



CARRERA: Curso Técnico Terciario en Gestión de Empresas Turísticas

Fundamentos del
turismo sostenible

Módulo: I

Modalidad: Semipresencial

Carga Horaria: 3

Créditos educativos: 5

I) Propósitos de la unidad curricular

La unidad curricular introduce al estudiante en la comprensión integral del fenómeno turístico como una actividad social, cultural y económica de carácter complejo, poniendo en diálogo enfoques humanistas y empresariales que permitan superar miradas reduccionistas del turismo.

A través del abordaje de conceptos básicos, clasificaciones, actores y prácticas propias del sector, se busca que el estudiante reconozca las particularidades del turismo como actividad de servicios, comprenda cómo se articulan las distintas actividades y prestadores que conforman la oferta turística, y valore la centralidad del factor humano en la construcción de productos, experiencias y vínculos con los visitantes.

Asimismo, la unidad propone visibilizar el rol del gestor de empresas turísticas y del anfitrión como actores clave en la calidad de la experiencia turística, en la mediación cultural y en la generación de valor para los territorios y las comunidades locales, se promueve actitudes profesionales basadas en la hospitalidad, la ética y la responsabilidad.

Finalmente, se introduce de manera progresiva el concepto de sostenibilidad turística como principio orientador transversal de la gestión contemporánea, sentando las bases para una mirada crítica y comprometida con el desarrollo responsable del turismo, que se profundiza con las otras unidades curriculares de la carrera.

II) Logros de aprendizaje

Analiza críticamente las diferentes aproximaciones conceptuales del turismo, integrando sus fundamentos teóricos para interpretar el funcionamiento y la dinámica de las empresas turísticas, y fundamentar la toma de decisiones en contextos organizacionales del sector.

Examina el turismo como actividad de servicios, identificando sus características específicas como intangibilidad, heterogeneidad, inseparabilidad y perecibilidad para interpretar su impacto en la gestión, comercialización y calidad en las empresas turísticas.

Analiza las actividades y actores que integran el sector turístico, reconociendo sus funciones, interrelaciones y niveles de incidencia, a fin de comprender la dinámica del sistema turístico y su impacto en la gestión y articulación de las empresas del sector.

Interpreta la evolución del producto turístico hacia la construcción de experiencias, integrando enfoques centrados en el cliente para diseñar propuestas de valor diferenciadas y competitivas en las empresas turísticas.

III) Saberes estructurantes de la unidad curricular y desglose analítico

Saberes Estructurantes	Saberes Asociados	Saberes de profundización
1- El turismo: aproximaciones conceptuales	1.1- El turismo como práctica social y cultural 1.2- Sujetos del turismo y categorías básicas	1.1.1- El turismo como fenómeno social, cultural y económico. 1.1.2- Definiciones de turismo desde enfoques humanistas, sociales y empresariales. 1.2.3- Turismo y movilidad: sentidos, motivaciones y prácticas. 1.2.4- El viaje turístico como experiencia social y simbólica. 1.2.1- Clasificación de los sujetos del turismo: turista, visitante y excursionista. 1.2.2- Importancia de las clasificaciones para el análisis, la gestión y la planificación turística.
2- El turismo como actividad de servicios	2.1- El turismo en el marco de las actividades de servicio 2.2- El turismo actividad experiencial	2.1.1- El turismo como actividad de servicios. 2.1.2- Características de los servicios turísticos: intangibilidad, simultaneidad, heterogeneidad, estacionalidad y perecibilidad. 2.2.1- Implicancias de estas características en la gestión y en la experiencia del visitante.

3- Las actividades y actores del sector turístico	3.1- El turismo en el marco de las actividades de servicios 3.2- Gestión de servicios turísticos y experiencia del visitante	3.1.1- Elementos que componen la actividad turística: oferta, demanda, territorio, servicios y experiencias. 3.1.2- Actores clave del sector turístico: sector público, sector privado, sociedad civil y comunidad local. 3.2.1- El rol del anfitrión en la actividad turística. 3.2.2- El anfitrión como mediador cultural y constructor de experiencias. 3.2.3- Buenas prácticas de hospitalidad: actitudes, valores y competencias básicas para “ser un buen anfitrión”. 3.2.4- Dilemas éticos en la práctica turística.
4- Del producto a las experiencias turísticas	4.1- Producto turístico 4.2- Las experiencias turísticas 4.3- Modalidades turísticas	4.1.1- Concepto y componentes del producto turístico. 4.1.2- Tipos de productos turísticos. 4.2.1- La experiencia turística: concepto y características. 4.2.2- Tipos de experiencias turísticas y su relación con las motivaciones del visitante. 4.3.1- Modalidades turísticas clásicas, alternativas y emergentes. 4.3.2- Cambios en las demandas, tendencias y nuevos intereses del turista contemporáneo. 4.3.3- Vinculación entre modalidades turísticas, territorio y comunidad.

5- Introducción al Turismo Sostenible	5.1- Antecedentes de la sostenibilidad turística.	5.1.1- Aproximación al concepto de sostenibilidad turística. 5.1.2- Dimensiones de la sostenibilidad: ambiental, social, cultural y económica. 5.1.3- La sostenibilidad como criterio orientador de la gestión turística. 5.1.4- El rol del futuro gestor en la promoción de prácticas turísticas responsables.
---------------------------------------	---	--

IV) Orientaciones pedagógicas

Orientaciones metodológicas específicas

Se promueve un abordaje metodológico que parta de los saberes previos y las experiencias cotidianas del estudiante en relación con el turismo, el viaje y la hospitalidad, para construir progresivamente los conceptos fundamentales de la unidad curricular. Se prioriza la contextualización de los contenidos en el territorio nacional y regional, se utilizan ejemplos cercanos que faciliten la comprensión inicial del fenómeno turístico.

La propuesta metodológica busca integrar los conceptos teóricos con situaciones reales o simuladas del sector turístico, tales como relatos de experiencias, análisis de prácticas de atención al visitante, observación de servicios turísticos y estudio de casos simples. Esta articulación permite comprender las particularidades del turismo como actividad de servicios y el impacto de estas características en la experiencia del visitante.

La sostenibilidad turística se aborda de manera introductoria y transversal, se incorpora el análisis de productos, servicios, modalidades y experiencias turísticas.

Asimismo, se promueve la reflexión sobre el rol profesional del gestor y del anfitrión, se estimula actitudes de hospitalidad, ética y responsabilidad como parte constitutiva de la formación inicial en gestión de empresas turísticas.

Orientaciones para la evaluación

La evaluación se concibe como un proceso continuo y formativo, orientado a acompañar la apropiación progresiva de los conceptos básicos del turismo. Se valora la participación activa del estudiantado en las instancias presenciales y virtuales, la comprensión de las nociones fundamentales (definiciones, clasificaciones, actores y características de los servicios turísticos) y la capacidad de relacionarlas con ejemplos concretos del sector.

La evaluación contempla el uso de diversos instrumentos (actividades en el entorno virtual, producciones escritas breves, trabajos colaborativos, presentaciones orales, auto evaluaciones), adecuados a la modalidad semipresencial y a los distintos estilos de aprendizaje.

Los criterios de evaluación serán claros y comunicados previamente, por lo que se valora la claridad conceptual, el uso de lenguaje técnico básico y la actitud ética y profesional demostrada en las actividades.

V) Bibliografía

Blanco-Gregory, R. (2021) Sociedad del ocio y el turismo: paradojas y contradicciones. En Cambero, F. et al (Coord.) Recursos turísticos, territorio y sociedad en Extremadura: catalogación, nuevos usos y perspectivas. Cap. 10. pp. 233-256. Universidad de Extremadura, España.

Boullón, R. C. (2006). Planificación del espacio turístico. Trillas.

Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), 179–201.
<https://doi.org/10.1177/003803857901300203>

Fernández Fernández, J. L. (2020). El turismo sostenible en España: Análisis de los planes estratégicos de sostenibilidad de Zaragoza y Barcelona. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 14(1), 94-106.
https://www.researchgate.net/publication/340595843_El_Turismo_sostenible_en_Espana_Analisis_de_los_planes_estrategicos_de_sostenibilidad_de_Zaragoza_y_Barcelona

Morillo Moreno, M. (2011). Turismo y producto turístico: Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Turismo y Sociedad*, (12), 135–158.
<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (2008). Introducción al turismo. OMT.

Organización Mundial del Turismo. (2018). Turismo y desarrollo sostenible: Guía para responsables políticos. OMT.

Rivera, M. (2015), El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. *Relaciones interculturales en la diversidad*, pp.199-217