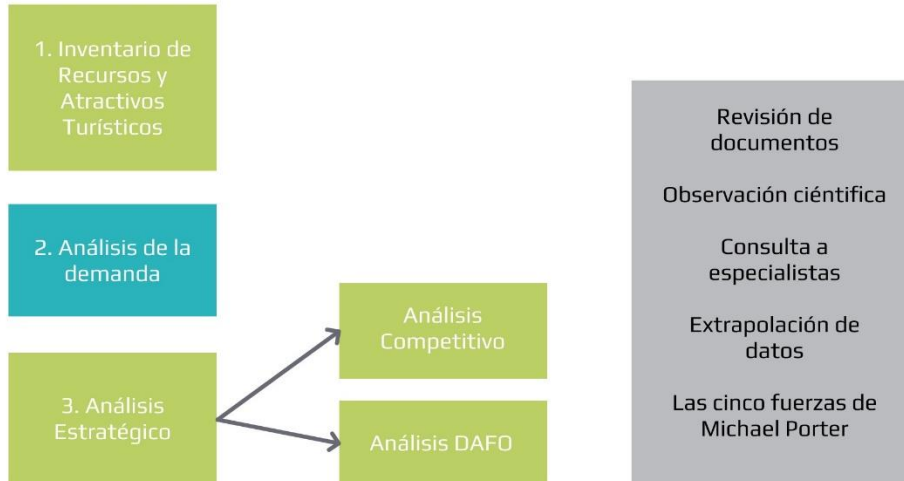
Metodología CICATUR 2002

Fase I:
Diagnóstico de
la situación
turística

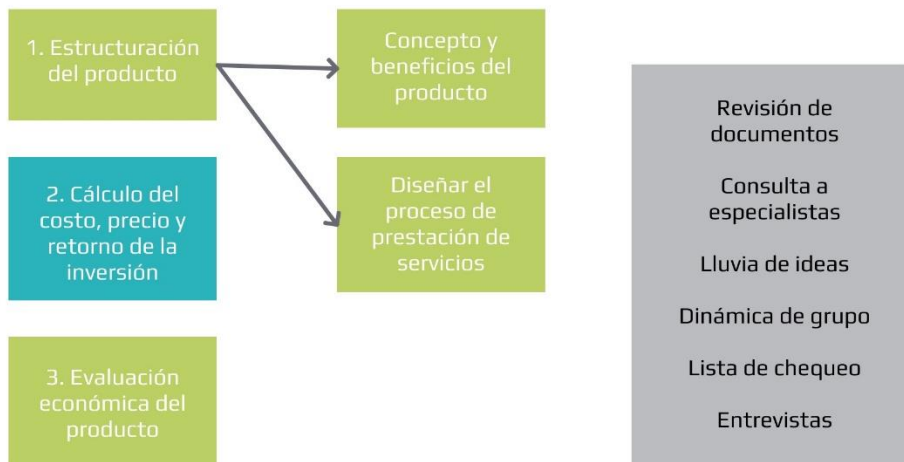
Fase II: Diseño
del producto

Fase III: Gestión
de la
Comercialización
del producto

FASE I: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA



FASE II: DISEÑO DEL PRODUCTO



FASE III: GESTIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

1. Posicionamiento

2. Comunicación

3. Selección del canal de distribución

4. Retroalimentación

Mapas de posicionamiento

Criterios de expertos de agencias de viajes

Triángulo de Fuller

PREGUNTAS RÁPIDAS!

Las etapas del diseño de un producto turístico, según el modelo de gestión son 3: Diagnóstico, Diseño y Gestión.

Verdadero

Falso

SEND

⌚ 00:30

Entre las herramientas que podemos utilizar para llevar a cabo la fase II está: entrevistas, lluvia de ideas y lista de chequeo.

Verdadero

Falso

SEND

01

Unidad 3: Creando Turismo

MANUAL ESTRUCTURA DE PRODUCTOS CON BASE A UN ATRACTIVO TURÍSTICO

En este segundo capítulo abordaremos el manual elaborado por el MINTUR en el año 2019 para desarrollar un producto turístico con base a un atractivo turístico.



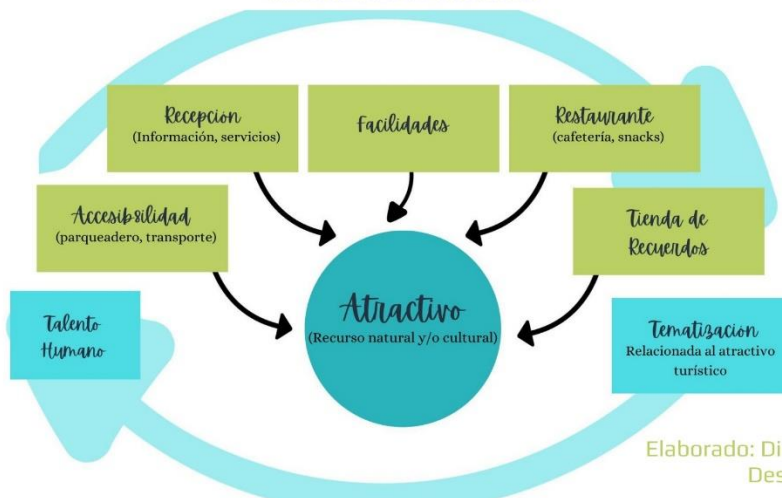
Ministerio
de Turismo

MANUAL ESTRUCTURA DE PRODUCTOS CON BASE A UN ATRACTIVO TURÍSTICO

En este manual se indica que todo producto turístico desarrollado con base a un atractivo turístico, debe contener una serie de componentes para complementar la experiencia del turista, tales como servicios que faciliten y mejoren su estadía, actividades que sumen a la experiencia turística diversas sensaciones ya sea de relajamiento como de adrenalina dependiendo del atractivo turístico y del tipo de turismo a desarrollar, infraestructura como senderos para llegar al destino con su correspondida señalización y puntos de recepción e información al turista, entre otros.

MANUAL ESTRUCTURA DE PRODUCTOS CON BASE A UN ATRACTIVO TURÍSTICO

MINISTERIO DEL TURISMO



Elaborado: Dirección de Productos y Destinos, 2018.

MANUAL ESTRUCTURA DE PRODUCTOS CON BASE A UN ATRACTIVO TURÍSTICO

MINISTERIO DEL TURISMO

De manera breve, se explica cada componente para su mayor entendimiento:

1. Accesibilidad: elementos que nos permitan llegar y permanecer en el atractivo, como calles de acceso, estacionamientos, transporte público o privado, entre otros.

2. Recepción: debe ser el primer contacto entre el turista y el atractivo, brindando sensación de bienvenida y acogida, además de brindar la información necesaria para su estadía. Debe contar con material informativo, guías, servicios sanitarios, puntos de venta, entre otros.

3. Facilidades: brindan ayuda y soporte al turista durante su visita, además de satisfacer sus necesidades, para ello se debe contar con batería sanitarias, espacios de descanso, señalética preventiva, facilidades de acceso para personas con discapacidad motora o intelectual

MANUAL ESTRUCTURA DE PRODUCTOS CON BASE A UN ATRACTIVO TURÍSTICO

MINISTERIO DEL TURISMO

4. Restaurante: espacios destinados para el descanso del turista y/o visitante en el que se pueden adquirir alimentos y bebidas, para mejorar la experiencia, debe contar con decoración ambientada al atractivo, utensilios para la alimentación, una adecuada oferta de alimentos y bebidas. Este espacio puede ser desde un snack-bar hasta un restaurante completo, mientras se mantenga la premisa de ser un espacio que brinde el servicio de alimentos y bebidas.

5. Tienda de recuerdos: es un espacio adecuado para la comercialización de objetos únicos relacionados a la temática del atractivo, con la finalidad de crear un recuerdo tangible en los turistas, además de su promoción indirecta. Para esto se debe prevalecer la autenticidad de los objetos en venta, además de su variedad y producción, ya sea artesanal o no.

6. Algunos elementos complementarios pueden ser el talento humano, la tematización y los guiones establecidos homologados, cuya información se invita a revisar en el manual Estructura de Productos con Base a un Atractivo Turístico que puede visualizar en el siguiente enlace:



PREGUNTAS RÁPIDAS!

Una buena tematización del producto turístico será siempre inspirada en ideas extranjeras del país de ubicación del producto turístico en desarrollo.

Verdadero

Falso

SEND

00:30

Los componentes principales del producto turístico con base a un atractivo turístico son: accesibilidad, recepción, facilidades, restaurante y tienda de recuerdos.

Verdadero

Falso

SEND

CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

En este tercer capítulo abordaremos el ciclo de vida de los productos turísticos y cada una de sus etapas en base a diferentes autores.

A continuación, se explicará la teoría de Conceicao y Roque (1997) y Bigné et al (2000) según el estudio realizado por Rubio Martínez (2015) Diseño de Productos Turísticos.

CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Diseño de Productos Turísticos (Martinez, 2015)





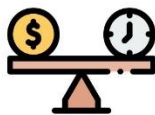
Rejuvenecimiento

Para mantener el número de visitantes, en lugar de mantener el producto turístico tal cual como se desarrolló previamente, en esta opción se le realizan cambios significativos en búsqueda de la mejora e innovación del producto, atrayendo así a nuevos turistas.



Estabilización

Se mantiene el enfoque en el turismo sin realizar grandes cambios en el producto, ahora los esfuerzos se concentran en contrarrestar los impactos negativos del turismo que puedan ser el detonante de la finalización de la actividad turística, esto es parte de la regulación y control que realizan las entidades públicas.



DECLIVE

En esta situación el producto no ha logrado mantener el número de turistas, por lo que la administración tanto pública como privada ha reducido sus inversiones y la infraestructura se ve notablemente afectada, provocando la reducción de la cantidad de turistas que visitan el producto.



CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Diseño de Productos Turísticos (Martinez, 2015)



EXPLORACIÓN

Es el inicio del producto, con el recibimiento de pocos turistas siendo la mayoría de ellos los locales, quienes además reciben con buena impresión la actividad turística que se desarrolla en el lugar, pues reconocen un incremento en la economía y las múltiples oportunidades laborales que se generan entorno a ella.



IMPLICACIÓN

Habiendo ya conocido los beneficios, los locales empiezan a sumarse al movimiento turístico y a emprender sus propios negocios entorno a la actividad con la prestación de sus servicios como alojamiento y restauración. En esta fase el sector público interviene con la mejoría de la infraestructura para el adecuado y exponencial desarrollo del producto. Por otro lado, las empresas turísticas empiezan a tener mayor enfoque en el nuevo producto, atrayendo así nuevos turistas del exterior.

CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Diseño de Productos Turísticos (Martinez, 2015)



DESARROLLO

En esta fase se intensifica el desarrollo del producto turístico, las empresas turísticas externas y con mayor poder adquisitivo empiezan a mostrar interés y a cubrir el mercado que el producto ofrece, así como también el producto empieza a establecerse en el mercado turístico con mayor posicionamiento. La demanda y la oferta crecen y para sostener este crecimiento interviene el sector privado.



CONSOLIDACIÓN

El crecimiento empieza a desplomarse sin llegar a ser negativo, los turistas se han diversificado y el destino ya no es visitado por el mismo tipo de turista alococéntrico que lo visitaba en sus inicios, por el contrario, se impone la presencia del turista piscocéntrico, que se enfoca en visitar destinos ya desarrollados. Es en esta fase cuando gran parte de la economía local procede del turismo.

CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Diseño de Productos Turísticos (Martinez, 2015)



ESTANCAMIENTO

La comunidad local empieza a notar los estragos negativos del turismo. El producto empieza a sentirse saturado por lo que no es atractivo para nuevos turistas, sin embargo, cuenta con la fidelización de los turistas que ya lo han visitado previamente. No hay espacio para nuevos competidores, empero los ya existentes siguen teniendo una presencia intensa en el mercado.



POST-ESTANCAMIENTO

En esta fase, el producto turístico tiene 3 vías posibles:

a. Estabilización:



b. Rejuvenecimiento:



c. Declive:



(*) Haz click sobre estos íconos para más información.



DECLIVE

En esta situación el producto no ha logrado mantener el número de turistas, por lo que la administración tanto pública como privada ha reducido sus inversiones y la infraestructura se ve notablemente afectada, provocando la reducción de la cantidad de turistas que visitan el producto.



Rejuvenecimiento

Para mantener el número de visitantes, en lugar de mantener el producto turístico tal cual como se desarrolló previamente, en esta opción se le realizan cambios significativos en búsqueda de la mejora e innovación del producto, atrayendo así a nuevos turistas.



Estabilización

Se mantiene el enfoque en el turismo sin realizar grandes cambios en el producto, ahora los esfuerzos se concentran en contrarrestar los impactos negativos del turismo que puedan ser el detonante de la finalización de la actividad turística, esto es parte de la regulación y control que realizan las entidades públicas.



PREGUNTAS RÁPIDAS!

La primera etapa del ciclo de vida de un producto turístico es la exploración.

⌚ 00:30

Durante la etapa de desarrollo las empresas turísticas externas empiezan a mostrar interés y a cubrir el mercado que el producto ofrece.



HAS CULMINADO EL MÓDULO 1

Realiza el siguiente test para evaluar lo aprendido, recuerda que tu nota en este test será considerado para la aprobación de tu MOOC.

EVALUACIÓN MÓDULO 1

1. El turismo es un fenómeno _____, _____, y _____ que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios.
 - a. Social, cultural y económico. (correcta)
 - b. Social, psicológico y económico.
 - c. Social, ambiental y financiero.

2. La diferencia entre turista y excursionista es:
 - a. El turista se desplaza a una distancia mayor de su lugar de residencia que el excursionista.
 - b. El turista viaja en pareja o en grupo mientras que el excursionista emprende su viaje solo.

- c. El turista pernocta en el destino, mientras que el excursionista es un visitante de día. (correcta)
- 3. El turismo tiene impactos positivos y negativos en diferentes ámbitos como:
 - a. Social, ambiental y económico.
 - b. Sociocultural, ambiental y económico. (correcta)
 - c. Sociocultural, ambiental y financiero.
- 4. Existe una clasificación del turismo según su forma, es decir, según el _____
_____ y el _____ origen del turista.
 - a. sitio visitado, origen (correcta)
 - b. sitio producido, origen
 - c. sitio visitado, destino
- 5. El turismo _____ es el realizado por un residente en su país de residencia.
 - a. Interno (correcta)
 - b. Interior
 - c. Emisor
- 6. El turismo _____ es el realizado por residentes tanto dentro como fuera del país.
 - a. Nacional (correcto)
 - b. Internacional
 - c. Interior
- 7. Un producto turístico es:
 - a. una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de

interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. (correcto)

- b. la introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del sector turístico y que potencie, por lo tanto, la competitividad turística y/o la sostenibilidad.
 - c. Un elemento que por sí mismo y en combinación con otros elementos, despierta el interés de visita de un grupo de personas a una determinada zona o región. Es el punto de inicio de las acciones complementarias que agregarán valor.
8. Al hablar de servicios turísticos nos referimos a los servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico y que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute de este.
- a. Verdadero (correcto)
 - b. Falso
9. Las fases de las etapas para el diseño de productos turísticos son:
- a. Diagnóstico, Diseño y Gestión (correcto)
 - b. Diagnóstico, Capacitación y Gestión
 - c. Estudio de la bibliografía, Diseño y Gestión.
10. Los componentes principales del producto turístico con base a un atractivo turístico son:
- a. Accesibilidad, recepción, facilidades, restaurante, tienda de recuerdos.
 - b. Parqueadero, información, accesibilidad, cafetería, tienda de recuerdos.

c. Talento humano y tematización relacionada al atractivo turístico.



MOOC: INTRODUCCIÓN PARA TÉCNICOS Y DIRECTORES DE TURISMO



ÍNDICE

Módulo 2

- | | |
|--|---|
|  UNIDAD 1: Marketing Turístico |  UNIDAD 2: Plan de Turismo |
|  Capítulo 1: ¿Qué es el Marketing Turístico? |  Capítulo 1: ¿Qué es un Plan de Turismo? |
|  Capítulo 2: Herramientas del Marketing Turístico |  Capítulo 2: Elaboración de un plan de turismo |
|  Capítulo 3 ¿Cómo promocionar el turismo? | |



¿QUÉ ES EL MARKETING TURÍSTICO?

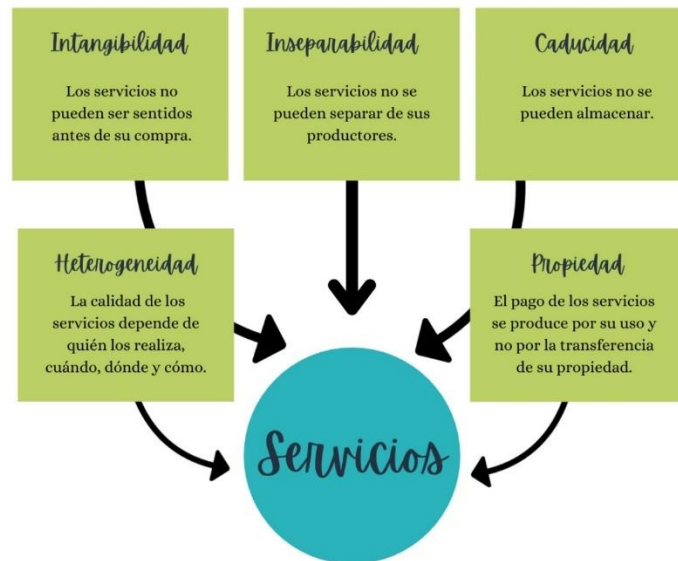
En este primer capítulo abordaremos la definición de marketing turístico, iniciando desde una breve descripción del marketing y el marketing de servicios.

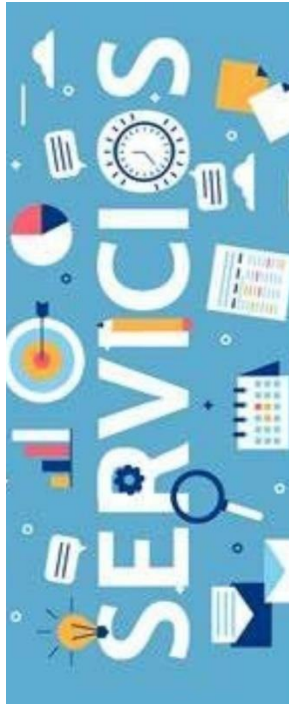
Para entender el concepto de marketing turístico, se debe remontar a los inicios, qué es el marketing:

"El marketing es la actividad, el conjunto de instituciones y los procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, socios y la sociedad en general (American Marketing Association, aprobado 2017).."

Posteriormente, del marketing, derivan distintas clasificaciones dependiendo del producto, pues no es lo mismo el proceso de marketing para un bien que el proceso de marketing para un servicio. Entonces, para llegar al marketing turístico, se procede a desarrollar el concepto de marketing de servicios, empezando por definir qué es un servicio.

Según la escuela nórdica de marketing, el servicio es algo que puede comprarse y puede venderse, pero que usted no conseguirá dejar caer sobre su pie. Concepto que se puede entender de manera más objetiva conociendo las 5 características principales de un servicio:





MARKETING DE SERVICIOS

Estas características obligan al marketing a adaptarse a ellas para la ejecución de un buen plan de marketing de servicios, el que deberá añadir 4 pilares fundamentales a su desarrollo:

1. **Presencia:** El diseño de una adecuada imagen corporativa y su aplicación en todos los soportes físicos presentes en el lugar de ejecución del servicio.

3. **Procesos:** Cada protocolo que se debe realizar para llevar a cabo el servicio.

2. **Personas:** Una adecuada selección de personal motivado y capacitado que interactúe con el cliente en cada momento de contacto.

4. **Productividad:** Son los mecanismos de seguimiento y control de los procesos con el objeto de mejorar la calidad del servicio.

Dentro del área de servicios, se encuentra el turismo, por ende, dentro del marketing de servicios se desprende el marketing turístico, el que posee, además de los pilares fundamentales mencionados anteriormente, nuevos pilares característicos del turismo a considerar:

1. **Distancia:** generalmente el producto de un servicio turístico se lleva a cabo en un sitio diferente al lugar de compra.

3. **Elevados costes fijos:** en su mayoría, llevar a cabo la prestación de un servicio turístico, incurre al uso de inversiones de alto coste.

2. **Interdependencia:** el producto turístico final es la suma de distintos servicios de empresas u organizaciones diferentes entre sí.

4. **Estacionalidad:** puede ser desde una estacionalidad horaria a incluso una estacionalidad anual, esto quiere decir que la demanda tendrá notorios picos de aumento debido a la estación.

En conclusión, el marketing turístico debe contener y considerar cada uno de estos pilares para así poder elaborar y desarrollar una adecuada estrategia.

Para obtener información más detallada de este capítulo, se invita a leer el libro *Marketing Turístico Aplicado de Francisco Javier De la Ballina Ballina* publicado en el año 2009.

PREGUNTAS RÁPIDAS!

Los 4 pilares fundamentales del marketing turístico son: presencia, personas, procesos y productividad.

SEND

La interdependencia quiere decir que el producto turístico final es la suma de distintos servicios de empresas u organizaciones diferentes entre sí.

SEND

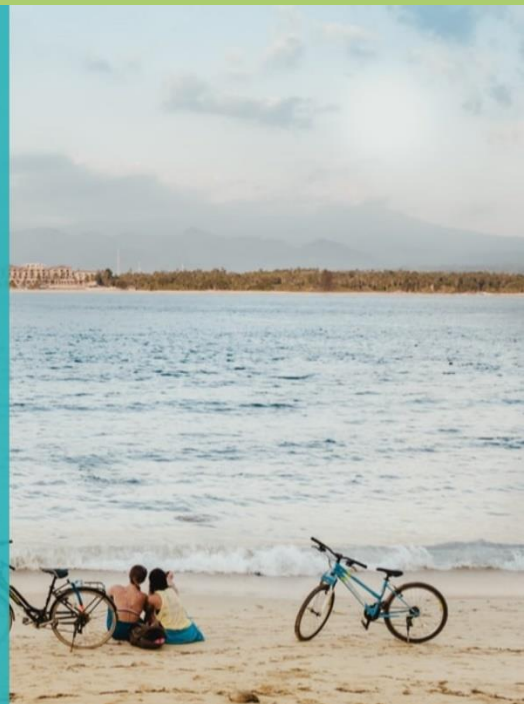
⌚ 00:30

02

Unidad 1: Marketing Turístico

HERRAMIENTAS DEL MARKETING TURÍSTICO

En este segundo capítulo abordaremos los distintos canales de distribución turística y las redes sociales como herramienta del marketing turístico digital.



HERRAMIENTAS DEL MARKETING TURÍSTICO

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Para entender qué es un canal de distribución y conocer cuáles son los canales de distribución turística se presenta el siguiente vídeo realizado por Mariarosaria D'Achille:



MARKETING TURÍSTICO DIGITAL

Redes Sociales

Las redes sociales llegaron para brindar a los usuarios nuevas perspectivas del mundo mientras están en sus hogares, oficinas, escuelas o lugares más frecuentes. Con sus constantes actualizaciones y recursos han logrado convertirse en herramienta y fuente de trabajo para muchos de sus usuarios.

REDES SOCIALES



Como herramienta, su principal función es la promoción y divulgación de productos y servicios. Dentro del sector turístico, se han convertido incluso en un canal de distribución para distintas empresas y destinos turísticos, con la participación clave del cliente que en este caso serían los turistas. Un elemento clave de las redes sociales como herramienta de marketing es que los propios usuarios crean el contenido subiendo fotos o experiencias del lugar, generando otra forma de publicidad y promoción (Singh, 2019).

Sin embargo, hay que tener cuidado y precaución con el contenido que se comparte a través de redes sociales, ya que un comentario excelente puede llegar a ser viral, como también puede acontecer con las críticas indebidas o información inexacta. (Ayerve, et al. 2021)

REDES SOCIALES



Las plataformas digitales pueden llegar a tener cierto nivel de influencia directa en la percepción e imagen que se tiene de un lugar, ciudad o país, pues, su difusión permite generar una comunicación efectiva. También, se debe considerar que al compartir, informar, comentar y difundir experiencias se mantiene un vínculo con el consumidor. (Ayerve, et al. 2021)

Los resultados reflejaron que Instagram posee una mayor relación con el modelo planteado, pues, a pesar de ser la segunda plataforma más usada, su influencia en el sector del turismo tiene mayor dominio. Es por ello por lo que, la popularidad que posee entre los consumidores como una herramienta de comunicación, puede generar contenidos publicitarios a gran escala. (Ayerve, et al. 2021)

PREGUNTAS RÁPIDAS!

Las redes sociales no influyen en la percepción que tiene el cliente de nuestro producto.

Verdadero

Falso

SEND

⌚ 00:30

La principal función de las redes sociales como herramienta de marketing es la promoción del producto.

Verdadero

Falso

SEND

02

Unidad 1: Marketing Turístico

¿CÓMO PROMOCIONAR EL TURISMO?

En este tercer capítulo visualizaremos en vídeo la presentación del Plan de Turismo del 2022 desarrollado por el Ministerio de Turismo.



El presente video realizado por el Ministerio del Turismo explica el Plan de Promoción turística 2022. Aquí Niels Olsen, actual ministro de turismo del país, explica los antecedentes, los mercados objetivos, los objetivos, la metodología, las herramientas a usar y los presupuestos para lograr alcanzar las metas hasta el 2025.



PREGUNTAS RÁPIDAS!

El mercado priorizado para este Plan de Promoción Turística 2022 es Ecuador, Estados Unidos e Inglaterra.

SEND

00:30

Ecuador Film Residency es un programa enfocado en Redes Sociales que permitirá a influencers de alta calidad visitar nuestro país a cambio de su promoción.

SEND



**HAS CULMINADO
EL MÓDULO 2**



MOOC: INTRODUCCIÓN PARA TÉCNICOS Y DIRECTORES DE TURISMO



ÍNDICE

Módulo 2

- | | |
|--|---|
|  UNIDAD 1: Marketing Turístico |  UNIDAD 2: Plan de Turismo |
|  Capítulo 1: ¿Qué es el Marketing Turístico? |  Capítulo 1: ¿Qué es un Plan de Turismo? |
|  Capítulo 2: Herramientas del Marketing Turístico |  Capítulo 2: Elaboración de un plan de turismo |
|  Capítulo 3 ¿Cómo promocionar el turismo? | |



Unidad 2: Plan de Turismo

¿QUÉ ES UN PLAN DE TURISMO?

En este primer capítulo repasaremos la definición del Ministerio de Turismo.



El Ministerio de Turismo indicó en su portal de noticias en el año 2019 que:

“El Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para el Ecuador (PLANDETUR 2030) será una herramienta que brindará los lineamientos generales para la gestión turística a nivel nacional, y que orientará las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible e inclusivo en el país”

definiendo así al Plan de Turismo como una herramienta guía para el cumplimiento de sus objetivos turísticos, los cuales se plantean a través de distintas mesas de trabajo con representantes de todos los GAD del país.



Ministerio
de Turismo

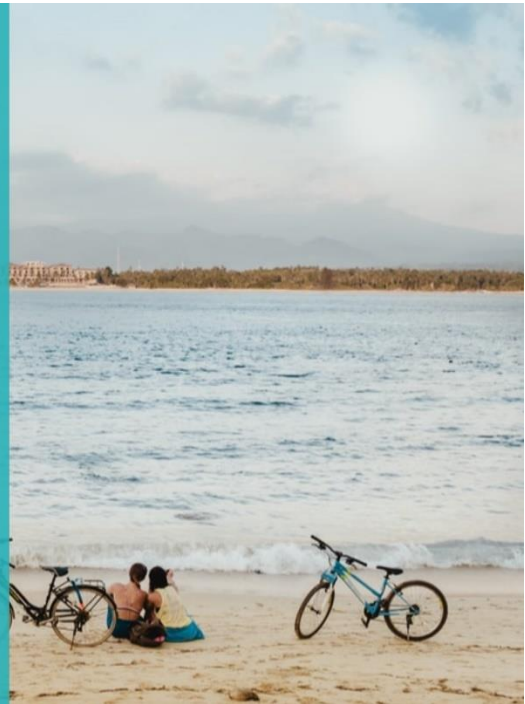
Por otro lado, también se da a conocer que “para reunir las propuestas de todos los sectores, durante el taller se conformó cinco mesas de trabajo: Protección al usuario; Productos, destinos y calidad; Conectividad; Fomento al emprendimiento e inversión; y, Promoción y comunicación.”

02

Unidad 2: Plan de Turismo

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE TURISMO

En este segundo capítulo estudiaremos la Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio realizada por el especialista en desarrollo rural Marvin Blanco.



GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE UN TERRITORIO

En la “Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio” elaborada por Marvin Blanco, entre otros especialistas en el desarrollo rural sostenible en el año 2008, propone el siguiente esquema para la elaboración de un plan:

FASE 1:

Lanzamiento de la propuesta de desarrollo turístico del territorio:

Constitución de un foro de participación para el desarrollo turístico del territorio y un grupo de trabajo (Comisión de Turismo) que sea capaz de liderar el proceso de elaboración del plan de acción turística.

- a. Mapeo de actores
- b. Visitas a actores
- c. Convocación a la reunión

FASE 2:

Prospección previa del territorio

Establecer una primera radiografía del territorio y de su situación turística, de manera que sin una gran inversión de tiempo y de recurso económico se pueda identificar cuáles son las líneas generales del desarrollo turístico real y potencial de la zona, de manera que en fases posteriores se pueda realizar un trabajo de campo y de análisis más dirigido a la realidad de la zona objeto de estudio.

- a. Revisión de fuentes primarias y secundarias
- b. Entrevistas a informantes calificados
- c. Reuniones con agentes territoriales

FASE 3:

Elaboración del diagnóstico de la situación turística

Con base en la información obtenida en la Fase anterior, así como a la que sea necesaria obtener por otras vías (solicitud de información no publicada, visitas de campo específicas, análisis de fotografía aérea, etc.) se elaborará un diagnóstico turístico que recoja la realidad turística del territorio, el que se convertirá en un elemento clave para la formulación del Plan de Desarrollo Turístico.

- a. Entrevistas
- b. Revisión de fuentes de información
- c. Encuestas
- d. Guías de observación
- e. FODA

FASE 4:

Formulación de Plan de Acción Turística

Definir, en consenso, un conjunto de acciones y proyectos eficaces y viables de manera que su ejecución, permita cumplir los objetivos definidos en el Plan de Desarrollo Turístico

- a. Elaboración de Estrategias
- b. Identificación de acciones
- c. Definir la identidad turística del territorio
- d. Plan de Acción Turística
- e. Foro de participación local
- f. Debatir resultados

FASE 5:

Propuesta de Gestión de Plan

Crear un instrumento de gestión que asegure la implementación de todos los elementos del Plan de Acción Turística, tanto internos como externos, y de manera general un instrumento que asegure un desarrollo turístico de la zona de manera sostenible.

- a. Modelo de Gestión del Plan
- b. Foro de participación
- c. Plataforma de participación social

FASE 6:

Elaboración de Plan de Capacitación

Realizar un estudio sobre las necesidades formativas y de capacitación de los distintos agentes involucrados en el desarrollo turístico del territorio y proponer una planificación de actividades formativas adecuadas a dicha demanda.

- a. Actividades de capacitación:
 - i. Charlas
 - ii. Cursos
 - iii. Talleres
 - iv. Ferias
- v. Visitas de intercambio
- b. Análisis de demandas formativas
- c. Propuesta de formación

FASE 7:

Capacitación y Concienciación Social

Diseñar y poner en marcha distintas herramientas de participación y concienciación social de manera que el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico, se constituya en una propuesta consensuada por el máximo de ciudadanos y lo haga sostenible económica, social, política y ambientalmente.

- a. Foro de participación
- b. Elaboración de material informativo
- c. Mesas de trabajo y talleres

INFORMACIÓN

Para conocer a aún mayor detalle el desarrollo de cada fase, se solicita leer la guía completa en el siguiente enlace:



PREGUNTAS RÁPIDAS!

La herramienta FODA se lleva a cabo durante la Fase 3: Diganóstico de la situación turística.

SEND

⌚ 00:30

La fase de participación y concienciación social busca realizar un estudio sobre las necesidades formativas y de capacitación de los distintos agentes involucrados en el desarrollo turístico del territorio.

SEND



Evaluación MÓDULO 2:

1. Las 5 características principales del marketing de servicios son:
 - a. Heterogeneidad, intangibilidad, inseparabilidad, caducidad, propiedad.
 - b. Calidad, almacenamiento, transferencia, independencia, tangibilidad.
 - c. Presencia, personas, procesos, productividad.
2. Dentro del marketing de servicios, el personal es un pilar fundamental, ya que debe existir una adecuada selección de personal motivado y capacitado para que interactúe con el cliente en cada momento.
 - a. Verdadero
 - b. Falso
3. Adicional a los pilares fundamentales del marketing de servicios, el marketing turístico debe contemplar:
 - a. Distancia, interdependencia, elevados costes fijos y estacionalidad.

- b. Sitio de compra, suma de servicios, inversión, estacionalidad anual.
 - c. Presencia, personas, procesos y productividad.
4. La función principal de las redes sociales como herramientas de marketing digital son la promoción y divulgación de los productos y servicios.
- a. Verdadero
 - b. Falso
5. Las plataformas digitales no pueden llegar a tener cierto nivel de influencia directa en la percepción del lugar.
- a. Falso
 - b. Verdadero
6. Las cinco mesas de trabajo para reunir todos los sectores del PLANDETUR 2030 son:
_____ al usuario; productos, destinos y _____; _____; fomento al
_____ e inversión; promoción y _____.
- a. Protección, calidad, conectividad, emprendimiento, comunicación.
 - b. Seguridad, accesibilidad, prestigio, extranjero, redes sociales.
 - c. Conexión, atractivos, accesibilidad, emprendedor, marketing.
7. En la primera fase de un plan de desarrollo turístico de un territorio se realiza la constitución de un foro de participación y un grupo de trabajo que sea capaz de liderar el proceso.
- a. Verdadero
 - b. Falso
8. Para llevar a cabo la fase III de un plan de desarrollo turístico podemos hacer uso de herramientas como:

- a. Entrevistas, FODA, encuestas, guías de observación.
 - b. Brainstorming, PESTEL, grupos focales, redes sociales.
 - c. Revisión de la bibliografía, FODA y PESTEL.
9. Las actividades de capacitación como charlas, cursos, talleres, ferias y visitas de intercambio se realizan durante la fase:
- a. VI
 - b. VII
 - c. VIII
10. La fase VII, en la que se diseña herramientas para constituir una propuesta consensuada por el máximo de ciudadanos y que sea sostenible económica, social, política y ambientalmente se denomina:
- a. Participación y Concienciación Social
 - b. Elaboración de Plan de Capacitación
 - c. Propuesta de Gestión de Plan



MOOC: INTRODUCCIÓN PARA TÉCNICOS Y DIRECTORES DE TURISMO



ÍNDICE

Módulo 2



UNIDAD 1: Competencias según el nivel territorial



Capítulo 1: Gobierno Central



Capítulo 2: GAD Provincial



Capítulo 3: GAD Municipal



Capítulo 4: GAD Parroquial



UNIDAD 2: Catastro e Inventario



Capítulo 1: Catastro de Establecimientos Turísticos



Capítulo 2: Inventario de Atractivos Turísticos



UNIDAD 3: Licencia Única Anual de Funcionamiento



Capítulo 1: Definición



Capítulo 2: Otorgación



Unidad 1: Competencias según el nivel territorial

GOBIERNO CENTRAL

En este primer capítulo visualizaremos inicialmente un cuadro con las competencias básicas de cada gobierno según su nivel territorial y posteriormente se brindarán las especificaciones del Gobierno Central.

COMPETENCIAS SEGÚN EL NIVEL TERRITORIAL

Gobierno Central:

- Rectoría
- Planificación
- Regulación
- Control
- Gestión



Resolución 0001-CNC-2016

- ### Gobierno Municipal - Metropolitano:
- Planificación
 - Regulación
 - Control
 - Gestión

- ### Gobierno Provincial:
- Planificación
 - Regulación
 - Control

- ### Gobierno Parroquiales - Rurales:
- Regulación
 - Control

GOBIERNO CENTRAL

Políticas Públicas

Normas técnicas de calidad
(Dirección de Calidad)

Normativa de Actividades y Servicios

Seguimiento y/o Monitoreo

GOBIERNO CENTRAL

Facilidades

Lineamientos diseño arquitectónico.

Promoción

Controlar aplicación de promoción y elementos empleados

Inversiones - Fomento

Viabilidad técnica a proyectos.

Destinos

Elaborar y administrar catastros de sitios turísticos

GOBIERNO CENTRAL

Capacitación

Asistencia técnica y capacitación

Calidad

Potenciar el turismo de calidad

Productos /
Mercados
Nacionales

Promoción y fomento turismo nacional

Estadística

Consolidar estadísticas nacionales y regular
tarifa LUAF (Inversión)

GOBIERNO CENTRAL

Rectoría

Políticas públicas
nacionales, lineamientos y
directrices de turismo.

Planificación

Planificación nacional del
sector turístico.

Regulación

Normativa para
regular actividades y
servicios turísticos a
nivel nacional /
Normas técnicas de
calidad
Requisitos para
otorgar permisos de
operación turísticos

Control

Registro de turismo a
todos los prestadores de
servicios turísticos
Inspecciones a los
establecimientos
turísticos
Seguimiento y monitoreo
al cumplimiento de la
normativa.

Gestión

Clasificación y
Categorización de
todos los prestadores
de servicios turísticos
Catastro de
establecimientos y
actividades turísticas.
Inventario de sitios y
atractivos turísticos.

PREGUNTAS RÁPIDAS!

Una de las competencias del gobierno central es elaborar y administrar catastro sitios turísticos.

Verdadero

Falso

SEND

La clasificación y categorización de todos los prestadores de servicios turísticos es parte de la competencia de planificación.

Verdadero

Falso

SEND

⌚ 00:30

03

Unidad 1: Competencias según el nivel territorial

GAD PROVINCIAL

En este segundo capítulo abordaremos las principales competencias y responsabilidades de cada GAD Provincial.



GOBIERNO PROVINCIAL

Planificación

Planes, programas y proyectos.
Plan Provincial de Turismo.

Facilidades

Productos y destinos turísticos
Dotar de facilidades

Promoción

Material promocional
Campañas

Capacitación

Asistencia técnica y capacitación.

GOBIERNO PROVINCIAL

Gestión

Fomentar el turismo comunitario y aquel desarrollado por los actores de la economía popular y solidaria, en coordinación con los GADPR.

Planificación

Plan provincial de turismo
Planes, programas y proyectos turísticos de carácter provincial, conforme la planificación nacional.

Regulación

Normativa que regule el desarrollo del sector turístico provincial, en coordinación con los GADM.

PREGUNTAS RÁPIDAS!

Para la planificación, los GAD Provinciales realizan el Plan Provincial de Turismo.

SEND

Es competencia de los GAD Provinciales fomentar el turismo comunitario y el desarrollado por actores de la economía popular y solidaria.

SEND

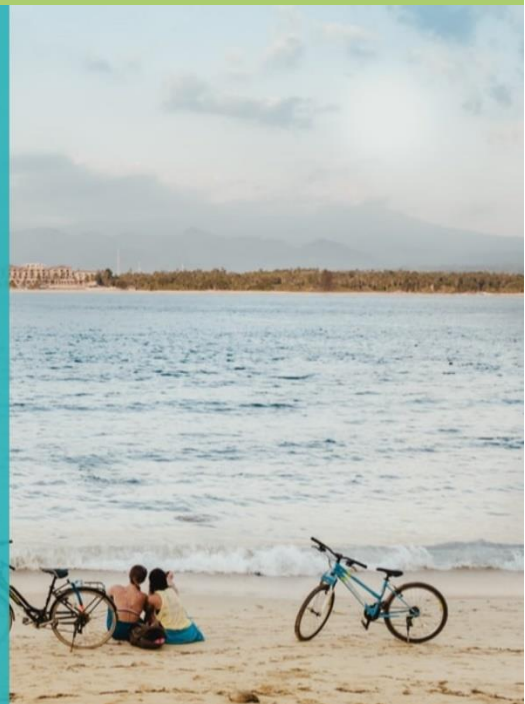
⌚ 00:30

03

Unidad 1: Competencias según el nivel territorial

GAD MUNICIPAL

En este tercer capítulo abordaremos las principales competencias y responsabilidades de cada GAD Municipal.



GOBIERNO MUNICIPAL

Planificación

Planes,
programas y
proyectos

Normativa

Ordenanzas

Bienestar

Mecanismos de
protección turística.
Mecanismos de
bienestar.
Receptar, gestionar,
sustancia y reportar
denuncias.

Capacitación

Actualización y
mantenimiento
señalización
Desarrollo de productos
o destinos turísticos
Dotar de facilidades

GOBIERNO MUNICIPAL

Regulación de
horarios de
funcionamiento.

Control de
establecimientos

Control de
Actividades

Actualización de
catastro

LUAF

Sanciones
LUAF

Uso plataforma
SIETE o uno de
uso compatible

GOBIERNO MUNICIPAL

Destinos

Inventario de atractivos turísticos

Promoción

Campañas
Material promocional

Capacitaciones

Asistencia técnica y capacitación

Mercados

Ferias, muestras, exposiciones, congresos

Estadísticas

Participar en estadísticas nacionales

GOBIERNO MUNICIPAL

Control

Otorgar licencia única anual de funcionamiento y controlar sus requisitos. Controlar que los establecimientos turísticos cumplan con la normativa nacional y cantonal vigente.

Regulación

Ordenanzas que contribuyan al desarrollo del sector turístico cantonal, sujetas a la legislación nacional. Regular los horarios de funcionamiento de los establecimientos turísticos, en coordinación con la autoridad nacional competente.

Planificación

Plan cantonal de turismo
Planes, programas y proyectos turísticos de carácter cantonal.

Gestión

Promoción del desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás GAD, especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias. Actualización del catastro de establecimientos turísticos del cantón.

PREGUNTAS RÁPIDAS!

Parte de las competencias de los GADM es receptor, gestionar, sustanciar y reportar denuncias.

Verdadero

Falso

SEND

La parte de promoción de los destinos se delega exclusivamente a los GADP.

Verdadero

Falso

SEND

00:30

Unidad 1: Competencias según el nivel territorial

GAD PARROQUIAL

En este cuarto capítulo abordaremos las principales competencias y responsabilidades de cada GAD Parroquial.

Gestión

Promoción del turismo comunitario y aquel desarrollado por los actores de la economía popular y solidaria, en coordinación con los GADP Realizar y apoyar actividades promocionales del turismo. Canalización de requerimientos de prestados de servicios turísticos a los GADM.

PREGUNTAS RÁPIDAS!

La promoción del turismo comunitario es competencia exclusiva de los GAD Parroquiales.

SEND

La única competencia de los GAD Parroquiales es de CONTROL.

SEND

⌚ 00:30



**HAS CULMINADO
EL MÓDULO 3**



LOS GADS EN EL TURISMO

MÓDULO 3

MOOC: INTRODUCCIÓN PARA TÉCNICOS Y DIRECTORES DE TURISMO






ÍNDICE

Módulo 2

-  UNIDAD 1: Competencias según el nivel territorial
-  Capítulo 1: Gobierno Central
-  Capítulo 2: GAD Provincial
-  Capítulo 3: GAD Municipal
-  Capítulo 4: GAD Parroquial

-  UNIDAD 2: Catastro e Inventario
-  Capítulo 1: Catastro de Establecimientos Turísticos
-  Capítulo 2: Inventario de Atractivos Turísticos

-  UNIDAD 3: Licencia Única Anual de Funcionamiento
-  Capítulo 1: Definición
-  Capítulo 2: Otorgación



CATASTRO DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

En este primer capítulo repasaremos breves conceptos del catastro de establecimientos turísticos, además de poder visualizar el resumen anual de datos estadísticos del catastro.

TURISMO EN CIFRAS

Portal de Servicios del Ministerio de Turismo en Ecuador

Catastro Turístico

Ver datos

Ministerio de Turismo (MINTUR)

Estadística del número de establecimientos registrados dedicados a la actividad turística.

Actualización de datos semestral

Según el Portal de Servicios del Ministerio de Turismo en Ecuador, en la sección denominada Turismo en cifras se menciona que el catastro de establecimientos turísticos es la estadística del número de establecimientos registrados dedicados a la actividad turística. (Mintur)

En este enlace podemos visualizar el portal y el resumen anual del catastro:



TURISMO EN CIFRAS

Portal de Servicios del Ministerio de Turismo en Ecuador

El catastro se encuentra dividido según los servicios turísticos que se brindan en el país: alojamiento, alimentos y bebidas, agencias turísticas e intermediación y transportación turística. Adicionalmente, encontramos los datos de los centros de turismo comunitario y los parques de atracción estables.

Turismo en cifras Catastro de servicios turísticos

<	General	Alojamiento	Alimentos y Bebidas	Agencias Turísticas e Intermediación	Centro de Turismo Comunitario	Parques de Atracción Estable	Transporte Turístico	Metad	>
---	---------	-------------	---------------------	--------------------------------------	-------------------------------	------------------------------	-----------------------------	-------	---

TURISMO EN CIFRAS

Portal de Servicios del Ministerio de Turismo en Ecuador

Es importante conocer que la plataforma, para esclarecer la visualización de datos y mejorar el método de búsqueda, presenta los datos seccionados por año y provincia.

Registro por provincia en el año 2021: Alimentos y Bebidas Provincia: LOJA

Canton	Registro	Mesas	Plazas mesas
CALVAS	7	57	228
CATAMAYO	27	415	1.660
CELICA	4	61	244
CHAGUARPAMBA	2	17	68
GONZANAMA	2	30	120
LOJA	206	2.625	10.500
MACARA	16	205	820
OLMEDO	1	6	24
PALTAS	4	77	308
PINDAL	1	8	32
SARAGURO	8	60	240
ZAPOTILLO	2	25	100
Total general	280	3.586	14.344

TURISMO EN CIFRAS

Portal de Servicios del Ministerio de Turismo en Ecuador

Así también como dentro de la clasificación de provincia, se puede buscar por la subclasificación de cantón, además de la subclasificación dependiendo del servicio.

CATEGORÍA	Canton		Subactividad Turística	
	Registro	Mesas	Plazas	mesas
PRIMERA	15	236	944	
SEGUNDA	112	1.373	5.492	
TERCERA	69	450	1.800	
CUARTA	14	83	332	
1 TAZA	21	235	856	
2 TAZAS	3	47	126	
Total general	234	2.424	9.550	

PREGUNTAS RÁPIDAS!

El catastro de establecimientos turísticos es la estadística del número de establecimientos registrados dedicados a la actividad turística.

SEND

00:30

Las categorías de servicios según el catastro turístico son: alimentos y bebidas, guarderías infantiles, alojamiento, transporte, peluquería y belleza e intermediación.

SEND

Unidad 2: Catatros e Inventario Turístico

INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

En este segundo capítulo repasaremos el manual Elaboración del inventario de atractivos turísticos elaborado y publicado por el MINTUR.

INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

MINISTERIO DE TURISMO

ETAPA I: ELABORACIÓN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Obligatorio
GADs + CZs

Matriz
MINTUR

FASE I: LEVANTAMIENTO Y REGISTRO

1. Identificación y clasificación
2. Levantamiento de información primaria y;
3. Verificación con información secundaria

FASE II: PONDERACIÓN Y JERARQUIZACIÓN

1. Definición de criterio de evaluación
2. Ponderación de criterios
3. Jerarquización de atractivos turísticos

FASE III: SISTEMATIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS FICHAS

1. Selección de atributos
2. Conversión de Base de Datos (DB) a Base de Datos Geográfica (GDB)
3. Catalogación de los atractivos según Catálogo Nacional
4. Generación del mapa de atractivos turísticos

Elaborado: Dirección de Productos y Destinos. 2017.

PONDERACIÓN DE CRITERIOS ATRATIVOS NATURALES Y CULTURALES

MINISTERIO DE TURISMO

TABLA 1. PONDERACIÓN DE CRITERIOS ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES

Criterios de Valoración	Descripción	Ponderación
1 ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Hace referencia a las condiciones de accesibilidad al atractivo, ciudad o poblado más cercano, además de la existencia de vías de acceso, servicios de transporte y señalización.	18
2 PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS	Hace referencia a la existencia de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viaje, guía, transporte o movilización interna, facilidades turísticas y servicios complementarios a la actividad turística.	18
3 ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del atractivo y su entorno.	14
4 HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de servicios básicos, gestión ambiental, señalética, establecimientos de atención ciudadana en temas de salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales.	14
5 POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10
6 ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades de agua, aire, tierra que se practican en atractivos naturales y actividades que se practican en atractivo culturales.	9
7 DIFUSIÓN, MEDIOS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO	Hace referencia a la mención del atractivo en publicaciones en revistas especializadas nacionales o internacionales, así como páginas web, redes sociales, prensa, televisión, entre otros.	7
8 REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Hace referencia al registro de visitantes realizado por el administrador del atractivo, temporalidad de visita, procedencia del visitante, frecuencia de visitantes.	5
9 RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al número de personas y nivel de instrucción académica del personal que labora en el atractivo.	5
TOTAL		100

PONDERACIÓN DE CRITERIOS ATRATIVOS NATURALES Y CULTURALES

MINISTERIO DE TURISMO

Una vez que se ha levantado la información del atractivo, este es puesto en valor numérico mismo que representa el puntaje alcanzado sobre 100 que se enmarca dentro de un nivel de jerarquía que va en una escala de I a IV, como en muestra:

RANGOS	JERARQUÍA
86 – 100	IV
61 – 85	III
36 – 60	II
11 – 35	I
0 – 10	Recurso

MANUAL METADOLOGÍA PARA JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y GENERACIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS

ASOCIACIÓN DE MUNICIPALIDADES DEL ECUADOR

Para mayor información detallada, lea el manual completo en el siguiente enlace:



PREGUNTAS RÁPIDAS!

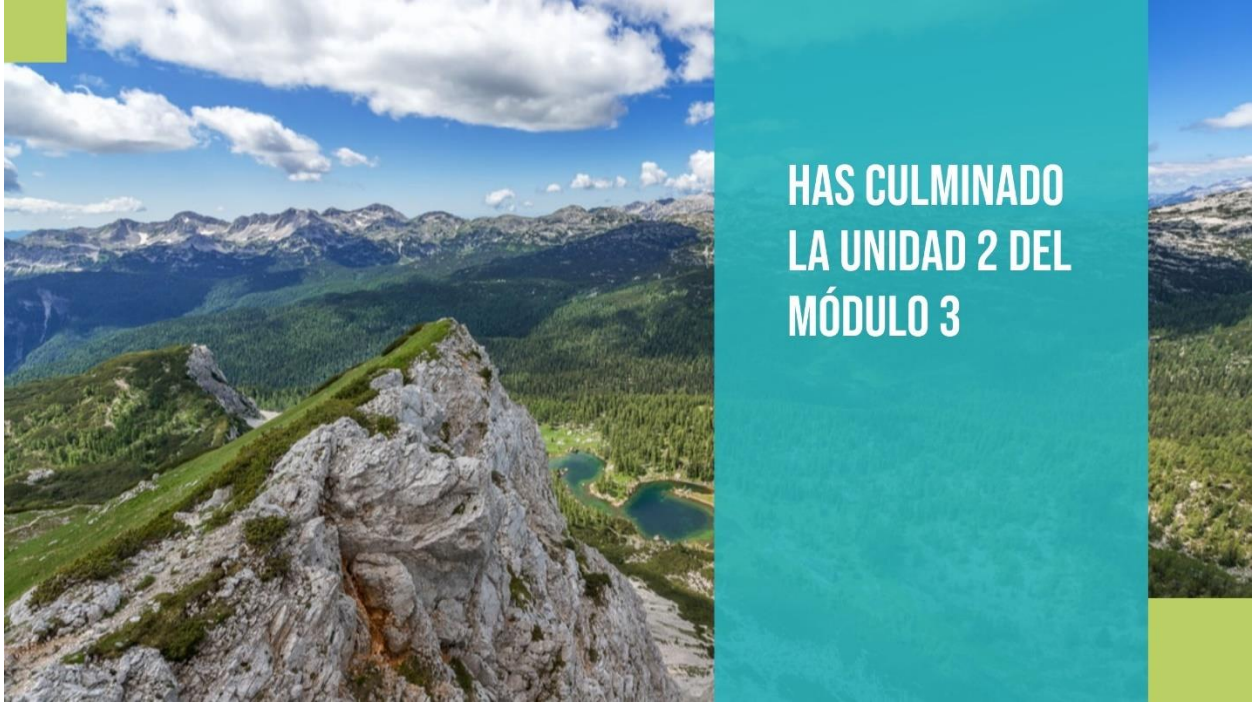
La elaboración del inventario de atractivos turísticos se divide en 3 fases: Levantamiento, jerarquización y sistematización geográfica.

SEND

⌚ 00:30

El rango más alto dentro de la jerarquización de atractivos turísticos es la categoría de recurso.

SEND



**HAS CULMINADO
LA UNIDAD 2 DEL
MÓDULO 3**



LOS GADS EN EL TURISMO

MÓDULO 3

MOOC: INTRODUCCIÓN PARA TÉCNICOS Y DIRECTORES DE TURISMO



ÍNDICE

Módulo 2



UNIDAD 1: Competencias según el nivel territorial



Capítulo 1: Gobierno Central



Capítulo 2: GAD Provincial



Capítulo 3: GAD Municipal



Capítulo 4: GAD Parroquial



UNIDAD 2: Catastro e Inventario



Capítulo 1: Catastro de Establecimientos Turísticos



Capítulo 2: Inventario de Atractivos Turísticos



UNIDAD 3: Licencia Única Anual de Funcionamiento



Capítulo 1: Definición



Capítulo 2: Otorgación



Unidad 3: Licencia Única Anual de
Funcionamiento

DEFINICIÓN Y OTORGACIÓN

En este primer capítulo estudiaremos la
definición de la LUAF según la Asociación de
Municipios Ecuatorianos (AME)

LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

La Asociación de Municipios Ecuatorianos (AME) desarrolló una guía sobre la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) en el año 2021 donde explica que de conformidad con el artículo 55 del Reglamento General de la Ley de Turismo, "la LUAF es la autorización legal que se les otorga a los establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos para que puedan operar, previo la presentación de requisitos definidos por el Ministerio de Turismo y el pago de la tasa correspondiente, tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente."



¡Visítanos!



Existe un trabajo colateral entre el MINTUR y los GADs para regular las tarifas a pagar por la obtención de esta licencia, ya que el Ministerio de Turismo como órgano rector en esta materia es competente para regular el tarifario de la tasa de otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento (LUAF) y las Municipalidades son quienes cobran dicha tasa y administran estos recursos para beneficio del turismo en cada uno de los cantones. (AME, 2021)

LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

A su vez, en la guía redactada por AME encontramos los requisitos para la obtención de la LUAF. Conforme el artículo 3 del Acuerdo Ministerial Nro. 2018-037, para obtener la licencia única anual de funcionamiento, las personas naturales o jurídicas deberán presentar al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal y Metropolitano la siguiente documentación:

Solicitud en formulario correspondiente

Registro de Turismo conferido por la autoridad nacional de turismo.

Pago por concepto de emisión o renovación de LUAF

Certificado de no adeudar al GADM

Permiso de uso de suelo municipal o su equivalente

En esta guía, también se recuerda que una atribución de control asignada a los GAD Municipales según la resolución Nro 001-CNC-2016 es otorgar y renovar la licencia única anual de funcionamiento en función de los requisitos y estándares establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo, es decir, el MINTUR.

PREGUNTAS RÁPIDAS!

La LUAF es la autorización legal que se les otorga a los establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos que puedan operar.

Verdadero

Falso

SEND

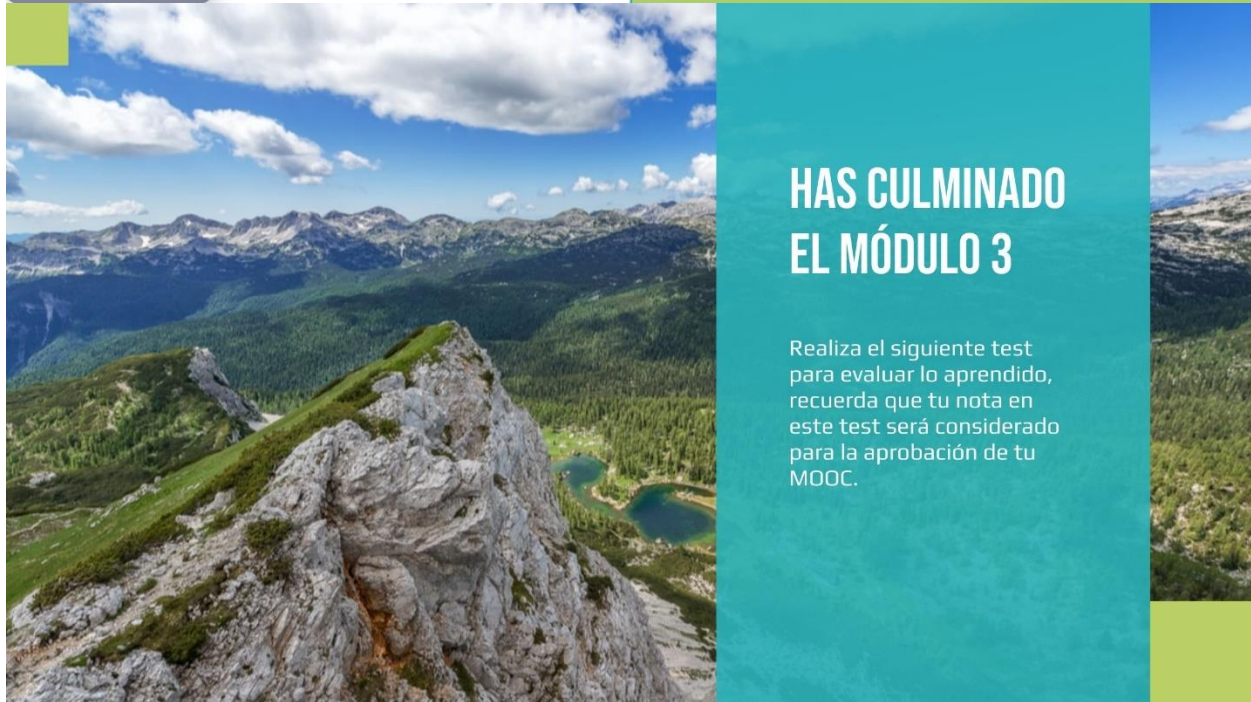
Las tarifas son un trabajo colateral entre el MINTUR, los GADs y la cámara de Comercio de cada provincia.

Verdadero

Falso

SEND

⌚ 00:30



HAS CULMINADO EL MÓDULO 3

Realiza el siguiente test para evaluar lo aprendido, recuerda que tu nota en este test será considerado para la aprobación de tu MOOC.

Evaluación MÓDULO 3

1. Los niveles territoriales de los GADS son: Central, Municipal, Provincial y Parroquial.
 - a. Verdadero
 - b. Falso

2. Las competencias del Gobierno Central engloban todas las competencias de los demás niveles de gobierno.
 - a. Verdadero
 - b. Falso
3. Es competencia del Gobierno _____ la asistencia técnica y capacitación.
 - a. Provincial
 - b. Municipal
 - c. Parroquial
4. Es competencia del Gobierno _____ la actualización y mantenimiento de la señalización turística.
 - a. Municipal
 - b. Provincial
 - c. Parroquial
5. Es competencia del Gobierno _____ la promoción del destino comunitario y aquel desarrollado por los actores de la economía popular y solidaria.
 - a. Parroquial
 - b. Provincial
 - c. Municipal
6. El catastro de establecimientos turísticos es la _____ del número de establecimientos _____ dedicados a la actividad _____.
 - a. Estadística, registrados, turística.
 - b. Suma, inaugurados, comercial.
 - c. Información, físicos, turística.

7. La elaboración del inventario de atractivos turísticos se divide en 3 fases:
 - a. Levantamiento, jerarquización y sistematización geográfica.
 - b. Registro, ponderación, fichas geográficas.
 - c. Suscripción, evaluación y mapeo.

8. Según la tabla de ponderación de criterios de atractivos naturales y culturales tiene menor ponderación los registros de visitantes y afluencia y los recursos humanos.
 - a. Verdadero
 - b. Falso

9. Existen _____ niveles de jerarquía y el rango inferior es _____.
 - a. Cuatro, recurso.
 - b. Cinco, atractivo.
 - c. Tres, producto.

10. Alguno de los documentos requeridos para solicitar la LUAF son:
 - a. Solicitud de formulario, pago por concepto de emisión o renovación de la LUAF, permiso de uso de suelo municipal o su equivalente.
 - b. Cédula de ciudadanía, RUC activo del gerente, carta de solicitud firmada por el propietario.
 - c. Recibo de pago de la comisión anual de funcionamiento, solicitud de formulario de inscripción y certificado de seguridad del local en función.

Evidencia de Socialización del Prototipo con el cliente

The image shows a Zoom meeting interface with a presentation slide and a video thumbnail. The presentation slide is titled "Unidad 3: Creando Turismo" and "CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS" (Cyclical Life of Tourism Products). It is attributed to "Diseño de Productos Turísticos (Martínez, 2015)". The cycle consists of six stages: 1. EXPLORACIÓN (Exploration), 2. IMPLICACIÓN (Involvement), 3. DESARROLLO (Development), 4. CONSOLIDACIÓN (Consolidation), 5. ESTANCAMIENTO (Stagnation), and 6. POST-ESTANCAMIENTO (Post-Stagnation). The Post-Stagnation stage includes sub-steps: Estabilización (Stabilization), Rejuvenecimiento (Rejuvenement), and Declive (Decline). The video thumbnail shows a manual titled "MANUAL ESTRUCTURA DE PRODUCTOS CON BASE A UN ATRACTIVO TURÍSTICO" (Manual Structure of Products Based on a Tourism Attraction). The manual is described as the second chapter of a manual elaborated by MINTUR in 2019 for developing a tourism product based on an attraction. The Zoom meeting interface includes a top toolbar with controls like Mute, Stop Video, Participants, Chat, New Share, Pause Share, Summary, AI Companion, Annotate, Slide Control, Apps, and More. A bottom toolbar shows Unmute, Stop Video, Participants, Chat, Share Screen, Summary, AI Companion, Record, Show Captions, Reactions, Whiteboards, and Leave. The meeting title is "Unidad 3: Creando Turismo" and the URL is "https://aulavirtual.espol.edu.ec/courses/23468/pages/unidad-3-creando-turismo?module_item_id=642287".

Material Bibliográfico para contenido del MOOC

Parte del material bibliográfico el cual se utilizó para el desarrollo del contenido del MOOC se encuentra alojado en la siguiente carpeta compartida por la plataforma Google

Drive:

https://drive.google.com/drive/folders/1eTYHMBKoo_xzdDr_kNNEv8CXkbRgk_ZG?usp=sharing

Bibliografía

- Araya-Castillo, L. (2015). Dinámica competitiva de las universidades en Chile y la necesidad de potenciar el mercado de educación a distancia. *Aposta, Revista de Ciencias Sociales*, (64), 1-30.
- Barrientos, N., Yáñez, V., & Barrueto, E. (5 de agosto de 2022). Universidad del Zulia: *Revista de Ciencias Sociales*.
- Bonilla, D., Macero, R., & Mora, E. (8 de junio de 2018). La importancia de la capacitación en el rendimiento del personal administrativo de la Universidad Técnica de Ambato.
- Dirección de Fortalecimiento Institucional GAD – CNC. (2016) Informe Anual de Rendición de Cuentas Consejo Nacional de Competencias
- Dirección de Fortalecimiento Institucional GAD – CNC. (2017) Informe Anual de Rendición de Cuentas Consejo Nacional de Competencias
- Dirección de Fortalecimiento Institucional GAD – CNC. (2018) Informe Anual de Rendición de Cuentas Consejo Nacional de Competencias
- Dirección de Fortalecimiento Institucional GAD – CNC. (2019) Informe Anual de Rendición de Cuentas Consejo Nacional de Competencias
- Dirección de Fortalecimiento Institucional GAD – CNC. (2020) Informe Anual de Rendición de Cuentas Consejo Nacional de Competencias
- Dirección de Fortalecimiento Institucional GAD – CNC. (2021) Informe Anual de Rendición de Cuentas Consejo Nacional de Competencias

Dirección de Fortalecimiento Institucional GAD – CNC. (2022) Informe Anual de Rendición de Cuentas Consejo Nacional de Competencias

Herrera, M. (2023) Entrevista de procesos de capacitación a los Gobiernos Autónomos Descentralizados. Vía Zoom.

Lozano-Díaz, A., Fernández-Prados, J. S., Figueredo, V., y Martínez, A. M. (2020). Impactos del confinamiento por el COVID-19 entre universitarios: Satisfacción vital, resiliencia y capital social online. *International Journal of Sociology of Education*, 2020(E), 79-104

Molina, A. (14 de Julio de 2017). Cuál es el impacto de la capacitación del personal en la organización.

Navarrete, J. (2024) Entrevista de coordinación y acompañamiento para uso del Aula Virtual de ESPOL. Vía Microsoft Teams.

Onrubia, J., Naranjo, M., y Segué, M. T. (2009). Debate y construcción de conocimiento en foros virtuales: La importancia de los motivos de los participantes en la actividad. *Cultura & Educación*, 21(3), 275-289.

Presidencia de la República del Ecuador (2010). Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía Descentralización.

Turkit.Ec (2021, 20 de octubre). Historia de la Planificación Turística del Ecuador [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=Yi4VV_tn5RE

Veintimilla, C. (2023) Entrevista de Historia de la Descentralización. Vía Microsoft Teams.