



## CONSEJO DE EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL

(Universidad del Trabajo del Uruguay)

### PROGRAMA PLANEAMIENTO EDUCATIVO

DEPARTAMENTO DE DISEÑO Y DESARROLLO CURRICULAR

PROGRAMA					
		Código en SIPE	Descripción en SIPE		
<b>TIPO DE CURSO</b>		050	Curso Técnico terciario		
<b>PLAN</b>		2013	2013		
<b>SECTOR DE ESTUDIO</b>		713	Turismo		
<b>ORIENTACIÓN</b>		411	Gestión de Empresas Turísticas		
<b>MODALIDAD</b>		---	-----		
<b>AÑO</b>		2°	Segundo Año		
<b>TRAYECTO</b>		-----	-----		
<b>SEMESTRE</b>		1°	Primer Semestre		
<b>MÓDULO</b>		-----	-----		
<b>ÁREA DE ASIGNATURA</b>		878	Gestión de Empresas Turísticas		
<b>ASIGNATURA</b>		17951	Gestión Empresarial Turística- Práctica I		
<b>ESPACIO COMPONENTE CURRICULAR</b>		o	-----		
<b>MODALIDAD DE APROBACIÓN</b>		Examen obligatorio.			
<b>DURACIÓN DEL CURSO</b>		Horas totales: 64	Horas semanales: 4	Cantidad de semanas: 16	
Fecha de Presentación: 02/03/15	Nº Resolución del CETP	Exp. Nº	Res. Nº	Acta Nº	Fecha _ / _ / _

Nota:SIPE: Sistema Informatizado de Planillado Escolar – Programa Planeamiento Educativo, Área Programación de Cursos y Divulgación de la Oferta.

## I FUNDAMENTACIÓN

La asignatura Gestión Empresarial Turística – Práctica – I y II está ubicada en el tercer y cuarto semestre de la Tecnicatura Gestión de Empresas Turísticas y tiene en cuenta el marco teórico de la misma y los conocimientos y las competencias que aportan los alumnos que han adquirido en los dos primeros semestres de la misma. El programa tiene en cuenta esos insumos y especialmente el perfil de egreso de la Tecnicatura.

Se toma como unidad de análisis el “destino turístico Uruguay” y la conformación del complejo entramado de empresas que involucran tanto a las de gran porte como a la mayoría de las pequeñas y medianas empresas, interactuando con las Instituciones públicas conformando los conglomerados turísticos.

El destino turístico Uruguay presenta una determinada geografía, “ con rasgos propios de clima, raíces, infraestructura y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral” ( Valls, 2000: 19).

Por tanto, Gestión Empresarial Turística- práctica- aporta al conocimiento de las diversas empresas del Sector turístico, sus peculiaridades y su interrelacionamiento para hacer posible una estadía satisfactoria del visitante y, a través de una planificación basada en el respeto a la capacidad de carga, a la sustentabilidad y al desarrollo endógeno, asegure una relación armoniosa entre residentes y visitantes y de ellos con el ambiente natural y cultural del sitio.

Por tanto, coordina con el resto de las asignaturas del curso y tiene la especialidad de hacer conocer teórica y prácticamente las empresas del sector, tutorar las pasantías y promover la conformación de los equipos de estudiantes que, deberán elaborar proyectos que tengan como rasgo distintivo la innovación, la sustentabilidad y la viabilidad.

Como el resto de las asignaturas se encuadra en el fundamento teórico – práctico de la Tecnicatura, el dinamismo del sector promovidos tanto desde la oferta del destino como por los cambios en la información que dispone el visitante actual, sus motivaciones, comportamientos y exigencias. En el tercer milenio el conocimiento es el activo más importante en las empresas y en las personas.

Sergio Molina arriesga al afirmar: “ La capacidad para competir en un mercado turbulento y competitivo reposa más en la eficacia de la gestión que en el inventario de recursos naturales y culturales, distinguiéndose la creatividad, el talento, la capacidad prospectiva y el enfoque estratégico. Estos desafíos redescubren la importancia del ser humano como agente capaz de multiplicar – por medio de su transformación – la herencia natural y cultural. Por eso valoriza la formación y la información que el individuo recibe y procesa. ( Molina, S. 2003; O pós – turismo; 38)

Por tanto, estas premisas – entre otras – deben ser tenidas en cuenta en los diseños de los proyectos finales dado que esto significa conocer y generar una nueva cultura de gestión.

## **II OBJETIVOS**

- 1.- Despertar el espíritu crítico y reflexivo en el análisis de las empresas turísticas observando las que se enmarcan en el desarrollo sostenible a través de la planificación de larga duración, respetuosa del ambiente local, institucional y cultural de la sociedad residente , propiciando una experiencia satisfactoria en los visitantes.
- 2.- Desarrollar capacidades conceptuales y metodológicas para integrar equipos capaces de actuar en el proceso de mejora, reformulación de emprendimientos turísticos existentes o generar iniciativas para la creación de pequeñas y medianas empresas.
- 3.- Promover la investigación y la innovación en el diseño y / o gestión de productos – servicios de calidad.
- 4.- Fomentar el emprendedurismo y generar planes de negocios en los proyectos técnicos- tecnológicos con los que los estudiantes adquieren la titulación.
- 5.- Los objetivos enunciados corresponden a la asignatura Gestión Empresarial – Práctica I y II que está presente en el tercer y cuarto semestre. A ellos aportan todas las asignaturas de la Tecnicatura “Gestión de Empresas Turísticas”. Plan 2013.

### **III ESTRUCTURA CURRICULAR**

En la adjudicación de las horas aproximadas para tratar cada unidad se ha tenido en cuenta que las asignaturas Gestión Empresarial Turística- Práctica I junto a Metodología de Proyectos Turísticos I; Marketing turístico I ; Estructura y Desarrollo Organizacional I y Contabilidad: presupuestos I cuentan con 2 horas de coordinación específica para proporcionar a los estudiantes un enfoque interdisciplinar que amplíe y enriquezca el conocimiento de la estructura y funcionamiento de las empresas del Sector Turismo. A ello se agregan las prácticas y la convocatoria a referentes del sector para brindar charlas y conferencias.

Por otra parte, la temática de cada unidad se aplica en el cuarto semestre al proyecto elegido por los equipos de estudiantes.

#### UNIDAD I: TURISMO: EMPRENDEDORES, EMPRESARIOS Y EMPLEADOS.

1.1.- Identificación y análisis de las capacidades y actitudes personales de cada uno de los actores.

1.1.1.- perfil personal y rol del empleado en la empresa turística

1.1.2.- perfil personal y rol del empresario de una empresa turística

1.1.3.- perfil personal y rol del emprendedor en el sector turismo..

1.2.- Relación entre investigación, invención e innovación.

1.2.1. Concepto y tipos de innovación.

1.2.2.-Innovaciones radicales e incrementales en el Sector Turismo.Total Unidad I 8 horas

#### UNIDAD II: LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO.

2.1. Características de las empresas del sector. Concepto de actividad principal en cada tipo de empresa.

2.2.- Las diferentes estructuras y procesos de costos para cada tipo de empresa.( coordinar con asignatura Contabilidad- presupuestos)

2.3.- La localización. Entorno. Decisión. Dimensión.

2.4.- Los distintos tipos de organizaciones y sus conglomerados ( empresas de producción, de servicios, ONGs, organismos públicos – estatales, departamentales, municipales.

2.5.- La inversión y financiación. ( coordinación con asignatura Contabilidad – presupuestos).

2.6.-Crecimiento e internacionalización empresarial. Aplicar a la realidad uruguaya.

Total: 8 horas

### UNIDAD III: LAS AGENCIAS DE VIAJES

3.1.- Concepto.

3.2.- Funciones: asesoramiento, mediación y producción.

3.3.- Tipos de Agencias de viajes. Registro en Mintur. Uruguay

3.4.- Reglamentación nacional e internacional.

3.5.- Estructura interna según tipología de la Agencia de viaje.

3.5.1.- Viabilidad

3.5.2.- Localización

3.5.3.- Organigrama

3.5.4.- Documentación e Informática.

Total 12 horas

### UNIDAD IV AGENCIAS DE VIAJES: INTERMEDIACIÓN CON OTRAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO.

4.1.- Cadena de valor turística.

4.2.-Rol de la Agencia de viajes como intermediaria en los servicios de alojamiento y alimentación.

4.3.- La Agencia de viajes como intermediaria en los servicios de transporte.

4.3.1.- aéreo.

4.3.2.- fluvial

4.3.3.- terrestre.

4.4.- Agencia de Viajes como productora de “paquetes turísticos”, de viajes a forfait; viajes corporativos y organización de eventos.

4.5.- Certificación de calidad y las tics aplicadas a las agencias y su competencia.

Total 12 horas

### UNIDAD V: LAS EMPRESAS DE ALOJAMIENTO Y RESTAURACIÓN

5.1.-- Definición y tipología de alojamientos

5.2.- Sector hotelero; clasificación de su oferta.

5.2.1. Sistema hotelero: planificación, organización, dirección y control.

5.2.2 .Reglamentación nacional e internacional.

5.3.- Alojamiento turístico extrahotelero; tipología y diversidad.

- 5.3.1.- Establecimiento rurales
- 5.3.2.- hostels y albergues juveniles
- 5.3.3.- campings y cabañas
- 5.3.4.- apartamentos time sharing
- 5.3.5.- Paradores, monasterios, balnearios, pueblos turísticos.
- 5.4.- Empresas de restauración: concepto y modalidades.
- 5.4.1.-Restaurantes. Cafeterías, Parrillas, Catering, etc.
- 5.4.2. Calidad del producto: cadena de proveedores.
- 5.4.3.- Imagen de la localización del establecimiento
- 5.4.4.-Funciones administrativas: planificación, organización, dirección y control.

Total 8 horas

#### UNIDAD VI : LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE

- 6.- Características generales del transporte turístico.
- 6.1.- Tipología: terrestre, fluvial y aéreo.
- 6.2.- Elementos integrantes del sistema de transportes:
  - 6.2.1- *el medio* carreteras, autopistas, vías férreas, rutas fluviales, marítimas, marítimas y rutas aéreas controladas.
  - 6.2.2. *El vehículo*: autos, ómnibus, embarcaciones, cruceros, aviones
  - 6-2.3.- *las terminales*: playas de estacionamiento, terminales de ómnibus, puertos, aeropuertos.
- 6.7.- Ventajas y desventajas de cada tipo: tiempo, autonomía, precio, confort, seguridad.

Total 8 horas

#### UNIDAD VII : OFERTA TURÍSTICA MOTIVADORA DEL VIAJE TURÍSTICO.

- 7. Concepto y tipologías de las empresas, instituciones y organizaciones que integran la Oferta cultural del destino turístico.
- 7.1.- La Gestión en el espacio natural: áreas protegidas, turismo rural, ecoturismo, Birdwatching, parques y reservas naturales, Geoparques, trekking, estaciones de esquí, pesca deportiva, campos de golf. etc. Registrar la existencia en Uruguay.
- 7.2.- La Gestión cultural: museos, centros culturales, ciudad de arte, festivales de música, cine, teatro, manifestaciones del patrimonio inmaterial, ferias gastronómicas, eventos, seminarios, exposiciones, etc. Registrar la existencia en Uruguay.
- 7.3.- Funciones administrativas: planificación, organización, dirección y control. Total 8 horas

#### **IV SUGERENCIAS METODOLÓGICAS**

Desde la Práctica de la Gestión Empresarial, los estudiantes estarán en condiciones de tener un panorama de las fortalezas y debilidades de las empresas del Sector Turismo. Ello contribuirá a percibir oportunidades de desarrollo de los proyectos con los que egresan del curso.

Los estudiantes deberán acreditar 100 horas de práctica antes de finalizar el cuarto semestre, realizadas en diversas empresas, o en instituciones públicas del sector. Las mismas son monitoreadas por el docente de Gestión Empresarial – Práctica I y II.

Se deben realizar visitas a emprendimientos turísticos coordinadas con Metodología de la Investigación, Recursos Humanos, Contabilidad - presupuestos y Marketing turístico. Así como la invitación a actores del sector turístico a dar charlas en el Instituto donde se desarrolle el curso. Es importante que las mismas sean gestionadas por los estudiantes, con el apoyo institucional pertinente.

Se sugieren clases interactivas, y debates donde se expongan fundamentadamente las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas de los emprendimientos visitados y de los proyectos elaborados por los equipos de estudiantes.

Aportar – desde el conocimiento de las empresas turísticas – en visitas y pasantías – al desarrollo del espíritu crítico, reflexivo y emprendedor a la hora de planificar el proyecto final de la Tecnicatura.

#### **V EVALUACIÓN**

La evaluación deberá ser coherente con esta práctica: estará integrada al funcionamiento de las situaciones problemas e incorporará al propio alumno a la reflexión sobre su actuación, sus dificultades y la visión de sus propios compañeros de clase.

La evaluación formativa, integrada al proceso de enseñanza- aprendizaje debe iniciarse con un diagnóstico inicial, el que informará sobre los conocimientos adquiridos por los alumnos en los dos primeros semestres y su propia experiencia.

Posteriormente, es aconsejable la evaluación del proceso y tener en cuenta la metodología utilizada.

La evaluación es un instrumento de reflexión sobre el proceso educativo y permite realizar modificaciones pedagógicas.

Se rige por el Anexo correspondiente al Reglamento de pasaje de grado de nivel terciario.

## VI BIBLIOGRAFÍA

Albert Piñole, Isabel (1994) *Gestión y técnicas de agencias de viajes*. Madrid Ed. Síntesis

Alonso, M. et al (2006): *Gestión de la Calidad de los procesos turísticos..* Madrid. Editorial Síntesis

Alonsopérez, María José ( 2010) *Cadena de valor turística*. Montevideo. Programa de mejora de los Destinos Turísticos Estratégicos. MINTUR BID 1826

Blasco, A. et al (2006): *Manual de gestión de producción de Alojamiento y Restauración*. Madrid Editorial Síntesis.

Bote Gómez, Venancio (1999) *Administración de las empresas turísticas* México. Ed Trillas

Cárdenas Tabares, Fabio (1991) *Proyectos Turísticos. Localización e Inversión*. México. Ed. Trillas.

Eiglier, Pierre- Langeard, Eric (1989) *Servucción. El marketing de servicios..* Madrid Mc-Graw- Hill

Getino, Octavio: (2002) *Turismo entre el ocio y el neg-ocio* Buenos Aires. Ed. Ciccus

Hernández Díaz, Edgar Alfonso (1997) *Proyectos Turísticos. Formulación y evaluación*. México. Ed. Trillas.

Kotler, Ph et al (1997): *Mercadotecnia para hotelería y turismo*. Prentice Hall. México

Mariotti, Steve (2009) *Entrepreneurship: Owning Your Future* En High School Textbook) (11th Edition) Edition Paperback –by -Prentice Hall- (Author)

Martín Rojo, Inmaculada (2005): *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. 3ª ed. Madrid. Ediciones Pirámide.

Molina, Sergio ( 2000) “ *O pos – turismo*”. San Pablo. Editora Aleph.

Tribe, John (2007): *Economía del ocio y el turismo..* Madrid Editorial Síntesis

Pearce, Douglas (1991): *Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográficas*. México. Ed. Trillas



Ramírez Cavassa, César (2008) *Calidad total en las empresas turísticas*. México. Ed. Trillas.

Rodríguez Miranda, Adrián (cord) (2011) *Desarrollo de capacidades para emprender. Manual para equipos técnicos e instituciones que apoyan microemprendimientos*. Montevideo. Editorial Fin de Siglo

Schlüter, Regina (2005): *Investigación en Turismo y Hotelería Bs. Aires Ed. CIET*

Schlüter, Regina y Winter, Gabriel (2003): *Turismo. Una perspectiva empresarial Bs Aires. Ed. CIET*

Valls, J. F (2003) *Las claves del Mercado Turístico. Cómo competir en el nuevo entorno*. Deusto. España.

Valls J.F (2004) *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles*. Gestión 2000.com España