



## 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>		2°	Segundo Semestre		
<b>MÓDULO</b>		-----	-----		
<b>ÁREA DE ASIGNATURA</b>		878	Gestión de Empresas Turísticas		
<b>ASIGNATURA</b>		17952	Gestión Empresarial Turísticas- Práctica II		
<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:	N° Resolución del CETP	Exp. N°	Res. N°	Acta N°	Fecha _/_/___
02/03/15					

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 CONTENIDOS**

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.

1.2.3.-Innovaciones radicales e incrementales en el Sector Turismo.

## 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.

## 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.

## 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.

#### 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.

#### 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.

6.3.- Ventajas y desventajas de cada tipo: tiempo, autonomía, precio, confort, seguridad.

#### 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.

#### **IV SUGERENCIAS METODOLÓGICAS**

Las clases se basan en los avances de investigación que van realizando los estudiantes. Se deben marcar entregas mensuales y coordinadas con las asignaturas que aportan a la elaboración del proyecto. Dichas asignaturas son:

Metodología de Proyectos Turísticos II; Marketing turístico II ; Estructura y Desarrollo Organizacional II; Gestión Empresarial Turística- Práctica- II; Contabilidad: presupuestos II.

Las unidades dadas en el tercer semestre, las visitas a las empresas turísticas y las charlas y conferencias planificadas desde el equipo docente para que los estudiantes se interioricen de la realidad empresarial, son insumos fundamentales para crear, innovar, planificar y gestionar una empresa turística.

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

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 sugieren clases interactivas, y debates donde se expongan fundamentadamente las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas de los emprendimientos visitados y también de las presentaciones de los proyectos que elaboran los equipos de estudiantes.

#### **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, Iinmaculada (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.