

ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE EDUCACIÓN PÚBLICA

CONSEJO DE EDUCACIÓN TÉCNICO-PROFESIONAL

EXP. 950/15

Res. 432/15

ACTA N° 220, de fecha 11 de marzo de 2015.

VISTO: Los Programas de las Asignaturas: Introducción al Turismo I, Introducción al Turismo II, Patrimonio Turístico y Hospitalidad I, Patrimonio Turístico y Hospitalidad II, Gestión Empresarial Turística I, Gestión Empresarial Turística II, Metodología de Proyectos Turísticos I y Metodología de Proyectos Turísticos II, todos correspondientes a la Tecnicatura “Gestión de Empresas Turísticas” – Plan 2013;

CONSIDERANDO: I) que el Área de Diseño y Desarrollo Curricular del Programa Planeamiento Educativo realizó la adecuación curricular, elevando para su aprobación los citados Programas de fs. 49 a 137;

II) que este Consejo estima pertinente su aprobación;

ATENTO: a lo expuesto;

EL CONSEJO DE EDUCACIÓN TÉCNICO-PROFESIONAL POR UNANIMIDAD (TRES EN TRES), RESUELVE:

1) Aprobar los Programas correspondientes a las Asignaturas: Introducción al Turismo I, Introducción al Turismo II, Patrimonio Turístico y Hospitalidad I, Patrimonio Turístico y Hospitalidad II, Gestión Empresarial Turística I, Gestión Empresarial Turística II, Metodología de Proyectos Turísticos I y Metodología de Proyectos Turísticos II de la Tecnicatura “Gestión de Empresas Turísticas” – Plan 2013, que a continuación se detallan:

	PROGRAMA					
	Código		Descripción en SIPE			
	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	N° Resolución del CETP	Exp. N° 950/15	Res. N° 432/15	Acta N° 220	Fecha 11/03/15	

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



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

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



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

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.</p> <p>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>Concepto de Sistema.</p> <p>El Turismo como sistema abierto. Componentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Demanda Concepto, Tipologías. Segmentación. Renta. Estilos de vida.</li> <li>- Oferta: Componentes. Atractivos Turísticos</li> </ul> <p>Concepto de bienes públicos.: .</p> <p>Patrimonio Natural y Cultural. Sus relaciones con el Turismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conjunto de empresas turísticas: Pymes. Cadenas internacionales, Redes. clusters.</li> <li>- Espacio geográfico: Producción territorial.</li> <li>- La Comunidad anfitriona</li> <li>- La Superestructura: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pública. nacional, departamental, municipal</li> <li>- Privada: Asociaciones empresariales, clusers</li> </ul> </li> </ul> <p>Constitución del Producto Turístico. 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 localidad donde está ubicado el Centro educativo.</p> <p>Estudio de casos.</p>

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.



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

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

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	2°	Segundo Semestre
MÓDULO	-----	-----
ÁREA DE ASIGNATURA	857	Planificación de Actividades Turísticas.

ASIGNATURA		21206	Introducción al Turismo II			
ESPACIO 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 CERP	Exp. Nº 950/15	Res. Nº 432/15	Acta Nº 220	Fecha 11/03/15	

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 II

En la asignatura Introducción al turismo I se analizaron los temas vinculados al proceso de conquistas del tiempo libre, los conceptos de recreación y turismo,

las características del sistema turístico a través del estudio de sus diferentes subsistemas, según diferentes autores. El semestre finaliza observando el crecimiento del turismo en los 30 años más prósperos del siglo XX, y donde se producen cambios económicos, financieros y tecnológicos que generan una sociedad globalizada donde la actividad abarca la totalidad del planeta, produciendo, junto con otras actividades, impactos en lo económico, social, cultural y ambiental.

La asignatura Introducción al turismo II continúa analizando la organización del sistema turístico en torno a los 4 elementos involucrados: 1.- el turista; 2.- la comunidad residente; 3.- el conjunto de empresas que brindan los servicios al turista; y 4.- el ambiente natural y cultural que es donde, radican los atractivos que motivan el viaje. La interconexión y comportamiento de los cuatro elementos en cada destino y comunidad es el eje transversal de los programas Introducción al Turismo I y II.

Se reitera lo afirmado en los aportes de la asignatura en el primer módulo que el objetivo de la red de empresas turísticas es hacer posible el disfrute de los atractivos que integran el ambiente natural y cultural del destino que han motivado el viaje y la llegada de los turistas.

En Introducción al turismo II se estudiará el Turismo Sostenible concepto de muy variadas interpretaciones y aplicaciones, la gestión y aplicación de sus indicadores en el territorio, las políticas públicas y la toma de conciencia de las comunidades anfitrionas.

Se considera la sostenibilidad como un eje transversal a todos los actores del destino turístico, incorporando una nueva práctica de producción y consumo.

Por tanto, las empresas privadas deben optar por modelos de negocio



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

sostenibles y de esa manera contribuir a la sostenibilidad del destino donde están localizadas.

Esto supone asumir un compromiso con los productos, servicios y procesos éticamente responsables que desarrollen excelencia y normas de calidad ambiental sin dejar de ser rentables, especialmente cuando los turistas del siglo XXI seleccionan los entornos de los destinos elegidos para disfrutar de sus tiempos de esparcimiento y desarrollo personal.

Este proceso debe ir acompañado y promovido por los gestores públicos de destinos turísticos que “pueden y deben incorporar herramientas en sus planes estratégicos que faciliten y favorezcan la sostenibilidad del territorio”. (Pulido Fernández, Juan I. –López Sánchez, Yaiza en [www.ocw.unia.es](http://www.ocw.unia.es) )

Las unidades que componen este segundo semestre son las siguientes:

- 1.- Turismo Sostenible
- 2.- El desarrollo local y valorización sostenible del patrimonio natural y cultural en el Sector Turismo
- 3.- La Calidad Total en los Destinos Turísticos
- 4.- Las empresas turísticas sostenibles

### 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”
- Identificar la relación entre desarrollo local y sostenibilidad
- Analizar la aplicación de las herramientas y directivas de los organismos especializados a nivel internacional y nacional en el conjunto de empresas turísticas de Uruguay.

## UNIDAD I: DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE

Propósito Clave (Objetivo): Analizar el Turismo como parte integrante del Desarrollo Sostenible, conocer sus rasgos, componentes e indicadores de modo de incorporarlos en la planificación del destino turístico así como en la conducta responsable de los ciudadanos.

Competencias	Contenidos	Actividades
<p>Apreciar el entretreído entre Ambiente, sociedad, cultura, economía y turismo.</p> <p>Vincular desarrollo sostenible con planificación a largo plazo conciliando crecimiento económico con calidad ambiental y socio-cultural.</p> <p>Incorporar el concepto de capacidad de carga en la planificación y gestión del destino turístico y de las empresas localizadas en él.</p> <p>Comprender los conceptos de la</p>	<p>1.- Problemática de la sostenibilidad del desarrollo: ¿Hay límites al desarrollo? Ambiente: relación de Naturaleza y Sociedad en un espacio y un tiempo.</p> <p>2.- Aproximación al concepto de turismo sostenible.</p> <p>3.- Componentes del Turismo Sostenible: Ambiente -Comunidad local Turistas - Servicios turísticos</p> <p>4.- De las Declaraciones Internacionales, a las</p>	<p>Lectura y análisis crítico de la bibliografía y de las Cartas y Declaraciones sobre: Desarrollo Sostenible Turismo Sostenible Desde Estocolmo/72 a Río 92 + 20</p> <p>Agenda local 21</p> <p>Carta Lanzarote sobre Turismo sostenible 95</p> <p>ODM Objetivos del Milenio</p> <p>Lectura de diversos autores sobre Turismo sostenible y sus</p>



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

<p>Economía Ambiental y los modelos para poner precio al medio ambiente.</p>	<p>Normativas y “Ecotasas”. Investigación y análisis de casos. 5.- Indicadores de sostenibilidad: capacidad de carga social, cultural, ambiental y administrativa. 6.- Instrumentos de medición de la Economía ambiental. 7.- Modalidades del Turismo sostenible. Las Áreas Protegidas. Marco territorial de calidad ambiental. Productos orgánicos. Planeamiento estratégico: gestión consensuada.</p>	<p>indicadores en ambientes urbanos y de naturaleza. Estudio de casos aplicando los instrumentos de la Economía ambiental. Coordinar con las asignaturas Patrimonio Turístico y Hospitalidad II y con Economía del Turismo Sostenible</p>
--	---	---

Total: 18 horas

## UNIDAD II: DESARROLLO LOCAL Y VALORIZACIÓN SOSTENIBLE DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL EN EL SECTOR TURISMO

Propósito clave (objetivo) Promover el sistema productivo territorial de las localidades, preservando y difundiendo sus valores naturales y culturales, como forma de competir en un mercado turístico global.

Competencias	Contenidos	Actividades
<p>Apreciar que la sustentabilidad es una problemática propia de la relación comunidad receptora – turistas. Comprender que la comunidad local es heterogénea y existen diversos sectores y niveles de relación con el turismo. Los atractivos patrimoniales han sido creados o custodiados por las comunidades locales y estas deben participar activamente en la planificación turística. Adquirir estrategias de respeto y relacionamiento con los actores locales en las instancias de diseñar itinerarios o proyectos turísticos.</p>	<p>Historia y antecedentes del desarrollo local en los distritos industriales a fines S XIX ( A. Marshall (1890). .G. Becattini (1979) Redescubrimiento de los conglomerados en Italia y su extensión al sector Turismo Definición de Desarrollo local. Agenda Local 21 concepto y ejemplos de aplicación. Sustentabilidad del turismo como parte del desarrollo local Evaluación de los recursos turísticos locales: inventario de atractivos naturales, culturales, materiales e inmateriales de Uruguay. Evaluación de equipamientos,</p>	<p>Lectura de la bibliografía especializada. Agenda Local Ambiental de Montevideo ( 2002-2007) ONG ambientalistas como por ejemplo: DEMAVAL – Colonia Valdense. Análisis de los Conglomerados de Colonia, Montevideo, Punta del este, Rocha. Coordinación con las asignaturas Patrimonio Turístico y Hospitalidad II y Economía Turismo Sostenible.</p>

	instalaciones e infraestructura. Comunidad: rol de controlar el equilibrio entre acumulación y explotación de los recursos patrimoniales. El Turista y el sistema productivo local.	
--	---	--

Total: 14 Horas

### UNIDAD III: LA CALIDAD TOTAL EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS

Propósito Clave (objetivo): Analizar la sustentabilidad del destino turístico Uruguay teniendo en cuenta las normativas internacionales ISO 9004-2 Y 14001 que vinculan la excelencia en los servicios con la sustentabilidad social, cultural, ambiental para todos los actores intervinientes en el sistema.

Competencias	Contenidos	Actividades
<p>Valorar la excelencia como una forma de evitar el declive de un destino turístico.</p> <p>Comprender la importancia de involucrar a todos los actores del territorio en los principios de la sostenibilidad en todas las actividades que se desarrollan en el Destino Turístico.</p> <p>Reconocer la importancia del Factor Humano en la gestión de calidad.</p> <p>Entender que la sostenibilidad contribuye a la mejora del bienestar, la equidad y el respeto de los seres humanos.</p> <p>Promover prácticas éticas: erradicación de la explotación sexual de niñas / niños, adolescentes; contribuir al cumplimiento de los objetivos del Milenio; promover trabajo decente.</p> <p>Asociar la relación entre la gestión de cada servicio en el Producto Turístico y la imagen del destino turístico, región o país.</p> <p>Apreciar la aplicación del</p>	<p>Servicio: concepto y características en el Sector Turismo.</p> <p>El Factor Humano. El rol del usuario /cliente.</p> <p>Calidad: concepto y tipología.</p> <p>La Calidad en Turismo.</p> <p>TQM: Gestión de Calidad Total. Fases.</p> <p>Experiencia internacional en calidad total.</p> <p>Experiencia en Uruguay.</p> <p>Aplicación de las Normas ISO 9004 en los Servicios Turísticos.</p> <p>Gestión de relaciones comunitarias:</p> <p>Gestión de RR HH: trabajo decente, erradicación de discriminación racial, de género (OIT)</p> <p>Código ético OMT: erradicación explotación sexual niños y adolescentes.</p> <p>Legislación y campaña en Uruguay.</p> <p>Inclusión del Ambiente en la Calidad: Normas de Certificación de Calidad Ambiental ISO 14001.</p>	<p>Leer bibliografía indicada</p> <p>Conocer la legislación internacional y nacional.</p> <p>Visita a sitios web especializados</p> <p>Investigar que normas y acciones se aplican en Uruguay relacionadas con la inclusión, trabajo decente y erradicación de la explotación sexual a adolescentes.</p> <p>Leer la prensa. Búsqueda en Internet, entrevistas a responsables de MTSS, INAU.</p> <p>Estudio de casos.</p> <p>Conocer la legislación ambiental de Uruguay:</p> <p>Visitas a sitios web específicos, entre otros:</p> <p><a href="http://www.greenglobe.com">www.greenglobe.com</a></p> <p><a href="http://www.unep.org/pdf/greeneconomy">www.unep.org/pdf/greeneconomy</a></p> <p><a href="http://www.pnuma.org">www.pnuma.org</a></p> <p><a href="http://www.science.oas.org/OEA">www.science.oas.org/OEA</a></p> <p><a href="http://www.uco.es/sae/archivonormativa/iso_9004_pdf">www.uco.es/sae/archivonormativa/iso_9004_pdf</a></p> <p><a href="http://www.uco.es/sae/archivonormativa/iso_14001_2004/pdf">www.uco.es/sae/archivonormativa/iso_14001_2004/pdf</a></p> <p><a href="http://www.mma.es">www.mma.es</a></p>



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

<p>concepto de sostenibilidad en las normativas internacionales de Certificación de Calidad Ambiental. Conocer y comparar las estrategias de calidad total en diferentes destinos turísticos internacionales y nacionales.</p>	<p>Objetivos.</p>	<p><a href="http://www.uruguaysustentable.com.uy/tag/mvotma">www.uruguaysustentable.com.uy/tag/mvotma</a> <a href="http://www.europe.eu.int/">www.europe.eu.int/</a> <a href="http://www.hotelmajestic.es">www.hotelmajestic.es</a> <a href="http://www.calvia.com">www.calvia.com</a> <a href="http://www.mintur.gub.uy">www.mintur.gub.uy</a> Videos y mesas redondas</p>
--	-------------------	---

Total 14 horas

CTT – Gestión de Empresas Turísticas Plan 2013 – Introducción al Turismo II  
Coordinación de Turismo Programa de Educación en Administración  
Comercialización y Servicios

#### UNIDAD IV: LAS EMPRESAS TURÍSTICAS SOSTENIBLES

Propósito Clave (objetivo): Reconocer la gestión sostenible económica, social, cultural y ambiental en las empresas del Sector Turismo. Diferenciar las que desarrollan estrategias y prácticas auténticamente sostenibles de las que lavan su imagen - “greenwash” – persiguiendo solo un interés comercial.

Competencias	Contenidos	Actividades
<p>Comprender que la gestión sostenible empresarial es el resultado del balance entre el capital, los aspectos sociales internos de la empresa y el ambiente natural y cultural donde está localizada.</p> <p>Asumir que dicha interacción asegura la fidelización de clientes satisfechos.</p> <p>Percibir que la profesionalización en turismo, es fundamental para la generación de servicios de calidad, siendo la formación permanente el camino para su logro.</p> <p>Relacionar la promoción de climas amigables internos y externos con el ambiente y la comunidad con la sostenibilidad del destino turístico.</p> <p>Monitorear y adecuar permanente los procesos empresariales que aportan a la sustentabilidad económica, socio-cultural y ambiental del destino en un mundo global, dinámico y competitivo.</p>	<p>Aplicar criterios y normas de sostenibilidad a las empresas turísticas uruguayas.</p> <p>Responsabilidad Social Empresarial (RSE): valores y principios en las estrategias de negocios que incluyan códigos de ética, trabajo decente y costo del ambiente.</p> <p>Gestión sostenible empresarial:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Códigos de conducta.</li> <li>2.- Guías de buenas prácticas</li> <li>3.- Eco – etiquetas</li> <li>4.- Auditorías ambientales: <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1.- eficiencia en uso recursos e insumos( agua, energía, reciclaje de residuos sólidos, etc.)</li> <li>4.2.- Preservación del ambiente y el paisaje</li> <li>4.3. preservación de la cultura local</li> </ol> </li> </ol>	<p>Lectura de la bibliografía específica.</p> <p>Visita a diferentes siguientes sitios web:</p> <p><a href="http://www.sustainabletourismcriteria.org">www.sustainabletourismcriteria.org</a></p> <p><a href="http://www.rainforest-alliance.org">www.rainforest-alliance.org</a></p> <p><a href="http://www.eco-indextourism.org">www.eco-indextourism.org</a></p> <p><a href="http://www.pnuma.org/industria/turismo-sustentable.php">www.pnuma.org/industria/turismo-sustentable.php</a></p> <p><a href="http://www.turismoycultura.cl">www.turismoycultura.cl</a></p> <p><a href="http://www.turismoresponsable.net/responsabilidad-social.htm">www.turismoresponsable.net/responsabilidad-social.htm</a></p> <p><a href="http://www.globalmarch.org">www.globalmarch.org</a></p> <p><a href="http://www.unwto.org/code_ethics/sp/global.htm">www.unwto.org/code_ethics/sp/global.htm</a></p> <p><a href="http://www.redturs.org">www.redturs.org</a></p> <p><a href="http://www.pnuma.org/tunza">www.pnuma.org/tunza</a></p> <p>Leyes vinculadas al impacto ambiental, a la protección ambiente , ordenamiento territorial y defensa del consumidor:</p> <p>16.466/ 18.308/ 17.234/ 17283/ 17.279/ 17250 en <a href="http://www.parlamento.gub.uy/leyes">www.parlamento.gub.uy/leyes</a></p> <p>Investigación y registro de empresas: agencias de viaje, transportes, alojamiento, restauración, etc que están certificadas o realizan buenas prácticas.</p> <p>Informes sobre empresas que sean eficientes en uso recursos naturales y aporten al desarrollo de la comunidad y al ambiente en que están localizadas.</p>

Total 18 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



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

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 , (1998) El viaje imposible. El turismo y sus imágenes. Barcelona: Gedisa

AUGE, Marc, (2000) Los “no lugares”. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad., Barcelona, Gedisa

AA.VV.: Actas del Congreso Europeo sobre Itinerarios Culturales y Rutas

temáticas, Logroño,

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

AROCENA, José (1995) El desarrollo local: un desafío contemporáneo, Venezuela,

Nueva Sociedad.

----- (1992) Non – lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité.

Editions du Seuil. París. pp. 26.

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

\_\_\_\_\_, TRESSERRAS, Jordi (2001) Gestión del patrimonio cultural Barcelona, Ariel

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

BERTONATTI, IRIANI,,CASTELLI, Los centros de interpretación como puntos de anclaje y manejo del flujo turístico, Libro de actas del iv Congreso Internacional de Patrimonio Cultural y Cooperación al Desarrollo 16, 17 y 18 de junio de 2010 Sevilla (España)

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

BIANCHI Michela, L arte del viaggio, Cortina Editore, Milano 1999



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

BOISIER, Sergio, Territorio, Estado y Sociedad, Santiago de Chile, Ed. Pehuén, 1991.

\_\_\_\_\_ La mesoeconomía territorial: interacción entre personas e instituciones. Santiago, ILPES, Documento 95/26

BORJA, Jordi y CASTELLS, Manuel. ( 1997) Local y Global. La gestión de las ciudades en la era de la información. Madrid Taurus,

BOULLÓN, Roberto (1999) Planificación del Espacio Turístico. México. Ed. Trillas.

\_\_\_\_\_ (2006) Los Municipios Turísticos. México. Ed. Trillas-

CALLE VAQUERO, M.; GARCÍA HERNÁNDEZ, M.(1998): Ciudades históricas: patrimonio cultural y recurso turístico. *Ería*, pp. 249-266.

CÁRDENAS TABARES, Fabio (1991) Proyectos Turísticos. Localización e Inversión.

México. Ed. Trillas

\_\_\_\_\_. (2002): La ciudad histórica como destino turístico. Ariel. Barcelona.

CASTELLS, Manuel (2008). La era de la información. Tomos I,II,III, Siglo XXI Editores. Madrid.

CASTELLS, Manuel, Hemos creado un autómatas: el mercado financiero global , en Suplemento Cultural de “La Nación”,. Bs. As. Sección 7, p 3, marzo, 11 de 2001

CAYER, M. et alt.:(1984) *Interprétation du patrimoine*, Québec, Office de la Langue

Française, .

CLIFFORD, J.(1999): *Itinerarios transculturales*, Barcelona, Gedisa,

## CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO

[www.worldtourism.org/omt/pressrel/code\\_e.htm](http://www.worldtourism.org/omt/pressrel/code_e.htm)

CORIAT, Taddei, (1995) Un nuevo arte de la seducción: la "atractividad" del territorio.

en Made in France, 1995

DE LA CALLE VAQUERO, Manuel ( 2002), La ciudad histórica como destino turístico Barcelona, Ed. Ariel,

DA CUNHA y otros ( 2012) Visite Uruguay. Del balneario al país turístico. 1930 a 1955.

Montevideo. Ed. Banda Oriental

DELGADO, Oscar Arq.: "El patrimonio como recurso territorial para el desarrollo. Oportunidad y desafío." Jornadas latinoamericanas Patrimonio y Desarrollo Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Católica de La Plata Comité Argentino del Consejo internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS), La Plata, 28, 29 y 30 de Abril de 2010

DELGADO, Jesús María,(2010) Turismo Responsable: una visión homeostática, SEG. Bauru, SP. Brasil

.GARCÍA CANCLINI, Néstor (1987). Políticas culturales en America Latina, México. Grijalbo.

\_\_\_\_\_ (1994). "¿Quiénes usan el patrimonio? Políticas culturales y participación social" en Memorias del simposio Patrimonio y Política cultural para el siglo XXI, editado por el INAH, México.

\_\_\_\_\_ ( 1995)Consumidores y ciudadanos , conflictos multiculturales en la globalización, México, Grijalbo

\_\_\_\_\_ ( 1992), Culturas híbridas, Editorial Sudamericana, Buenos Aires.



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

GARCÍA SUÁREZ, José A. ( 2007) Turismo creativo, Observatorio Interarts de Barcelona

GARRONE Renzo ( 2007) Turismo Responsabile. Nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo. Génova. Ram

GOYTIA PRAT, Ana.( 2005) Nuevas tendencias de ocio y turismo, Instituto de Estudios de Ocio. Universidad de Bilbao.

INSKEEP, Edward (1999) Guía para administradores locales: Desarrollo turístico sostenible. Madrid. O.M.T.

KRIPPENDORF, Jost (2003) Sociología do Turismo. San Pablo. Ed. Aleph

\*MARTIN FERNANDEZ, Ramón (2005). “Cuestiones actuales de la teoría del turismo”,

Monografía del CETUR-UH. Diciembre

\_\_\_\_\_ Tesis presentada en opción de grado científico de Doctor en

Ciencias Económicas, Universidad de La Habana, 2006

MARTÍNEZ QUINTANA, Violante Temas para el debate, Fundación Dialnet ISSN 1134-6574, N°. 141-142 (ago.-sep.), 2006 (Ejemplar dedicado a: El futuro del ocio y del turismo)

MARTÍN, Marcelo ( 2004) Patrimonio y Sociedad: recursos, interpretación y desarrollo local, (AIP), Museo de América, Madrid,

MONTANER M., Jordi ( 1996) Psicosociología del Turismo, Madrid, ed. Síntesis

MORAGUES, Damián ( 2006) Turismo , Cultura y Desarrollo, Cortada, España

PANOSSO, Alexander/ GAETA, Cecilia ( 2010) Turismo de experiencia, Senac, San Pablo

PARDO, Jorge, Los activos culturales y su transformación en productos turísticos, SEMINARIO IBEROAMERICANO DE TURISMO, CULTURA Y DESARROLLO, Cartagena de Indias, Colombia, 3-6 octubre, 2006

PRATS, Llorens, Antropología y patrimonio, El patrimonio como construcción social, Barcelona, Ariel, cap I.

\_\_\_\_\_ (2000) "El concepto de patrimonio cultural" en Cuadernos de Antropología Social N°11, ICA, FFyL, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

PULIDO FERNÁNDEZ, Juan – LÓPEZ SÁNCHEZ, Yaiza La perspectiva de la sostenibilidad como eje transversal en la gestión de la cadena de valor de un destino turístico. En [www.ocw.unia.es](http://www.ocw.unia.es) Visitado 10 de mayo 2014.

RUBIO GIL, Ángeles (Coord) (2003) Sociología del Turismo. Barcelona. Ed. Ariel.

SÁNCHEZ Darío C. - JIMENEZ Laura R. - CARBAJAL Delia B - ACOSTA Mercedes Z. . La calidad, su gestión estratégica y sus indicadores en turismo. Hacia una aproximación teórica. CONICET, Instituto Multidisciplinario de Historia y Ciencias Humanas (IMHICIHU), Departamento de Investigaciones Geográficas (DIGEO), Grupo Turismo Sustentable (GRUTUS)

SANCHO, Amparo (coord.) (1999) Introducción al turismo. Madrid. O.M.T.

SANTAMARINA CAMPOS, Beatriz, De la educación a la interpretación patrimonial: patrimonio, interpretación y antropología Universidad de Valencia, 2009

SANTANA, Agustín (1997). "Antropología y Turismo: ¿Nuevas hordas, viejas culturas?", Pag. 53-58, Editorial Ariel, Barcelona.

SCHLÜTER, Regina/ WINTER, Gabriel (2003) Turismo. Una perspectiva empresarial. CIET. Buenos Aires.



STHOR, W. (1992) Estrategias de desarrollo local para hacer frente a la crisis global, en EURE, Santiago, Vol. XVIII, N° 55, pp 51

TROITIÑO VINUESA, M. A.(1998):"Turismo y desarrollo sostenible en las ciudades históricas". Ería 47 pp. 211-227.

VALLS Francesc (2004), " Gestión de destinos turísticos", Barcelona. Ed. Gestión, 2000.

VENTURINI, Edgardo Mgter (2010). Arq.:"La gestión del patrimonio y el desarrollo integral de las comunidades locales." Jornadas latinoamericanas Patrimonio y Desarrollo Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Católica de La Plata Comité Argentino del Consejo internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS), La Plata, 28, 29 y 30

VIEGAS FERNANDES, Joao/ MAURICIO, Filomena ( 2011) Turismo de saúde e bem-estar no mundo, San pablo. SENAC.

WETTSTEIN, Germán (1993) Las metáforas latinoamericanas, en "RELACIONES", Montevideo, N° 104-105, enero-febrero, pp 6-8.

#### Planes

Plan de Refuerzo de la Competitividad Turística del departamento de Colonia, , DIPRODE, MINTURD, IMC. julio 2007

Plan Nacional de Turismo Sostenible 2009 - 2020 Programa de Mejora de la Competitividad de los Destinos Turísticos Estratégicos MINTURD BID

Plan Director de Turismo Náutico-Fluvial de Uruguay (MINTURD) GMM Consultores turísticos, Madrid España , Fase II , diciembre, 2009

Plan de Gestión del Barrio Histórico de Colonia del Sacramento, MEC, CPCN, Intendencia de Colonia, Febrero, 2012, aprobado por UNESCO en la 36 Sesión del Comité de Patrimonio Mundial en San Petersburgo, julio de 2012

World Heritage Tourism Programme, UNESCO, 36th session, Saint Petersburg,  
Russian Federation, 24 June - 6 July 2012

TIPO DE CURSO	PROGRAMA			
	Código		Descripción en SIPE	
	en SIPE			
PLAN	050	Curso Técnico Terciario		
SECTOR DE ESTUDIO	2013	2013		
ORIENTACIÓN	713	Turismo		
MODALIDAD	411	Gestión de Empresas Turísticas		
AÑO	---	----		
TRAYECTO	1°	Primer Año		
SEMESTRE	-----	-----		
MÓDULO	1°	Primer Semestre		
ÁREA DE ASIGNATURA	-----	-----		
ASIGNATURA	583	Prácticas de Circuitos Urbanos		
ESPACIO o COMPONENTE CURRICULAR	31181	Patrimonio Turístico y Hospitalidad I		
MODALIDAD DE APROBACIÓN	-----	-----		
DURACIÓN DEL CURSO	Con derecho a Exoneración.			
Fecha de Presentación:	Nº Resolución del CETP	Horas totales: 64	Horas semanales: 4	Cantidad de semanas: 16
02/03/15		Exp. Nº 950/15	Res. Nº 432/15	Acta Nº 220
				Fecha 11/03/15

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),



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

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)

La asignatura Patrimonio turístico y hospitalidad I y II. Aporta a la “Tecnificación en Gestión de Empresas Turísticas” y al “destino Uruguay” en tanto contribuye al conocimiento de la diversidad del patrimonio cultural como construcción social, como legado y valor simbólico en un determinado contexto geográfico y ambiental.

Ese propósito implica una aproximación a los conceptos de “cultura”, “identidad / alteridad” y “hospitalidad” dado que la actividad turística no existiría si el “otro” u “otros” llamados visitantes y/o turistas dejaran de presentarse en el espacio de los residentes para efectuar un “encuentro” con éstos, conocer sus modos de vida o sencillamente formalizar una estadía satisfactoria disfrutando del patrimonio del sitio elegido.

Por lo antedicho, la asignatura hace hincapié en los conceptos de patrimonio, cultura, identidad y hospitalidad desde el abordaje de diferentes campos de estudio como la filosofía, la antropología, las ciencias sociales y políticas para, posteriormente aplicarlas al universo particular del Turismo.

En la actualidad donde el binomio global / local se interconecta asiduamente y el Turismo es un agente íntimamente vinculado con el Patrimonio, es necesario recordar las recomendaciones de ICOMOS:

“El concepto de Patrimonio abarca los paisajes, los sitios históricos (...) así como la biodiversidad, los grupos de objetos diversos, las tradiciones pasadas y



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

presentes y los conocimientos y experiencias vitales (...) La memoria colectiva y el peculiar patrimonio de cada comunidad es insustituible y una importante base para el desarrollo no sólo actual sino futuro”.

“En tiempos de creciente globalización, la protección, conservación, interpretación y presentación de la diversidad cultural es un importante desafío para cualquier pueblo en cualquier lugar ( ..) El objetivo fundamental de la gestión del patrimonio consiste en comunicar su significado y en conservarlo tanto para la comunidad anfitriona como para los visitantes.

“El turismo nacional e internacional sigue siendo uno de los medios más importantes para el intercambio cultural ofreciendo una experiencia personal no sólo acerca de lo que pervive del pasado sino de la vida actual y de otras sociedades” (ICOMOS; Carta internacional del Turismo Cultural, Paris 1999)

Estas afirmaciones siguen siendo válidas a quince años de efectuadas, pero no todos los sitios de patrimonio han sido gestionados correctamente. En el reciente 2ª Seminario sobre la Sostenibilidad del Patrimonio, realizado en Colonia del Sacramento en marzo 2014, el especialista en gestión del patrimonio Arq, Ciro Caraballo Perichi efectuaba las siguientes interrogantes:

“¿A que nos referimos con el término Patrimonio Cultural? El patrimonio cultural es una herencia colectiva, de valores culturales, sociales y económicos....¿y entonces porqué que generalmente termina traducándose sólo en un espacio de especialistas; en una postal, ó en un espacio de explotación turística?...¿Porqué no hacemos mayor énfasis en la importancia de su valor y función social y no solo en su uso turístico y económico?”

Para luego afirmar que los bienes culturales son ante todo:

- “Componentes esenciales de la identidad local, constructores de autoestima, de valores y de pertenencia.
- Instrumento de gobernabilidad, pues convocan a diversos grupos sociales.
- Imágenes y contenidos generadores de nuevas propuestas creativas; lugares de formación de nuevos comportamientos sociales.
- Un valioso capital social, que se traduce en espacios de participación y referencia de redes comunitarias.
- Una herencia colectiva con capacidad de ofrecer oportunidades de empleo, de desarrollo de industrias culturales, y de turismo cultural”

Del texto de ICOMOS y de los interrogantes y afirmaciones del Arq. Caraballo se desprenden aspectos profundamente interconectados y transversales al desarrollo de los dos semestres de la asignatura Patrimonio y Hospitalidad:

- 1.- El Patrimonio es un bien social, componente de la identidad local, de construcción de autoestima y sentido de pertenencia y por tanto, los actores locales deben participar en su cuidado, comunicación, gestión y beneficios.
- 2.- El Patrimonio es imposible de subdividir en partes, lo inmaterial siempre está vinculado a lo material y éste necesita un relato que lo trascienda, estando ambos enmarcados en un espacio natural que constituye un paisaje cultural.
- 3.- Es imprescindible abordar el concepto de Cultura ya sea desde la mirada descriptiva y abarcativa de Edward Tylor (Primitive Culture, 1871) como desde la postura de Clifford Geertz (La Interpretación de las Culturas 1987) que la concibe como una ciencia interpretativa en búsqueda de símbolos<sup>1</sup>

<sup>1</sup> “La cultura... es ese todo complejo que incluye conocimientos, creencias, artes, moral, leyes costumbre y cualquier otra capacidad de hábito adquirido por el hombre en tanto que miembro de la sociedad” Eduard Tylor (Primitive Culture, 1871).

El concepto de cultura "denota un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresados en las formas simbólicas por medio de las cuales los hombres comunican, perpetúan, y desarrollan su conocimiento y de actitudes frente a la vida...". Clifford GEERTZ, (La interpretación de las Culturas, 1987).



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

4.- Problematicar si existe una Cultura de los uruguayos. Analizar diversidad/homogeneidad teniendo en cuenta las diferentes momentos históricos y los contextos geográfico – sociales.

5.- Abordar el concepto de Hospitalidad partiendo de su raíz etimológica, considerando su análisis desde otros campos de estudio – filosofía, antropología, ciencias sociales y políticas – que, especialmente desde la Modernidad han centrado su interés en el relacionamiento de los seres humanos entre sí en el marco de los Estados, de la intolerancia y guerra para finalmente, aplicarlo al específico campo del Turismo y de las relaciones residentes – visitantes.

Para que ese encuentro entre residentes y visitantes sea satisfactorio para ambas partes es necesario tener en cuenta dos elementos más en su planificación:

a.- por un lado incorporar la metodología de la disciplina “Interpretación del Patrimonio” que es “la actividad recreativa que pretende revelar significados e interrelaciones mediante el uso de objetos originales, experiencias de primera mano y medios ilustrativos en lugar de simplemente transmitir la información de los hechos.” ( Tilden;2006:35)

b.- generar una cultura de servicios tanto en las empresas como en el ámbito público donde la calidad planeada por el destino turístico concuerde con la esperada y la percibida por los visitantes de manera de lograr la fidelización del usuario a la localidad, región o país que visita.

Esta compleja ingeniería podrá contribuir a un desarrollo turístico local sostenible y por ende a la participación de los diversos actores de la comunidad en este proceso.

El Programa tiene un hilo conductor marcado por los conceptos anteriormente

analizados y sobre la base de una fuerte contextualización espacio temporal, aplicando sus contenidos a las a las características de los paisajes, atractivos e instituciones culturales donde se desarrolle la Tecnicatura Gestión de Empresas Turísticas.



Fuente: Profª Ana Salom – Coordinación de Turismo CETP UTU

## II - COMPETENCIAS GENERALES

El perfil del egresado de la Tecnicatura “Gestión de Empresas Turísticas” tendrá las competencias y capacidades para integrar equipos de trabajo interdisciplinarios que les faculten a intervenir en la estructuración, dirección y demás quehaceres de una empresa turística.

Por tanto, será capaz de investigar y analizar el contexto local, nacional y regional de manera de contribuir a la elaboración y planificación de productos turísticos afines con los atractivos y servicios locales, amigables con el ambiente natural y cultural y motivadores de los visitantes.

La asignatura Patrimonio y Hospitalidad incorpora un conjunto de conocimientos, habilidades y actividades que promueven la construcción de las competencias investigativas, innovadoras y tecnológicas para aplicar en lo académico y en lo productivo. Las mismas se pueden sintetizar en:

- Proceder con rigor científico y autonomía intelectual
- Analizar críticamente la Información
- Actuar con responsabilidad social y ética.
- Integrar conocimientos para reestructurarlos en situaciones nuevas.
- Reconocer y minimizar los impactos económicos, sociales, culturales y ambientales del Turismo al planificar y gestionar productos y actividades.
- Comunicar de manera fehaciente y amena el patrimonio, las actividades culturales, su localización, horarios, asesoramiento y recomendaciones a los visitantes en función de sus gustos y necesidades.
- Contribuir a solucionar problemas de los usuarios de los servicios que estén a su cargo.

### III - CONTENIDOS

#### UNIDAD I: APROXIMACIONES A LOS CONCEPTOS DE CULTURA, PATRIMONIO, IDENTIDAD. HOSPITALIDAD

- 1.1.- Concepto de cultura. Diversos autores.
- 1.2.- Concepto de patrimonio y de patrimonio cultural. Cartas y Convenciones UNESCO, ICOMOS. Evolución del concepto patrimonio como construcción social. Patrimonio y cultura. Patrimonio y territorio.
- 1.3.- Interpretación del patrimonio
- 1.4.- Comunidad local. Concepto de identidad cultural.
- 1.5.- Concepto de hospitalidad:

1.5.1.- Manifestación a través del tiempo.

1.5.2.- La hospitalidad desde el campo de la filosofía, las ciencias sociales y políticas.

1.5.3.- La hospitalidad en el sector turismo.

Total 12 horas

## UNIDAD II: PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO, IDENTIDAD Y TURISMO

2.1.- Problemática de un patrimonio “no asumido”.

2.2.- Estado actual de las investigaciones.

2.3.- Ubicación de los sitios arqueológicos en Uruguay.

2.4.- Áreas protegidas y sitios arqueológicos.

2.5.- Museos: y las colecciones de material prehistórico.

2.6.- “La garra charrúa” en el imaginario de los uruguayos.

2.7.- ¿El turismo aporta a la valorización del patrimonio arqueológico?

Total 10 horas

## UNIDAD III: PATRIMONIO RURAL: LA PRADERA, EL GANADO Y EL GAUCHO.

3.1.- Contexto histórico y ambiental; acceso a la tierra y consolidación de la estancia.

3.2.- La conquista espiritual y las Estancias jesuíticas de Nuestra Señora de Belén y Nuestra Señora de los desamparados. Patrimonio y atractivo turístico. Ruta de las Misiones Jesuíticas del Mercosur.

3.3.- El Gaucho: tipo social y vida cotidiana a través de las crónicas de los viajeros.

3.3.1.- La imagen de las artes plásticas: la pintura y la escultura.

3.3.2.- La mirada de la literatura.

3.3.3.- La música y las danzas tradicionales.

3.4.- El mate: cultivo, tradición y hábito nacional.

3.4.1.- Las artes populares rurales en cuero, guampa, madera, cestería, plata. Visita al Museo del gaucho en Montevideo y a museos de sitio en diferentes ciudades del país.

3.4.2.- Las fiestas: del gaucho en Tacuarembó, la Criolla en Montevideo y pencas y jineteadas en distintas partes del país. Folklore. Guitarreadas, etc.

Total 12 horas

#### UNIDAD IV: COLONIA DEL SACRAMENTO: PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD.

4.1.- Contexto histórico geopolítico: Río de la Plata: escenario de la lucha entre los imperios español y portugués.

4.2.- Diseño urbanístico y arquitectónico. Principales atractivos patrimoniales.

4.3.- Relato de la vida cotidiana en el siglo XVIII.

4.4.- Declaración de Patrimonio Histórico cultural de la Humanidad en 1995 y análisis del Plan de Gestión de la Ciudad de Colonia en el año 2012.

4.5.- Gestión de los Museos y creación del BIT por el MINTUR : oferta turística de Uruguay.

Total 10 horas

#### UNIDAD V: MONTEVIDEO: DE BASTIÓN ESPAÑOL EN EL PLATA A CAPITAL DEL URUGUAY.

5.1.- Contexto histórico y geopolítico.

5.2.- Origen del nombre. Las Leyes de Indias y los rasgos de la ciudad – jurisdicción.

La planta urbana.

5.3.- Ciudad – puerto. Desarrollo comercial y esclavista.

5.4.- Arquitectura militar, civil y religiosa. La vida cotidiana, Los oficios públicos

5.5.- Cultura afrodescendiente: conservación de la memoria de sus orígenes a través.

De su música y fiestas.

5.6.- Análisis del proceso de ser una identidad marginal a la declaración del candombe como Patrimonio cultural de la Humanidad.

5.7.- Fundación de marcas fronterizas y pueblos en la Banda Oriental.

5.8.- Registro e informe de los museos referidos al legado colonial. Indicar estado de conservación, servicios y si se pueden recomendar a los visitantes.

Total 10 horas

## UNIDAD VI: LOS ATRACTIVOS VINCULADOS A LOS SITIOS HISTÓRICOS

6.1.- Síntesis cronológica: 1811 a 1828.

6.2.- Período radical de la revolución: José Artigas. Ruta de la Redota, Patrimonio nacional. Sitios históricos que marcan los hitos de sus proclamas o reglamentos en Mercedes, Montevideo, Paysandú, Purificación. Exilio en Paraguay.

6.3.-Dominio luso – brasilero. Cruzada Libertadora. Playa de la Agraciada. Patrimonio histórico. La pintura histórica de Juan Manuel Blanes.

6.4.- La discusión en torno a la fecha de la independencia. Las vertientes para la configuración de las efemérides nacionales. Convención Preliminar de Paz.

Total 10 horas

## IV - ACTIVIDADES CORRESPONDIENTES A LAS UNIDADES DE PATRIMONIO Y HOSPITALIDAD I

Con esta unidad se finaliza el primer semestre de la asignatura “Patrimonio y



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

Hospitalidad I”. Teniendo en cuenta la temática de cada unidad es necesario relacionar las clases teóricas con las prácticas para lo cual se deberán realizar las siguientes actividades: 1.- elaboración de fichas de registro de atractivos, y de servicios conexos; 2.- Localización de los atractivos en mapas. 3.- Visitas a museos, sitios patrimoniales, exposiciones; 4.- los estudiantes deben tener información actualizada de la cartelera de espectáculos de la ciudad donde se desarrolla el curso; 5.- Invitar a referentes del sector al Centro de Estudios. 6.- Debates fundamentados en clase.

#### V - SUGERENCIAS METODOLÓGICAS

Como se expresa anteriormente, se sugieren clases interactivas a partir de la lectura de la bibliografía indicada, trabajo en subgrupos y síntesis finales. Se propone una metodología en la que los alumnos sean más que espectadores o receptores, partícipes activos en la construcción del conocimiento atribuyendo sentido y significado a los contenidos de la asignatura, aplicándolo 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.

La asignatura Patrimonio y Hospitalidad coordina con todas las asignaturas que integran la currícula, especialmente en las instancias presenciales mensuales pautadas por la dirección escolar.

La temática de esta asignatura es relevante en cualquiera de las empresas de la cadena de valor turístico ya que se centra en el patrimonio y la cultura del Uruguay y en la calidad de los servicios prestados a los visitantes que, de ser eficientes y efectivos, generarán la fidelidad de los turistas al país.

## VI - 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.

## VII - BIBLIOGRAFÍA

AAVV. Historia Uruguay. (1989) 8 Tomos. Montevideo. Ediciones de la Banda Oriental.

AAVV : “Aportes para el conocimiento de la prehistoria uruguaya”. Editado M.E.C. 1994: Cabrera, Leonel (pp 9-10 y 118-131); Martínez, Elianne (pp 19 – 33); Curbelo, Carmen (pp57 -82), Sans, Mónica (pp 63-96); Consens, M (pp 133-141), Fusco, N (pp 143-147); Cavellini, S (pp 149–153)

ACOSTA Y LARA, Eduardo. La Guerra de los charrúas. Ediciones Cruz del Sur. Mdeo 2006 (reedición de las primeras ediciones de 1981 y 1969 en Editorial Banda Oriental)

AINSA, Fernando (2008) “Espacios de la Memoria. Lugares y paisajes de la cultura uruguaya. Montevideo. Ed. Trilce.

ALDEROQUI, Silvia –PEDERSOLI, Constancia ( 2011) La Educación en los Museos. Buenos Aires. Paidós

ALFARO, Milita (1991) El Carnaval Heroico. Montevideo. Ed. Trilce.

ALFARO, Milita (2008) Memorias de la Bacanal. Vida y memorias del Carnaval montevideano 1850 -1950. Montevideo. Ediciones de la Banda



Oriental.

ALFARO, Milita- COZZO, José. (2008) Medio Mundo. Sur, conventillo y después. Montevideo. Ed. Medio y medio

ALVAREZ LENZI, R – ARANA, M –BOCCHIARDO, L (1986) El Montevideo de la Expansión (1868-1915) Montevideo. Ed. Banda Oriental

ALTEZOR, C- BARACCHINI, H (1971) Historia urbanística y edilicia de la ciudad de Montevideo. Junta Departamental de Montevideo. Biblioteca “José Artigas”.

AUGÉ, Marc (2007) “Por una antropología de la movilidad “Barcelona. Ed. Gedisa

BARACCHINI, H, Historia de las Comunicaciones en el Uruguay. Montevideo UDELAR División Publicaciones Instituto Historia de la Arquitectura.

BARRÁN, J.P. (1992) Historia De la Sensibilidad en el Uruguay Tomos I y II Montevideo. Ediciones. Banda Oriental

BARRÁN, J.P. – NAHUM, B. (1972) Bases económicas de la Revolución artiguista. Montevideo. Ediciones de la Banda Oriental.

.BARRETTO, Margarita (1998) El Mate. Su historia y cultura. Buenos Aires. Ediciones del Sol.

BARRIOS PINTOS, A – REYES ABADIE, W (1990) Los Barrios de Montevideo. 10 tomos. IMM.

BARRIOS PINTOS, Aníbal (2008) Historia de los Pueblos Orientales. Tomo I, II y III Montevideo. Ediciones Banda Oriental

BONILLA, F (Coord.) (1992) Guía arquitectónica y urbanística de Montevideo. Junta de Andalucía. IMM – Agencia española de Cooperación Internacional

BONILLA, Francisco ( Director) (2013) Patrimonio en debate. Montevideo.

Intendencia de Montevideo.

BOUTON, Roberto (2009) La vida rural en el Uruguay. Montevideo. Ed. Banda Oriental

BRACCO, Diego (2004) Charrúas, guenoas y guaraníes: interacción y destrucción. Indígenas en el Río de la Plata Montevideo. Editorial Linardi y Risso

BRACCO, Diego – LOPEZ MAZZ, José (2006): Charrúas, pampas, serranos, chanaes y guaraníes: la insurrección del año 1686. Montevideo. Editorial Linardi y Risso

BRUXEL, Arnaldo (1996) Los 30 pueblos guaraníes. Montevideo. Editores Asociados.

CABRERA, Leonel, Los constructores de Cerritos: hacia la reconstrucción de la prehistoria del este del Uruguay. BSE Almanaque, pp 62/67. Mdeo, 1999?

CABRERA, Leonel – PADRÓN FABRE, O – PORZECANSKI, T – “Las raíces indígenas: Mito y realidades. Revista La Gaceta. Asociación profesores de Historia del Uruguay. Nº 22, abril 2002

CALAF MASACHS, R –FONTAL MERILLAS, O : (2004) “Comunicación educativa del patrimonio: referentes, modelos y ejemplos”. Gijón Ed. Trea SL

CAMPAL, E. F. (1967) Hombres, tierras y ganados. Montevideo. Ed. Arca.

CAPILLAS DE CASTELLANOS, A (1968) Montevideo en el siglo XVIII. Montevideo. Ed. Nuestra Tierra

CANESSA DE SANGUINETTI, Marta (1976) La Ciudad Vieja de Montevideo. Ediciones AS MONTEVIDEO.

CARABALLO PERICHI, Ciro ( 2014) Informe periódico de los sitios de la lista del patrimonio Mundial. América latina. 2010-2013.Los retos. En 2º Seminario Internacional La Sustentabilidad del Patrimonio Cultural. Colonia del



Sacramento. Uruguay 10-14 marzo 2014. En [www.colonia.gub.uy](http://www.colonia.gub.uy)

CASTELLANOS, Alfredo (1971) Historia del desarrollo edilicio y urbanístico de Montevideo (1829 – 1914) Junta Departamental de Montevideo. Biblioteca “José Artigas”.

CASTELLANOS, Alfredo (1977) Nomenclatura de Montevideo. Montevideo IMM Servicio de Publicaciones.

CASTELLANOS, Alfredo (1968) Montevideo en el siglo XIX. Montevideo Ed. Nuestra Tierra.

CONESA, Dolores (2006) La “ética de la acogida” en el pensamiento de Emmanuel Lévinas. Una lectura derridiana. Universidad de Navarra. *Thémata, Revista de filosofía*. Num 36,2006. En [www.institucional.us.es/revistas/themata/36/N2.pdf](http://www.institucional.us.es/revistas/themata/36/N2.pdf) Visitado 08.04.14

CONSENS, Mario (2003): El pasado extraviado. Prehistoria y arqueología del Uruguay. Montevideo. Editorial Linardi y Risso.

CONSENS, Mario (2007) Arte prehistórico en Uruguay. Montevideo. Ediciones Torre del Vigía

CONSENS, M – López Mazz, J – Curbelo, M. C. (1995) Arqueología en el Uruguay. VIII Congreso Nacional de Arqueología Uruguaya. Montevideo. Editorial Surcos.

DARAGNÈS, E. (Comp) (1980) 1300 Años de Colonia. Montevideo UDELAR. Publicaciones.

DERRIDA, Jacques. Sobre Hospitalidad. Entrevista en Staccato, programa televisivo de France Culturel producido por Antoine Spire del 19 de diciembre de 1997, traducción de Cristina de Peretti y Francisco Vidarte en DERRIDA, J. ¡ Palabras! Edición digital de Derrida en castellano. En

[www.jacquesderrida.com.ar](http://www.jacquesderrida.com.ar) Visitado 07.04.14

GAETA, J – FOLLE, E (1995) – Guías Elarqa de Arquitectura. Tomos I (Ciudad Vieja); II (Centro–Primera parte) y III (Centro-Segunda Parte. Montevideo. Ed Dos Puntos

GAETA, J – FOLLE, E (1997) – Guías Elarqa de Arquitectura. Colonia Montevideo. Ed Dos Puntos

GONZALEZ, Ariosto y otros (Dirección) (1955): Iconografía de Montevideo. Montevideo. Consejo Departamental de Montevideo. IMM

GONZÁLEZ, Nery ( 2008) Patrimonios Varios. Montevideo. CLAEH

GUITELMAN, Jorge (1997) Los artesanos del trato. Nuevos trabajadores del turismo. La Plata. Provincia de Buenos Aires. Comisión de Investigaciones científicas.

GOLDMAN, G (2003) Candombe. Salve Baltasar. La fiesta de Reyes en el Barrio Sur de Montevideo. Montevideo. Perro Andaluz Ediciones.

KORSTANJE, Maximiliano E. Las formas elementales de la hospitalidad. RBTUR. Revista brasileira de pesquisa em turismo en [www.revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/rbtur/article/347](http://www.revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/rbtur/article/347). Visitado 07.04.14

LEME SOGAYAR, Roberta – REJOWSKI, Miriam ( 2011) Abordaje teórico-conceptual de la hospitalidad y sus contribuciones a la educación superior en turismo Universidad Anhembi Morumbi. São Paulo. Brasil. .en Estudios y perspectivas en turismo. Vol 20.nº 6 Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Versión digital en [www.scielo.org.ar/scielo.php/](http://www.scielo.org.ar/scielo.php/) Visitado 07.04.14

LUCCHINI, Aurelio (1969) Ideas y formas en la Arquitectura Nacional. Montevideo. Ed. Nuestra Tierra.

MORALES MIRANDA, Jorge (2001) Guía práctica para la interpretación del



- Patrimonio. Junta de Andalucía. Tragsa. Sevilla
- NAHUM, Benjamín, Manual de Historia del Uruguay (1995) Tomos I y II  
Montevideo, Banda Oriental.
- PADRÓN FABRE, O (2004): Los charrúas – minuanes en su etapa final.  
Montevideo. Editorial Tierra Adentro
- PELUFFO LINARI, G. (1999) Historia de la pintura uruguaya, 2 tomos  
Montevideo Ed. Banda Oriental
- PENCHASZADEH, Ana Paula .Hospitalidad y soberanía. Reflexiones políticas  
en torno de la filosofía de Jacques Derrida. ISEGORÍA. Revista de Filosofía  
Moral y Política N.º 40, enero-junio, 2009, 177-190 ISSN: 1130-2097. En  
<http://isegoria.revistas.csic.es/index.php/>. Visitado 08.04.14
- PIVEL DEVOTO, E – RANIERI, A (1956) Historia de la República oriental del  
Uruguay. Montevideo. Ed. Medina.
- PIVEL DEVOTO, E (1952) Raíces Coloniales de la Revolución artiguista.  
Montevideo. Ed. Medina.
- PORZECANSKI, Teresa. 1991. Rituales. Ensayos Antropológicos sobre  
Umbanda, Ciencias Sociales y Mitologías. Luis Retta Libros, Montevideo.
- PORZECANSKI, T – SANTOS, B (2006) Historias de Exclusión.  
Afrodescendientes en el Uruguay. Montevideo. Linardi y Risso.
- RAMA, Ángel (Plan y Dirección General) (1968): Historia Ilustrada de la  
Civilización Uruguaya. 6 tomos y 6 tomos de la Biblioteca básica de cultura  
uruguaya. Montevideo. Editores Unidos/Arca. En [www.publicaciones.gub.uy](http://www.publicaciones.gub.uy)
- REAL DE AZÚA, C (1981) El Patriciado uruguayo. Montevideo. Ed. Banda  
Oriental.
- REYES ABADIE, W. y MELOGNO, T. Crónica General del Uruguay.

Montevideo, EBO. 1995

REYES ABADIE, W. – BRUSCHERA, O - MELOGNO, T (1965) La Banda Oriental. Pradera. Frontera Puerto. Montevideo. Ediciones Banda Oriental

REYES ABADIE, W. – BRUSCHERA, O - MELOGNO, T (1968) El Ciclo Artiguista 4 Tomos. Montevideo. UDELAR. Departamento de Publicaciones.

RIBEIRO, Ana (1999) Los tiempos de Artigas. 6 tomos Montevideo. Ed. EL PAIS.

RIVEROS TULA, A (1959) Historia de la Colonia del Sacramento (1680-1830) Montevideo. Revista del Instituto Histórico y Geográfico del Uruguay.

SCARLATO, Guillermo (Coord) (2008) Uruguay. Tierra de encuentros. Montevideo. DINAMA, PNUD. MVOTMA. AECID. Proyecto fortalecimiento Áreas Protegidas.

SALOM, Ana (Coord) (2012) Andares. Territorios. Saberes. Experiencias. Montevideo. CETP- ANII. Proyecto ANII TER 2008/2012 “Guía y técnico en diseño de circuitos turísticos sostenibles”.

SANTIAGO JUÁREZ, Rodrigo Ciudadanía cosmopolita y globalización. Una revisión del pensamiento kantiano, pp. 5-20 en <http://universitas.idhbc.es> . Visitado 06.04.14.

TILDEN, Freeman (2006) La interpretación de nuestro patrimonio. Primera edición en español. Sevilla. Asociación para la Interpretación del Patrimonio. Primera edición en inglés de 1977 Interpreting our Heritage by the University of North Carolina Press

TOMILLO NOGUERO, Felix (2013) Hospitalidad como condición necesaria para el desarrollo local. En Revista Hospitalidade. V.X. Numero 2 de dezembro 2013. ISSN 2179-9164 en [www.spell.org.br/documentos/download/19990](http://www.spell.org.br/documentos/download/19990) Visitado 08.04.14



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

- VALLS, J.F. (2003) Las claves del mercado turístico. Bilbao. Ediciones Deusto
- VALLS.J.F (2004) Gestión de destinos turísticos sostenibles. Barcelona.  
Gestión
- VIDART, Daniel (2006) El mundo de los charrúas. Montevideo. Ediciones de la  
Banda Oriental
- VIDART, Daniel (2000) El Uruguay visto por los viajeros. Tomos I,II,y III.  
Montevideo. Ediciones de la Banda Oriental
- VIDART, Daniel – PI HUGARTE, Renzo (1968) El Legado de los inmigrantes  
Tomos I y II. Montevideo. Ed. Nuestra Tierra.  
Guías – Colecciones
- GALVÁN, Gloria (Coordinación) (1998), Los Departamentos. Ed. Fin de Siglo.  
Montevideo
- CAMPODÓNICO, C – WETTSEIN, G (1970) Los Departamentos. Ed. Nuestra  
Tierra. Montevideo
- EL OBSERVADOR: Guías Visuales El Observador. Montevideo
- MUÑOZ, Andrés (Director de Proyecto) (2008) Guía turística del Uruguay.  
ANCAP. Flor Negra Ediciones. Montevideo.
- EL PAIS/TESTONI ESTUDIOS (2008) “Uruguay. El país y sus 19  
departamentos” Ediciones EL PAIS Montevideo
- PROBIDES (1999), Guía Ecoturística de la Reserva de Biosfera Bañados del  
Este. Montevideo.
- BANCO DE SEGUROS DEL ESTADO: Colección de “Almanaques” anuales  
Montevideo. En: [www.bse.gub.uy](http://www.bse.gub.uy)
- Documentos
- UNESCO - Convención sobre patrimonio cultural y natural. París, 16/11/1972

[www.unesco.org](http://www.unesco.org)

ICOMOS, Carta Internacional sobre la conservación y la restauración de monumentos y de conjuntos histórico – artísticos. Venecia, 1964

[www.icomos.org](http://www.icomos.org)

ICOMOS, Carta Internacional sobre Turismo Cultural, París 1999.

[www.icomos.org](http://www.icomos.org)

UNESCO - Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. París, 17/10/2003. [www.unesco.org](http://www.unesco.org)

Consejo de Europa: Convenio Europeo del Paisaje Cultural. Florencia 20/10/2000. [www.forociudadano.org](http://www.forociudadano.org)

	PROGRAMA		
	Código	Descripción en SIPE	
	en SIPE		
TIPO DE CURSO	050	Técnico Terciario	
PLAN	2013	2013	
SECTOR DE ESTUDIO	713	Turismo	
ORIENTACIÓN	411	Gestión de Empresas Turísticas	
MODALIDAD	---	-----	
AÑO	1º	Primer Año	
TRAYECTO	-----	-----	
SEMESTRE	2º	Segundo Semestre	
MÓDULO	-----	-----	
ÁREA DE ASIGNATURA	583	Prácticas de Circuitos Urbanos	
ASIGNATURA	31182	Patrimonio Turístico y Hospitalidad II	
ESPACIO o COMPONENTE CURRICULAR	-----		
MODALIDAD DE APROBACIÓN	Con derecho a Exoneración.		
DURACIÓN DEL CURSO	Horas totales: 64	Horas semanales: 4	Cantidad de semanas: 16



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

Fecha de Presentación: 02/03/15	de N° Resolución del CETP	Exp. N° 950/15	Res. N° 432/15	Acta N° 220	Fecha 11/03/15
------------------------------------	---------------------------	----------------	----------------	-------------	----------------

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)

La asignatura Patrimonio turístico y hospitalidad I y II aporta a la “Tecnatura en Gestión de empresas turísticas” y al “destino Uruguay” en tanto contribuye al conocimiento de la diversidad del patrimonio cultural como construcción social, como legado y valor simbólico en un determinado contexto geográfico y ambiental.

Ese propósito implica una aproximación a los conceptos de “cultura”, “identidad / alteridad” y “hospitalidad” dado que la actividad turística no existiría si el “otro” u “otros” llamados visitantes y/o turistas dejaran de

presentarse en el espacio de los residentes para efectuar un “encuentro” con éstos, conocer sus modos de vida o sencillamente formalizar una estadía satisfactoria disfrutando del patrimonio del sitio elegido.

Por lo antedicho, la asignatura hace hincapié en los conceptos de patrimonio, cultura, identidad y hospitalidad desde el abordaje de diferentes campos de estudio como la filosofía, la antropología, las ciencias sociales y políticas para, posteriormente aplicarlas al universo particular del Turismo.

En la actualidad donde el binomio global / local se interconecta asiduamente y el Turismo es un agente íntimamente vinculado con el Patrimonio, es necesario recordar las recomendaciones de ICOMOS:

“El concepto de Patrimonio abarca los paisajes, los sitios históricos (...) así como la biodiversidad, los grupos de objetos diversos, las tradiciones pasadas y presentes y los conocimientos y experiencias vitales (...) La memoria colectiva y el peculiar patrimonio de cada comunidad es insustituible y una importante base para el desarrollo no sólo actual sino futuro”.

“En tiempos de creciente globalización, la protección, conservación, interpretación y presentación de la diversidad cultural es un importante desafío para cualquier pueblo en cualquier lugar” (... ) El objetivo fundamental de la gestión del patrimonio consiste en comunicar su significado y en conservarlo tanto para la comunidad anfitriona como para los visitantes.

“El turismo nacional e internacional sigue siendo uno de los medios más importantes para el intercambio cultural ofreciendo una experiencia personal no sólo acerca de lo que pervive del pasado sino de la vida actual y de otras sociedades” (ICOMOS; Carta internacional del Turismo Cultural, Paris 1999).

Estas afirmaciones siguen siendo válidas a quince años de efectuadas, pero no

todos los sitios de patrimonio han sido gestionados correctamente. En el reciente 2ª Seminario sobre la Sostenibilidad del Patrimonio, realizado en Colonia del Sacramento en marzo 2014, el especialista en gestión del patrimonio Arq, Ciro Caraballo Perichi efectuaba las siguientes interrogantes:

“¿A que nos referimos con el término Patrimonio Cultural? El patrimonio cultural es una herencia colectiva, de valores culturales, sociales y económicos....¿y entonces porqué que generalmente termina traducéndose sólo en un espacio de especialistas; en una postal, ó en un espacio de explotación turística?...¿Porqué no hacemos mayor énfasis en la importancia de su valor y función social y no solo en su uso turístico y económico?”

Para luego afirmar que los bienes culturales son ante todo:

- Componentes esenciales de la identidad local, constructores de autoestima, de valores y de pertenencia.
- Instrumento de gobernabilidad, pues convocan a diversos grupos sociales.
- Imágenes y contenidos generadores de nuevas propuestas creativas; lugares de formación de nuevos comportamientos sociales.
- Un valioso capital social, que se traduce en espacios de participación y referencia de redes comunitarias.
- Una herencia colectiva con capacidad de ofrecer oportunidades de empleo, de desarrollo de industrias culturales, y de turismo cultural.

Del texto de ICOMOS y de los interrogantes y afirmaciones del Arq. Caraballo se desprenden aspectos profundamente interconectados y transversales al desarrollo de los dos semestres de la asignatura Patrimonio y Hospitalidad:

1.- El Patrimonio es un bien social, componente de la identidad local, de construcción de autoestima y sentido de pertenencia y por tanto, los actores locales deben participar en su cuidado, comunicación, gestión y beneficios.



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

2.- El Patrimonio es imposible de subdividir en partes, lo inmaterial siempre está vinculado a lo material y éste necesita un relato que lo trascienda, estando ambos enmarcados en un espacio natural que constituye un paisaje cultural.

3.- Es imprescindible abordar el concepto de Cultura ya sea desde la mirada descriptiva y abarcativa de Edward Tylor (Primitive Culture, 1871) como desde la postura de Clifford Geertz (La Interpretación de las Culturas 1987) que la concibe como una ciencia interpretativa en búsqueda de símbolos.<sup>1</sup>

4.- Problematizar si existe una Cultura de los uruguayos. Analizar diversidad/homogeneidad teniendo en cuenta las diferentes momentos históricos y los contextos geográfico – sociales.

5.- Abordar el concepto de Hospitalidad partiendo de su raíz etimológica, considerando su análisis desde otros campos de estudio – filosofía, antropología, ciencias sociales y políticas – que, especialmente desde la Modernidad han centrado su interés en el relacionamiento de los seres humanos entre sí en el marco de los Estados, de la intolerancia y guerra para finalmente, aplicarlo al específico campo del Turismo y de las relaciones residentes – visitantes.

Para que ese encuentro entre residentes y visitantes sea satisfactorio para ambas partes es necesario tener en cuenta dos elementos más en su planificación:

a.- por un lado incorporar la metodología de la disciplina “Interpretación del Patrimonio” que es “la actividad recreativa que pretende revelar significados e interrelaciones mediante el uso de objetos originales, experiencias de primera

<sup>1</sup> “La cultura... es ese todo complejo que incluye conocimientos, creencias, artes, moral, leyes, costumbres, y cualquier otra capacidad o hábito adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad” Edward Tylor (Primitive Culture, 1871). El concepto de cultura “denota un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresados en las formas simbólicas por medio de las cuales los hombres comunican, perpetúan, y desarrollan su conocimiento y de actitudes frente a la vida...”. Clifford GEERTZ, (La interpretación de las Culturas, 1987).

mano y medios ilustrativos en lugar de simplemente transmitir la información de los hechos.” (Tilden;2006:35).

b.- generar una cultura de servicios tanto en las empresas como en el ámbito público donde la calidad planeada por el destino turístico concuerde con la esperada y la percibida por los visitantes de manera de lograr la fidelización del usuario a la localidad, región o país que visita.

Esta compleja ingeniería podrá contribuir a un desarrollo turístico local sostenible y por ende a la participación de los diversos actores de la comunidad en este proceso.

El Programa tiene un hilo conductor marcado por los conceptos anteriormente analizados y sobre la base de una fuerte contextualización espacio temporal, aplicando sus contenidos a las a las características de los paisajes, atractivos e instituciones culturales donde se desarrolle la Tecnicatura Gestión de Empresas Turísticas.



Fuente: Prof<sup>a</sup> Ana Salom – Coordinación de Turismo CETP UTU

## II - COMPETENCIAS GENERALES

El perfil del egresado de la Tecnicatura “Gestión de Empresas Turísticas” tendrá las competencias y capacidades para integrar equipos de trabajo interdisciplinarios que les faculten a intervenir en la estructuración, dirección y demás quehaceres de una empresa turística.

Por tanto, será capaz de investigar y analizar el contexto local, nacional y regional de manera de contribuir a la elaboración y planificación de productos turísticos afines con los atractivos y servicios locales, amigables con el ambiente natural y cultural y motivadores de los visitantes.

La asignatura Patrimonio y Hospitalidad incorpora un conjunto de conocimientos, habilidades y actividades que promueven la construcción de las competencias investigativas, innovadoras y tecnológicas para aplicar en lo académico y en lo productivo. Las mismas se pueden sintetizar en:

- Proceder con rigor científico y autonomía intelectual.
- Analizar críticamente la Información.
- Actuar con responsabilidad social y ética.
- Integrar conocimientos para reestructurarlos en situaciones nuevas.
- Reconocer y minimizar los impactos económicos, sociales, culturales y ambientales del Turismo al planificar y gestionar productos y actividades.
- Comunicar de manera fehaciente y amena el patrimonio, las actividades culturales, su localización, horarios, asesoramiento y recomendaciones a los visitantes en función de sus gustos y necesidades.
- Contribuir a solucionar problemas de los usuarios de los servicios que estén a su cargo.

### III - CONTENIDOS

#### UNIDAD I: APROXIMACIÓN A LA PROBLEMÁTICA DEL NACIMIENTO DEL URUGUAY.

1.1.- Contexto histórico y regional. La invisibilidad de las fronteras.

1.2.- La contraposición entre el país legal y el real.

1.3.- Las rutas de los caudillos. Localización de los sitios históricos que integran el Patrimonio local, departamental y nacional.

1.4.- Montevideo: ciudad nueva y liberal. Nuevos criterios urbanísticos. Los técnicos.

Diseño del espacio público. Principales edificios. Iconografía de Montevideo: la imagen de los viajeros. Las dos capitales.

1.5.- Montevideo: capital del romanticismo en el Río de la Plata.

1.6.- La cultura bárbara: los excesos, lo lúdico, las fiestas, el castigo y la muerte.

Total 16 horas



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

## UNIDAD II: EL PATRIMONIO INDUSTRIAL, ARQUITECTÓNICO Y URBANÍSTICO: HUELLAS DEL URUGUAY DE LA MODERNIZACIÓN

2.1.- Contexto geográfico e histórico. Consolidación del Estado y la propiedad privada.

2.2.- La inmigración. Las colonias agrícolas. Valdenses y Suizos. Localización y valorización de sus aportes al patrimonio nacional.

2.3.- Paisaje rural e inversión extranjera: ferrocarriles, alumbramiento y mestizaje.

2.4.- Sitios de patrimonio industrial: Museo de la Revolución Industrial: Liebig's en Fray Bentos; Cia francesa de Minas de Oro de Uruguay (Minas de Corrales, Rivera); Ch, Walker y Compañía Ltda en Conchillas. Declaración de pueblo Turístico por el MINTUR.

2.5.- Montevideo: la inmigración, la especulación inmobiliaria y la ciudad novísima.

2.5.1.- La empresa privada dinamiza la expansión: transportes, bancos, servicios

2.5.2.- Patrimonio industrial; Barrios Peñarol, Cerro, La Teja.

2.5.3.- Rematadores y la creación de barrios: Francisco Piria y Emilio Reus

2.5.4.- Sector Público: intervención en el ordenamiento de la ciudad: Boulevard de Circunvalación, Reglamento de Conventillos. Contrato de técnicos extranjeros.

2.5.5.- Los arquitectos y estilos arquitectónicos.

2.6.- Diseños urbanísticos en las ciudades del país y en los primeros destinos turísticos: Colonia Suiza y Piriápolis.

2.7- El disciplinamiento: educación, formación en oficios y construcción de ciudadanía. La Reforma Educativa de José Pedro Varela. La creación de la

Escuela de Artes y oficios. Visita a los Museos: Pedagógico y de la Universidad del Trabajo.

Total 16 horas

### UNIDAD III: EL PAISAJE URBANO: LOS ESPACIOS DE LA RECREACIÓN Y LA CULTURA EN LA PRIMERA MITAD DEL SIGLO XX

3.- El 900. Contexto histórico. Macrocefalia de Montevideo. Batllismo: modelo híper integrador. Clima político- espiritual.

3.1- La generación literaria del 900: diversidad de exponentes y tendencias.

Importancia del Modernismo. El dandysmo. Los cenáculos y los cafés.

Las polémicas. El teatro. Panorama general.

3.1.1.-La mujer en la vida social y cultural. Las poetas. Delmira Agustini

3.1.2.- El Bajo. Las academias. La milonga y el tango. La Cumparsita.

3.2.-. -Los espacios de Recreo: Construcción de espacios públicos urbanos.

El patrimonio vegetal y artístico.

3.2.1.- Montevideo: embellecimiento de la capital y el nacimiento de la ciudad – balnearia.

3.3- Patrimonio e identidad en el Centenario.

3.3.1.- Visión optimista del futuro de los uruguayos. Obras monumentales urbanas y arquitectónicas en Montevideo y el país.

3.3.2. Generación literaria del Centenario. Rasgos generales. El interior y el Nativismo.

3.3.3.- El nacionalismo musical. Eduardo Fabini: Museo Casa de la Cultura. Minas - Lavalleja.

3.4. Panorama de pintura uruguaya. Sus principales exponentes; F. Sáez, P. Blanes Viale, P. Viera, J. Cúneo. C. de Arzadum; R. Barradas, J. Torres



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

García y la Escuela Constructivista del Sur. Visita a los Museos de Bellas Artes J.M. Blanes, Museo de Artes Visuales, Museo Arte Contemporáneo. Museo Torres García. Museo Figari, Museo Gurvich.

3.5 La escultura: materiales, escuelas e individualidades. J. Belloni; J. L. Zorrilla de San Martín, J. M. Ferrari, B. Michelena, Díaz Yepes, G. Cabrera  
Total 16 horas

#### UNIDAD IV: EL PATRIMONIO E IDENTIDAD DE LOS URUGUAYOS; CONTINUIDADES Y RUPTURAS

4.- Contexto socio – histórico: del Uruguay próspero y democrático a las rupturas institucionales y la dictadura de 1973 al 85. La recuperación democrática.

4.1.- La expansión de Montevideo. Migraciones campo ciudad: crecimiento de los asentamientos irregulares.

4.1.1.- Patrimonio arquitectónico. Ley de propiedad horizontal. Arquitectura racionalista. Principales obras.

4.1.2. La obra del Ing. Eladio Dieste.

4.1.3.-. Los cambios en los transportes, telecomunicaciones y en los servicios.

4.1.4.- El Turismo: inversión y posicionamiento de Punta del Este como destino turístico internacional.

4.2.- Patrimonio e identidad de los uruguayos.

4.2.1.- La generación literaria del 45: conciencia de la realidad. Novelistas, cuentistas y poetas.

4.2.2.- Los escritores de los años 60: diversa en temas, personalidades y estéticas.

4.2.3.- Creación de editoriales: ALFA, ARCA, BANDA ORIENTAL; facilitadoras de la publicación de los autores nacionales..Semanao Marcha.

4.2.4.- Nacimiento de la canción “ de protesta” de los años 60: Viglietti, Zitarrosa, Los Olimareños, José Carbajal, Héctor Numa Moraes.

4.2.5.- La Cultura Oficial: 1975 Año de la Orientalidad: objetivo de refundar la nación.

4.2.6.- Los escritores del “silencio” o de la “mordaza”.: escritos desde la cárcel o en el exilio. Estrategias para romper la censura: Emergentes formas de comunicación y realización de Encuentros de Música en clubes, centros educativos. Surgimiento de nuevos grupos e intérpretes del canto popular La murga. El Teatro: su sobrevivencia y su expansión en el exilio. Institución El Galpón.

4.2.7- Idealización de las glorias pasadas: ejemplo de Maracaná. Última victoria uruguaya en los campeonatos mundiales de fútbol. Visita Museo del Fútbol.

4.2.8.- El Mate: símbolo de identidad y de hospitalidad de los uruguayos.

4.2.9.- Resurgimiento de la esperanza: recibimiento de los exiliados. Caravanas y Conciertos multitudinarios.

4.3.- Las manifestaciones de la cultura de los uruguayos a través del Cine Nacional y de las instituciones que permiten el acceso a espectáculos a través de Cinemateca Uruguay, Socio Espectacular, Cine Arte del SODRE y de los centros MEC del país. Apertura de nuevos museos vinculados a temas de actualidad: Museo de las Migraciones y Museo de la Memoria. Centros Culturales de acceso gratuito coo Centro Cultural de España.

Total 16 horas

## V - SUGERENCIAS METODOLÓGICAS

Como se expresa anteriormente, se sugieren clases interactivas a partir de la



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

lectura de la bibliografía indicada, trabajo en subgrupos y síntesis finales. Se propone una metodología en la que los alumnos sean más que espectadores o receptores, partícipes activos en la construcción del conocimiento atribuyendo sentido y significado a los contenidos de la asignatura, aplicándolo 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.

La asignatura Patrimonio y Hospitalidad coordina con todas las asignaturas que integran la currícula, especialmente en las instancias presenciales mensuales pautadas por la dirección escolar.

La temática de esta asignatura es relevante en cualquiera de las empresas de la cadena de valor turístico ya que se centra en el patrimonio y la cultura del Uruguay y en la calidad de los servicios prestados a los visitantes que, de ser eficientes y efectivos, generarán la fidelidad de los turistas al país.

## VI - 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.

## VII - BIBLIOGRAFÍA

AAVV. Historia Uruguay. (1989) 8 Tomos. Montevideo. Ediciones de la Banda Oriental.

AAVV : “Aportes para el conocimiento de la prehistoria uruguaya”. Editado M.E.C. 1994: Cabrera, Leonel (pp 9-10 y 118-131); Martínez, Elianne (pp 19 – 33); Curbelo, Carmen (pp57 -82), Sans, Mónica (pp 63-96); Consens, M (pp 133-141), Fusco, N (pp 143-147);Cavellini, S (pp 149–153)

ACOSTA Y LARA, Eduardo. La Guerra de los charrúas. Ediciones Cruz del Sur. Mdeo 2006 (reedición de las primeras ediciones de 1981 y 1969 en Editorial Banda Oriental)

AINSA, Fernando (2008) “Espacios de la Memoria. Lugares y paisajes de la cultura uruguaya”. Montevideo. Ed. Trilce.

ALDEROQUI, Silvia –PEDERSOLI, Constancia ( 2011) La Educación en los Museos. Buenos Aires. Paidós

ALFARO, Milita (1991) El Carnaval Heroico. Montevideo. Ed. Trilce.

ALFARO, Milita (2008) Memorias de la Bacanal. Vida y memorias del Carnaval montevidiano 1850 -1950. Montevideo. Ediciones de la Banda Oriental.

ALFARO, Milita- COZZO, José. (2008) Medio Mundo. Sur, conventillo y después. Montevideo. Ed. Medio y medio.

ALVAREZ LENZI, R – ARANA, M –BOCCHIARDO, L (1986) El Montevideo de la Expansión (1868-1915) Montevideo. Ed. Banda Oriental.

ALTEZOR, C- BARACCHINI, H (1971) Historia urbanística y edilicia de la ciudad de Montevideo. Junta Departamental de Montevideo. Biblioteca “José Artigas”.

AUGÉ, Marc (2007) “Por una antropología de la movilidad “Barcelona. Ed. Gedisa.



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

- BARACCHINI, H, Historia de las Comunicaciones en el Uruguay. Montevideo UDELAR División Publicaciones Instituto Historia de la Arquitectura.
- BARRÁN, J.P. (1992) Historia De la Sensibilidad en el Uruguay Tomos I y II Montevideo. Ediciones. Banda Oriental.
- BARRÁN, J.P. – NAHUM, B. (1972) Bases económicas de la Revolución artiguista. Montevideo. Ediciones de la Banda Oriental.
- BARRETTO, Margarita (1998) El Mate. Su historia y cultura. Buenos Aires. Ediciones del Sol.
- BARRIOS PINTOS, A – REYES ABADIE, W (1990) Los Barrios de Montevideo. 10 tomos. IMM.
- BARRIOS PINTOS, Aníbal (2008) Historia de los Pueblos Orientales. Tomo I, II y III Montevideo. Ediciones Banda Oriental.
- BONILLA, F (Coord.) (1992) Guía arquitectónica y urbanística de Montevideo. Junta de Andalucía. IMM – Agencia española de Cooperación Internacional.
- BONILLA, Francisco (Director) (2013) Patrimonio en debate. Montevideo. Intendencia de Montevideo.
- BOUTON, Roberto (2009) La vida rural en el Uruguay. Montevideo. Ed. Banda Oriental.
- BRACCO, Diego (2004) Charrúas, guenoas y guaraníes: interacción y destrucción. Indígenas en el Río de la Plata Montevideo. Editorial Linardi y Risso.
- BRACCO, Diego – LOPEZ MAZZ, José (2006): Charrúas, pampas, serranos, chanaes y guaraníes: la insurrección del año 1686. Montevideo. Editorial Linardi y Risso.
- BRUXEL, Arnaldo (1996) Los 30 pueblos guaraníes. Montevideo. Editores

Asociados.

CABRERA, Leonel, Los constructores de Cerritos: hacia la reconstrucción de la prehistoria del este del Uruguay. BSE Almanaque, pp 62/67. Mdeo.

CABRERA, Leonel – PADRÓN FABRE, O – PORZECANSKI, T – “Las raíces indígenas: Mito y realidades. Revista La Gaceta. Asociación profesores de Historia del Uruguay. Nº 22, abril 2002.

CALAF MASACHS, R –FONTAL MERILLAS, O : (2004) “Comunicación educativa del patrimonio: referentes, modelos y ejemplos”. Gijón Ed. Trea SL.

CAMPAL, E. F. (1967) Hombres, tierras y ganados. Montevideo. Ed. Arca.

CAPILLAS DE CASTELLANOS, A (1968) Montevideo en el siglo XVIII. Montevideo. Ed. Nuestra Tierra.

CANESSA DE SANGUINETTI, Marta (1976) La Ciudad Vieja de Montevideo. Ediciones AS MONTEVIDEO.

CARABALLO PERICHI, Ciro ( 2014) Informe periódico de los sitios de la lista del patrimonio Mundial. América latina. 2010-2013.Los retos. En 2º Seminario Internacional La Sustentabilidad del Patrimonio Cultural. Colonia del Sacramento. Uruguay 10-14 marzo 2014. En [www.colonia.gub.uy](http://www.colonia.gub.uy)

CASTELLANOS, Alfredo (1971) Historia del desarrollo edilicio y urbanístico de Montevideo (1829 – 1914) Junta Departamental de Montevideo. Biblioteca “José Artigas”.

CASTELLANOS, Alfredo (1977) Nomenclatura de Montevideo. Montevideo IMM Servicio de Publicaciones.

CASTELLANOS, Alfredo (1968) Montevideo en el siglo XIX. Montevideo Ed. Nuestra Tierra.

CONESA, Dolores (2006) La “ética de la acogida” en el pensamiento de Emmanuel Lévinas.Una lectura derridiana. Universidad de Navarra. Thémata,



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

Revista de filosofía. Num 36,2006. En

[www.institucional.us.es/revistas/themata/36/N2.pdf](http://www.institucional.us.es/revistas/themata/36/N2.pdf) Visitado 08.04.14

CONSENS, Mario (2003): El pasado extraviado. Prehistoria y arqueología del Uruguay. Montevideo. Editorial Linardi y Risso.

CONSENS, Mario (2007) Arte prehistórico en Uruguay. Montevideo. Ediciones Torre del Vigía

CONSENS, M – López Mazz, J – Curbelo, M. C. (1995) Arqueología en el Uruguay. VIII Congreso Nacional de Arqueología Uruguay. Montevideo. Editorial Surcos.

DARAGNÈS, E. (Comp) (1980) 1 300 Años de Colonia. Montevideo UDELAR. Publicaciones.

DERRIDA, Jacques. Sobre Hospitalidad. Entrevista en Staccato, programa televisivo de France Culturel producido por Antoine Spire del 19 de diciembre de 1997, traducción de Cristina de Peretti y Francisco Vidarte en DERRIDA, J. ; Palabras! Edición digital de Derrida en castellano. En [www.jacquesderrida.com.ar](http://www.jacquesderrida.com.ar) Visitado 07.04.14

GAETA, J – FOLLE, E (1995) – Guías Elarqa de Arquitectura. Tomos I (Ciudad Vieja); II (Centro-Primera parte) y III (Centro-Segunda Parte. Montevideo. Ed Dos Puntos

GAETA, J – FOLLE, E (1997) – Guías Elarqa de Arquitectura. Colonia Montevideo. Ed Dos Puntos

GONZALEZ, Ariosto y otros (Dirección) (1955): Iconografía de Montevideo. Montevideo. Consejo Departamental de Montevideo. IMM

GONZÁLEZ, Nery ( 2008) Patrimonios Varios. Montevideo. CLAEH

GUITELMAN, Jorge (1997) Los artesanos del trato. Nuevos trabajadores del

turismo. La Plata. Provincia de Buenos Aires. Comisión de Investigaciones científicas.

GOLDMAN, G (2003) Candombe. Salve Baltasar. La fiesta de Reyes en el Barrio Sur de Montevideo. Montevideo. Perro Andaluz Ediciones.

KORSTANJE, Maximiliano E. Las formas elementales de la hospitalidad. RBTUR. Revista brasileira de pesquisa em turismo en [www.revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/rbtur/article/347](http://www.revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/rbtur/article/347). Visitado 07.04.14

LEME SOGAYAR, Roberta – REJOWSKI, Miriam ( 2011) Abordaje teórico-conceptual de la hospitalidad y sus contribuciones a la educación superior en turismo Universidad Anhembi Morumbi. São Paulo. Brasil. .en Estudios y perspectivas en turismo. Vol 20.nº 6 Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Versión digital en [www.scielo.org.ar/scielo.php/](http://www.scielo.org.ar/scielo.php/) Visitado 07.04.14

LUCCHINI, Aurelio (1969) Ideas y formas en la Arquitectura Nacional. Montevideo. Ed. Nuestra Tierra.

MORALES MIRANDA, Jorge (2001) Guía práctica para la interpretación del Patrimonio. Junta de Andalucía. Tragsa. Sevilla

NAHUM, Benjamín, Manual de Historia del Uruguay (1995) Tomos I y II Montevideo, Banda Oriental.

PADRÓN FABRE, O (2004): Los charrúas – minuanes en su etapa final. Montevideo. Editorial Tierra Adentro

PELUFFO LINARI, G. (1999) Historia de la pintura uruguaya, 2 tomos Montevideo Ed. Banda Oriental

PENCHASZADEH, Ana Paula .Hospitalidad y soberanía. Reflexiones políticas en torno de la filosofía de Jacques Derrida. ISEGORÍA. Revista de Filosofía Moral y Política N.º 40, enero-junio, 2009, 177-190 ISSN: 1130-2097. En



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

<http://isegoria.revistas.csic.es/index.php/>. Visitado 08.04.14

PIVEL DEVOTO, E – RANIERI, A (1956) Historia de la República oriental del Uruguay. Montevideo. Ed. Medina.

PIVEL DEVOTO, E (1952) Raíces Coloniales de la Revolución artiguista. Montevideo. Ed. Medina.

PORZECANSKI, Teresa. 1991. Rituales. Ensayos Antropológicos sobre Umbanda, Ciencias Sociales y Mitologías. Luis Retta Libros, Montevideo.

PORZECANSKI, T – SANTOS, B (2006) Historias de Exclusión. Afrodescendientes en el Uruguay. Montevideo. Linardi y Risso.

RAMA, Ángel (Plan y Dirección General) (1968): Historia Ilustrada de la Civilización Uruguaya. 6 tomos y 6 tomos de la Biblioteca básica de cultura uruguaya. Montevideo. Editores Unidos/Arca. En [www.publicaciones.gub.uy](http://www.publicaciones.gub.uy)

REAL DE AZÚA, C (1981) El Patriciado uruguayo. Montevideo. Ed. Banda Oriental.

REYES ABADIE, W. y MELOGNO, T. Crónica General del Uruguay. Montevideo, EBO. 1995

REYES ABADIE, W. – BRUSCHERA, O - MELOGNO, T (1965) La Banda Oriental. Pradera. Frontera Puerto. Montevideo. Ediciones Banda Oriental

REYES ABADIE, W. – BRUSCHERA, O - MELOGNO, T (1968) El Ciclo Artiguista 4 Tomos. Montevideo. UDELAR. Departamento de Publicaciones.

RIBEIRO, Ana (1999) Los tiempos de Artigas. 6 tomos Montevideo. Ed. EL PAIS.

RIVEROS TULA, A (1959) Historia de la Colonia del Sacramento (1680-1830) Montevideo. Revista del Instituto Histórico y Geográfico del Uruguay.

SCARLATO, Guillermo (Coord) ( 2008) Uruguay. Tierra de encuentros.

Montevideo..DINAMA, PNUD. MVOTMA.,AECID. Proyecto fortalecimiento Áreas Protegidas.

SALOM, Ana ( Coord) (2012) Andares. Territorios. Saberes. Experiencias. Montevideo. CETP- ANII. Proyecto ANII TER 2008/2012 “Guía y técnico en diseño de circuitos turísticos sostenibles”.

SANTIAGO JUÁREZ, Rodrigo Ciudadanía cosmopolita y globalización. Una revisión del pensamiento kantiano, pp. 5-20 en <http://universitas.idhbc.es> . Visitado 06.04.14.

TILDEN, Freeman (2006) La interpretación de nuestro patrimonio. Primera edición en español. Sevilla. Asociación para la Interpretación del Patrimonio. Primera edición en inglés de 1977 Interpreting our Heritage by the University of North Carolina Press

TOMILLO NOGUERO, Felix (2013) Hospitalidad como condición necesaria para el desarrollo local. En Revista Hospitalidade. V.X. Numero 2 de dezembro 2013. ISSN 2179-9164 en [www.spell.org.br/documentos/download/19990](http://www.spell.org.br/documentos/download/19990) Visitado 08.04.14

VALLS, J.F.(2003) Las claves del mercado turístico. Bilbao. Ediciones Deusto

VALLS.J.F ( 2004) Gestión de destinos turísticos sostenibles. Barcelona. Gestión

VIDART, Daniel (2006) El mundo de los charrúas. Montevideo. Ediciones de la Banda Oriental

VIDART, Daniel (2000) El Uruguay visto por los viajeros. Tomos I,II,y III. Montevideo. Ediciones de la Banda Oriental

VIDART, Daniel – PI HUGARTE, Renzo (1968) El Legado de los inmigrantes Tomos I y II. Montevideo. Ed. Nuestra Tierra.

Guías – Colecciones



GALVÁN, Gloria (Coordinación) (1998), Los Departamentos. Ed. Fin de Siglo. Montevideo

CAMPODÓNICO, C – WETTSEIN, G (1970) Los Departamentos. Ed. Nuestra Tierra. Montevideo

EL OBSERVADOR: Guías Visuales El Observador. Montevideo

MUÑOZ, Andrés (Director de Proyecto) (2008) Guía turística del Uruguay. ANCAP. Flor Negra Ediciones. Montevideo.

EL PAIS/TESTONI ESTUDIOS (2008) “Uruguay. El país y sus 19 departamentos” Ediciones EL PAIS Montevideo

PROBIDES (1999), Guía Ecoturística de la Reserva de Biosfera Bañados del Este. Montevideo.

BANCO DE SEGUROS DEL ESTADO: Colección de “Almanaques” anuales Montevideo. En: [www.bse.gub.uy](http://www.bse.gub.uy)

Documentos

UNESCO - Convención sobre patrimonio cultural y natural. París, 16/11/1972 [www.unesco.org](http://www.unesco.org)

ICOMOS, Carta Internacional sobre la conservación y la restauración de monumentos y de conjuntos histórico – artísticos. Venecia, 1964 [www.icomos.org](http://www.icomos.org)

ICOMOS, Carta Internacional sobre Turismo Cultural, París 1999. [www.icomos.org](http://www.icomos.org)

UNESCO - Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. París, 17/10/2003. [www.unesco.org](http://www.unesco.org)

Consejo de Europa: Convenio Europeo del Paisaje Cultural. Florencia 20/10/2000. [www.forociudadano.org](http://www.forociudadano.org)

		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		2°	Segundo Año		
TRAYECTO		-----	-----		
SEMESTRE		1°	Primer Semestre		
MÓDULO		-----	-----		
ÁREA DE ASIGNATURA		878	Gestión de Empresas Turísticas		
ASIGNATURA		17951	Gestión Empresarial Turística- Práctica I		
ESPACIO o COMPONENTE CURRICULAR		-----			
MODALIDAD DE APROBACIÓN		Examen obligatorio.			
DURACIÓN DEL CURSO		Horas totales: 64		Horas semanales: 4	Cantidad de semanas: 16
Fecha de Presentación:	N° Resolución del CETP	Exp. N° 950/15	Res. N° 432/15	Acta N° 220	Fecha 11/03/15

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



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

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: 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



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

### 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 (coord) (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.

	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	2º	Segundo Año
TRAYECTO	-----	-----
SEMESTRE	2º	Segundo Semestre
MÓDULO	-----	-----
ÁREA DE ASIGNATURA	878	Gestión de Empresas Turísticas
ASIGNATURA	17952	Gestión Empresarial Turísticas- Práctica II
ESPACIO o COMPONENTE CURRICULAR	-----	
MODALIDAD DE APROBACIÓN		Examen obligatorio.



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

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 950/15	Res. Nº 432/15	Acta Nº 220	Fecha 11/03/15		

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)



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

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.

1.2.2.-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.



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

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 negocio 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 (coord) (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.

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	2°	Segundo Año				
TRAYECTO	-----	-----				
SEMESTRE	1°	Primer Semestre				
MÓDULO	-----	-----				
ÁREA DE ASIGNATURA	857	Planificación de actividades Turísticas				
ASIGNATURA	28781	Metodología y Proyecto I				
ESPACIO COMPONENTE CURRICULAR	o	-----				
MODALIDAD DE APROBACIÓN	DE	Examen Obligatorio.				
DURACIÓN DEL CURSO		Horas totales: 64		Horas semanales: 4		Cantidad de semanas: 16
Fecha de Presentación:	N° Resolución del CETP	Exp. N° 950/15	Res. N° 432/15	Acta N° 220	Fecha 11/03/15	

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

### I - FUNDAMENTACIÓN.

La asignatura Metodología de Proyectos Turísticos 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 las competencias que aportan los alumnos del espacio curricular de los dos primeros semestres. 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, en la instancia de la elaboración de los Proyectos finales con los cuales se egresa, la aplicación a la localidad donde está inserto el presente curso.

Se concuerda con la definición de destino turístico de Valls cuando expresa: “ el destino turístico ( ...) es 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, 2000: 19).

Por tanto, esta asignatura aporta la visión integradora del destino turístico y trabaja coordinadamente con el conjunto de las asignaturas del curso de manera de vincular en forma permanente la teoría con la práctica. Proporciona el marco teórico a la Tecnicatura sobre las bases del desarrollo sostenible y endógeno articulando a todos los actores privados, públicos y la comunidad residente.

Tiene en cuenta no sólo la problemática del turismo desde la mirada de la oferta del destino sino también los cambios en la información que dispone el visitante actual, sus motivaciones, comportamientos y exigencias.

Si como plantea Sergio Molina en “O pos – turismo”, el conocimiento es el activo más importante tanto en las empresas como en las personas de un destino turístico, esta asignatura que incluye investigación para la creación de nuevos proyectos – productos / servicios - debe tener en cuenta la valorización que el visitante realiza sobre una relación amigable con el ambiente y la cultura local.

Sergio Molina agrega: “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 una actitud reflexiva para que la planificación se realice en el marco del desarrollo sostenible, involucrando a los actores locales y dentro del contexto legal, institucional, político y cultural del lugar de inserción.
- 2.- Desarrollar capacidades conceptuales y metodológicas para integrar equipos capaces de actuar en el proceso de mejora, reformulación o creación de un emprendimiento turístico o generar iniciativas individuales para la creación de pequeñas empresas.
- 3.- Promover la investigación y la creatividad en el diseño y/o gestión de productos – servicios de calidad.
- 4.- Fomentar el emprendedurismo y generar planes de negocios en los proyectos técnicos con los que se adquiere la titulación.

## III - CONTENIDOS

UNIDAD I: CADENA DE VALOR EN EL SECTOR TURISMO EN URUGUAY: MARCO DONDE SE INTEGRA EL PROYECTO

## EMPRESARIAL SELECCIONADO POR EL EQUIPO

- 1.1.- Concepto y estructura de la cadena de valor
- 1.2.- Componentes de la cadena de valor. Actores, actividades y productos específicos y no específicos vinculados con el turismo.
- 1.3.- La relación entre actores público – privados en la oferta turística uruguaya.
- 1.4.- Marco institucional: Plan Nacional de Turismo Sostenible 2009-2020.
- 1.5.- Regulaciones del Sector
- 1.6.- El turismo en el contexto del país productivo. Relación con los otros sectores económicos (aportes al PBI y balanza comercial; cuenta satélite)  
Análisis de cifras año 2013.

## UNIDAD II: LOS SERVICIOS Y LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SECTOR TURISMO. APLICAR A LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO.

- 2.1 Aplicar a la especialidad de los proyectos.
- 2.2 Servicio: concepto y características en el Sector Turismo.
- 2.3 El rol del usuario / cliente. Calidad: concepto y tipología. La mejora continua. Integración del ambiente al concepto de calidad. Investigación en gestión de calidad (customer satisfaction) en servicios públicos y privados.

## UNIDAD III: INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA DE PROYECTOS: PROCESO QUE SE SIGUE EN CADA EQUIPO DE ESTUDIANTES SEGÚN TEMA Y TIPOLOGÍA DE EMPRESA.

- 3.1.-Introducción a la investigación: Tipos de investigación exploratoria, descriptiva y explicativa.
- 3.2.-Planteamiento del tema del Proyecto. Problemática y pregunta/s de investigación. Análisis de las fuentes de información primarias y secundarias; Registro de las fuentes y conceptualización de las mismas. Normas para la

inclusión de referencias y citas bibliográficas.

3.3.- Búsqueda y sistematización de antecedentes. Justificación del proyecto

3.4.- Construcción del marco teórico. Concepto. Función. Etapas: revisión de la literatura correspondiente al tema. Reconocer la complejidad del proceso de investigación. Marco teórico: turismo sostenible, desarrollo endógeno, patrimonio tangible e intangible, calidad total – excelencia y calidad ambiental legislación y normas ISO 9004/2 y 14001-.

3.5.- Sistema de hipótesis. Formulación de objetivos. Relación lógica problemática, pregunta de investigación, hipótesis, objetivos y marco teórico.

3.6.- Trabajo de campo: Recolección de datos. Universo y muestra. Variables e Indicadores Metodología y técnicas de recolección de datos. Estrategias Cualitativas: observación; entrevistas, grupos. Estrategias Cuantitativas: encuestas.

3.7.- Recolección de datos. Universo y muestra. Variables e Indicadores Procesamiento de los datos. Cronograma de acción. Recursos materiales y humanos. Análisis y síntesis de los resultados, Beneficiarios.

#### UNIDAD IV: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN EL SECTOR TURISMO: APLICACIÓN AL PROYECTO.

4.1.- Introducción: Objetivos y elementos generales de la planificación.

4.2.- Planificación estratégica. Conceptos generales. Diagnóstico estratégico. Formulación de estrategias. Tipos de estrategias. Proceso de planificación estratégica. Barreras para formalizar la planificación estratégica.

4.3.- La planificación operativa u operacional.. Los planes de un solo uso; los planes permanentes. Etapas de la planificación operativa. Administración por objetivos.

4.4.- Marco conceptual de la competitividad: “Diamante de Porter” y la política de conglomerados.

#### IV - SUGERENCIAS METODOLÓGICAS

Los proyectos empresariales deben desarrollarse en la zona donde esté ubicada la Escuela en que se realiza el curso, de modo que los alumnos realicen un trabajo de campo. Los Proyectos deben ser grupales aunque la defensa de los mismos es individual. Se rigen por el reglamento de Pasaje de Grado Terciario y el Anexo correspondiente.

Se propone una metodología de estudio basada en el análisis de diversas fuentes bibliográficas que estimulen el espíritu crítico y la actitud reflexiva por parte de los alumnos.

Se debe realizar visitas a emprendimientos turísticos coordinadas con Gestión empresarial- Práctica y Marketing turístico. Así como la invitación a actores del sector turístico a dar charlas en el Instituto donde se desarrolle el curso.

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.

#### 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 previos de los alumnos y las estrategias y recursos didácticos a utilizar.

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

Aaker, David y Day, Georges (1990) Investigación de mercados. Colombia. McGraw Hill

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.

Barreto, Margarita (2005) Planejamento responsable do turismo. San Pablo. Papirus Editora

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

Caroli, Matteo, G ( 1999) : “Il Marketing Territoriale”, Editorial Franco Angeli Milano, Cap. 1 y 2, Traducción: Ana Salom

Casanova, F (2004) Desarrollo local, tejidos productivos y formación. Montevideo. Cinterfor

Castells, Manuel (2008). La era de la Información. Economía, sociedad y cultura, Tomo I, Buenos Aires. Siglo XXI Editores

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

Eco, U (1998) *Cómo se hace una tesis.* Ed. Gedisa Barcelona

Freire, Paulo: ( 1986) *Hacia una Pedagogía de la Pregunta. Conversaciones con Antonio Faundez.* Bs. As. Ediciones La Aurora

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.

Hernández Sampieri, R ( 1991) *Metodología de la Investigación.* México Mc Graw Hill.

Kerlinger, Fred (1979) *Investigación del comportamiento.* México. Interamericana

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

Krippendorff, Jost: *Sociología do turismo.* Ed. Aleph . 3º ed. 2003 S. Pablo

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

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

Tribe, J. (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.

Rubio Gil, Ángeles (Coord) (2003) *Sociología del Turismo.* Barcelona. Ariel Turismo.

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

Sabino, C (1902): Cómo se hace una tesis. Ed. Panapos. Caracas.

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

Torrejón, Antonio (1999): Planificación Estratégica y Participativa. Organización Provincial de turismo Chubut. Argentina

Toyos, M – Massafra, M (2009) “Cómo escribir una Tesis en Turismo” Buenos Aires. Ed Turísticas

Trilbe, John (2000) La Economía del Turismo. España. Ed. Crítica

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

Yuni, José, Urbano, Carlos (2006) Técnicas para investigar. Tomos I,II,III. Córdoba. Editorial Brujas.

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	2º	Segundo Año

TRAYECTO	-----	-----
SEMESTRE	2°	Segundo Semestre
MÓDULO	-----	-----
ÁREA DE ASIGNATURA	857	Planificación de actividades Turísticas
ASIGNATURA	28782	Metodología de Proyectos II
ESPACIO COMPONENTE CURRICULAR	o -----	
MODALIDAD DE APROBACIÓN	DE	Examen Obligatorio.
DURACIÓN DEL CURSO	Horas totales: 64	Horas semanales: 4 Cantidad de semanas: 16
Fecha de Presentación: 02/03/15	N° Resolución del CETP	Exp. N° 950/15 Res. N° 432/15 Acta N° 220 Fecha 11/03/15

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

### I-FUNDAMENTACIÓN

La asignatura Metodología de Proyectos Turísticos 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 las competencias que aportan los alumnos del espacio curricular de los dos primeros semestres. 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, en la instancia de la elaboración de los Proyectos finales con los cuales se egresa, la aplicación a la localidad donde está inserto el presente curso.

Se concuerda con la definición de destino turístico de Valls cuando expresa: ” el destino turístico ( ...) es 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



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

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, esta asignatura aporta la visión integradora del destino turístico y trabaja coordinadamente con el conjunto de las asignaturas del curso de manera de vincular en forma permanente la teoría con la práctica. Proporciona el marco teórico a la Tecnicatura sobre las bases del desarrollo sostenible y endógeno articulando a todos los actores privados, públicos y la comunidad residente.

Tiene en cuenta no sólo la problemática del turismo desde la mirada de la oferta del destino sino también los cambios en la información que dispone el visitante actual, sus motivaciones, comportamientos y exigencias.

Si como plantea Sergio Molina en “O pos – turismo”, el conocimiento es el activo más importante tanto en las empresas como en las personas de un destino turístico, esta asignatura que incluye investigación para la creación de nuevos proyectos – productos / servicios - debe tener en cuenta la valorización que el visitante realiza sobre una relación amigable con el ambiente y la cultura local.

Sergio Molina agrega: “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 una actitud reflexiva para que la planificación se realice en el marco del desarrollo sostenible, involucrando a los actores locales y dentro del contexto legal, institucional, político y cultural del lugar de inserción.

2.- Desarrollar capacidades conceptuales y metodológicas para integrar equipos capaces de actuar en el proceso de mejora, reformulación o creación de un emprendimiento turístico o generar iniciativas individuales para la creación de pequeñas empresas.

3.- Promover la investigación y la creatividad en el diseño y / o gestión de productos – servicios de calidad.

4.- Fomentar el emprendedurismo y generar planes de negocios en los proyectos técnicos con los que se adquiere la titulación.

## III - CONTENIDOS.

En la adjudicación de las horas aproximadas para tratar cada unidad se ha tenido en cuenta que las asignaturas Metodología de Proyectos Turísticos I junto a Gestión Empresarial Turística- Práctica 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: CADENA DE VALOR EN EL SECTOR TURISMO EN URUGUAY

1.1.- Concepto y estructura de la cadena de valor. Su transversalidad sostenible.

1.2.- Componentes de la cadena de valor. Actores, actividades y productos específicos y no específicos vinculados con el turismo.

1.3.- La relación entre actores público – privados en la oferta turística uruguaya.

1.4.- Marco institucional: Plan Nacional de Turismo Sostenible 2009-2020.

1.5.- Regulaciones del Sector

1.6.- El turismo en el contexto del país productivo. Relación con los otros sectores económicos (aportes al PBI y balanza comercial; cuenta satélite)  
Análisis de cifras año 2013.

Total 12 horas

## UNIDAD II: LOS SERVICIOS Y LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SECTOR TURISMO. APLICAR A LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO.

2.1 Servicio: concepto y características en el Sector Turismo.

2.2 El rol del usuario / cliente. Calidad: concepto y tipología. La mejora continua. Integración del ambiente al concepto de calidad. Investigación en gestión de calidad (customer satisfaction) en servicios públicos y privados.

Total 12 horas

## UNIDAD III: INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA DE PROYECTOS.

3.1.-Introducción a la investigación: Tipos de investigación exploratoria, descriptiva y explicativa.

3.2.-Planteamiento del tema del Proyecto. Problemática y pregunta/s de

investigación. Análisis de las fuentes de información primarias y secundarias; Registro de las fuentes y conceptualización de las mismas. Normas para la inclusión de referencias y citas bibliográficas.

3.3.- Búsqueda y sistematización de antecedentes. Justificación del proyecto

3.4.- Construcción del marco teórico. Concepto. Función. Etapas: revisión de la literatura correspondiente al tema. Reconocer la complejidad del proceso de investigación. Marco teórico: turismo sostenible, desarrollo endógeno, patrimonio tangible e intangible, calidad total – excelencia y calidad ambiental legislación y normas ISO 9004/2 y 14001-.

3.5.-Sistema de hipótesis. Formulación de objetivos. Relación lógica problemática, pregunta de investigación, hipótesis, objetivos y marco teórico.

3.6.- Trabajo de campo: Recolección de datos. Universo y muestra. Variables e Indicadores Metodología y técnicas de recolección de datos Estrategias Cualitativas: observación; entrevistas, grupos. Estrategias Cuantitativas: encuestas.

3.7.- Recolección de datos. Universo y muestra. Variables e Indicadores Procesamiento de los datos. Cronograma de acción. Recursos materiales y humanos. Análisis y síntesis de los resultados. Beneficiarios.

Total 20 horas

#### UNIDAD IV: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN EL SECTOR TURISMO

4.1.- Introducción: Objetivos y elementos generales de la planificación.

4.2.-Planificación estratégica. Conceptos generales. Diagnóstico estratégico. Formulación de estrategias. Tipos de estrategias. Proceso de planificación estratégica. Barreras para formalizar la planificación estratégica.

4.3.- La planificación operativa u operacional. Los planes de un solo uso; los

planes permanentes. Etapas de la planificación operativa. Administración por objetivos.

4.4.- Marco conceptual de la competitividad: “Diamante de Porter” y la política de conglomerados.

Total 20 horas

#### IV - SUGERENCIAS METODOLÓGICAS

Los proyectos empresariales deben desarrollarse en la zona donde esté ubicada la Escuela en que se realiza el curso, de modo que los alumnos realicen un trabajo de campo. Los Proyectos deben ser grupales aunque la defensa de los mismos es individual. Se rigen por el reglamento de Pasaje de Grado Terciario y el Anexo correspondiente.

Se propone una metodología de estudio basada en el análisis de diversas fuentes bibliográficas que estimulen el espíritu crítico y la actitud reflexiva por parte de los alumnos.

Se debe realizar visitas a emprendimientos turísticos coordinadas con Gestión empresarial- Práctica y Marketing turístico. Así como la invitación a actores del sector turístico a dar charlas en el Instituto donde se desarrolle el curso.

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.

A partir de ese espíritu crítico y reflexivo, enmarcar la tarea de planificación en el desarrollo local, involucrando a sus actores y propiciando su viabilidad en relación al contexto físico, socio – económico, institucional y cultural.

#### 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 previos de los alumnos y las estrategias y recursos didácticos a utilizar.

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

Aaker, David y Day, Georges (1990) Investigación de mercados. Colombia. McGraw Hill

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

Barreto, Margarita (2005) Planejamento responsable do turismo. San Pablo. Papyrus Editora

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

Caroli, Matteo, G (1999) : “Il Marketing Territoriale”, Editorial Franco Angeli Milano, Cap. 1 y 2, Traducción: Ana Salom

- Casanova, F (2004) Desarrollo local, tejidos productivos y formación. Montevideo. Cinterfor
- Castells, Manuel (2008). La era de la Información. Economía, sociedad y cultura, Tomo I, Buenos Aires. Siglo XXI Editores
- Eiglier, Pierre- Langeard, Eric (1989) Servucción. El marketing de servicios.. Madrid Mc-Graw- Hill
- Eco, U (1998) Cómo se hace una tesis. Ed. Gedisa Barcelona
- Freire, Paulo: (1986) Hacia una Pedagogía de la Pregunta. Conversaciones con Antonio Faundez. Bs. As. Ediciones La Aurora
- 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.
- Hernández Sampieri, R ( 1991) Metodología Kerlinger, Fred (1979) Investigación del comportamiento. México. Interamericana
- Kotler, Ph et al (1997): Mercadotecnia para hotelería y turismo. Prentice Hall. México
- Krippendorff, Jost: Sociología do turismo. Ed. Aleph . 3º ed. 2003 S. Pablo
- Martín, I (2005): Dirección y gestión de empresas del sector turístico. 3ª ed. Madrid. Ediciones Pirámide.
- Molina, S (2000) “ O pos – turismo”. San Pablo. Editora Aleph.
- Tribe, J. (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.

Rubio Gil, Ángeles (Coord) (2003) Sociología del Turismo. Barcelona. Ariel  
Turismo

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

Sabino, C (1902): Cómo se hace una tesis. Ed. Panapos. Caracas.

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

Torrejón, Antonio (1999): Planificación Estratégica y Participativa.  
Organización Provincial de turismo Chubut. Argentina

Toyos, M – Massafra, M (2009) “Cómo escribir una Tesis en Turismo” Buenos  
Aires. Ed Turísticas

Trilbe, John (2000) La Economía del Turismo. España. Ed. Crítica

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

Yuni, José, Urbano, Carlos (2006) Técnicas para investigar. Tomos I,II,III.  
Córdoba. Editorial Brujas a de la Investigación. México Mc Graw Hill.

2) Pase al Programa de Planeamiento Educativo y siga al Departamento de  
Comunicaciones para su inclusión en la Página Web y al Departamento de  
Administración Documental para comunicar a los Programas de Educación en  
Administración, Comercialización y Servicios (Coordinación de Turismo), a la  
Mesa Permanente de la Asamblea Técnico Docente y dar cuenta al Consejo



Consejo de Educación  
Técnico-Profesional  
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS  
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES  
BICENTENARIO.UY

Directivo Central. Hecho, archívese.

Ing. Agr. Eduardo DAVYT NEGRÍN

Director General

Prof. Rita FERRARI GONZÁLEZ  
Consejera

Mtro. Téc. César GONZÁLEZ SALDIVIA  
Consejero

Dra. Esc. Andrea FERRARI CAETANO

Pro-Secretaria

NC/lq

