



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		
TIPO DE CURSO		050	Curso Técnico terciario		
PLAN		2013	2013		
SECTOR DE ESTUDIO		713	Turismo		
ORIENTACIÓN		411	Gestión de Empresas Turísticas		
MODALIDAD		---	-----		
AÑO		1°	Primer año		
TRAYECTO		-----	-----		
SEMESTRE		1°	Primer Semestre		
MÓDULO		-----	-----		
ÁREA DE ASIGNATURA		857	Planificación de Actividades Turísticas.		
ASIGNATURA		21205	Introducción al Turismo I		
ESPACIO o COMPONENTE CURRICULAR		-----			
MODALIDAD DE APROBACIÓN		Con Derecho A Exoneración.			
DURACIÓN DEL CURSO		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 Tecnicatura de Gestión de Empresas Turísticas tiene como unidad de base el “Destino turístico” al que Valls asocia a cualquier unidad territorial que tenga vocación de planificación y pueda disponer de cierta capacidad administrativa para desarrollarla, llámese país, región, ciudad, lugar, etc. (Valls,2004:17)

El Destino – según el mismo autor – tiene una serie de características que, finalmente lo conciben como “un sistema integrado en el que los recursos, los atractivos y las empresas se ofrecen en conjunto a los turistas (Ejarque, 2003), o como una serie de instalaciones y servicios que han sido diseñados para su satisfacción y que permiten a cada turista experimentar a su gusto y realizar combinaciones según sus preferencias (Scaramuzzi, 1993). Es decir, la puesta en valor de los atractivos y activos de un lugar, se ordena en función de unas determinadas satisfacciones buscadas por los clientes” (Valls, 2004:18).

Por tanto, el autor define ” el destino turístico (...) como un espacio geográfico determinado, 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, 2004: 19).

El turista actual tiene un alto grado de exigencia porque dispone de una amplia información facilitada por las TICs y, entre otros objetivos busca establecer un encuentro con los residentes y disfrutar de una estadía satisfactoria y enriquecedora de su desarrollo personal.

De esta manera, el éxito de la gestión del “*destino*” dependerá de la capacidad de los distintos agentes para establecer entre todos un modelo de desarrollo turístico sostenible gestionado en la larga duración. El Sector Turismo incluye toda la cadena de actores de los diversos servicios – públicos y privados y, especialmente a las instituciones y empresas vinculadas con las actividades motivadoras del viaje (ciudad de arte, museos, centros culturales, espectáculos, playas, parques temáticos, áreas protegidas, etc.).

Sergio Molina plantea que en este nuevo mercado turístico exigente, el conocimiento o saber resulta el activo más importante y éste es posible si las empresas están integradas por personas con experticia, lo que se materializará en productos o servicios de calidad. Para ello, la investigación y el desenvolvimiento de nuevos productos constituye una función estratégica así como el relacionamiento armónico con el ambiente y la cultura local (Molina, 2003, 36)

II APORTES Y OBJETIVOS DE INTRODUCCIÓN AL TURISMO I

La asignatura aporta a la Tecnicatura de Gestión de Empresas Turísticas en la conceptualización del sistema turístico, en el rol de esta actividad productiva en la sociedad posmoderna, en la promoción del territorio donde está localizado el destino y en el análisis de las particularidades del “producto turístico”.

Si bien se la designa como “industria turística”, su actividad es bien distinta a la industria de bienes ya que está generada, desarrollada y destinada por y para personas, ocupando los roles de turistas y residentes. Ser turista significa tener al lado a un residente.

En El funcionamiento de este sistema se organiza entorno a diferentes participantes: 1.- el turista; 2 la comunidad residente; 3.- la llamada industria turística que constituyen el conjunto de las actividades económicas que generan los servicios que permiten a una persona disfrutar de experiencias en un lugar que no es su sitio habitual de vida y; 4.- el ambiente natural y cultural que es donde, radican los atractivos que motivan el viaje. El sistema siempre tiene relación directa con el ambiente, aún en aquellos casos, donde no hay reales atractivos, o son artificialmente creados, pero siempre necesitan espacio, alimentos, agua, es decir recursos naturales.

Comprender estos cuatro elementos y observar cómo se desarrollan en cada comunidad es parte esencial de este Programa.

El turismo se ubica en el tiempo libre y es considerado por la economía como bien de lujo y por tanto, prescindible en tiempos de crisis. Los turistas tienen una amplitud de motivaciones y perspectivas cuando deciden un viaje; desde sólo un tiempo de descanso a vivir experiencias valiosas que aporten a su formación cultural. Son inversores del tiempo de las vacaciones.

Esto obliga a las políticas turísticas a estudiar las características de sus visitantes, que siempre están relacionados con el territorio que eligen para vacacionar lo que exige elaborar productos turísticos con variaciones, personalizados y de calidad.

En una Tecnicatura de “*Gestión de empresas turísticas*” no se debe olvidar que el turismo es una producción donde lo inmaterial – las expectativas, los sueños, los deseos que va a proporcionar el viaje – es central y donde los bienes materiales que entran en la producción son instrumentos para hacer vivir esa experiencia satisfactoria al visitante, que se desplaza para disfrutar, recrearse, aprender, hacer amigos, etc y que la misma debe ser mejor que la imaginada para lograr uno de los objetivos del Sector: fidelizar a los visitantes.

Por tanto, hay que generar un *producto turístico complejo*, una canasta de bienes y servicios donde participan los organismos públicos y la red de empresas privadas, en algunos destinos integradas en clusters, debidamente articulados en una oferta territorial que debe brindar esa experiencia enriquecedora que espera el visitante. En ese marco, la comunidad local es uno de los actores principales participando en la planificación y en los beneficios.

Componer un producto integrado significa movilizar toda la economía local y de ahí el impacto que el Sector Turismo provoca en una localidad, región o país. En este Sector hay una serie de empresas que están en el *frontoffice*: hotel, restaurante, guías, o sea, en contacto directo con el turista. Pero detrás de esas acciones directas, hay una serie de servicios “ocultos” al turista pero que permiten que el sistema fluya: proveedores, productores de alimentos, servicios mecánicos, lavanderías, constituyendo el *backoffice*. Esto significa desarrollar una oferta difundida territorialmente y en ella encontrar varios niveles de relación indirecta: son los porcentajes de productos que estas empresas del territorio producen para los turistas y que aportan a una estadía confortable. Para valorar realmente el aporte del turismo a la economía del país se ha creado la *Cuenta satélite*.

III EJES VERTEBRADORES DEL PROGRAMA

Los temas expresados en las distintas unidades contribuyen a desarrollar las siguientes competencias transversales:

- Despertar la curiosidad y aprender las herramientas metodológicas de la Investigación.
- Integrar conocimientos para reestructurarlos en situaciones nuevas.
- Analizar críticamente la Información sobre el sistema turístico en la región y el país.
- Incluir la variable “conflicto” entre los diversos sectores del Sistema en la instancia de proyección y planificación de las actividades turísticas.
- Comprender los impactos económicos, sociales, culturales y ambientales del Turismo.
- Internalizar el concepto de sostenibilidad en lo económico –social -cultural y ambiental y aplicarlos a casos concretos.
- Incorporar las técnicas de la Información y comercialización (TIC) y analizar los impactos producidos en el sector.
- Reconocer el valor de la cultura propia y el respeto por la de los “ otros”

CONTENIDOS

UNIDAD I: INTRODUCCIÓN AL TIEMPO LIBRE Y EL TURISMO

Propósito clave (objetivo): utilizar la observación, los conocimientos adquiridos y la experiencia previa de los alumnos para analizar, argumentar y comparar las actividades del tiempo libre y el Turismo.

Competencias (a las que aporta)	Contenidos	Actividades
<p>Asociar las diversas formas de organización económica, social y política de las sociedades históricas respecto a la relación tiempo de trabajo/ tiempo libre.</p> <p>Fluidez en el uso de fuentes y citas bibliográficas</p> <p>Analizar críticamente y comparar las posturas teóricas de los autores estudiados.</p> <p>Aplicar a un destino turístico los diferentes modelos turísticos.</p> <p>Adquirir conocimientos que le permitan interpretar, diferenciar, movilidad inherente al ser humano de la actividad turística.</p> <p>Reflexionar sobre las migraciones, flujos turísticos y viaje virtual.</p> <p>Detectar los diferentes enfoques del fenómeno turístico: comprender su evolución, complejidad y dinámica.</p>	<p>La problemática del Tiempo Libre.</p> <p>Conquistas sociales.</p> <p>Evolución. Actualidad: estructura de la vida cotidiana.</p> <p>Incidencia de las Tics.</p> <p>Recreación: concepto polisémico.</p> <p>Turismo. Conceptualización inter y multidisciplinaria: antropología, psicología, sociología, economía, geografía, etc.</p> <p>Las definiciones operativas y con fines estadísticos.</p> <p>Las clasificaciones del Turismo.</p> <p>Modelos teóricos aplicados al turismo: Espaciales y Sistémicos.</p> <p>El turismo en la sociedad posmoderna:</p> <p>Nuevo orden internacional.</p> <p>Desarrollo desigual y complejización del fenómeno turístico. Diversidad de actores.</p>	<p>Lectura de la bibliografía indicada.</p> <p>Ejercicios de observación y encuestas sobre los usos del tiempo obligado, libre en el entorno de los estudiantes, teniendo en cuenta las características de la sociedad posmoderna. Comparación con otros tiempos históricos y entre diversas generaciones.</p> <p>Averiguar qué espacios de recreación existen en la localidad del Centro de Estudios.</p> <p>Turismo: Trabajar en equipos con diferentes autores. Debates.</p> <p>Coordinar conocimientos multidisciplinarios y actividades intergrupales</p> <p>Investigar la evolución del turismo en Uruguay: Planes. Programas. Conglomerados.</p>

UNIDAD II: EL SISTEMA TURÍSTICO

Propósito Clave (objetivo): Identificar el Turismo como sistema abierto estrechamente relacionado con la totalidad de las manifestaciones de la sociedad: reconocer sus componentes; y su modo de operar en el destino turístico.

Competencias (a las que aporta)	Contenidos	Actividades
<p>Comprender e interpretar el funcionamiento de un Sistema y ser capaz de transferirlo al fenómeno turístico.</p> <p>Distinguir los diversos perfiles de turistas.</p> <p>Las nuevas demandas de fiestas, ambientales, cultural, aventura, etc.</p> <p>Identificar las tipologías de empresas que conforman el Producto Turístico,</p> <p>Comprender la diversidad de intereses existentes en la comunidad local y de lograr su integración en el Proyecto turístico local</p> <p>Identificar los organismos de la política turística del destino turístico</p> <p>Factores que hacen necesaria la intervención del Sector Público en el Turismo</p> <p>Identificar la red de actores, servicios y personas de un destino para facilitar la estadía al visitante</p>	<p><i>Concepto de Sistema.</i></p> <p>El Turismo como sistema abierto. Componentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> <i>Demanda</i> Concepto, Tipologías. Segmentación. Renta. Estilos de vida. <input type="checkbox"/> <i>Oferta</i>: Componentes. <p>Atractivos Turísticos</p> <p>Concepto de bienes públicos.: .</p> <p>Patrimonio Natural y Cultural. Sus relaciones con el Turismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Conjunto de empresas turísticas: Pymes. Cadenas internacionales, Redes. clusters. <input type="checkbox"/> <i>Espacio geográfico</i>: Producción territorial. <input type="checkbox"/> <i>La Comunidad anfitriona</i> <input type="checkbox"/> <i>La Superestructura</i>: <input type="checkbox"/> <i>Pública. nacional, departamental, municipal</i> <input type="checkbox"/> <i>Privada: Asociaciones empresariales, clusers</i> <p><i>Constitución del Producto Turístico.</i> Diferencias con producto industrial</p>	<p>Bibliografía Indicada. Videos y lecturas de diversos autores.</p> <p>Buscar información en diferentes medios.</p> <p>Analizar las nuevas tendencias en la demanda (nuevos hábitos vacacionales, de compra, de consumo) Modas, motivaciones.</p> <p>Coordinar con “ Patrimonio turísticos y hospitalidad I “</p> <p>Diversidad de empresas. Tipos de empresarios.</p> <p>Coordinar con “ Introducción empresarial I”</p> <p>Turismo como demandante y promovedor del territorio del destino. Análisis de casos.</p> <p>Turismo en clave de desarrollo local sostenible.</p> <p>Participación de actores.</p> <p>Conocer las funciones de la Superestructura a nivel internacional, nacional, regional y local.</p> <p>Realizar fichas para el relevamiento de los componentes del Sistema Turístico en subgrupos en la</p>

		localidad donde está ubicado el Centro educativo. Estudio de casos.
--	--	--

Total 24 horas

UNIDAD III: LOS IMPACTOS DEL TURISMO

Propósito clave (objetivo): Analizar las repercusiones del Turismo sobre los territorios en los aspectos económicos, socio-culturales y ambientales, evaluando sus beneficios y costos.

Competencias (a las que aporta)	Contenidos	Actividades
<p>Comprender que el turismo como cualquier fenómeno social y económico provoca situaciones que afectan positiva y negativamente la vida de la gente, las comunidades y sus culturas</p> <p>Analizar el Turismo como un dinamizador económico y generador de externalidades.</p> <p>Reconocer el Turismo como fenómeno de comunicación entre culturas, con sus aspectos positivos y negativos.</p> <p>A través del conocimiento de los impactos socio – culturales, impulsar el fortalecimiento de la identidad a la vez que el respeto por la cultura de los otros.</p> <p>Internalizar el concepto de “Naturaleza: recurso turístico limitado.</p> <p>Investigar los medios e instrumentos para prevenir,</p>	<p>1.- Importancia del Turismo en la Economía.</p> <p>1.1.- Beneficios: Equilibrio Balanza de Pagos; PBI; Empleo</p> <p>1.2.- Costes: fluctuaciones demanda turística; Inflación; dependencia capital extranjero; estacionalidad.</p> <p>1.3.- Las Cuentas Satélite del Turismo.</p> <p>2.- Impactos socio- culturales: Encuentro turistas /anfitriones.</p> <p>2.1. Beneficios: conservación sitios y valores culturales; mejora de servicios; educación; desarrollo de la tolerancia social..</p> <p>2.2.- Costos: Efecto demostración; aumento tensiones sociales; modificación de la cultura local; etc.</p> <p>3.- Impacto ambiental</p> <p>3.1. Turismo y Ambiente</p> <p>3.2. Costes Ambientales:</p>	<p>Uso de artículos periodísticos y encuestas temporada turística para analizar en clase.</p> <p>Coordinar con la asignatura Macro y micro economía.</p> <p>Lectura textos, noticias en revistas especializadas; proyección de videos. Foros.</p> <p>Conocer la aplicación de la Cuenta satélite en otros países y en Uruguay</p> <p>Realización de encuestas entre personas del Sector Turístico empresarial, trabajadores; Instituciones públicas y a Turistas.</p> <p>Elaboración de Informes, programas de radio y T.V.</p> <p>Trabajo con la Comunidad con el objetivo de difundir campañas de educación ambiental. Salidas de campo interdisciplinarias.</p> <p>Coordinación con Patrimonio Turístico y hospitalidad I</p>

ANEP
 CONSEJO DE EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL
 PROGRAMA PLANEAMIENTO EDUCATIVO

<p>intervenir y minimizar los impactos Desarrollar la Comunicación oral.</p>	<p>destrucción de ecosistemas frágiles; contaminación de suelos; extinción de especies de flora y fauna; escasez de agua; contaminación acústica y arquitectónica; 3.3.- Turismo: factor de riesgo ambiental que hay que reconvertir. 4.- Turismo y Negocios. Impacto empresarial sobre el sector. Inclusión de los costos ambientales y sociales en la rentabilidad.</p>	<p>Invitar a expertos. Coordinar con asignatura Macro y micro economía. Salidas de práctica a empresas turísticas.</p>
---	---	--

Total 20 horas

IV SUGERENCIAS METODOLÓGICAS

Se sugieren clases interactivas a partir de la lectura de la bibliografía indicada, trabajo en subgrupos y síntesis finales. A partir del trabajo en equipo de los docentes, vincular las diferentes temáticas de las asignaturas en clases donde los estudiantes sean partícipes activos en la construcción del conocimiento atribuyendo sentido y significado a los conocimientos de manera de aplicarlos a situaciones concretas.

Se destacan los valores relacionados con el perfil del egresado: respeto por los “otros” y por el patrimonio natural y cultural; la ética profesional; la creatividad y el compromiso en las actividades emprendidas.

V EVALUACIÓN

La evaluación deberá ser coherente con la metodología y el perfil del egresado: interactiva, continua, en equipos y fortaleciendo la presentación de temas en clase que lo acerquen a la situación de asesorar visitantes o participar en equipos para el diseño de productos o paquetes turísticos trabajando en empresas turísticas o en sus propios emprendimientos.

Se evaluará el proceso de aprendizaje de forma escrita a través de Informes y parciales semestrales. La evaluación se rige por el Reglamento de Pasaje de Grado para Cursos Técnicos Terciarios del C.E.T.P.

VI BIBLIOGRAFÍA

ALBURQUERQUE, Francisco. Espacio, territorio y desarrollo económico y social. Santiago: Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social, 1995.

AUGÉ, Marc , El viaje imposible. El turismo y sus imágenes. Barcelona: Gedisa ed., 1998

AUGE, Marc, Los “no lugares”. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobre modernidad., Barcelona, Gedisa 2000

AA VV., Responsible tourism manual, Gauteng Tourism Authority, Johannesburg 2006

AROCENA, José, El desarrollo local: un desafío contemporáneo, Venezuela, Nueva Sociedad, Mayo, 1995.

----- (1992) Non – lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité. Editions du Seuil. París. pp. 26.

BALLART, José, El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso, España, Ariel, 1997

_____, TRESSERRAS, Jordi, Gestión del patrimonio cultural, Barcelona, ARIEL, 2001

BENI, Mario Carlos, Analise estrutural do turismo, São Paulo, SENAC, 1997

BERTONATTI Claudio, Módulo sobre Impactos del turismo, capacidad de carga o acogida, comunicación, interpretación del patrimonio y responsabilidad social empresaria. CATEDRA UNESCO DE TURISMO CULTURAL Universidad Nacional de Tres de Febrero Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes, noviembre 2009

BERRUTI, A/DELVECHCIO, E., Turismondo: povertà, sviluppo e turismo responsabile, Trento, Ed. Effata, 2009