

LINEAMIENTOS PARA LA MEJORA DE LA FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN TURISMO



Portal
Educatur



Ministerio de
Educación
Presidencia de la Nación



Ministerio de
Turismo
Presidencia de la Nación

Lineamientos para la mejora de la formación de recursos humanos en Turismo

AUTORIDADES

PRESIDENTE DE LA NACIÓN
DRA. CRISTINA FERNÁNDEZ DE KIRCHNER

MINISTERIO DE EDUCACIÓN DE LA NACIÓN

MINISTRO DE EDUCACIÓN
ALBERTO SILEONI

SECRETARIO DE EDUCACIÓN
JAIME PERCZYK

SECRETARIO GENERAL DEL CONSEJO FEDERAL DE EDUCACIÓN
DANIEL BELINCHE

SECRETARIO DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS
MARTÍN GILL

SUBSECRETARIA DE GESTIÓN Y COORDINACIÓN DE POLÍTICAS
UNIVERSITARIAS
LAURA ALONSO

DIRECTOR NACIONAL DE PROGRAMACIÓN Y COORDINACIÓN
UNIVERSITARIA
DANIEL LÓPEZ

COORDINADORA DEL PROGRAMA DE CALIDAD UNIVERSITARIA
MARIANA FERNÁNDEZ

MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN

MINISTRO DE TURISMO
CARLOS ENRIQUE MEYER

SECRETARIO DE TURISMO
DANIEL PABLO AGUILERA

SUBSECRETARIO DE CALIDAD TURÍSTICA
GONZALO CASANOVA FERRO

DIRECTORA DE FORMACIÓN EN TURISMO
VERÓNICA LLAMBRICH

Coordinadoras de los Lineamientos para la mejora
de la formación de Recursos Humanos en Turismo:

GRACIELA KRICHESKY
MARTA COMOGLIO
MIREYA TOTINO

COORDINADORES DE LOS NÚCLEOS TEMÁTICOS

ELBIO GUSTAVO VILLAGRA
FERNANDO NAVARRO
MARTA MURO
PABLO MONTERO
INES ANITA MINDER
FERNANDO LONATI

EQUIPO TÉCNICO

MARTÍN ZARATE
CECILIA CAMBA
JUAN MANUEL ARANDA
SILVINA CATALDI

COMITÉ DE TRABAJO

Participantes por Institución

Universidades

SANTIAGO VELASCO LALANNE (Universidad Nacional de San Juan)
GRACIELA BENSENY (Universidad Nacional de Mar del Plata)
CECILIA ALEJANDRA RODRÍGUEZ (Universidad Nacional del Sur)
ALBERTO GUSTAVO NUÑEZ (Universidad Nacional de la Rioja)
CARLOS ALEJANDRO ESPINOSA (Univesidad Nacional del Comahue)
FRANCISCO OMAR HUERTAS (Universidad Nacional de Tierra del Fuego)
PAULA MABEL DIEZ (Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco)
INES ANITA MINDLER (Universidad Nacional de Misiones)
NOEMI WALLINGRE (Universidad Nacional de Quilmes)
LUCIA MIRANDA (Universidad Nacional de San Luis)
FERNANDO NAVARRO, DANIELA THIEL ELLUL (Universidad Nacional de San Martín)
MARÍA ESTELA LAVIRGEN ENRIQUEZ (Universidad Nacional de la Patagonia Austral)
PABLO MONTERO (Universidad Nacional de La Plata)

ROSANNA BINO (Universidad Nacional de Villa María)
ROBERTO FRANCESE (Universidad del Aconcagua)
CARMEN ROSA RODRÍGUEZ (Universidad de la Marina Mercante)
HUGO RAMOS (Universidad Blas Pascal)
ELISA BELTRITTI (Universidad Abierta Interamericana)
PABLO REALES (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales)
MARTA MURO (Universidad Atlántida Argentina)
ALCIRA BUCETA (Universidad de Belgrano)
SANDRA FURELOS (Universidad Maimonides)
MARÍA INÉS LUCCA (Universidad Provincial de Ezeiza)

Institutos

ANA ROSA PIACENTINO (CESyT Centro de Estudios Sociales y Tecnológicos, San Isidro, Buenos Aires)
FERNANDO MARTIN LONATI (CES Padre Alberto de Agostini, El Calafate, Santa Cruz)
MATÍAS ADOLFO GALLARDO (C.E.A.E.R Centro de Especialización en Asuntos Económicos Regionales, Choele Choel, Río Negro)
MARYEL NOEMÍ SELIM (ISPI 4035 Instituto Superior Particular Incorporado N° 4035 “Brigadier Estanislao López, Santa Fe)
GERARDO ARIEL VILLAN (ISPM Instituto Superior Mariano Moreno, CABA)
NOELIA NOEMÍ BAZILA (IPESMI Instituto Privado de Estudios Superiores de Misiones, Posadas, Misiones)
ELISA JESÚS MENICHELLI (ISFT N° 178 Instituto Superior de Formación Técnica N° 178, San Nicolás de los Arroyos, Buenos Aires)
GASTÓN LOMBARD TOMIO (I.S.E.S. N° 9 - 011 del “Atuel”, San Rafael, Mendoza)
ELBIO GUSTAVO VILLAGRA (IESSMA Instituto de Educación Superior Santa María, Santa María, Catamarca)
JOSÉ MIGUEL ÁVILA (Escuela Superior de Turismo y Hotelería Marcelo Montes Pacheco, Córdoba, Córdoba)
ESTEBAN ALBERTO PANE (ISFT N° 173 Instituto de Formación Técnica N° 173, Lomas de Zamora, Buenos Aires)

MARY A. CARI (IES N° 2. Instituto de Educación Superior N° 2,
Humahuaca, Jujuy)

MARCELO MANCINI (CONDET Consejo de Decanos y Directores de
Unidades Académicas relacionadas con la Enseñanza del Turismo)

MARÍA SILVIA BOUTEILLER (CONDET Consejo de Decanos y Directores
de Unidades Académicas relacionadas con la Enseñanza del Turismo)

Referentes Regionales

MERCEDES ALEGRE, Región Litoral

LEANDRO LAFFAN, Región Buenos Aires Centro

LAURA VAZ, Región Patagonia

JUAN JOSÉ MARTEARENA, Región Noroeste

MARÍA CECILIA GONZÁLEZ, Región Cuyo

EDICIÓN

N ° de edición: 1

Fecha: noviembre de 2013

PALABRAS DEL MINISTRO DE EDUCACIÓN

Como Ministro de Educación de la Nación, estar presentando hoy estos “Lineamientos para la mejora de la formación de recursos humanos en Turismo” es motivo de satisfacción. Esta producción pone de relieve un aspecto central en el diseño de las políticas públicas del Gobierno Nacional, el que nos señala permanentemente nuestra presidenta Cristina Fernández de Kirchner, al convocarnos a un sostenido trabajo interministerial para la resolución de muchos temas que no reconocen, en el plano de su desarrollo cotidiano, las divisiones tradicionales de la administración pública del Estado, y el Turismo, sin duda, es uno de ellos.

6

El antecedente inmediato de esta publicación se encuentra en la firma del Convenio marco de colaboración firmado a fines de 2011 entre ambos Ministerios, con el objeto de impulsar acciones de cooperación conjuntas para promover mejoras en la formación turística, en los distintos niveles del sistema educativo nacional.

Por ello, el trabajo aquí encarado es mucho más que una acción puntual; se trata del desarrollo de una política de Estado que, al vincular educación, trabajo, industria, aspira a proyectarse sobre las futuras generaciones de estudiantes y profesionales del Turismo.

Este documento que se presenta es resultado del trabajo articulado entre el Ministerio de Turismo y el Programa de Calidad de la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación, y su propósito más general es aportar al debate y contribuir a la actualización y creación de nuevos diseños curriculares, en relación a las propuestas formativas para los Licenciados y Técnicos en la especialidad.

Su proceso de gestación ha sido reflexivo y plural, una construcción colectiva y participativa de más de un año de maduración, lo que ha permitido un material a la vez flexible y orientador de la actividad. También debemos destacar, entre las acciones conjuntas que anteceden a este documento el “Encuentro de Calidad Educativa: Formación de recursos humanos en Turismo”, realizado en abril de 2012, donde fueron puestos a debate temas como la formación de profesionales de turismo en el nivel superior de educación, el perfil esperado de los mismos, la curricula, los títulos y las competencias requeridas para la empleabilidad. En cada uno de estos puntos se nos presentan actualmente, y hacia el futuro inmediato, nuestros principales desafíos en la materia.

Un dato inicial de gran importancia ha sido el reconocimiento del importante número de instituciones que hoy imparten carreras de grado y pregrado en Turismo: es así que 27 universidades de gestión pública y otras 27 de gestión privada cuentan con carreras en Turismo con validez nacional en grado y pregrado y, a la vez, una importante cantidad de Instituciones Superiores no universitarias de todas las jurisdicciones del país imparten carreras de Técnico Superior con diversas denominaciones en los títulos y en las especializaciones.

Sobre la base de este amplio mapa de la enseñanza de la carrera de Turismo en el país, se coordinó, entre ambos Ministerios un trabajo colaborativo junto con los principales actores del sector educativo del Turismo en Argentina, trabajo que dio como resultado, en mayo de 2012 una convocatoria de alcance federal que involucró a referentes de Universidades públicas y privadas en las que se dictan carreras de Turismo, como a Institutos de Formación Superior no Universitario.

Oportunamente se conformó un Comité de Trabajo integrado por 44 representantes de 22 universidades, - que representan el 40% de la oferta educativa del país- 13 Institutos Superiores, 2 representantes del organismo de alcance nacional que agrupa a decanos y directores de Carreras de Turismo y 5 referentes de organismos de Turismo de las regiones Metropolitana, Centro, Patagonia, Noroeste y Cuyo.

A partir de allí, entre julio de 2012 y agosto de 2013 se organizaron 4 encuentros, en la Ciudad de Buenos Aires, en San Rafael (Mendoza), y en San Fernando (Buenos Aires) y se mantuvieron intercambios virtuales a través del Campus Virtual MINTUR.

Fruto de este trabajo se alcanzaron una serie de acuerdos en tres lineamientos básicos: los que corresponden a las distintas formas de titulación, aquellos que trazan los perfiles de los técnicos y licenciados en Turismo y por último una definición de los núcleos disciplinares que estos estudios requieren, recomendando para cada uno de ellos metas y experiencias de aprendizaje.

Por todo lo expuesto, recomendamos la lectura de las páginas que siguen y volvemos a destacar el carácter colaborativo de este material, por la alta participación que en su elaboración tuvieron los distintos decisores políticos y académicos en la materia, en su mayoría graduados de carreras de grado o pregrado en turismo de distintas regiones del país, quienes aportaron una herramienta orientadora para este tan importante sector educativo. La formación superior de recursos humanos de calidad para el sector turístico es considerada de alta prioridad por este Ministerio de Educación, ya que aporta a una actividad destacada entre las más pujantes y mejor orientadas de nuestras políticas de Estado, dentro del contexto de más de una década decididamente ganada para el bienestar y la justicia de todos los argentinos.

Prof. Alberto Estanislao Sileoni
MINISTRO DE EDUCACIÓN

PALABRAS DEL MINISTRO DE TURISMO

Desde el Ministerio de Turismo vemos con gran satisfacción el trabajo mancomunado que iniciamos junto al Ministerio de Educación que implicó, entre otras acciones, la elaboración de los lineamientos para la mejora de la formación de los recursos humanos en turismo.

El 27 de diciembre de 2011, cuando firmamos el Convenio Marco de Cooperación entre ambos Ministerios iniciamos un camino que nos planteó grandes desafíos como es la calidad educativa en el nivel superior universitario y no universitario turístico del sector público y privado. Interés que surgió especialmente a partir de la comunidad multisectorial que integra la Red Nacional de Educación Mintur.

8

Esta Red constituye un canal sumamente relevante para favorecer el dialogo, intercambio en torno a necesidades del sector identificadas. El trabajo en Red permite acercar a los diversos actores del sector turístico público, privado y académico con el Estado y trabajar en la coproducción de bienes y servicios. De manera de satisfacer las demandas del sector.

Formar parte de la Red conlleva un compromiso social, antes que individual. Y requiere de la colaboración y participación activa a fin de favorecer el fortalecimiento de lazos entre los actores, el intercambio de información, la construcción colectiva de conocimiento, entre otros.

Día a día dedicamos nuestros esfuerzos para desarrollar un turismo inclusivo, sustentable y de calidad. Bregando por el cuidado del medio ambiente, los recursos, el patrimonio, el desarrollo local, la conectividad, la accesibilidad, la calidad en los servicios y productos turísticos, la competitividad y el posicionamiento de Argentina en la región y en el mundo.

Toda esta labor se complementa con el estudio, la investigación y la formación permanente de la comunidad académica. Por ello es fundamental articular el conocimiento y la innovación con la gestión, la inversión y la rentabilidad.

Es por ello que la Calidad con la Educación Universitaria nos convoca a lo largo y ancho del país para continuar profundizando esta meta que nos hemos propuesto alcanzar.

Con la firme convicción de que a partir del dialogo, la participación y la búsqueda incesante de consensos seguiremos mejorando la educación y la actividad turística en su conjunto, los invito a compartir la lectura del presente documento, resultado del esfuerzo de todos.

Carlos Enrique Meyer
MINISTRO DE TURISMO

ÍNDICE

- 11 | **TURISMO**
- 16 | **LOS TÍTULOS EN TURISMO EN EL SISTEMA UNIVERSITARIO ARGENTINO**
- 21 | **PERFILES DEL LICENCIADO Y DEL TÉCNICO EN TURISMO**
- 23 | **PRESENTACIÓN DE LOS NÚCLEOS DISCIPLINARES PARA LA FORMACIÓN EN TURISMO**
- 24 | **NÚCLEO: TURISMO Y SOCIEDAD**
- 36 | **NÚCLEO: TURISMO, ESTADO, POLITICAS Y DESARROLLO**
- 52 | **NÚCLEO: TURISMO, ORGANIZACIONES Y SERVICIOS**
- 65 | **NÚCLEO: TERRITORIO Y RECURSOS TURÍSTICOS**
- 75 | **NÚCLEO: TURISMO Y CONOCIMIENTO CIENTÍFICO**
- 79 | **NÚCLEO: ÉTICA EN EL EJERCICIO PROFESIONAL**
- 84 | **NÚCLEO: COMUNICACIÓN APLICADA AL TURISMO**

LOS COMPONENTES DE LOS LINEAMIENTOS PARA LA MEJORA DE LA FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN TURISMO

TURISMO

Introducción

El documento que aquí presentamos es el producto de un trabajo articulado entre el Ministerio de Turismo y la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) del Ministerio de Educación, y tiene como propósito aportar a los debates y las decisiones en relación a las propuestas formativas para los Licenciados y Técnicos en Turismo.

Propone, como fruto de un consenso construido entre los principales actores del sector educativo del Turismo en la Argentina, los perfiles de los licenciados y técnicos en Turismo, junto a los saberes “imprescindibles” que las instituciones formadoras deberían comprometerse a garantizar en sus diseños curriculares y sus planes de formación, identificando las comprensiones necesarias y el tipo de experiencias pedagógicas por las que los futuros profesionales deberán transitar durante su trayectoria formativa. Asimismo, fija la posición de este colectivo de actores e instituciones acerca de las titulaciones en Turismo.

En esta introducción se presentan, en primer lugar, los antecedentes que han permitido este trabajo conjunto entre el Ministerio de Turismo y la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) del Ministerio de Educación, y que ha dado como resultado, el documento técnico que se acompaña, es el primero en la historia de la enseñanza del Turismo en la Argentina.

En segundo término, compartimos las características del proceso de trabajo colaborativo que ha llevado a cabo un conjunto de expertos en Turismo (representantes de universidades e instituciones de formación superior con carreras de Turismo de todo el país) que, coordinado desde la Dirección de Formación en Turismo¹ y el Programa de Calidad Universitaria², ha finalizado con la elaboración de los “Lineamientos para la mejora para la formación de recursos humanos en Turismo”.

A continuación, se presentan los componentes de los Lineamientos acordados, que se desarrollan en los siguientes apartados del documento y comprenden: Titulaciones en Turismo, Perfiles y Competencias de los Licenciados y Técnicos en Turismo y Núcleos Disciplinarios, que resulta esperable que sean abordados en los Planes de Estudio de estas carreras.

Se trata de un instrumento que intenta contribuir al diseño de futuros planes de estudios de las carreras de Licenciado y Técnico en Turismo, así como también a los procesos de actualización de los que a la fecha se encuentran vigentes.

1 Argentina. Ministerio de Turismo. Dirección Nacional de Calidad y Formación para el Turismo.

2 Argentina. Ministerio de Educación. Secretaría de Políticas Universitarias. Programa de Calidad Universitaria.

Creemos que la fortaleza del documento radica en que en la base de su gestación hallamos un proceso reflexivo y plural, una construcción colectiva y participativa de más de un año maduración y su carácter flexible y orientador.

La Red Nacional de Educación Mintur

A partir de la creación de la Red Nacional de Educación MINTUR en el año 2011, la cual se integra al Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020 y posteriormente aprobada por resolución 108/2012 MT, surge un espacio en el cual convergen sectores público, privado y académico, para debatir, intercambiar y reflexionar en torno a la formación en Turismo.

Este espacio de concertación nacional, que se articula desde la Subsecretaría de Calidad Turística, cuenta con la adhesión de 391 miembros entre los cuales se destacan instituciones educativas terciarias y universitarias públicas - privadas de Turismo, organismos provinciales de Turismo y la Cámara Argentina de Turismo (CAT)³.

Cabe destacar la importancia de esta Red, dado que su labor se encuentra orientada al análisis de las principales problemáticas del sector académico: tales como: pasantías, investigación, brecha entre el perfil del graduado y los requerimientos del mercado laboral; entre otras cuyo tratamiento derivó en una serie de mesas de trabajo y en la conformación de la agenda conjunta definida para los próximos años.

El Programa de Calidad Universitaria

La Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación implementa su política de mejoramiento de la calidad a través del Programa de Calidad Universitaria, que se refiere fundamentalmente a la calidad como búsqueda de la excelencia en tres dimensiones: a) procesos de formación profesionales, académicos y científicos; b) las condiciones institucionales que sostienen a la universidad pública en el marco de su autonomía, responsabilidad social, pluralismo ideológico y respeto por los valores democráticos y c) las dinámicas de integración y articulación del sistema educativo entre niveles e instituciones.

En este sentido el Programa de Calidad Universitaria busca promover y mejorar la calidad de los procesos de enseñanza/aprendizaje y sus resultados, la formación de recursos humanos en el ámbito tanto profesional como científico, los procesos de producción y transferencia de conocimientos, contribuyendo a la consolidación de un sistema nacional de innovación. Asimismo intenta promover y mejorar la calidad del sistema en su articulación e integración con relación a las demandas y necesidades de la sociedad, y en función de la pertinencia y equidad que debe asumir la universidad en razón de su función social y calidad institucional, fortaleciendo las capacidades y mecanismos de gestión de las universidades sobre sus distintos procesos.

El surgimiento de la agenda conjunta entre los Ministerios de Turismo y de Educación a partir del año 2012

A fines del 2011 entre los Ministros de Educación y de Turismo, Prof. Alberto Sileoni, y Dn. Carlos Enrique Meyer respectivamente, se firmó un Convenio Marco de Colaboración, con el objeto de impulsar acciones de cooperación conjuntas para promover la mejora de la formación turística en los distintos niveles del sistema educativo nacional.

La primera actividad resultante de este trascendente acuerdo fue el encuentro “Calidad Educativa: Formación de Recursos Humanos en Turismo”⁴ que contó con la presencia de ambos ministros, el presidente de la CAT, expertos en Turismo y educación, y más de 110 asistentes universidades e instituciones de educación superior de todo el país.

En el encuentro se presentaron diversas experiencias, en particular sobre conformación de Consejos de Decanos tales como: Asociación Nacional de Facultades de Humanidades y Educación, Consejo Federal de Decanos de Ingeniería, Asociación de Facultades de Medicina de la República Argentina y Consejo Universitario de Ciencias Exactas y Naturales, entre otros. En todos los casos los expositores destacaron la importancia de la conformación de estructuras que agrupen instituciones de gestión pública y privada, y presentaron los logros resultantes del accionar conjunto.

Durante dicha jornada, se organizaron grupos de trabajo que debatieron en torno a los siguientes temas: la formación de profesionales de Turismo en el nivel superior de educación, perfil, currículum y títulos, competencias para la empleabilidad y principales desafíos.

En líneas generales los grupos coincidieron en la necesidad de repensar el perfil del graduado en Turismo por competencias, y analizar la viabilidad de integrar en un mismo espacio a las universidades públicas y privadas en pos de alcanzar niveles de calidad para la formación de los recursos humanos en Turismo.

Como cierre del evento se planteó la necesidad de continuar con la profesionalización de los que se encuentran trabajando en la actividad, profundizar el trabajo articulado interministerial y el fortalecimiento de

⁴ La Rural. Predio Ferial Buenos Aires. 11 y 12 de abril de 2012. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

la Red Nacional de Educación Mintur a fin de alcanzar consensos sobre el perfil y formación de los futuros profesionales en Turismo, favorecer la articulación interuniversitaria y la de instituciones de formación superior con el sector productivo para alcanzar mejores niveles de formación y de empleabilidad para licenciados, técnicos y guías de Turismo de todo el país.

Las acciones mencionadas dieron origen al proyecto “Lineamientos para la Formación de los Recursos Humanos en Turismo” (LMTF), cuyo producto final presentamos en estas páginas.

Lineamientos para la mejora de la formación de Recursos Humanos en Turismo

En el transcurso del primer semestre de 2012, se lanzó una convocatoria para integrar una mesa de trabajo federal a representantes de instituciones universitarias-de gestión pública y privada- y superiores no universitarias, para debatir y consensuar un documento que recogiera las perspectivas actuales sobre la formación de profesionales técnicos y licenciados en Turismo.

Una comisión, integrada por miembros de los equipos técnicos de ambos ministerios, procedió a seleccionar a los integrantes del Comité de Trabajo sobre la base de los requisitos fijados tales como: título, experiencia docente, en entornos virtuales. Garantizando la representación federal y equilibrio entre las instituciones participantes. Este Comité quedó conformado por 44 profesionales, representantes del sistema de educación superior universitario y no universitario, referentes provinciales de Turismo según región; y por las autoridades del Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas relacionadas con la Enseñanza del Turismo (CONDET).

Entre los años 2012 y 2013, el Comité de Trabajo, mantuvo cuatro encuentros

presenciales y una intensa actividad de intercambio colaborativo en el espacio virtual Campus Mintur⁵ a fin de contribuir en el debate y producción del documento.

A continuación se presentan los encuentros plenarios y en forma sintética los temas abordados en cada uno de ellos.

- **Primer Encuentro:** Se presentó la propuesta metodológica y se abordó la cuestión de los títulos y competencias del licenciado y técnico en Turismo. En esta oportunidad, al igual que en el encuentro del mes de abril, se contó con la presencia de varios expertos en Turismo y educación, quienes acercaron sus perspectivas respecto a la situación de la educación del Turismo en la Argentina, Latinoamérica y la Comunidad Europea. Por su parte, el mismo Comité de Trabajo, estableció la metodología de trabajo, retomó las conclusiones a las que se había arribado en las jornadas del mes de abril y se incorporó al debate los aportes de los expositores (31 de julio y 01 de agosto de 2012, Ciudad Autónoma de Buenos Aires).
- **Segundo Encuentro:** Los temas abordados en ese encuentro fueron: perfiles y competencias para cada titulación y se definieron los núcleos disciplinares y se conformaron los grupos de trabajo. En esta instancia cada miembro del Comité de Trabajo, se integró a los equipos por afinidad temática con el ámbito de su especialidad (28 al 31 de octubre de 2012, San Rafael, Mendoza).
- **Tercer Encuentro:** Durante el encuentro se trabajaron grupalmente los contenidos de los núcleos disciplinares definidos y sus ejes. También se abordó la elaboración de “Metas de comprensión” para cada uno

de los núcleos definidos, “Experiencias de aprendizaje” necesarias para el logro de desempeños de comprensión y de sus respectivos “Descriptor de desempeño” para cada eje (10 y 11 de abril de 2013, Ciudad Autónoma de Buenos Aires).

- **Cuarto Encuentro:** El cuarto y último encuentro tuvo como objetivo central la puesta a punto del documento a través de una revisión colectiva de los componentes del documento final. Por tal motivo cada uno de los grupos expuso sus avances y recibió sugerencias fundamentadas del resto de los grupos (12 y 13 de junio de 2013, San Fernando, Buenos Aires).

Como se señaló, la actividad de intercambio en los foros del Campus MINTUR fue intensa, tanto por el volumen de la tarea desarrollada como por la distancia geográfica que separaban a los integrantes de los distintos equipos de trabajo. Sin embargo se planteó la necesidad de programar un encuentro adicional de naturaleza presencial con la finalidad de arribar a un consenso previo al encuentro final.⁶ Es así como se llevó a cabo una reunión presencial a la que asistieron exclusivamente los coordinadores en representación de cada grupo a fin de revisar los avances realizados en el aula virtual sobre los núcleos, sus ejes, fundamentación, metas de comprensión, experiencias de aprendizaje y matriz de descriptores.

Una vez finalizada la redacción colectiva del documento, y la corrección y edición realizada por los coordinadores, el mismo se compartió con reconocidos expertos en Turismo con el objetivo de que realizaran una validación externa. Los resultados del proceso de validación fueron incorporados a la versión final que se presenta.

5 Campus Virtual del Ministerio de Turismo alojado en: <http://campus.Turismo.gov.ar>

6 El día 29 de mayo de 2012 tuvo lugar una jornada de trabajo, en la Ciudad Autónoma de la Buenos Aires, a la que asistieron los coordinadores de grupo y equipo técnico de ambos ministerios.

Los componentes de los “Lineamientos para la mejora de la formación en Turismo”

Los **componentes** que se presentan en el documento son: Titulaciones en Turismo, Perfil del Licenciado y Técnico en Turismo, Competencias, y Núcleos Disciplinarios.

Respecto al componente **Titulaciones en Turismo**, se trabajó sobre la diversidad de titulaciones existentes en la educación superior en Turismo, aspecto que dificulta principalmente la movilidad estudiantil, articulación entre instituciones e integración del sistema. En la primera parte del documento, se dedica un capítulo a esta cuestión, y se presenta una propuesta acordada por el colectivo de actores que participaron en la elaboración de este documento.

Respecto al **perfil del licenciado y del técnico en Turismo**, se analizaron los perfiles profesionales en vinculación con las competencias, construyéndose posteriormente descriptores para cada titulación. El segundo apartado del documento se detiene en el perfil profesional del técnico y del licenciado en Turismo.

Finalmente, la **definición y desarrollo de los núcleos disciplinares** de la formación en Turismo ocupó buena parte del tiempo de trabajo del equipo.

Para poder definir los núcleos disciplinares de la formación en Turismo, los equipos comenzaron a trabajar a partir de tres preguntas disparadoras:

- ¿Qué es lo que realmente importa que los futuros licenciados y técnicos en Turismo comprendan del campo disciplinar?
- ¿Qué tipo de experiencias debería transitar un futuro licenciado y un técnico en Turismo durante su formación para que alcance la

comprensión deseada?

- ¿Cómo sabemos, tanto los formadores de profesionales en Turismo como los estudiantes, que están construyendo comprensión?

Como resultado de estas preguntas, el trabajo comenzó con la construcción de un conjunto de núcleos que vertebran la comprensión del campo del Turismo, para Licenciados y para Técnicos.

Para cada núcleo se explicitaron:

- El enunciado de metas de aprendizaje que establecen el alcance y profundidad de la comprensión esperada.
- Una propuesta de experiencias de aprendizaje que sería recomendable se proponga a los estudiantes de Turismo para el logro de tales objetivos. Esta propuesta se establece con la intención de mostrar algunos tipos de tareas, sin pretensión de exhaustividad.
- Matrices que explicitan criterios de evaluación y sus descriptores, que permiten identificar mapas de progreso del aprendizaje de los estudiantes.

Los núcleos definidos, y que se desarrollan en el capítulo II son:

- 1) Turismo y Sociedad;
- 2) Turismo, Estado, Políticas y Desarrollo;
- 3) Turismo, Organizaciones y Servicios;
- 4) Territorio y Recursos Turísticos;
- 5) Turismo y Conocimiento Científico,
- 6) Ética en el ejercicio profesional;
- 7) Comunicación aplicada al Turismo.

En síntesis, a la hora de pensar en la formación en Turismo, el documento señala acuerdos y propuestas para los Institutos Superiores y para las

Facultades, Carreras y/o Departamentos que formen a profesionales en Turismo en el nivel superior universitario y no universitario de nuestro país.

Quienes han participado en su elaboración, en su calidad de decisores políticos, coordinadores, técnicos e integrantes expertos de los grupos

de trabajo aportan una valiosa herramienta para orientar las decisiones vinculadas a la formación superior de recursos humanos de excelencia para el sector turístico, que hoy se pone a consideración de toda la comunidad educativa superior de la Argentina.

LOS TÍTULOS EN TURISMO EN EL SISTEMA UNIVERSITARIO ARGENTINO

Un pormenorizado análisis de las titulaciones en Turismo en el Sistema Universitario Argentino, da cuenta de la multiplicidad de denominaciones tanto para el grado como el pregrado. A continuación se presenta la nómina⁷ de títulos con validez nacional:

16

Pregrado: 19 títulos con denominaciones diferentes

- Guía universitario de Turismo
- Guía superior de Turismo
- Guía de Turismo
- Guía de Turismo con orientación en Montaña
- Guía de Turismo con orientación en Turismo Activo
- Guía de Turismo y Coordinador de Viajes
- Técnico universitario de Turismo
- Técnico en Turismo
- Técnico en Turismo Rural
- Técnico operador en Turismo Aventura
- Técnico operador en Turismo Cultural

- Técnico universitario en Turismo y Hotelería
- Técnico en Hotelería y Turismo
- Técnico en Comunicación y Turismo
- Técnico universitario en Administración de Empresas de Turismo
- Experto en Turismo
- Experto en Turismo y Deportes Regionales
- Agente de Viajes y Turismo
- Perito universitario en Turismo

Grado: 15 títulos con denominaciones diferentes

- Licenciado en Turismo
- Licenciado en Turismo ciclo de complementación
- Licenciado en Demografía y Turismo
- Licenciado en Desarrollo Local y Turismo
- Licenciado en Turismo y Hotelería
- Licenciado en Turismo Cultural
- Licenciado en Turismo Sustentable
- Licenciado en Gestión Turística
- Licenciado en Tiempo Libre para el Deporte y el Turismo
- Licenciado en Turismo con orientación en conservación del patrimonio cultural

⁷ Títulos con validez nacional. Fuente DNGU Ministerio de Educación. Abril 2012. Para obtener información actualizada consultar al siguiente link: <http://titulosoficiales.siu.edu.ar/>

- Licenciado en Turismo con orientación en recursos naturales
- Licenciado en Turismo con orientación en conservación del patrimonio cultural
- Licenciado en Turismo Ecológico con orientación en conservación del patrimonio cultural
- Licenciado en Turismo con orientación en adm. de empresas
- Profesor en Turismo

Por otro lado, las ofertas de posgrado resultan significativamente escasas en relación con la de grado:

Posgrado: 6 títulos con denominaciones diferentes

- Magíster en Gestión de Turismo
- Magíster en Gestión de Turismo con orientación en Gestión Hotelera
- Magíster en Gestión de Turismo con orientación en Planificación Turística
- Magíster en Turismo Accesible
- Magíster en Gestión del Desarrollo del Turismo
- Especialista en Turismo Alternativo

Esta información, que fue expuesta en la conferencia que dictó Jorge Steinman, Director Nacional de Gestión Universitaria del Ministerio de Educación en el primer encuentro de trabajo para la elaboración de los LMFT, constituyó un insumo esencial en el momento de objetivar el debate que se dio en torno a las titulaciones.

A partir de allí, el colectivo de participantes, después de un proceso de debate en cada una de las instituciones por ellos representadas, llegó a la siguiente propuesta de consenso en el área de Turismo para las futuras denominaciones de los títulos universitarios de grado y pregrado con reconocimiento oficial y validez nacional.

1. Fundamentos de la propuesta

La diversidad de títulos para una misma profesión no contribuye a evidenciar con claridad el perfil profesional del egresado, y por ende entorpece la inserción profesional dando espacio a confusiones en el contexto social, y distorsiones en el ejercicio profesional.

La evolución de la profesión, desde los oficios que le dieron origen, ha alcanzado la madurez como para que no resulte necesario hacer agregados en las titulaciones que expliquen alguno de los alcances del título. Este nivel de evolución se ve expresado en fundamentos, métodos, procesos, contenidos, un lenguaje que le es propio, y acciones específicas en condiciones de independencia que le aseguran el objeto de estudio en la constitución disciplinar.

La historia de las carreras relacionadas con la formación en Turismo en nuestro país que comienza a impartirse a principios de la década del 60, estuvo en un principio esencialmente ligada al ámbito privado: Institutos Terciarios y Universidades avanzaron sobre este campo.

El Turismo en Argentina es un fenómeno dinámico que se encuentra en pleno proceso de expansión de manera muy heterogénea en las regiones, en las provincias y al interior de las mismas; las instituciones formativas se han ido expandiendo en simultaneidad al crecimiento del fenómeno, con una dinámica compleja y propia, que ha presentado variantes.

El crecimiento y desarrollo de la actividad, las nuevas tendencias, los cambios políticos económicos y sociales fueron propicios para que aparecieran nuevas ofertas académicas en Instituciones de Educación Superior universitarias y no universitarias (terciarias), y por ende la necesidad de diferenciarse para captar alumnos.

En ese escenario a partir del año 1995 con la aprobación de la Ley de Educación Superior 24.521 (LES), aumentaron considerablemente las ofertas educativas en todas las áreas en nuestro país, situación que no fue ajena al Turismo. Las instituciones formativas se han ido expandiendo en simultaneidad al crecimiento del sector, con una dinámica compleja y propia, que ha presentado variantes. De esta manera surgieron nuevas titulaciones, que no aportaron unidad a la formación. Por tal motivo, volver a los orígenes de la carrera, con denominaciones acotadas (y contenidos de los planes de estudios similares) sería valioso para expresar indubitablemente el perfil del graduado y sus incumbencias.

La proliferación de titulaciones genera dispersión y confusión respecto de la formación, que en algunos casos tienen como resultado situaciones contradictorias como:

18

- Títulos con diferente denominación remiten a los mismos alcances, análoga formación y diseño curricular equivalente (en cuanto a contenidos y tiempo asignado al desarrollo de los mismos).
- Títulos con igual denominación remiten a diferentes alcances, y una formación y diseños curriculares sustancialmente disímiles, por una excesiva ponderación y profundización en el tiempo asignado al desarrollo de determinados contenidos o una orientación no explicitada.

Por lo señalado anteriormente egresan profesionales que no poseen algunas de las competencias específicas esperadas para esta profesión, o bien la especificidad termina limitando el campo laboral de esos graduados.

Los agregados indican niveles de especialización que deberían estar expresados como tales, y no como componentes del título.

El título debe enunciar paridad de alcances, formación, contenidos curriculares y tiempo asignado para su desarrollo en relación a un perfil profesional inequívoco, con competencias específicas.

Por lo expuesto es imprescindible se determinen titulaciones específicas con competencias claras para el buen desempeño del profesional y su reconocimiento como tal.

2. Propuesta de denominaciones para los títulos correspondientes a las carreras de Grado y Pregrado en el área de Turismo

- a) **Pregrado: Tecnicatura en Turismo:** Carrera de 1600 horas de duración (sin que el título sea necesariamente intermedio de la licenciatura) otorgado por instituciones universitarias y no universitarias, públicas o privadas.
- b) **Grado: Licenciatura en Turismo**⁸: Carreras con 4 años como duración con 2600 horas reloj, otorgadas por universidades públicas y privadas.

Se propone tender a eliminar la titulación intermedia de los títulos de pregrado cuando no aseguren, fehacientemente, una articulación con el grado que permita aprovechar el tronco común de saberes y fortalezca la formación específica que cada titulación requiere, con contenidos, prácticas y carga horaria destinada al efecto, partiendo de comprender que las competencias y formación requeridas presentan diferenciaciones que no pueden ser incluidas en la Licenciatura en Turismo.

⁸ El título de guía de Turismo, no ha sido discutido para este documento, si bien de acuerdo a sus características se dicta como carrera de pregrado

De implementarse esta opción resulta necesario recomendar a las instituciones educativas revisar las actuales ofertas de articulaciones trabajadas desde contenidos que forman habilidades y competencias, y no en tiempos de cursada -en la que con solo dos años más (3+2) se logra el grado, considerando que se parte de ofertas de pregrado muy disímiles- ya que no necesariamente los tres primeros años en las dos carreras serán equivalentes en su formación. En ese sentido es necesario garantizar que la formación de grado adquirida a partir de una propuesta de articulación con el pregrado, transite espacios de formación equivalentes a la que se realiza en todo el recorrido de la carrera de Licenciatura en Turismo. De adoptarse estos criterios la oferta de articulaciones entre Terciarios y Universidades estaría asegurando continuidad en la formación profesional y no una titulación de grado dada solo en función de un lapso más de estudio.

3. Sugerencia de criterios a adoptar con relación a los títulos que yuxtaponen dos áreas (Turismo y Hotelería, Turismo y Gastronomía)

Se sugiere concentrar todas en una sola denominación: "Turismo", separada de cualquier otra designación o denominación, porque se trata de un campo de conocimiento específico, en la que cada una de esas áreas que se plantean como supuestamente diferentes, en realidad son parte constitutiva de su esencia y existencia, y por ende las incluyen. El Turismo es una actividad compleja que se desarrolla en forma sistémica no escindible de la hotelería, o de la gastronomía, o del transporte, etc., que se estudia desde esa complejidad sistemática. De hecho no puede existir como una actividad sin los servicios que son parte del Sistema Turístico tal como propone la OMT.

Las áreas y subsectores que intervienen en la actividad incluyen el alojamiento, restauración, intermediaciones, transportes y logística, planificación y gestión de destinos, productos y actividades y la formación en investigación y consultoría. Si bien se observan necesidades formativas específicas propias de cada subsector de la actividad, que varía de acuerdo a donde se desempeñe el profesional, se requiere centrar la formación en Turismo como objeto de conocimiento y desarrollar competencias lo suficientemente generales para abordar cualquier rama de la actividad, independientemente de las especialización que podrán -y quizás hasta deberán-ser desarrolladas posteriormente. En ese sentido es imprescindible consolidar la formación asegurando la incorporación e integración de ejes básicos de funcionamiento del sistema turístico: destinos, mercado, organizaciones, productos y servicios, a partir de un currículo que tenga en cuenta fundamentos, métodos, procesos y contenidos propios del Turismo. Para que esta opción sea plausible, la formación necesariamente debe garantizar contenidos mínimos y básicos sobre cada uno de los servicios que hacen al desenvolvimiento de la actividad.

La yuxtaposición y agregados al título le restan definición y homogeneidad a la formación, y no contribuyen a la identidad respecto a roles, funciones y campos de actuación, tanto de parte de la sociedad, empresarios del sector y de los mismos profesionales.

La unificación en las titulaciones, con una clara definición del perfil profesional a partir de las competencias específicas que deberá poseer todo graduado, garantizará una formación de base, más allá de la institución en la que se haya formado, lo que facilitará la movilidad de docentes y alumnos, y sin ninguna duda contribuirá al fortalecimiento y jerarquización de la profesión.

Así, quedan claramente expresadas dos opciones para estudiar en profundidad las partes que componen el Sistema, especializaciones u

orientaciones en el grado (sin mención en el título), contribuyendo a aportar claridad al perfil profesional del graduado en Turismo, que además pueden generar tratamientos superiores de complejidad progresiva desde el posgrado -que de esta manera podría ampliar su oferta-, restringiendo consecuentemente el acceso a la etapa de formación a quienes no puedan acreditar las competencias específicas.

La hotelería, la gastronomía y el transporte, si bien forman parte de la actividad turística, presentan especificidades que ameritan considerar una especialización posterior.

4. Sugerencia con relación a las orientaciones y especialidades que actualmente se encuentran mencionadas explícitamente en las denominaciones

20

La diversidad de orientaciones y especialidades mencionadas explícitamente en el título que se observa actualmente, quizás como efecto o consecuencia de la búsqueda de “diferenciación” en la oferta educativa (que en realidad debiera centrarse en la calidad), produce un efecto distorsivo sobre la esencia de la formación en Turismo; en algunos casos llega a límites extremos que desdibujan la formación en Turismo, (a veces, incluso, “Turismo” aparece como el complemento de otra formación), y por ende dificultan la real profesionalización de la actividad.

Las orientaciones y especialidades pueden seguir existiendo, como diferenciación o fortaleza de cada carrera/institución (siempre que se garantice un “piso” de formación central en Turismo), pero sin mención específica en el título, ya que es uno solo. En ese sentido, las instituciones

educativas, en el marco del ejercicio de su propia autonomía, podrán continuar ofreciendo orientaciones (sea en la última etapa de la carrera o al final), que podrán acreditar con un certificación o mención que otorgue la institución, de acuerdo con los requerimientos específicos que se soliciten al efecto (puede ser a través de un sistema de créditos, con materias, seminarios, flexibles o que se pueden tomar de otras ofertas educativas).

Sobre estos conceptos vale dejar claro que las orientaciones o especializaciones estarían planteadas sobre el grado, lo que equivaldría a no interferir con la formación de postgrado que estaría indicando niveles de profundización mucho mayores, sostenidos desde la propia necesidad del objeto de estudio del Turismo y su complejidad sistémica, las que en el contexto de unificación de las titulaciones podrían ampliar su oferta.

De esta manera, las orientaciones o especialidades podrán ser más dinámicas, porque dependerán de la demanda del mercado, de las regiones donde estén ubicadas las entidades educativas, o de la misma fortaleza en determinadas áreas de cada institución. El principal desafío de las instituciones radicará entonces en promover y alcanzar niveles de excelencia y calidad académica en la formación, lo que resulta central para revertir el posicionamiento desfavorable del profesional en Turismo.

Finalmente, considerando el trabajo realizado a partir de LMFT, que incluyó espacios de análisis, debates y consultas, con aportes de profesionales que representan a distintas instituciones universitarias y no universitarias tanto públicas como privadas, así como organismos del sector de diferentes jurisdicciones provinciales, y que por ende refleja muchas de esas voces, es esperable que las diferentes titulaciones fueran desapareciendo. En tal sentido, sería oportuno que el Ministerio de Educación, dentro del marco de su competencia, impulse las acciones necesarias para la difusión y concientización en las diferentes instituciones y jurisdicciones, para que las carreras con titulaciones diferentes en un

tiempo prudencial, se adapten a los acuerdos logrados. En el contexto de la autonomía de las universidades y de las jurisdicciones provinciales, el mecanismo de la autoevaluación parece ser -por lo menos en principio- el camino natural para lograr este cometido.

Para la elaboración del documento, se decidió abordar los títulos de Técnico y de Licenciado en Turismo y dejar para una instancia posterior el tratamiento del título de Guía de Turismo. Respecto de los dos primeros, existió coincidencia en definir los perfiles de los Técnicos y Licenciados en Turismo de la siguiente manera:

PERFILES Y COMPETENCIAS DEL LICENCIADO Y DEL TÉCNICO EN TURISMO

Perfil del Licenciado en Turismo

Es un profesional universitario pro-activo, flexible y formado en las teorías y técnicas de Turismo con pensamiento abstracto y valores éticos. Poseedor de “competencias contextuales” (Romero Pérez C. 2006), capaz de promover la aplicación de la normativa vigente en el ejercicio de la actividad de adaptarse a los cambios que de forma permanente marcan las tendencias mundiales generales, y particulares del Turismo; y capaz de replantear los paradigmas existentes en la actividad turística.

Posee sólidos conocimientos, capacidades y habilidades para planificar, desarrollar, evaluar, dirigir y gestionar:

- Organizaciones turísticas u otras afines, del ámbito público, privado

y asociaciones intermedias;

- Destinos, productos y servicios turísticos que satisfagan los requerimientos de la demanda y contribuyan al desarrollo sustentable teniendo en cuenta los aspectos éticos, culturales, sociales, ambientales y económicos;
- Escenarios de innovación en la actividad turística.
- Planes, programas y proyectos en organizaciones públicas, privadas y del tercer sector.

En el ámbito de la administración pública, centralizada y descentralizada, podrá asesorar, formular e implementar políticas orientadas al desarrollo del Turismo y sus normativas.

Podrá desempeñarse en el ámbito académico, evaluar y ejecutar propuestas y proyectos de investigación, transferencia y extensión.

Competencias Específicas Turísticas

- Diagnosticar, comprender y resolver de forma sistémica situaciones problemáticas vinculadas al tiempo libre, en actividades turísticas y recreativas, equiparando las oportunidades de todos los sectores de la sociedad, aplicando criterios de competitividad, calidad y normas vigentes.

Competencias sociales, políticas y actitudinales

- Dirigir equipos de trabajo multidisciplinares en la formulación, implementación y evaluación de planes, programas y proyectos turísticos.

- Concebir integralmente el desarrollo sostenible de los destinos turísticos, diseñar, implementar y evaluar políticas, planes, programas y proyectos de desarrollo turístico que involucren coordinadamente todos los componentes de la cadena de valor del Turismo y atienda a los intereses y expectativas de la comunidad receptora.
- Dirigir la planificación, la gestión y la evaluación de organizaciones públicas y privadas del sector turístico, o vinculadas a la actividad, en aquellos aspectos propios del sistema y que contribuyan a su desarrollo asegurando la competitividad y calidad de sus productos y servicios.
- Generar y transferir conocimiento en el campo disciplinar del Turismo, y aplicarlo en desarrollos e innovaciones dirigidas a los visitantes y a las actividades por ellos realizadas, a las organizaciones intervinientes, a los destinos turísticos y su entorno socio económico y ambiental.
- Desempeñarse con efectividad en equipos de trabajo multidisciplinarios, para motivar y conducir a metas comunes a sus integrantes.
- Formular, implementar y evaluar políticas públicas inherentes al sector turístico.
- Actuar con espíritu emprendedor y adaptarse creativamente a nuevas situaciones y aprender en forma autónoma y continua.
- Actuar éticamente, con responsabilidad profesional y compromiso social, considerando el impacto económico, social y ambiental de su actividad en el contexto local y global; y promover la actuación ética de los equipos bajo su responsabilidad.
- Comunicarse con efectividad en más de una lengua y utilizar eficazmente las tecnologías de la información y comunicación en la actividad profesional.

Perfil del Técnico en Turismo

Es un profesional formado en las técnicas de Turismo, que posee conocimientos, capacidades y habilidades para organizar, ejecutar y supervisar actividades en el ámbito turístico en el marco de la normativa vigente, los valores éticos y cuenta con capacidad de adaptación, innovación y flexibilidad a los requerimientos propios de los contextos socio productivo en los cuales se inserta.

Posee sólidos conocimientos, capacidades y habilidades para planificar, desarrollar, dirigir y gestionar:

- Actividades vinculadas a la logística, procedimientos administrativos de aplicación y la gestión de recursos económicos en organizaciones

turísticas del ámbito privado, público y organizaciones intermedias.

- La organización de unidades de información, asesoramiento y orientación a visitantes. Organiza, presta y evalúa las actividades que en los mismos se desarrollan.
- Actividades vinculadas a la identificación de las necesidades de la demanda, el diseño de productos, la selección y la interacción con prestadores de servicios, y efectúa acciones de comercialización y atención al cliente en el marco de los procedimientos y la normativa vigente.
- Asiste técnicamente y desarrolla acciones operativas vinculadas a la planificación de actividades turísticas recreativas en el marco de equipos de trabajo como así también aquellas asociadas a la concientización turística dirigida a visitantes, prestadores y comunidad en general; asimismo colabora en la implementación de políticas turísticas.

Competencias Específicas Turísticas

- Comprender de forma sistémica situaciones problemáticas vinculadas al tiempo libre en actividades turísticas y recreativas; y colaborar en su resolución equiparando las oportunidades de todos los sectores de la sociedad.
- Colaborar a través de actividades operativas en la ejecución de planes, programas y proyectos de desarrollo turístico sostenible que involucren coordinadamente todos los componentes de la cadena de valor del Turismo y los intereses y expectativas de la comunidad receptora.
- Organizar, gestionar y supervisar la actividad comercial de empresas de viajes y Turismo, programar y asesorar sobre servicios turísticos.
- Colaborar en la organización y gestión de organizaciones privadas y públicas del sector turístico, o vinculadas a la actividad, en aquellos aspectos propios del sistema contribuyendo a asegurar la competitividad y calidad de sus productos y servicios.
- Relevar datos válidos y confiables para generar información turística, o aplicarla a estudios de mercado, participar en acciones de promoción turística en eventos o instituciones.

Competencias sociales, políticas y actitudinales

- Desempeñarse con efectividad en equipos de trabajo, para motivar y conducir a lograr metas comunes a sus integrantes.
- Actuar con espíritu emprendedor y adaptarse creativamente a nuevas situaciones y aprender de forma autónoma y continua.
- Actuar éticamente, con responsabilidad profesional y compromiso social, considerando el impacto económico, social y ambiental de su actividad en el contexto local y global.
- Comunicarse con efectividad en más de una lengua y utilizar eficazmente las tecnologías de la información y comunicación aplicadas al desarrollo de su actividad profesional.

PRESENTACIÓN DE LOS NÚCLEOS DISCIPLINARES PARA LA FORMACIÓN EN TURISMO

Se presentan a continuación los siete núcleos disciplinares:

- Turismo y Sociedad
- Turismo, Estado, Políticas y Desarrollo
- Turismo, Organizaciones y Servicios
- Territorio y Recursos Turísticos
- Turismo y Conocimiento Científico
- Ética en el ejercicio profesional
- Comunicación aplicada al Turismo

NÚCLEO: TURISMO Y SOCIEDAD

Fundamentación

El Turismo es un fenómeno social, producto de una compleja trama de relaciones que lo configuran en función de los procesos históricos que lo atraviesan. Esto es, se trata de una práctica social consagrada como tal, que emerge de las transformaciones y a la vez posee fuerza transformadora.

Se parte de la premisa que se trata de *"...un fenómeno vivo, cuyo epicentro es el sujeto humano, ya que se da una relación entre seres humanos antes que una relación entre mercancías."* (Sessa, 1972 en Dachary 2006: 184). Desde esta perspectiva se trata de una actividad cuyos alcances deben involucrar dimensiones de análisis multidisciplinarias pues los impactos que genera sobre las comunidades de destino, donde la práctica se objetiva como tal, obliga a repensar el rol de la academia en sus funciones sustanciales de generación de conocimientos, transferencia de los mismos y preparación de recursos humanos capaces de operar responsablemente sobre las diferentes realidades.

Para Carvajal (1992: 28) *"...el Turismo en primera instancia no es un elemento aislable del contexto histórico social en el cual se manifiesta, en segundo lugar (y esto es más importante que lo anterior) el Turismo no es una conducta humana con escalas temporo-espaciales propias en lo que respecta a ocasionalidades determinaciones e implicancias que como hecho social encierra (...) asume la característica de un complejo proceso social cuyos límites exactos de manifestación no pueden formularse sin asumir el riesgo cierto de caer en las intrascendencias de las simplificaciones analíticas"*.

Se plantea entonces, apartarse de las miradas simplistas, melancólicas e ingenuas que nos revelan la experiencia turística como el "encuentro"

entre visitante y visitado. La relación que se establece entre ambos agentes sociales, dista de ser simétrica y el relativismo cultural que se ha impuesto como sello legitimador de la actividad, sólo contribuye a eludir el conflicto y disimular la intención colonizadora que asume la misma en la mayoría de los casos.

De esta manera, una corriente turística debe ser considerada como un elemento dinámico entre el polo emisor y el receptor, esta afirmación implica que el conjunto de personas que conforman esa corriente, no puede al momento del desplazamiento desprenderse de los atributos (cultura, hábitos, inquietudes, expectativas, status, etc.) que la caracterizan, por ende, existe una fuerte carga simbólica que, también opera sobre la relación visitante-visitado.

Se debe remarcar que, cuando se trata de efectos y repercusiones en la comunidad de destino, debe quedar claro que los mismos, pueden ser de orden cuantitativo y/o cualitativo, siendo este último un campo más difícil de establecer, por cuanto no responde a indicadores objetivos medidos en término de pérdidas o ganancias, pero que sin lugar a dudas su repercusión puede potenciar los beneficios o la nocividad del fenómeno sobre los agentes involucrados directa e indirectamente.

En virtud de lo anticipado al inicio de la presente fundamentación, la intrincada red de relaciones que se encuentran implicadas en el Turismo -de ahí su naturaleza social-, impide establecer el origen exacto o unívoco de sus incidencias. Por cuanto, resulta imprescindible insistir en la necesidad de internarse en la búsqueda de su comprensión a partir de reconocerle sus características espaciales como sistema integrado y complejo, en el que coexisten actividades de producción, reproducción y usos turísticos en un espacio territorial determinado. De aquí la importancia de identificar los tipos de efectos socioculturales, económicos, territoriales y ambientales, como marco de referencia

que posibilite promover un Turismo responsable y un profesional comprometido ética y socialmente. En ese sentido resulta propicio retomar la Declaración de Ciudad del Cabo (Agosto de 2002) en la que se fijaron los principios del Turismo Responsable en lo económico, social y ambiental, y el rol sustantivo que le compete a los destinos en la definición de políticas y directrices para su desarrollo. Comprender las temáticas de este núcleo implica reconocer que el Turismo constituye un hecho social complejo y multidimensional y que requiere ser abordado desde una perspectiva transdisciplinaria.

Ejes del Núcleo

- 1) Procesos socioculturales y tendencias del Turismo. Tiempo Libre, Ocio y Recreación.
- 2) Sujeto de la actividad. Motivaciones y Desplazamientos.
- 3) Destino, Comunidad y Cultura. Repercusiones y Efectos.

1. Procesos socioculturales y tendencias del Turismo. Tiempo Libre, Ocio y Recreación

Licenciado en Turismo

Contenidos

- Procesos de formación y cambio en las sociedades. Perspectiva histórica.
- Componentes materiales, sociales y simbólicos en los procesos de formación social. Causas, consecuencias y su incidencia en el desarrollo del Turismo.
- La sociedad como sistema global. Subsistemas Turísticos.
- El Turismo como fenómeno social. Diferentes perspectivas teóricas.
- Organización productiva de la sociedad: Tiempo de trabajo y Tiempo Libre. Actividades productivas y de consumo.
- Ocio y Recreación: perspectivas teóricas. Actividades turísticas y recreativas.
- Modelos tradicionales y nuevas concepciones de Ocio, Recreación y Turismo. Las nuevas modalidades generadas en el campo turístico.
- Cambios y proceso de globalización. El futuro del Turismo: tecnología y búsqueda de experiencias.
- La recreación como rol fundamental del Estado. La participación de la comunidad en los procesos de desarrollo.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|------------|--|--|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Los cambios culturales y los procesos sociales de la humanidad y su influencia en el desarrollo de la actividad. • Las relaciones entre los cambios sociales y el desarrollo del Turismo. La naturaleza social del fenómeno turístico y sus variaciones en el tiempo. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar búsqueda bibliográfica e informes que muestren el desarrollo histórico del Turismo, en función a los cambios sociales, culturales y económicos. • Relevar materiales multimedia de actualidad sobre el tema. | <ul style="list-style-type: none"> • Elabora, describe y analiza tendencias de evolución de la actividad. • Describe, sintetiza y analiza contextos socioculturales favorables al desarrollo turístico. • Desarrolla análisis sistémicos. |

- | | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • La actividad turística desde una visión sistémica. • Los significantes históricos y socioculturales del Tiempo Libre y el Ocio • Las nuevas conceptualizaciones en lo referente al Tiempo Libre. El uso del Tiempo Libre, el Ocio creativo y la Recreación en los momentos actuales. • La vinculación e interrelación del Ocio, Recreación y Turismo, y sus potencialidades para propender al desarrollo. • La realidad local en el contexto de globalización del siglo XXI. • La importancia de generar análisis globales y considerar variables socioculturales como herramientas para el desarrollo de nuevas propuestas y alternativas turísticas y recreativas. • La necesidad de incorporar a la comunidad local como partícipe activo en el desarrollo de acciones que permitan ampliar sus actividades recreativas y su potencial turístico. | <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar informes a partir del material relevado y aplicarlos sobre casos prácticos concretos. • Contrastar hechos de trascendencia mundial con acontecimientos nacionales, estableciendo su relación con la actividad. • Crear una línea del tiempo sobre la evolución del Tiempo Libre el Ocio y la Recreación y reflexionar sobre la misma. • Generar debates fundamentados sobre las características de las sociedades del siglo XXI y su relación con el Turismo. • Analizar tendencias del Turismo a nivel global, a través del uso de medios sociales. • Buscar y analizar información procedente de diferentes fuentes, participando en espacios de interacción y colaborativos que den cuenta de los contenidos aprendidos. • Participar en trabajos de campo interactuando con actores locales. • Delinear un plan de acción para impulsar la participación de las comunidades en un proyecto de desarrollo turístico. | <ul style="list-style-type: none"> • Reconoce los paradigmas que sustentan las concepciones del Turismo, Ocio y Tiempo Libre. • Interpreta procesos socioculturales en relación con al Ocio, Tiempo Libre y el Turismo y su vinculación con el consumo y las nuevas tendencias. • Analiza posible escenarios futuros y plantea propuestas innovadoras. • Planifica actividades turísticas y recreacionales adecuadas a diferentes segmentos de la población. • Supera las miradas sesgadas, y plantea análisis complejos. • Identifica a los actores locales en los escenarios que analiza y genera propuestas que promuevan la inserción de la comunidad en el desarrollo de la actividad turística. |
|--|---|---|

Técnico en Turismo

Contenidos

- Procesos de formación y cambio en las sociedades. Perspectiva histórica. Repercusiones y antecedentes sobre el Turismo.
- La sociedad como sistema global. Subsistema Turístico.
- Actividades productivas y de consumo. Tiempo de trabajo y tiempo libre. Desarrollo histórico y conceptual.
- Ocio y Recreación: Conceptualización y caracterización. Actividades turísticas y recreativas.
- Modelos tradicionales y nuevas concepciones de Ocio, Recreación y Turismo.
- Cambios y proceso de globalización. El futuro del Turismo: tecnología y búsqueda de experiencias.
- La recreación como rol fundamental del Estado. La participación de las comunidades locales en actividades turísticas y recreativas.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|---------|---|--|--|
| Técnico | <ul style="list-style-type: none"> • La caracterización e identificación del Turismo y de los períodos relacionados a su desarrollo. • La actividad turística desde una visión sistémica. • La vinculación e interrelación del Ocio, Recreación y Turismo y sus potencialidades para propender al desarrollo de la actividad. • El devenir de la actividad turística: los cambios en las modalidades tradicionales y las nuevas tendencias. • La importancia de considerar variables socio culturales para la implementación de nuevas propuestas y alternativas turísticas y recreativas. | <ul style="list-style-type: none"> • Relevar bibliografía y materiales multimedia sobre el tema. • Elaborar informes a partir del material relevado. • Determinar una línea de tiempo de la actividad recreativa, sus iniciativas y contribuciones hasta la actualidad. • Contrastar hechos de trascendencia mundial con acontecimientos nacionales, estableciendo su relación con la actividad. • Realizar relevamientos en campo de la oferta de actividades turísticas y recreativas. • Diseñar productos y programas recreativos y turísticos. | <ul style="list-style-type: none"> • Interpreta procesos socioculturales en relación con el Turismo. • Desarrolla análisis sistémicos. • Identifica y explica con ejemplos concretos la relación entre el tiempo libre y la sociedad. • Describe transformaciones sociales y analiza tendencias. • Analiza posibles escenarios futuros y plantea propuestas innovadoras. • Desarrolla actividades y propuestas turísticas y recreativas. |

| | | | |
|----------------|--|--|--|
| Técnico | <ul style="list-style-type: none"> • La necesidad de articular propuestas recreativas para la comunidad local con actividades específicas orientadas al Turismo | | |
|----------------|--|--|--|

2. Sujeto de la actividad. Motivaciones y Desplazamientos

Licenciado en Turismo

Contenidos

- Sujetos de la actividad turística. Roles y agentes que intervienen.
- Teorías sobre necesidades del ser humano. El hedonismo y la creación de necesidades.
- Perfiles del individuo y tipologías de consumidores.

- Diversidad y heterogeneidad del turista: Tipologías. Expectativas y Motivaciones.
- Desplazamientos, viajes y Turismo. Factores intrínsecos y extrínsecos de los viajes.
- Variables motivacionales y expectativas. Proceso decisorio del turista.
- Demanda: caracterización, tipologías, segmentación y comportamiento de la demanda real y potencial.
- Corrientes turísticas. Estacionalidad. Causas y consecuencias.
- Nuevas modalidades y necesidades del turista. Tendencias actuales. Turista: actor participativo.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|-------------------|---|---|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Las interrelaciones entre los diferentes actores que intervienen en la actividad turística. • Las relaciones y diferencias entre necesidades, deseos y motivaciones. • La incidencia de necesidades, deseos y motivaciones en el consumo: El placer de consumir y el consumo compulsivo. • La aparición de nuevas necesidades en la complejidad de las sociedades del siglo XXI. | <ul style="list-style-type: none"> • Analizar bibliografía referida al tema. • Reconocer en variadas fuentes (libros de texto, material periodístico, revistas, internet, etc.) distintos actores sociales de la actividad y sus intereses en ella. • Buscar información y preparar monografías o informes respecto de las diferentes motivaciones que inciden en la elección del destino. | <ul style="list-style-type: none"> • Interpreta procesos socioculturales en relación con el Turismo. • Desarrolla análisis sistémicos. • Identifica y explica con ejemplos concretos la relación entre el tiempo libre y la sociedad. • Describe transformaciones sociales y analiza tendencias. |

Licenciado

- | | | |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Las tendencias actuales del turista: experiencias de vida y protagonistas activos. El turista como consumidor de la cultura local.• El Turismo y la generación de necesidades. La imagen del turista como persona “exitosa” y el efecto de “demostración” en comunidades tradicionales.• Las dimensiones y variables que inciden en la demanda.• La necesidad de conocer los perfiles y motivaciones de la demanda para generar respuestas responsables que las satisfagan.• Los cambios motivacionales que surgen de la dinámica social para la satisfacción de necesidades futuras.• La posibilidad de impulsar y desarrollar propuestas y alternativas para movilizar y dinamizar la actividad, morigerar la estacionalidad, estimular el consumo. | <ul style="list-style-type: none">• Realizar trabajos de campo y aplicar instrumentos de observación y análisis para detectar las relaciones turista-residente.• Generar información a partir de la aplicación de técnicas cuantitativas y cualitativas (encuestas, entrevistas, testimonios orales, etc.) de motivaciones y perfil de la demanda.• Realizar pasantías en organizaciones que elaboren estudios de demanda para la planificación de proyectos de desarrollo.• Realizar prospectivas de escenarios futuros.• Elaborar proyectos que promuevan alternativas para fortalecer y dinamizar la actividad turística, apoyándose entre otras en técnicas. | <ul style="list-style-type: none">• Analiza posibles escenarios futuros y plantea propuestas innovadoras.• Desarrolla actividades y propuestas turísticas y recreativas. |
|--|--|---|

Técnico en Turismo

Contenidos

- Sujetos de la actividad turística. Roles y agentes que intervienen.
- Teorías sobre necesidades del ser humano y hedonismo: el placer de consumir.
- Perfiles del individuo y tipologías de consumidores.
- Diversidad y heterogeneidad de turistas: Tipologías. Expectativas y Motivaciones.
- Desplazamientos, viajes y Turismo. Factores intrínsecos y extrínsecos de los viajes.
- Variables motivacionales y expectativas. Proceso decisorio del turista.

- Demanda: caracterización, tipologías, segmentación y comportamiento de la demanda real y potencial.
- Corrientes turísticas. Estacionalidad. Causas y consecuencias.
- Nuevas modalidades y necesidades del turista. Tendencias actuales. Turista: actor participativo.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|---------|---|--|--|
| Técnico | <ul style="list-style-type: none"> • Las interrelaciones entre los diferentes actores que intervienen en la actividad. • Las relaciones y diferencias entre necesidades, deseos y motivaciones. • Las tendencias actuales del turista: experiencias de vida y protagonistas activos. El turista como consumidor de la cultura local. • Las dimensiones y variables que inciden en la demanda. • La importancia de generar propuestas turísticas que contemplen la diversidad de turistas y sus necesidades. • La necesidad de conocer los perfiles y motivaciones de la demanda para generar respuestas responsables que las satisfagan. • La posibilidad de implementar actividades que estimulen el consumo para movilizar o dinamizar la actividad. | <ul style="list-style-type: none"> • Analizar bibliografía referida al tema. • Reconocer en variadas fuentes (libros de texto, material periodístico, revistas, internet, etc.) distintos actores sociales de la actividad y sus intereses en ella. • Realizar pasantías en organizaciones que elaboren perfiles de demanda. • Buscar información y preparar informes respecto de las diferentes motivaciones que inciden en la elección del destino. • Diseñar actividades y propuestas que den respuestas responsables a las necesidades de la demanda. | <ul style="list-style-type: none"> • Describe tipologías de sujetos que intervienen en la actividad turística. • Analiza intereses de diferentes actores que intervienen en la actividad turística y propone mecanismos para compatibilizarlos. • Describe necesidades de los turistas y genera propuestas responsables para satisfacerlas. • Interpreta la generación de necesidades en los consumidores actuales. • Interpreta y relaciona las motivaciones del turista con las características del destino. • Lidera equipos que realizan análisis de demanda turística. • Reconoce rápidamente los cambios en la demanda que implicarán nuevas formas de satisfacerla. • Realiza análisis prospectivos respecto de la actividad. |

| | | |
|---------|--|--|
| Técnico | | <ul style="list-style-type: none"> • Elabora proyectos y propuestas integradoras. |
|---------|--|--|

3. Destino y Comunidad. Repercusiones y Efectos

Licenciado en Turismo

Contenidos

- La comunidad local como componente insustituible del destino.
- Comunidad, cultura e identidad.
- Diversidad étnica, social y cultural. Pueblos originarios. Cultura hegemónica, cultura subalterna.
- Turismo y desarrollo de las sociedades. La actividad sus efectos y repercusiones socio culturales.

- Análisis de efectos e impactos positivos y negativos en los destinos. Consecuencias. Conflictos sociales emergentes. Segregación y fragmentación social. Indicadores.
- Las manifestaciones culturales tangibles e intangibles: usos turísticos.
- Turismo y patrimonio cultural: Criterios y metodologías de valoración y preservación. La gestión cultural.
- El Turismo y el mundo del trabajo: empleo e inclusión social; flexibilidad y precariedad.
- Desarrollo Responsable y Participativo. Inclusión y participación de la comunidad local.
- Enfoques alternativos: Economía Social Solidaria y Comercio Justo.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|------------|---|---|---|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • La composición pluriétnica de las sociedades actuales, los cambios en la cultura, la diversidad cultural y los procesos identitarios. • Las interrelaciones y complejidades que se generan entre visitantes y residentes de las comunidades tradicionales y los pueblos originarios. | <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar proyectos y realizar estudios que permitan analizar las relaciones entre la actividad turística y las comunidades. • Elaborar informes sobre los relevamientos realizados, confrontándolos a la luz de autores de referencia. | <ul style="list-style-type: none"> • Reconoce y valora la diversidad étnica y cultural de la sociedad. • Comprende la compleja trama de relaciones sociales y culturales que se generan a partir del Turismo. • Reconoce las repercusiones del Turismo y construye indicadores para medir efectos e impactos sociales. |

- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Las dimensiones de los efectos y repercusiones de la actividad turística tanto positivas como negativas y la manera en que los cambios emergentes impactan en las relaciones sociales generando diferenciación y fragmentación. • Las repercusiones y el surgimiento de nuevos conflictos sociales y la contradicción permanente entre los beneficios que aporta el Turismo y los procesos de desintegración social. • El rol del Turismo en la preservación, exposición y difusión de manifestaciones culturales. • La vinculación entre Turismo y gestión del patrimonio cultural. • La posibilidad de generar acciones de inclusión social a partir del desarrollo del Turismo. • Las particularidades del mundo del trabajo en el sector Turismo, sus potencialidades y limitaciones. • La necesidad de generar nuevas propuestas con prácticas de Turismo socialmente responsable. | <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar acciones que promuevan la preservación, puesta en valor y aprovechamiento turístico de las diferentes manifestaciones culturales de las comunidades del entorno. • Construir indicadores y aplicarlos en la medición de efectos e impactos sociales de la actividad turística. • Identificar conflictos sociales a partir de la influencia de agentes y actores sobre las comunidades y diseñar acciones que permitan mitigarlos. • Construir diagnósticos de flujo para relacionar trabajo y Turismo. • Extrapolar propuestas exitosas desarrolladas para operar sobre efectos e impactos negativos del Turismo. • Plantear situaciones problemáticas relacionadas con los impactos de la actividad turística y elaborar propuestas superadoras que permitan mitigar posibles daños. • Formular propuestas de acción que promuevan el desarrollo responsable de la actividad y mitiguen efectos negativos detectados en destinos del entorno. | <ul style="list-style-type: none"> • Vincula los impactos generados por el Turismo en una comunidad con los paradigmas que sustentan las concepciones vigentes. • Formula alternativas para la preservación y difusión de manifestaciones culturales. • Diseña acciones y propuestas de gestión del patrimonio cultural. • Elabora propuestas de inclusión social a partir del Turismo. • Problematisa acerca del empleo generado. • Formula y evalúa propuestas de acción que promuevan la participación de la comunidad para el desarrollo responsable del Turismo. • Asesora en la implementación de programas y elaboración de nuevas propuestas. |
|---|--|--|

| | | | |
|-------------------|--|---|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • La importancia de compatibilizar los programas de responsabilidad social de organismos específicos de la actividad de los diferentes ámbitos, con la producción autogestionaria de manera crítica y reflexiva. | <ul style="list-style-type: none"> • Relevar experiencias positivas de construcción y/o fortalecimiento de la identidad local, desarrollo del patrimonio cultural, generación de empleo a partir del desarrollo de la actividad turística. • Investigar y analizar formas no tradicionales de comercialización de productos turísticos. | |
|-------------------|--|---|--|

Técnico en Turismo

Contenidos

- La comunidad local como componente insustituible del destino.
- Comunidad cultura e identidad.
- Diversidad étnica, social y cultural. Pueblos originarios.
- La actividad turística sus efectos y repercusiones socioculturales.
- Las manifestaciones culturales tangibles e intangibles.
- Turismo y patrimonio cultural. La gestión cultural.
- La actividad turística y el mundo del trabajo: empleo e inclusión social; flexibilidad y precariedad.
- Desarrollo Responsable y Participativo.
- Enfoques alternativos: Economía Social y Solidaria, Comercio Justo.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|----------------|--|---|---|
| Técnico | <ul style="list-style-type: none"> • La composición pluriétnica de las sociedades actuales, los cambios en la cultura, la diversidad cultural y los procesos identitarios. • Las relaciones que se generan entre visitantes y residentes de una comunidad. | <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar mapas conceptuales sobre efectos e impactos positivos y negativos de la actividad turística. • Hacer mapeos de los grupos de comunidades y grupos étnicos de un área determinada. | <ul style="list-style-type: none"> • Reconoce y valora la diversidad étnica y cultural de la sociedad. • Concientiza sobre la diversidad. • Reconoce las repercusiones y efectos positivos y negativos de la actividad turística. • Diseña y elabora programas y productos turísticos culturales. |

| | | | |
|-----------------------|---|--|---|
| <p>Técnico</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Las dimensiones de las repercusiones y efectos positivos y negativos de la actividad turística y la responsabilidad de los sujetos implicados. • La necesidad de aprovechar las expresiones culturales tangibles e intangibles como recurso turístico. • La posibilidad de articular la actividad turística y la gestión cultural. • La relación entre actividad turística, oferta laboral e inclusión social, flexibilización y precariedad. • El aporte de programas de responsabilidad social de organismos específicos de la actividad. | <ul style="list-style-type: none"> • Participar en trabajos de campo que le permitan identificar el rol de las comunidades locales y los efectos e impactos que el Turismo ejerce en el lugar. • Relevar la oferta patrimonial identitaria de una comunidad. • Diseñar propuestas y programas turísticos que incorporen las distintas manifestaciones culturales de la comunidad deportivas, sociales, religiosas, eventos programados. • Realizar pasantías o prácticas educativas en organismos y áreas del sector que promuevan acciones de responsabilidad social. | <ul style="list-style-type: none"> • Propicia la incorporación de bienes patrimoniales a los programas turísticos. • Identifica la correspondencia entre la actividad turística, empleo, inclusión social, flexibilidad y precariedad. • Aplica normas y programas de calidad y responsabilidad. |
|-----------------------|---|--|---|

Referencias bibliográficas

AUGÉ, M. (1998) Los “No lugares” Espacios del anonimato. Gedisa.

BEZERRA DE MENESES, U. (1996) Los usos de la cultura, contribuciones para un abordaje crítico de las prácticas y políticas culturales. En: Espacio, paisaje y Cultura. San Pablo: Hucitec.

CARVAJAL, J. E. (1992) La cara oculta del viajero: reflexiones sobre la antropología y turismo. Buenos Aires: Biblos.

DACHARY, A. y ARNAIZ BURNE S. M. (1992) El estudio del turismo ¿Un paradigma en formación? Estudios y Perspectiva en Turismo. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: V.16 Nro.2.

FOUCAULT, M. (1980) Microfísica del Poder. Madrid: La Piqueta.

GARCÍA CANCLINI, N. (1992) Culturas Híbridas, Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Capítulos. Buenos Aires: Sudamericana.

GARCÍA CANCLINI, N. (2000) Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. DF México: Grijalbo.

GARCIA JURADO, O. (2004) Transformación desde lo local. Bajo la globalización, la idealización de lo local. En: www.rebelión.org

GOMEZ NIEVES, S. (2007) Repensar en el turismo: ante la irresistible tentación de lo pragmático y lo empírico. Guadalajara, México: CUCEA.

GUTIERREZ, A. (1993) Pierre Bourdieu: Las Prácticas Sociales. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

NIDING, M. (1999) Turismo e identidades regionales en el marco de la globalización de fin de siglo, una visión crítica. En Revista del CONDET: Universidad Nacional del Comahue.

REBORATTI, C. (2000) Ambiente y sociedad: Conceptos y relaciones. Buenos Aires: Planeta.

TURNER, L y ASH, J. (1991) La horda dorada. Turismo y Sociedad. Madrid: Endymon.

NÚCLEO: TURISMO, ESTADO, POLÍTICA Y DESARROLLO

Fundamentación

El desarrollo del Turismo involucra a una compleja red de bienes, servicios y productos que se encuentran establecidos en territorios concretos (de origen, tránsito o destino) creados para satisfacer y ser consumidos total o parcialmente por los visitantes. Esto requiere de la implementación, en particular desde el advenimiento del Turismo masivo, de diferentes tipologías para su desarrollo. La Real Academia Española define desarrollar como el progreso, el crecimiento económico, social, cultural y político de las comunidades humanas. Para el caso del Turismo asume además la necesidad de proveer o mejorar las infraestructuras, instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades de los visitantes, y de manera más general, incluye los efectos asociados como la creación de empleos o la generación de ingresos (Pearce, 1991). También es parte integrante el mejor aprovechamiento de las capacidades existentes, es decir la maximización de los recursos. No son pocos los autores, pudiendo citarse a Pearce (1991), Molina (2000), Ejarque (2003), Aguiló y Alegre (2004), Valls (2003), Acerenza (1995), Vera (1997), que permiten afirmar que, a través de la evolución del Turismo, se fueron asumiendo diferentes formas de desarrollo y enmarcados en el contexto general, a la vez que numerosos autores (Sessa, 1972, Nash, 1989, Arrones, 1992, entre otros, citados en Wallingre, 2011) fueron realizando aportes sobre sus efectos.

Para el avance del Turismo adquiere relevancia la visión, la estrategia y las formas de relación Estado-sociedad, y la sinergia que se pueda generar en la articulación público-privado (Villar, 2009). Su concreción hace necesaria la formulación de políticas continuas; de normas; la implementación de planes y programas; la integración territorial para potenciar los esfuerzos; la conservación y puesta en valor de los recursos-atractivos; la provisión y la mejora de productos y la cobertura y el alcance del mercado en términos

de distribución; la provisión o mejora de las infraestructuras; la ética y la protección del Turismo; la formación de los recursos humanos; la mejora en la seguridad, el impulso de la inversión, la formulación de normas de calidad, la adaptación del tejido institucional e indefectiblemente, el ejercicio del liderazgo y la gestión de parte de los actores involucrados (Wallingre, 2009).

Todo ello conlleva a que la política turística ocupe un rol fundamental y desde la primera etapa del estudio del Turismo de principios del siglo XX, sobresalió como uno de los enfoques preponderantes de su estudio, siendo uno de los primeros aportes el realizado por Kurt Krapf, Fundador del Instituto de Estudios Turísticos de la Universidad de Berna. La política turística, las decisiones del gobierno, las actuaciones de la administración pública (y de los empresarios, y la acción conjunta entre ambos), son absolutamente necesarias para encauzar el desarrollo que permita generar un consecuente crecimiento de esta actividad. La política turística está integrada a la política nacional y se clasifica como política sectorial que se ocupa de esta actividad específica y, como señala Josep Ivars Baidal (2006), encierra mayor complejidad que otras políticas sectoriales, porque es una actividad delimitada a un conjunto de ofertas de bienes y servicios que encuentra su nexo de unión en el consumo turístico (alojamiento, gastronomía, Empresas de Viajes y Turismo, transporte, actividades varias, etc.), que presenta un carácter transversal y multisectorial, que implica la incidencia de otras políticas (aduanera, migratoria, impositiva, otras), y sectoriales (ambiente, cultura, transporte, otras). Jordi Montaner Montejano (2002) considera a la política turística como micro política o política especializada, porque se puede referir a la misma como una parte de la política que establece las directrices de ordenación, planificación, promoción y control de esa actividad en un país, llevadas a cabo por los poderes públicos que se convierten en agentes turísticos a través de la administración pública.

Por lo tanto, la política turística, en tanto política sectorial desempeña una serie de funciones que, según Baidal (2006) pueden agruparse en: coordinación (entre todas las que tienen incidencia con esta actividad, entre las diferentes jurisdicciones territoriales, y entre el ámbito público y privado); planificación (integral o para acciones específicas); regulación (de la actividad y las empresas), y promoción y fomento. En determinados casos puede agregarse la gestión directa de la oferta turística, en particular debido a la inexistencia de iniciativas privadas. Jost Krippendorf –citado por la OMT (1998)–, señala la necesidad de establecer nuevas reglas del juego en la política turística, añadiendo a los objetivos tradicionales, la maximización del bienestar de los agentes del Turismo a través de objetivos instrumentales –medio ambiente, económicos y sociales, a fin de lograr un desarrollo equitativo del sector, evitando la destrucción de los atractivos y de los estilos de vida y culturas tradicionales.

Por lo tanto, la política turística ya no es meramente de carácter cuantitativo sino que pasa a integrar aspectos de índole cualitativos, especialmente los relacionados con la mejora en la calidad de vida tanto de las poblaciones residentes como de los visitantes y en la conservación de los recursos que sustentan la actividad, y que diera lugar a que Jafari (2005) plantee una nueva plataforma del Turismo que ensayó en denominarla de interés público, debido a la gran representación de diversos agentes externos -como organismos intergubernamentales- que rodean y apoyan la actividad. Todo ello la constituye en el instrumento principal, nexo para el cumplimiento de las responsabilidades gubernamentales en materia de impulso, promoción, dirección y control; y es imposible el desarrollo del Turismo sin la previa definición de una política.

La actividad del Turismo se encuentra además muy influenciada por los procesos de integración que configuran la política turística internacional. Involucra un conjunto de acciones encaminadas a gestionar los asuntos públicos y privados del sector en el orden internacional cuyos agentes

son los estados soberanos que a través de sus normas establecen relaciones de interacciones bilaterales o multilaterales. Dicha política comprende a quienes deben poseer el poder de organización, dirección, gestión, coordinación y control de la actividad turística en esos niveles, y atender una gran variedad de tipologías de políticas como las ambientales, regulación de los desplazamientos de turistas, sanitarias, de transporte, planificación del territorio supra estatal, otras (Montaner Montejano, 2002).

Por su parte, el Estado es una y la primera persona jurídica, poseedor de un poder superior originario y jerarquizado, el cual utiliza para gobernar al pueblo, como instrumento anticonflictivo entre los diversos grupos sociales de la comunidad, para ejercer la soberanía nacional y para hacer que prevalezca el interés general sobre los intereses particulares, con los cuales satisface el propósito de su origen y de su finalidad social (Jiménez Castro en Acerenza, 1995); mientras que la Administración pública es la actividad organizada y ordenada que realiza el Estado para satisfacer sus fines, a través del conjunto de organismos que componen el ámbito ejecutivo del gobierno, y de los procedimientos que ellos aplican, así como las funciones administrativas que llevan a cabo sus otros órganos y organismos.

Los organismos del gobierno, a los fines del Turismo, debieron ingresar en la etapa del Estado Coordinador que requiere de instituciones con capacidad de concertación y liderazgo, con un fuerte soporte técnico y tecnológico (Molina, 2000). Debido a ello, el Estado tiene determinadas funciones en relación con el Turismo como las de planificador, regulador e impulsor de la actividad, funciones que se cumplen a partir de las políticas públicas, generales o específicas que implementa (Villar, 2009).

Concluyendo, en la compleja e integral dinámica y sometida a cambios permanentes, profundos y acelerados del Turismo, participan e intervienen los diferentes órganos y niveles del Estado y de sus mecanismos de

gestión pública y normas. Dichas instancias se sostienen en la definición y diseño de las políticas apropiadas para la instrumentación de alternativas de desarrollo, su formulación, elección implementación y posterior seguimiento y evaluación de resultados.

- 7) Marco normativo del Turismo
- 8) Infraestructuras e instalaciones para el desarrollo del Turismo
- 9) Agentes de desarrollo y cooperación

Ejes del Núcleo

- 1) Concepción integral del desarrollo del Turismo
- 2) Estado, gobierno y políticas públicas
- 3) Gestión pública del Turismo
- 4) Planificación del desarrollo y gestión del Turismo
- 5) Inversiones y proyectos turísticos
- 6) Procesos geopolíticos de integración del Turismo

1. Concepción integral del desarrollo del Turismo

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- El sistema turístico. Teorías. Elementos que lo integran y sus relaciones.
- Oferta directa e indirecta. Demanda, comunidad local y ámbito institucional.
- Elementos del entorno del sistema del Turismo y análisis de contexto.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|------------|--|--|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Analizar la realidad integral del Turismo propulsándolo desde un enfoque coordinado de todos los componentes que intervienen. • Reconocer la transversalidad del Turismo con otras actividades, y la interdependencia de sus componentes. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar búsqueda bibliográfica, informes y documentos que permitan interpretar y muestren el abordaje del desarrollo del Turismo de forma holística. • Elaborar informes a partir del material relevado y aplicarlos sobre casos concretos a fin de identificar la realidad integral del desarrollo del Turismo. • Elaborar mapas conceptuales que permitan identificar y relacionar los distintos componentes del sistema turístico. | <ul style="list-style-type: none"> • Compara, relaciona y explica la diversidad de componentes del Turismo. • Interpreta e interviene en la realidad integral de Turismo. • Realiza estudios del enfoque integral del desarrollo del Turismo. |

| | | | |
|----------------|--|---|--|
| Técnico | <ul style="list-style-type: none"> Comprender los diversos componentes del sistema turístico; actores y sectores involucrados, que contribuyen al desarrollo de la actividad. | <ul style="list-style-type: none"> Realizar búsqueda bibliográfica, informes y documentos que permitan interpretar y muestren el abordaje del desarrollo del Turismo de forma holística. | <ul style="list-style-type: none"> Compara, relaciona y explica la diversidad de componentes del Turismo. |
|----------------|--|---|--|

2. Estado, gobierno y políticas públicas

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Estado, gobierno, política y políticas públicas.
- Estado, reforma y descentralización de la gestión pública. La evolución y actualidad de la gestión pública.
- Responsabilidades del Estado para el desarrollo del Turismo.

- Jerarquías de las organizaciones de la administración pública en Turismo.
- Ámbitos jurisdiccionales de participación de los organismos oficiales de Turismo (nacional, provincial y municipal).
- Las políticas públicas y su relación con el Turismo.
- Las políticas macroeconómicas (monetaria, fiscal).
- Las políticas públicas de Turismo. Su evolución. Las políticas públicas de Turismo en Argentina.
- La formulación, elección implementación de soluciones, evaluación y control de políticas públicas de Turismo.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|-------------------|--|---|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> Dominar los conceptos las ideas y los objetivos que rigen al Estado, el gobierno, las políticas públicas; el poder, los conflictos y las negociaciones para el diseño y la implementación de políticas públicas. Analizar los cambios históricos del rol del Estado, el gobierno y las políticas públicas para el desarrollo del Turismo. | <ul style="list-style-type: none"> Realizar lecturas interpretativas sobre el Estado, gobierno y políticas, y su evolución. En base a casos de estudio concretos distinguir las capacidades del Estado y sus instrumentos de gobierno. Realizar trabajos prácticos que permitan comparar los diversos niveles y alcances del Estado y de la gestión pública. | <ul style="list-style-type: none"> Domina conceptos que rigen el Estado el gobierno y las políticas públicas. Reconoce los diferentes roles y responsabilidades del Estado. Interpreta e interpela las políticas turísticas. Discute y argumenta sobre las herramientas del Estado. Diagnostica, desarrolla, ejecuta y dirige políticas públicas sectoriales. |

| | | | |
|-------------------|--|--|---|
| <p>Licenciado</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los roles las responsabilidades y los diferentes niveles del Estado (municipal, provincial y nacional) y organismos de gobierno que intervienen en políticas públicas respecto del desarrollo del Turismo. • Comprender qué es la política turística y cómo ésta se desarrolla y los principales instrumentos para su elaboración. • Analizar, comparar, evaluar, diseñar y ejecutar políticas públicas del Turismo; y participar en el diseño de otras políticas relacionadas y de los distintos problemas de su implementación. • Comprender la incidencia de las políticas macroeconómicas en el desarrollo de la actividad turística. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar salidas de campo u otras actividades para la observación de resultados de la implementación de políticas públicas. • Analizar casos testigos para la ejercitación sobre las políticas públicas en general y aplicadas al sector turístico en particular. | |
| <p>Técnico</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Comprender los conceptos y los objetivos que rigen al Estado, el gobierno, las políticas públicas, el poder, los conflictos y las negociaciones. • Reconocer los roles, las responsabilidades y los diferentes niveles del Estado y organismos de gobierno que intervienen en políticas públicas respecto del desarrollo del Turismo. • Aplicar técnicas de instrumentación de políticas turísticas de distinta naturaleza. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar lecturas interpretativas sobre el Estado, gobierno y políticas y su evolución. • En base a casos de estudio concretos distinguir las capacidades del Estado y sus instrumentos de gobierno. • Realizar trabajos prácticos que permitan comparar los diversos niveles y alcances del estado y de la gestión pública. | <ul style="list-style-type: none"> • Domina conceptos que rigen el Estado el gobierno y las políticas públicas. • Reconoce los diferentes roles y responsabilidades del Estado. • Interpreta las políticas turísticas. |

3. Gestión pública del Turismo

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Administración pública, organización y gestión.
- Tipos de organizaciones públicas, alternativas de gerenciamiento,

características y paradigmas.

- Metodologías de planificación, organización, evaluación y control de la gestión pública.
- Diseños de instrumentos para la medición de efectos del Turismo.
- Indicadores para la gestión del Turismo (mundial, nacional, regional, provincial y municipal).

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|------------|--|--|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Comprender los conceptos y objetivos que rigen a la administración y gestión pública. • Gestionar los procedimientos y las acciones de las organizaciones públicas, u otras relacionadas con la actividad turística. • Diseñar alternativas de gerenciamiento institucional. • Gestionar en base al interés público los recursos del Estado destinados al Turismo. • Comprender sobre el diseño y la implementación de instrumentos para la medición de los diversos efectos del Turismo. • Generar herramientas de uso gerencial en la toma de las decisiones adecuadas para la gestión pública. Comprender los conceptos y objetivos que rigen a la administración y gestión pública. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar lectura interpretativa y analítica sobre la administración como instrumento de gobierno. • Realizar en base a la lectura de bibliografía y documentos, análisis comparativos sobre gestión de destinos turísticos. • Analizar y comparar estudios de caso (éxitos y fracasos de la gestión pública turística). • Ejercitar el diseño de instrumentos para la medición de los diversos efectos del Turismo. • Realizar salidas de campo u actividades prácticas que permitan la observación de instancias de instrumentación de la gestión pública. • Realizar lectura interpretativa y analítica sobre la administración como instrumento de gobierno. | <ul style="list-style-type: none"> • Evalúa y planifica la agenda turística. • Discute y argumenta sobre el rol de la gestión pública en Turismo. • Organiza y gestiona procedimientos y acciones de las organizaciones públicas. • Formula e implementa herramientas de uso gerencial en organizaciones públicas. • Formula e instrumenta mecanismos de medición de los efectos del Turismo. |

| | | | |
|----------------|--|---|---|
| Técnico | <ul style="list-style-type: none"> • Comprender los conceptos y objetivos que rigen a la administración y gestión pública. • Acompañar e instrumentar procedimientos y las acciones de las organizaciones públicas, u otras del Turismo, o de los relacionados con la actividad. • Aplicar técnicas para la medición de los diversos efectos del Turismo y evaluar sus resultados. • Conocer y aplicar las herramientas de uso gerencial en la toma de las decisiones adecuadas para la gestión pública. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar lectura interpretativa y analítica sobre la administración como instrumento de gobierno. • Realizar en base a la lectura de bibliografía y documentos, análisis comparativos sobre gestión de destinos turísticos. • Analizar y comparar estudios de caso (éxitos y fracasos de la gestión pública turística). | <ul style="list-style-type: none"> • Participa de la agenda turística. • Se complementa con diversos profesionales en equipos de trabajo. • Discute y argumenta sobre el rol de la gestión pública en Turismo. |
|----------------|--|---|---|

4. Planificación del desarrollo y gestión del Turismo

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- La planificación como instrumento de la política.
- Evolución y tipos de planificación.
- La planificación del Turismo. La planificación del Turismo en Argentina.
- La formulación de planes, programas y proyectos turísticos.
- Modelos de desarrollo y gestión de destinos turísticos.
- Efectos y niveles de responsabilidad del desarrollo del Turismo.
- Dimensiones de la sostenibilidad; estrategias, herramientas y medidas para el Turismo responsable, sostenible y de calidad.
- Estudio de capacidad y límite para el uso turístico/recreativo de los recursos.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|-------------------|---|---|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Comprender la planificación, sus alcances y etapas y reconocer la importancia de su aplicación en el Turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la lectura interpretativa y analítica sobre la planificación como herramienta de gobierno. | <ul style="list-style-type: none"> • Explica la importancia de la planificación y sus herramientas. |

| | | | |
|--------------------------|---|---|--|
| <p>Licenciado</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Reconocer y comprender las interrelaciones entre plan, programa y proyecto. • Evaluar críticamente los paradigmas de la planificación e identificar los diferentes enfoques de la planificación del Turismo a nivel global, nacional y local. • Interpretar planes de desarrollo del Turismo y realizar diagnósticos. • Desarrollar, coordinar, diseñar, implementar, ejecutar planes estratégicos del Turismo, y realizar su seguimiento. • Conformación de equipos de trabajo para la planificación del Turismo. • Diseñar e implementar circuitos, caminos, rutas, corredores y productos turísticos. • Identificar, implementar y evaluar las diferentes metodologías de desarrollo de destinos turísticos (tradiciones o espontáneos, integralmente planificados). | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar actividades de análisis sobre las diversas etapas de la planificación sobre casos concretos. • Realizar análisis crítico con juego de roles, sobre planificación del Turismo desde el Estado. • Realizar trabajos prácticos para ejercitar y aplicar los conocimientos específicos sobre la planificación turística. • Practicar el diseño e implementación de instrumentos de puesta en marcha de planes, programas y proyectos y de su seguimiento. • Realizar salidas de campo o actividades prácticas, que permitan analizar, interpretar, comparar y constatar el proceso de planificación. | <ul style="list-style-type: none"> • Identifica los diversos enfoques de la planificación y los adapta a las necesidades. • Organiza grupos de trabajo transdisciplinario. • Construye circuitos turísticos. • Instrumenta diversas herramientas de gestión. • Diseña e implementa instrumentos para la puesta en marcha de planes, programas y proyectos y su posterior seguimiento. • Planifica salidas de campo u observación. • Propone estrategias de desarrollo del Turismo. • Planifica el desarrollo integral del Turismo. |
| <p>Técnico</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar e implementar circuitos, caminos, rutas, corredores y productos turísticos. • Identificar las diferentes metodologías de desarrollo de destinos turísticos (tradiciones o espontáneos, integralmente planificados). | <ul style="list-style-type: none"> • Comprender la planificación, sus alcances y etapas y reconocer la importancia de su aplicación al Turismo. • Identificar los distintos enfoques de la planificación en Turismo a nivel global, nacional y local. | <ul style="list-style-type: none"> • Conoce la importancia de la planificación y sus herramientas. • Identifica los diversos enfoques de la planificación y participa de ellos. • Conformar grupos de trabajo transdisciplinario. |

| | | | |
|-----------------------|--|---|---|
| <p>Técnico</p> | | <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar instrumentos y herramientas para la formulación de planes, programas o proyectos de desarrollo turístico. • Integrar equipos de trabajo para la planificación. | <ul style="list-style-type: none"> • Diseña circuitos turísticos. • Maneja diversas herramientas de gestión. • Reconoce diversos planes programas y proyectos. |
|-----------------------|--|---|---|

5. Inversiones y proyectos turísticos

Licenciados y Técnicos en Turismo

- Proyectos e inversiones en Turismo.
- Metodología para formular y evaluar proyectos turísticos.
- Evaluación económica y financiera del proyecto.

Contenidos

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|--------------------------|---|---|---|
| <p>Licenciado</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Conocer las metodologías para la elaboración, presentación y evaluación de proyectos turísticos. • Identificar ideas de proyectos y reconocer oportunidades de inversión en el sector del Turismo. • Analizar, diseñar, ejecutar, evaluar y realizar estudios de factibilidad de las inversiones turísticas, públicas, privadas o mixtas y de su seguimiento. • Formular y evaluar proyectos de inversión turístico-recreativos. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar lectura bibliográfica y documental sobre la inversión pública en el Turismo. • Realizar prácticas de aplicación de técnicas y procedimientos para la elaboración de un proyecto turístico. • Realizar actividades de ejercitación sobre formulación y evaluación de proyectos de inversión turístico-recreativos. • Analizar y comparar proyectos e inversiones turísticas. | <ul style="list-style-type: none"> • Evalúa las diferentes metodologías para un proyecto turístico. • Analiza la viabilidad de proyectos turísticos. • Identifica posibles líneas de financiamiento sectorial. • Discute y argumenta en diversos roles sobre proyectos de inversión. • Formula, evalúa e implementa proyectos de inversión en Turismo. |

| | | | |
|------------|--|--|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar presupuestos de proyectos de inversión. • Formular recomendaciones para incentivar las inversiones e identificar líneas de financiamiento. • Desarrollar guías de inversores. | <ul style="list-style-type: none"> • Efectuar ejercicios para la elaboración de proyectos de inversión. • Realizar salidas de campo u actividades prácticas que permitan identificar necesidades de inversión en Turismo. | |
| Técnico | <ul style="list-style-type: none"> • Conocer las alternativas de inversión y proyectos turísticos. • Aplicar instrumentos y herramientas para la ejecución y evaluación de proyectos turísticos. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar lectura bibliográfica y documental sobre la inversión pública en el Turismo. • Realizar prácticas de aplicación de técnicas y procedimientos para la elaboración de un proyecto turístico. • Realizar actividades de ejercitación sobre formulación y evaluación de proyectos de inversión turístico-recreativos. | <ul style="list-style-type: none"> • Explica las diferentes metodologías para un proyecto turístico. • Identifica posibles líneas de financiamiento sectorial. |

6. Procesos geopolíticos de integración del Turismo

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Los procesos de integración del Turismo en diferentes escalas: internacionales, nacionales, provinciales, regionales, municipal, otras.

- Niveles de integración, articulación, cooperación y organismos participantes.
- Estrategias de integración para la gestión de destinos turísticos.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|------------|---|--|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Conocer el alcance de los procesos de integración para la actividad turística. • Analizar las implicancias que los procesos de integración ejercen sobre el Turismo. • Desarrollar e implementar estrategias de procesos turísticos de integración. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar lectura interpretativa de bibliografías y documentos sobre los procesos geopolíticos y de integración y su vinculación con el Turismo. • Ejercitar sobre situaciones y problemáticas referidas a la integración en sus diversos niveles. • Realizar trabajos prácticos de análisis de acciones concretas relacionadas a la integración y el Turismo. • Realizar actividades de simulación sobre el desarrollo e implementación de estrategias de procesos de integración en Turismo. • Elaborar informes respecto de las implicancias que los procesos de integración ejercen sobre el Turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Argumenta sobre los alcances de los procesos geopolíticos de integración del Turismo. • Reconoce las implicancias de estos procesos de integración. • Desarrolla e implementa estrategias de procesos turísticos de integración. |
| Técnico | <ul style="list-style-type: none"> • Conocer el alcance de los procesos de integración para la actividad turística. • Asistir técnicamente en las actividades vinculadas con procesos de integración del Turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar lectura interpretativa de bibliografías y documentos sobre los procesos geopolíticos y de integración y su vinculación con el Turismo. • Ejercitar sobre situaciones y problemáticas referidas a la integración en sus diversos niveles. | <ul style="list-style-type: none"> • Reconoce las implicancias de estos procesos de integración. • Conoce los alcances de los procesos geopolíticos de integración del Turismo. |

7. Marco normativo del Turismo

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Derecho y Turismo.

- Derechos y Obligaciones.
- Normas y contratos del Turismo en los niveles internacional, nacional, provincial y municipal.
- Las relaciones contractuales en el ámbito del Turismo.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|------------|--|---|---|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Interpretar el funcionamiento del sistema jurídico nacional y su alcance a la actividad turística. • Desarrollar un pensamiento crítico respecto de las normas que rigen a la actividad turística y de los contratos aplicables. • Comprender la responsabilidad correspondiente a cada uno de los prestadores de servicios y la propia como profesional de la actividad. • Asesorar en el diseño, creación y actualización de normas y contratos relacionada con la actividad. • Formular recomendaciones relacionadas con las normas y contratos del Turismo. • Comprender la articulación del sistema jurídico nacional con la regulación internacional del Turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la búsqueda bibliográfica, informes y documentos a fin de observar la relevancia de las normas y contratos del Turismo. • Releva, analizar e interpretar la interacción del Turismo en el marco jurídico nacional, regional y mundial. • Realizar actividades propositivas relativas al marco normativo para destinos específicos. • Realizar trabajos prácticos sobre comparación y mejora de normas de Turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Comprende el funcionamiento del sistema jurídico. • Discute y argumenta sobre las normas específicas del Turismo. • Interviene en la formulación y recomienda adaptaciones y nueva normativa. |

| | | | |
|-----------------------|--|--|--|
| <p>Técnico</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Conocer las normas que rigen a la actividad turística y de los contratos aplicables. • Comprender la responsabilidad correspondiente a cada uno de los prestadores de servicios y la propia como profesional de la actividad. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la búsqueda bibliográfica, informes y documentos a fin de observar la relevancia de las normas y contratos del Turismo. • Releva, analizar e interpretar la interacción del Turismo en el marco jurídico nacional, regional y mundial. | <ul style="list-style-type: none"> • Explica el funcionamiento del sistema jurídico. • Discute y argumenta sobre las normas específicas del Turismo. |
|-----------------------|--|--|--|

8. Infraestructuras, instalaciones y equipamiento para el desarrollo del Turismo

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Competencia del uso de infraestructuras, instalaciones y equipamientos generales para el desarrollo del Turismo.

- Posibilidades de uso de infraestructuras, equipamiento e instalaciones para el desarrollo del Turismo.
- Desarrollo de infraestructuras, equipamientos e instalaciones para el Turismo.
- Requerimientos para la instalación de infraestructuras, instalaciones y equipamiento para el desarrollo del Turismo.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|--------------------------|--|--|---|
| <p>Licenciado</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Identificar las necesidades de mejoras, adecuaciones y desarrollos de infraestructuras e instalaciones relacionadas con el desarrollo del Turismo de acuerdo al entorno. • Formular recomendaciones para la mejora, adecuación o desarrollo de infraestructuras e instalaciones relacionadas con el desarrollo del Turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda y análisis de información de diferentes fuentes bibliográficas, relativa a la infraestructura como necesidad para el desarrollo y su importancia para el Turismo. • Realizar trabajos prácticos que permitan la identificación y formulación de recomendaciones sobre infraestructuras e instalaciones relacionadas con el desarrollo del Turismo en destinos específicos. | <ul style="list-style-type: none"> • Reconoce la infraestructura general y la turística. • Analiza críticamente las necesidades de infraestructura para el desarrollo turístico. • Realiza un inventario de infraestructuras e instalaciones turísticas. • Propone estrategias de mejora, adecuación o desarrollo de infraestructuras e instalaciones turísticas. |

| | | | |
|----------------|---|--|---|
| Técnico | <ul style="list-style-type: none"> • Conocer las infraestructuras e instalaciones relacionadas con el desarrollo del Turismo. • Asistir técnicamente en la formulación de recomendaciones para la mejora, adecuación o desarrollo de infraestructura en instalaciones relacionadas con el desarrollo del Turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda y análisis de información de diferentes fuentes bibliográficas, relativa a la infraestructura como necesidad para el desarrollo y su importancia para el Turismo. • Realizar trabajos prácticos que permitan la identificación y formulación de recomendaciones sobre infraestructuras e instalaciones relacionadas con el desarrollo del Turismo en destinos específicos. | <ul style="list-style-type: none"> • Reconoce en una salida de campo o en su entorno cotidiano la infraestructura general y la turística. • Analiza críticamente las necesidades de infraestructura para el desarrollo turístico. |
|----------------|---|--|---|

9. Agentes de desarrollo y cooperación

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Actores y agentes del desarrollo del Turismo.

- Sensibilización y concientización turística.
- Niveles y tipos de participación.
- Actores y agentes para la gestión del destino turístico.
- Niveles y ámbitos de cooperación y articulación entre los sectores público, privado y sociedad civil.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|-------------------|--|---|---|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Identificar y seleccionar los agentes involucrados en el desarrollo de la actividad turística. • Comprender la importancia de la definición e implementación de estrategias de cooperación para impulsar el desarrollo del Turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar lecturas interpretativas en material bibliográfico y documentos sobre los diversos tipos de agentes que intervienen en el desarrollo. • En base a casos de estudio efectuar un análisis crítico sectorial sobre las relaciones de cooperación para el desarrollo (regiones, corredores, integraciones). | <ul style="list-style-type: none"> • Distingue la diversidad de actores intervinientes en el desarrollo de la actividad turística. • Explica la importancia de la cooperación entre los agentes del sector turístico y su entorno. • Elabora y propone acciones e instancias de cooperación. |

| | | | |
|-------------------|--|--|--|
| <p>Licenciado</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Identificar y proponer instancias de cooperación, pública, privada o mixta. • Diseñar y coordinar acciones que permitan su instrumentación de forma conjunta. • Elaborar propuestas de participación a partir de los aportes de los sectores involucrados en el desarrollo del Turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar trabajo práctico sobre la base de un destino que permita desarrollar el diseño de estrategias de cooperación para el desarrollo del Turismo. • En base a casos de estudio reconocer y analizar los distintos niveles y tipos de participación en el desarrollo del Turismo • Realizar actividades prácticas sobre el diseño, coordinación y elaboración de propuestas de participación conjunta. • Realizar juego de roles sobre los actores/ agentes, los intereses e instancias de cooperación. • Generar debates fundamentados sobre las diferentes alternativas de sensibilización y concientización turística. | <ul style="list-style-type: none"> • Diseña y coordina acciones de instrumentación de acciones conjuntas. |
| <p>Técnico</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Conocer los agentes involucrados en el desarrollo de la actividad turística. • Comprender la importancia de la definición e implementación de estrategias de cooperación para impulsar el desarrollo del Turismo. • Asistir en las acciones operativas de las propuestas de participación de los sectores involucrados en el desarrollo del Turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar lecturas interpretativas en material bibliográfico y documentos sobre los diversos tipos de agentes que intervienen en el desarrollo. • En base a casos de estudio reconocer y analizar los distintos niveles y tipos de participación en el desarrollo del Turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Distingue la diversidad de actores intervinientes en el desarrollo de la actividad turística. • Explica la importancia de la cooperación entre los agentes del sector turístico y su entorno. |

Referencias bibliográficas

ACERENZA, M. (1995) "Administración del Turismo", México: Trillas.

AGUILO, E. Y J. ALEGRE, (2004) "Los retos de los destinos turísticos maduros. Las Islas Baleares, en: Análisis y tendencias del Turismo", en Jiménez, E. y R. Hernández (coord.) (pp. 255- 270), Madrid: Pirámide, (pp. 255-270).

BULL, A. (1994), "La economía del sector turístico", España: Editorial Alianza.

EJARQUE, J. (2003) "Destinos turísticos de éxito", Madrid: Pirámide.

IVARS BAIDAL, J. (2006) "La política turística", en Sáenz Cala, A. y Urbano P, (Coords) "Estructura económica del Turismo", Madrid: Síntesis.

JAFARI, J. (2005) "El Turismo como disciplina científica", Política y Sociedad 42 (1): 39 – 56.

MOLINA, S. (2000) "PosTurismo", México: Tesis Económicas.

MONTANER MONTEJANO, J. (2002), "Política y relaciones turísticas internacionales", Barcelona: Ariel Turismo.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1998), "Introducción al Turismo", Madrid: OMT.

PEARCE, D., (1991) "Desarrollo turístico", México.

VALLS, J., (1996) "Las claves del mercado turístico. Como competir en el nuevo entorno", Bilbao: Deusto.

VERA, F., (COORD.) (1997), "Análisis territorial del Turismo", Barcelona: Ariel.

WALLINGRE N. (2011) "Avances en la construcción del conocimiento del Turismo. Pensando la disciplina del Turismo desde una perspectiva integral", Artículo publicado en Revista Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 20 N° 1, enero, (pp. 149-170). ISBNISSN 1851-1732.

<http://www.estudiosenTurismo.com.ar/MT-MD-v20-1.htm>

WALLINGRE, N. Y VILLARA. (COMPS), (2009) "Desarrollo y Gestión de Destinos Turísticos", Primera re-edición, 2011. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.

NÚCLEO: TURISMO, ORGANIZACIONES Y SERVICIOS

Fundamentación

El Turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el Turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (OMT).

Como tal, el Turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el Turismo, hacen necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del Turismo.

En la actualidad, el mercado se ha caracterizado por una evolución constante, por lo que las Organizaciones Turísticas deben ser capaces de captar sus exigencias y de aumentar permanentemente su satisfacción, ya que solo las entidades que se caractericen por la calidad de sus servicios sobreviven en el mercado, alcanzan notoriedad y prosperan. Esto solo se logra si existe una capacidad para adaptarse a estos cambios por parte de la Dirección, la Organización y las Personas que son precisamente las ejecutoras de estos procesos y están en condiciones de garantizar la plena correspondencia de éstos con vistas a alcanzar un adecuado desempeño empresarial (Pérez Pravia, M. y Leyva Cardenosa, 2009).

Las empresas y organizaciones turísticas están sometidas a condicionantes como la estacionalidad, las elevadas expectativas y la fuerte carga

emocional que el consumo de este tipo de servicios supone para el turista. De ahí la importancia de una adecuada gestión y formación de los recursos humanos o el papel de la intermediación en la estructura del sector como consideraciones relevantes y que las distingue de las de otros sectores. La adaptación de las formas y herramientas de gestión empresarial al escenario del sector turístico requiere una atención especial. Resulta fundamental aprehender los grandes conceptos empresariales (empresa, empresario y objetivos), las diferentes funciones organizativas (operaciones, marketing, finanzas y dirección) o las relaciones con el entorno (Casanueva Rocha, y Gallego 2009).

La problemática de la empresa y el empresario, la economía y la administración de la empresa turística debe analizarse desde la mirada de las particularidades en la gestión de los distintos tipos de empresas turísticas -restaurantes, hoteles, agencias de viajes, empresas de transporte- la calidad y las nuevas tecnologías aplicadas al sector, y el crecimiento y la internacionalización de la empresa turística (Martín Rojo, 2004).

Asimismo tiene particular relevancia la creación de empresas de este sector, teniendo en cuenta aspectos tales como la ordenación del territorio, la planificación urbanística y arquitectónica, las infraestructuras o el medio ambiente en las zonas turísticas, así como las competencias de la Administración Pública y las principales instituciones, organizaciones y asociaciones turísticas.

La actividad turística en toda su extensión, no escapa de una filosofía de Marketing pues, su punto final es sin lugar a dudas el hombre y la satisfacción de sus necesidades de recreación, placer y esparcimiento, desenvolviéndose como un hecho de carácter social pero con implicaciones

económicas muy significativas. El Marketing turístico se convierte en el principal instrumento de que se dispone para estimular el funcionamiento del sistema turístico y para incrementar así, las corrientes turísticas hacia las regiones receptoras; de manera que de su eficacia depende, en gran medida, el éxito de los planes de desarrollo turístico emprendidos por los destinos (Seguí y Rodríguez, 2012)

Ejes del Núcleo

- 1) Economía del Turismo
- 2) Calidad turística
- 3) Planeamiento y Gestión de las Organizaciones Turísticas
- 4) Servicios Turísticos
- 5) Marketing Turístico

1. Economía del Turismo

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- La lógica económica: lenguaje y naturaleza de la teoría económica, instrumentos de análisis económico.
- Herramientas de análisis matemático y estadístico aplicadas.
- La demanda y la oferta turística.
- El funcionamiento de los mercados turísticos y su tipología.
- Sistemas económicos y financieros y su relación con la actividad turística.
- Las funciones de producción y costos en Turismo.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|------------|---|---|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Analiza los principios de la microeconomía y su impacto en el Turismo. • Comprende el comportamiento de la demanda, la oferta y el mercado turístico mediante el uso de herramientas matemáticas y de estadística para elaborar estrategias en la empresa turística. • Valora la importancia de la elaboración de proyectos turísticos de impacto económico y social. | <ul style="list-style-type: none"> • Elabora planes de negocios para empresas turísticas de distintas magnitud, relacionando variables del contexto, identificando productos y segmentos de demanda, analizando estructura de costos, y elaborando diagramas de flujo que representen la interrelación entre los agentes económicos. | <ul style="list-style-type: none"> • Identifica la estructura empresarial del Turismo con los modelos de competencia dentro del contexto microeconómico. • Planifica y selecciona el plan de negocios de una agencia de viajes. • Planifica procesos que satisfagan necesidades sociales a través de la actividad turística. • Propone y organiza los costos de la empresa turística para lograr su eficiencia y competitividad. |

- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Relaciona el flujo circular de la economía turística y los flujos de riqueza entre los agentes.• Evalúa la economía de la escasez y su enfoque económico-turístico.• Utiliza las herramientas pertinentes para la evaluación de proyectos turísticos y su inserción en diferentes mercados.• Estudia a través de las herramientas de análisis e investigación de mercado el perfil de la demanda para adecuar la oferta turístico-empresarial. | <ul style="list-style-type: none">• Realiza un estudio de mercado, que describa la demanda turística, las características de la oferta y el comportamiento del mercado turístico y realiza investigaciones sobre el comportamiento y tendencias de los mercados turísticos en diferentes contextos económicos. | <ul style="list-style-type: none">• Analiza y resuelve situaciones problemáticas del mercado turístico y toma decisiones adecuadas.• Evalúa la decisión del consumidor tomando en cuenta los precios del mercado, las limitaciones presupuestarias y de tiempo de la demanda turística.• Planifica y diseña estrategias para la adaptación de las empresas turísticas a los distintos comportamientos del mercado.• Formula un proyecto turístico de impacto económico y social desde diferentes ópticas (pública o privada).• Reconoce los óptimos de producción de servicios de las empresas turísticas.• Propone modelos económicos de base turística que prioricen la sustentabilidad del medio ambiente.• Adecua los procesos productivos y de servicios en forma eficiente a cada mercado turístico.• Elabora un proyecto de estudio del perfil de demanda de un destino turístico, con el objeto de maximizar el ingreso total utilizando la elasticidad como herramienta fundamental. |
|---|--|--|

| | | | |
|-----------------------|---|--|--|
| <p>Técnico</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Valora la importancia de la elaboración de proyectos de impacto económico y social. • Analiza los principios de la microeconomía y su impacto en el Turismo. • Adecua las herramientas de las ciencias exactas a la actividad turística y las aplica a la operativa de la información. • Reconoce la importancia e integra la unidad ejecutora para la elaboración de proyectos de impacto económico y social. • Interpreta el comportamiento de la demanda, la oferta y el mercado turístico mediante el uso de herramientas matemáticas y de estadística. • Identifica y aplica las herramientas de análisis e investigación de mercado para determinar el perfil de la demanda turística. | <ul style="list-style-type: none"> • Relaciona la empresa con el entorno micro-económico. • Establece qué, cómo y para quién producir. • Interpreta procesos que dan por resultado la satisfacción de necesidades sociales. • Aplica la eficiencia técnica y económica a los costos aplicados al Turismo para lograr eficiencia y competitividad en la empresa turística. • Recoge información de estadística turística, tabula y organiza la información como insumo para la toma de decisiones. • Elabora datos estadísticos. • Diseña e implementa encuestas. • Interpreta indicadores de rentabilidad. • Lee e interpreta proyectos turísticos de impacto económico y social. | <ul style="list-style-type: none"> • Interpreta el comportamiento de la demanda, la oferta y el mercado turístico analizando informes estadísticos. • Identifica las características de la demanda, la oferta y el mercado turístico. • Interpreta los procesos de la estadística turística descriptiva. • Recopila datos que sirvan a proyectos turísticos. • Integra la unidad ejecutora de proyectos de investigación turística. |
|-----------------------|---|--|--|

2. Calidad turística

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Gestión de la Calidad: Introducción a la Calidad.
- Teorías y principios de la gestión de la Calidad.
- Herramientas de Gestión de la Calidad.

- Sistemas de calidad turística.
- Normalización y Certificación de la Calidad (Nacional e internacional).
- Sistema Argentino de Calidad Turística. Certificaciones.
- Componentes de un sistema de Calidad: procesos, procedimientos, mejora continua, indicadores, documentación, auditorías.
- Conformidad, medidas preventivas y correctivas en la cultura organizacional.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|--|---|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Analiza el cambio hacia la gestión de la calidad en la cultura organizacional. • Interpreta las diversas teorías de calidad en las organizaciones turísticas. • Comprender las herramientas de gestión de la calidad del sistema argentino de calidad turística. • Comprende y propone procesos de calidad y control de calidad del servicio turístico y su relación con las políticas públicas, la responsabilidad social empresaria, las normas y la sustentabilidad. • Comprende el factor de satisfacción en la atención al cliente. • Mejorar la atención al mismo desde el conocimiento de quien es el cliente. • Comprende la importancia de la recomendación, planificación del producto turístico. • Define las distintas dimensiones del destino turístico, sus componentes y sus características diferenciales. | <ul style="list-style-type: none"> • A partir de estudios de casos, distingue e investiga las nuevas necesidades del mercado. • Vincula distintas tendencias hacia la gestión de la calidad con la praxis y con los desafíos de las organizaciones turísticas. • Describe y valora aportes de diferentes teorías de la calidad en Turismo. • Fundamenta perspectivas propias respecto a debates de teorías de calidad en las organizaciones turísticas. • Comprende y explica cada herramienta: Sistema inicial de gestión organizacional (SIGO); Programa Buenas Prácticas. • Analiza experiencias de aplicación de herramientas de gestión de la calidad. • Reconoce, analiza y explica las distintas fases de los procesos de calidad. • Reconoce los procesos de producción de los servicios turísticos. • Plantea indicadores para el monitoreo del sistema y sus resultados. • Relaciona la gestión de calidad de las organizaciones con políticas públicas. | <ul style="list-style-type: none"> • Elabora análisis crítico del cambio en las organizaciones turísticas hacia la gestión de la calidad. • Realiza una evaluación crítica de las teorías de calidad. • Realiza propuestas de aplicación de sistemas de calidad y control de calidad en organizaciones turísticas. |

| | | | |
|-----------------------|--|--|--|
| <p>Técnico</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Reconoce y analiza el cambio hacia la gestión de la calidad en la cultura organizacional. • Interpretar las diversas teorías de calidad en las organizaciones turísticas. • Comprende las herramientas de gestión de la calidad del sistema argentino de calidad turística. • Interpreta y proponer procesos de calidad y control de calidad del servicio turístico y su relación con las políticas públicas, la responsabilidad social empresaria, las normas y la sustentabilidad. • Comprende el factor de satisfacción en la atención al cliente. • Comprende la importancia de la recomendación, planificación del producto turístico. • Define las distintas dimensiones del destino turístico, sus componentes y sus características diferenciales. | <ul style="list-style-type: none"> • Distingue las nuevas necesidades del mercado. • Analiza los desafíos de las organizaciones turísticas en la aplicación de gestión de la calidad. • Explicita las características de las diversas teorías de calidad en las organizaciones turísticas. • Explica las diferencias entre las distintas teorías de calidad. • Describe cada herramienta: Sistema inicial de gestión organizacional (SIGO); Programa Buenas Prácticas. Distingue experiencias de aplicación de herramientas de gestión de la calidad. | <ul style="list-style-type: none"> • Elabora análisis crítico del cambio en las organizaciones turísticas hacia la gestión de la calidad. • Describe las diversas teorías de la calidad en las organizaciones turísticas. • Explica las herramientas de gestión de la calidad del sistema argentino de calidad turística. |
|-----------------------|--|--|--|

3. Planeamiento y Gestión de las Organizaciones Turísticas

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Tipología de las organizaciones no gubernamentales (ONG).
- Organizaciones no gubernamentales para el desarrollo: entidades

intermedias, entidades mercantiles sin fines de lucro. Características, elementos, funcionamiento y dinámicas de estas organizaciones turísticas.

- Clasificación de entidades intermedias y de entidades mercantiles sin fines de lucro.
- Principales entidades del sector turístico: asociaciones gremiales empresarias en hotelería, transporte, gastronomía y agencias de viajes.

- Entidades mercantiles sin fines de lucro: obras sociales, organismos nacionales y provinciales de carácter oficial, cooperativas, mutuales y sindicatos.
- Cámara Argentina de Turismo (CAT). Misión, visión y valores. Cultura organizacional.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|------------|--|---|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Comprende los distintos tipos de ONG y las relaciona con su contexto. • Relaciona las herramientas necesarias para promover el desarrollo del Turismo desde las ONG. • Comprende la administración de programas y proyectos en las organizaciones no gubernamentales del sector. • Comprende el proceso de planificación y control de gestión en la ONG del sector turístico. • Comprende y aplica el marco jurídico legal en el que se desenvuelven las entidades no gubernamentales. | <ul style="list-style-type: none"> • Analiza la pertinencia de aplicación de convenios en situaciones específicas. • Selecciona y procesa información para la toma de decisiones. • Distingue e investiga las oportunidades del entorno que ayuden a lograr las metas de la organización. • Distingue las diferencias entre Plan, Programa y Proyecto y analiza sus vinculaciones. • Fundamenta perspectivas respecto al modo de lograr las metas de la organización. • Reconoce e identifica el marco jurídico a aplicar de acuerdo a casos concretos. | <ul style="list-style-type: none"> • Interpreta procesos que dan por resultado el logro de las metas de la organización. • Evalúa críticamente la estructura y funcionamiento de las organizaciones. • Elabora análisis y propuestas de toma de decisiones. • Evalúa críticamente la administración de programas y proyectos que ayuden a lograr las metas de la organización. • Utiliza el marco jurídico legal en entidades no gubernamentales para que su funcionamiento se enmarque en los parámetros de lo establecido por la legislación. |
| Técnico | <ul style="list-style-type: none"> • Comprende el funcionamiento de las ONG. • Interpreta la capacidad operativa en materia turística. • Analiza las entidades en su entorno económico turístico. | <ul style="list-style-type: none"> • Construye a partir de la lectura del material previo, los principios básicos. • Selecciona fuentes de información a fines a la temática a tratar. | <ul style="list-style-type: none"> • Posee capacidad para interpretar el subsistema económico referido. • Aborda de forma crítica y reflexiva los procesos dados en contextos locales, nacionales, regionales e internacionales. |

| | | | |
|-----------------------|---|---|---|
| <p>Técnico</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Comprende y utiliza el marco jurídico legal de las entidades. | <ul style="list-style-type: none"> • Procesa la información recabada para elaborar informes respectivos. • Constata el informe obtenido mediando la puesta en común. • Desarrolla ejercicios de simulación de actividades enmarcadas en las ONG. • Realiza trabajo de campo: conocimiento, reconocimiento y valoración del sistema que constituye la economía social. | <ul style="list-style-type: none"> • Dispone de herramientas para interpretar el desenvolvimiento de las entidades mencionadas en la actividad económica del Turismo en el ámbito local, nacional, regional e internacional. |
|-----------------------|---|---|---|

4. Servicios Turísticos

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Fundamentos en administración y gestión de empresas turísticas.
- Tipologías de las Organizaciones Turísticas.
- Características, elementos, funcionamiento y dinámica de las Organizaciones Turísticas.
- Planeamiento, formalización y dirección de empresas turísticas.

- Diseño y gestión del producto turístico.
- Principales procesos de organización y coordinación del trabajo.
- Decisiones sobre Recursos Humanos y diseño de servicios en la empresa turística.
- Control de Gestión.
- Gestión económica Financiera de la Empresa Turística.
- Estrategias de compromiso del sector empresarial en la Responsabilidad Social empresaria.
- Estrategias para el logro de la accesibilidad de la empresa turística.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|--------------------------|---|---|--|
| <p>Licenciado</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Comprende y pone en práctica la Planificación, Desarrollo, Dirección y Gestión integral de Empresas Turísticas. | <ul style="list-style-type: none"> • Analiza en forma crítica los distintos tipos de estructura organizacional de las empresas turísticas, a partir de casos reales. | <ul style="list-style-type: none"> • Reconoce e identifica los componentes fundamentales para el desarrollando y desarrollo de empresas turísticas. |

| | | | |
|-------------------|---|--|--|
| <p>Licenciado</p> | | <ul style="list-style-type: none"> • Elabora propuestas siguiendo las etapas de planificación de acuerdo a diferentes tipos de empresas. • Desarrolla propuestas de planificación y control de gestión en las empresas turísticas. • Analiza la gestión de las operaciones en las empresas turísticas. • Administra bases de datos de las empresas turísticas, para facilitar la planificación de las mismas. • Reconoce y analiza el proceso de determinación de toma de decisiones en las empresas del sector. • Interpreta y evalúa la información económica financiera de las empresas turísticas. • Conoce las herramientas de uso gerencial en las empresas turísticas. | <ul style="list-style-type: none"> • Propone nuevas formas de organización de las empresas turísticas. • Elabora propuestas de planificación y gestión para empresas turísticas. • Reconoce la complejidad de la gestión de una empresa turística. • Reconoce las distintas operaciones de las empresas turísticas. • Reconoce los procesos para la prestación del servicio. • Genera propuestas de mejora en los procedimientos. • Obtiene, maneja e interpreta los datos estadísticos de las empresas turísticas. • Elabora análisis y propuesta del proceso de toma de decisiones en las empresas turísticas. • Realiza e interpreta diversos ratios, porcentajes, rotaciones conjuntamente con un análisis vertical y horizontal de la información contable de la organización. • Comprende sistemas de gestión aplicados en empresas turísticas (agencias de viajes, hoteles, transportes, etc.). |
| <p>Técnico</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Comprende la organización de las empresas turísticas. | <ul style="list-style-type: none"> • Estudia las características distintivas de los servicios turísticos y las analiza en empresas turísticas reales. | <ul style="list-style-type: none"> • Analiza la estructura y funcionamiento de las empresas turísticas. |

Técnico

- Comprende la producción, dirección y gestión de los servicios en empresas turísticas.
- Analiza los distintos tipos de estructura organizacional de la empresa turística y la relación entre las distintas áreas.
- Analiza los procedimientos operativos de las distintas empresas turísticas y las relaciones entre sus áreas operativas.
- Conoce los documentos básicos del sector para cada tipo de empresa turística.
- Estudia los procedimientos operativos correspondientes a las relaciones con los clientes y sus proveedores.
- Conoce los sistemas informáticos de gestión interna de la empresa y los programas específicos que rigen los procedimientos operativos en este tipo de programas.
- Conoce los procedimientos para el armado de productos, programas y circuitos en Agencias de Viajes.
- Conoce los procedimientos operativos de las distintas empresas turísticas y las relaciones entre ellas.
- Genera e interpreta la documentación asociada a la prestación del servicio.
- Selecciona los proveedores más adecuados para garantizar la elaboración del producto.
- Utiliza los programas informáticos de gestión interna de las empresas y los programas específicos que rigen los procedimientos operativos en este tipo de empresas.
- Diseña y programa productos, programas y circuitos turísticos en agencias de viajes.

5. Marketing Turístico

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Fundamentos del marketing turístico.
- Características del marketing de servicios.
- Planificación estratégica: Marketing estratégico aplicado al Turismo.
- Marketing on-line.
- Entorno del marketing.
- Marketing mix: Precio. Producto Turístico. Promoción Turística.
- Mercado Turístico.
- Segmentación de Mercados Turísticos.
- Management.
- Plan de negocios.

Licenciado

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la |
|--|---|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Comprende los principios básicos del marketing de servicios del Turismo. • Comprende los componentes del marketing. • Conoce la planificación estratégica y la matriz FODA. • Utiliza las herramientas de análisis del marketing. • Comprende las estrategias de segmentación del mercado turístico. • Evalúa el mercado turístico. • Utiliza el marketing on-line como medio de promoción turística. • Interpreta material relacionado con el marketing de destinos en el ámbito internacional, regional, nacional y local. • Compara los componentes del marketing que influyen en el entorno internacional, regional, nacional y local. • Aplica los componentes del plan de negocio turístico. • Comprende y utiliza el Management. | <ul style="list-style-type: none"> • Aplica los principios básicos del marketing a diferentes productos y/o servicios turísticos. • Analiza empresas o destinos turísticos utilizando la matriz FODA y elabora informes. • Compara resultados analizando el macro entorno de la empresa de servicios turísticos. • Produce informes investigando los mercados en el ámbito internacional, nacional, regional y local de destinos y/o empresas de servicios turísticos. • Elabora informes analizando y segmentando el mercado de una empresa o destino turístico. • Produce textos a partir del análisis de los productos de servicios turísticos de empresas o destinos internacionales, regionales, nacionales y locales. • Compara resultados de los precios de productos de servicios turísticos, pudiendo determinar el valor del mismo. • Realiza trabajos de campo. | <ul style="list-style-type: none"> • Identifica y aplica adecuadamente los principios del marketing en productos y/o servicios turísticos. • Utiliza informes y recursos que le permita identificar segmentos de mercado para empresas o destinos turísticos en el ámbito internacional, nacional, regional y local. • Aplica matriz FODA en informes de empresas o destinos turísticos. • Determina los productos principales, auxiliares y de apoyo de una empresa o destino turístico. • Identifica y determina los componentes del macroentorno de la empresa de servicios turísticos. • Determina el mercado de un destino o de servicios turísticos en el ámbito internacional, nacional, regional y local. • Posee herramientas para analizar el mercado de empresas o destinos turísticos. • Cuenta con herramientas para determinar el mercado meta de una empresa o destino turístico e implementa políticas para posicionarlos. |

| | | | |
|------------|--|--|---|
| Licenciado | | <ul style="list-style-type: none"> • Produce informes analizando políticas promocionales de destinos o productos de servicios turísticos en el ámbito internacional, nacional, regional y local. | <ul style="list-style-type: none"> • Elabora el plan de negocio turístico. • Capacidad para liderar estratégicamente en el ámbito internacional, nacional, regional y local. |
| Técnico | <ul style="list-style-type: none"> • Conoce los principios y los componentes del marketing de servicios del Turismo. • Comprende la planificación estratégica de empresas turísticas y la matriz FODA. • Conoce y aplica las herramientas de análisis del marketing. • Conoce el marketing on-line como estrategia de promoción turística. • Conoce las estrategias de segmentación de mercado. • Analiza e interpreta material relacionado con el marketing de destinos en el ámbito internacional, regional, nacional y local. • Conoce y aplica los componentes del plan de negocio turístico. • Conoce y aplica el Management. | <ul style="list-style-type: none"> • Investiga y comprende los principios básicos del marketing de servicios en Turismo. • Produce informes analizando empresas o destinos turísticos utilizando la matriz FODA. • Produce informes investigando los mercados en el ámbito, nacional, regional y local de destinos y/o empresas de servicios turísticos. • Elabora informes analizando y segmentando el mercado de una empresa o destino turístico. • Produce textos a partir del análisis de servicios turísticos de empresas o destinos internacionales, regionales, nacionales y locales. • Compara resultados de los precios de productos de servicios turísticos, pudiendo determinar el valor del mismo. • Realiza trabajos de campo. | <ul style="list-style-type: none"> • Posee capacidades interpretativas para entender cuáles son los componentes del marketing de servicios en Turismo. • Elabora el plan de negocio turístico. • Capacidad para determinar el segmento de mercado, pudiendo identificar el mercado meta de una empresa turística. • Reconoce e identifica los productos principales, auxiliares y de apoyo de una empresa turística. • Identifica y determina los componentes del microentorno de la empresa de servicios turísticos. • Determina el mercado de servicios turísticos. • Determina el mercado meta de una empresa turística. • Utiliza y aplica los conocimientos adquiridos para emprender y dirigir estratégicamente empresas de servicios turísticos. |

Referencias Bibliográficas

CASANUEVA ROCHA, C. Y GALLEGO AGUEDA, A. (2009) Empresas y Organizaciones Turísticas. Madrid: Pirámide. ISBN 9788436823080.

MARTÍN ROJO, I. (2004) Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico. (3ª Edición). Madrid : Pirámide. ISBN: 978-84-368-1867-3 84-368-1867-9.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) Entender el Turismo: Glosario Básico. Consultado el 25 de Julio 2013 de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-Turismo-glosario-basico>

PÉREZ PRAVIA, M. Y LEYVA CARDEÑOSA, L. (2009). El cambio. Un reto de las Organizaciones Turísticas. [versión electrónica] Turismo y Desarrollo Local Vol. 2, N° 5. Consultado el 23 de Julio 2013 de http://econpapers.repec.org/article/ervturdes/y_3a2009_3ai_3a5_3a17.htm

SEGUÍ LEÓN, G Y RODRÍGUEZ MILÓ, D. (2012). El marketing por una mejor calidad de los servicios turísticos en Cuba. Cuba: Universidad de Pinar del Río [versión electrónica]. REDMARKA UIMA - Universidad de la Coruña - CIECID Año V, Número 9, (2012), v2 pp. 29-61 Consultado el 25 Julio 2013 de <http://www.redmarka.org> ISSN 1852-2300

NÚCLEO: TERRITORIO Y RECURSOS TURÍSTICOS

Fundamentación

TERRITORIO: (...) *la palabra territorio deriva de las raíces latinas terra y torium, que conjuntamente significan la tierra que pertenece a alguien (Lobato Correa, 1997). El territorio es, por tanto, un concepto relacional que insinúa un conjunto de vínculos de dominio, de poder, de pertenencia o de apropiación entre una porción o la totalidad del espacio geográfico y un determinado sujeto individual o colectivo. De ahí que cuando designamos un territorio siempre estamos asumiendo, aun de manera implícita, la existencia de un espacio geográfico y de un sujeto que ejerce sobre él cierto dominio, una relación de poder, una calidad de poseedor o una facultad de apropiación...* (G. Montañez Gómez)... *no se refieren solo a vínculos de propiedad sino también a aquellos lazos subjetivos de identidad y afecto existentes entre el sujeto y su territorio (...)* (Furlan y Hernández).

El territorio representa a una realidad multidinámica con la que se vincula una sociedad, según lo expresado por Capellá H. (2001:20) *“la identidad territorial no ha desaparecido sino que se establece cada vez más sobre una vertiente simbólica”* y agrega *“el territorio ejerce, en consecuencia, un papel renovado no sólo en el individuo y en el espacio (...) la plasmación de un mundo idealizado sobre una realidad dispar por parte de los urbanistas ansiosos de autenticidad, está provocando la transformación de algunos territorios”* Según lo antes expresado, queda explícitamente establecido que los procesos globales son muy selectivos desde el punto de vista espacial; esto ha introducido un nuevo factor de competencia y competitividad, el territorial, en ocasiones se desencadena, lo que Milton Santos identifica como la “guerra de los lugares”. De esta forma el territorio concreto, lo local está presente en lo global, juega un papel activo, no es un simple contenedor de actividades, es una realidad relacional donde existen objetos de índole muy diversa, natural, social, política, o cultural

y un conjunto de relaciones muy complejas, en las cuales la sociedad adquiere un importante protagonismo.

Cada territorio local tiene un rol, un valor y asume un protagonismo o queda al margen según la naturaleza de los procesos económicos de cada momento; puede cambiar su posición dada la relación entre las necesidades de los dominantes y las potencialidades espaciales. No hay contradicción entre lo global y lo local, existe, por el contrario, una influencia mutua, reflejada en la capacidad de atracción para unas actividades concretas, o la modificación de ciertos procesos globales por el territorio local.

RECURSOS: *La Declaración de Manila (Organización Mundial del Turismo, Filipinas 1980), expresa en el punto 18: “Los recursos turísticos de que disponen los países están constituidos a la vez por espacio, bienes y valores. Se trata de recursos cuyo empleo no puede dejarse a una utilización incontrolada y correr el riesgo de su degradación, incluso, su destrucción”; y en el punto 3. “Son aquellos bienes que por sus características naturales, culturales o recreativas constituyen un atractivo capaz de motivar desplazamientos turísticos”.*

En palabras de Jafari (2000:635) *“el Turismo se define como el estudio del ser humano (el turista) cuando se encuentra lejos de su hábitat normal, de los equipamientos, las infraestructuras y las redes de servicios que han de satisfacer sus diversas necesidades y de los mundos “ordinario” (del que procede el turista) y “extraordinario” (al que viaja el turista), así como las relaciones dialécticas que se establecen entre ambos contextos”.*

El Turismo es esencialmente un fenómeno social que necesita para su concreción, la existencia de paisajes en determinados sitios, que permitan su uso y goce. *“Una vez establecido el paisaje como la percepción*

visual del territorio, cabe afirmar que este constituye uno de los recursos turísticos esenciales” (Fernández Tabales, 2004)

Ese espacio -territorio como dice Bertoncello- *“no es otra cosa que hablar de zonas de destino, como soporte el cual posee características físicas que posibilitan una determinada funcionalidad”.*

Los elementos que conforman un paisaje constituyen recursos fundamentales para la composición de los Productos Turísticos, en cuya variedad y diversidad permiten potenciar el mismo, asegurando el grado de competitividad en el mercado.

“La búsqueda de lo genuino y diferenciado de la autenticidad territorial que distingue a un espacio, destino frente a lo estandarizado del otro” (Fernández Tabales, 2004).

66

Estos destinos o espacios de ocio ocupan determinados territorios, a los que la actividad hace suyo, y como lo define Milton Santos cuando dice: *...“apropiación y transformación de un espacio por parte de una sociedad, implica entonces la construcción de un territorio, su uso, su conversión en un “territorio usado” (2001).*

El sobreuso de esos territorios, por la actividad turística, provoca influencias en las áreas de destino, dadas por las relaciones entre el espacio, los visitantes y residentes. Estas implicancias se observan a nivel ambiental, económico, social y cultural, siendo fundamental su mitigación a través de acciones planificadas y administradas por gestores de la actividad a fin de incentivar los efectos positivos y disminuir lo negativos.

“La disposición de los recursos turísticos en el territorio, la transformación espacial inducida por los equipamientos de ocio y Turismo, los impactos positivos y negativos en el ambiente y la cultura local, el territorio geográfico,

entendido como imagen y producto de destino para las motivaciones de la demanda, son muestras de las estrechas relaciones de interdependencia y articulación sistémica entre territorio, ambiente y Turismo” (Guzman Ramos y Fernández, 1997).

Así como la geografía sostiene y diferencia las prácticas del ocio y el Turismo, los gestores de la actividad *“deben tener conciencia que las mismas se encaminan a su autodestrucción. Es vital la evolución hacia un modelo amigable en el cual se puedan disfrutar los recursos naturales y experimentar las culturas preservándolas para el futuro” (Frers, 2004).*

Aquí se hace imprescindible plantear lo que entendemos por PATRIMONIO y ATRACTIVOS, ya que son no sólo resultado de la naturaleza sino también de la acción del hombre en ese medio a través de los tiempos y de la actividad de los profesionales del Turismo depende básicamente:

PATRIMONIO: Las definiciones tradicionales de este término se asocian a la noción de herencia o legado, a lo transmitido o que se puede transmitir, desde los tiempos de los antepasados. El uso en el ámbito turístico lo clasifica en patrimonio cultural o natural. Según postula Jafari (2000), la Convención sobre el Patrimonio Universal (1982) propone a las naciones participantes que garanticen la identificación, protección, conservación, presentación y transmisión a las generaciones futuras del patrimonio cultural y natural que atesora el mundo. En palabras de Jafari *“...el patrimonio cultural comprende: la historia y las ideas de un pueblo y/o país, los valores y las creencias, las construcciones y los monumentos, los lugares donde se desarrollaron acontecimientos importantes en el pasado, las artes (literatura, música, danza, escultura y otras manifestaciones artísticas), los actos y festividades costumbristas y los estilos de vida tradicionales” (2001).*

El concepto de patrimonio natural se refiere a los paisajes donde predominan zonas silvestres prístinas (bosques que no fueron talados, ríos sin represas,

montañas sin explotación agrícola, minera, sin intervención entrópica. Jafari afirma *“los paisajes modificados por el hombre se consideran parte del patrimonio o riqueza cultural atesorados por las distintas comunidades”* (2000).

ATRATIVOS NATURALES Y CULTURALES: Constituyen una parte integral del sistema turístico y se diferencian por su localización, dado que el turista es quien se dirige hacia ellos. Los objetos sobre los cuales se crean los atractivos son recursos naturales y culturales. Desde la mirada del turista, los recursos pueden ser objetos para ver, actividades para realizar y experiencias para recordar (Jafari, 2000).

Ejes del Núcleo

- 1) Utilización del Territorio por la Actividad Turística
- 2) Patrimonio Natural y Cultural
- 3) Atractivos Naturales y Culturales
- 4) Equipamiento, instalaciones e infraestructura
- 5) Ordenamiento territorial turístico
- 6) Conservación de los recursos
- 7) Repercusiones del Turismo en el ambiente

1. Utilización del Territorio por la Actividad Turística

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Espacio, territorio, región y lugar.
- Componentes, formas, relaciones.
- Oportunidades, amenazas, debilidades y potencialidades del territorio turístico.
- Proceso de apropiación de los territorios turísticos.

- Interrelación: Territorio-Sociedad-Turismo.
- Fragmentación y desigualdades: sociales, culturales, ambientales y económicas.
- Nuevas territorialidades.
- Espacios turísticos mundiales y argentinos.
- Centros y flujos turísticos: actualidad y tendencias.

2. Patrimonio Natural y Cultural

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Identidad como construcción colectiva.
- El Turismo y la identidad.
- Definición y caracterización del Patrimonio: natural y cultural, material e inmaterial. Patrimonio viviente.
- Uso social del patrimonio.
- Expresiones culturales.
- Marco normativo, medidas de protección y preservación del patrimonio.
- Patrimonio y territorio en el marco de la interpretación. Estrategias de interpretación. Circuitos o senderos interpretativos.
- Patrimonio Cultural y Natural: el valor y uso turístico.
- Ambiente, Turismo y preservación.
- Áreas naturales protegidas. Metodologías y técnicas de relevamiento de los recursos.
- Situación actual y tendencias.

3. Atractivos Naturales y Culturales

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Recursos y atractivos: conceptualización, identificación, análisis (sociológico, ecológico, geográfico y filosófico), valoración, evaluación y manejo.
- Metodologías de relevamiento, clasificación y jerarquización.
- Marcos normativos.
- Capacidad de carga del medio natural y cultural.
- Uso turístico de los recursos naturales y culturales.

4. Equipamiento, instalaciones e infraestructura

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Caracterización, organización y diseño.
- Características y diferencias según tipologías de los sectores intervinientes en la actividad turística.
- Distribución y caracterización de los servicios según la estructura de centros y niveles de desarrollo.
- Estructura sistémica, particularidades de sus elementos, capacidades y niveles de prestación.
- Calidad en los servicios turísticos.
- Soporte tecnológico.
- Organización de áreas administrativas, operativas y de servicios específicos.
- Marcos normativos que regulan los servicios turísticos.

5. Ordenamiento territorial turístico

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Transformaciones territoriales y modelos de desarrollo urbano/turístico.

- Estrategias para mitigar los impactos de la actividad turística en el ambiente.
- Destinos turísticos: tradicionales o espontáneos, integralmente planificados e innovadores.
- Diversidad de espacios y modalidades turísticas.
- Nuevas tendencias turísticas y transformación de los destinos.
- Sistemas de información geográfica.

6. Conservación de los recursos

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Conservación, preservación, protección y estrategias de mitigación de impactos.
- Atribución de valor: aspectos éticos, sociales, culturales y filosóficos.
- Límite de cambio aceptable para el uso de los recursos.
- Metodologías para la elaboración de diagnósticos e intervenciones para implementar la evaluación del impacto ambiental.
- Marcos normativos para la protección de los recursos.

7. Repercusiones del Turismo en el ambiente

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Relación Turismo y ambiente.
- Uso del patrimonio comunitario como atractivo turístico y su implicancias en el territorio.
- Cambios en el territorio por la acción del hombre en distintos espacios turísticos.
- Repercusiones ambientales de la actividad turística.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptorios de desempeño al finalizar la formación |
|------------|---|--|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • El diseño y aplicación de diferentes técnicas, estrategias de relevamiento y procesamiento de la información. • El proceso de toma de decisiones, la confección de matrices para la ponderación de los atractivos y su jerarquización. • Los marcos normativos vigentes y sus posibles adecuaciones y aplicaciones. • Las técnicas de elaboración y/o determinación de la capacidad de carga de un atractivo y las posibilidades de uso turístico/recreativo. • Las estrategias, los criterios de preservación, conservación y uso responsable del patrimonio turístico. • Los intereses de los distintos sectores que tienen intervención en el territorio y sus conflictos. • El conocimiento y uso del equipamiento indispensable para llevar adelante las diversas experiencias según la demanda turística. | <ul style="list-style-type: none"> • Analizar semejanzas y diferencias en el devenir de las corrientes de pensamiento turístico con relación al uso del territorio. • Producir, socializar y difundir conocimiento en relación al territorio y sus recursos turísticos. • Identificar y caracterizar los problemas de relevancia turística, seleccionando las escalas espacio-temporales. • Reconocer y analizar problemáticas ambientales y turísticas. • Elaborar instrumentos para la recolección de datos primarios (cuantitativos y/o cualitativos), procesamiento, análisis e interpretación de la información, conclusiones y redacción del informe final, publicaciones científicas, presentación en eventos científicos, etc. • Analizar casos testigos para la ejercitación de detección de oportunidades y potencialidades en destinos turísticos. • Identificar, analizar, evaluar y diseñar estructuras sistémicas de funcionamiento de los servicios. | <ul style="list-style-type: none"> • Realiza investigaciones científicas en relación al uso turístico del territorio. • Reconoce y relaciona las problemáticas ambientales, vinculando la conservación del ambiente con la acción humana, teniendo en cuenta el desarrollo cultural y económico de la región. • Elabora y utiliza estrategias para la recolección e implementación de datos primarios que aporten a posibles investigaciones y parámetros estadísticos. • Identifica y analiza oportunidades, potencialidades y posibilidades de implementación de destinos turísticos y su estructura de servicios. • Analiza y desarrolla marcos normativos vinculados con el Turismo, territorio y conservación del patrimonio. • Coordina y participa en equipos interdisciplinarios de ordenamiento territorial turístico. • Planifica, organiza, coordina y dirige relevamientos de recursos y atractivos turísticos, puesta en valor y define las acciones de preservación del patrimonio turístico. |

- La complejidad del Turismo como hecho socio-espacial, los procesos naturales, sociales y económicos que de él se derivan y sus implicancias para el medio social, económico y físico.
- El abordaje interdisciplinar y multidisciplinar para la formulación de políticas relacionadas con el uso del territorio.
- La operación de sistemas de información geográfica.
- El rol a desempeñar en la participación del proceso de transformación del territorio y en la aplicación de diferentes modelos de desarrollos turísticos.
- Los efectos originados por la implantación de la actividad turística, en particular los posibles impactos ambientales, reflexionando sobre las interrelaciones originadas entre la sociedad receptora y el ambiente en diferentes escenarios turísticos.
- El desarrollo de destinos turísticos tradicionales o espontáneos, integralmente planificados e innovadores, y la investigación sobre su viabilidad en diferentes contextos geográficos, los planes de manejo y las acciones derivadas de los mismos a implementar en cada caso.
- Investigar y realizar informes sobre experiencias de destinos con manejo responsable de sus recursos.
- Integrar equipos de investigación que analicen diferentes problemáticas turísticas y propongan soluciones, para contribuir, fortalecer y difundir el conocimiento turístico.
- Recopilar, analizar, interpretar y proponer marcos normativos vinculados con el Turismo, territorio y conservación del patrimonio.
- Diseñar prácticas de uso responsable de los recursos.
- Participar en organizaciones de servicios turísticos para observar e interactuar con los actores y/o agentes de la actividad.
- Diseñar y formular estrategias para la confección de diagnósticos ambientales.
- Realizar prácticas profesionales de campo y/o de investigación organizadas por la propia institución educativa.
- Ejerce funciones directivas en organismos de ordenamiento territorial, asesora y brinda asistencia técnica a cuadros operativos.
- Planifica, organiza, implementa y gestiona sistémicamente el desarrollo de servicios turísticos específicos
- Realiza el diagnóstico del destino para su evaluación y mejora, utilizando fuentes sociales e históricas para interpretar información, compara experiencias y toma decisiones sobre la base de características de diversos modelos sobre los recursos turísticos del territorio.
- Elabora estudios de mercado para conocer la relación entre demanda y recurso a explotar.
- Formula directrices y normas de certificación de calidad que afectan cuestiones de territorio para el desarrollo del destino.
- Diseña estrategias de desarrollo sostenible para el cuidado de los recursos.
- Integra cuadros interdisciplinarios para la elaboración de Matrices Impactos que afecten territorios de uso turístico.
- Integra cuadros interdisciplinarios para la estimación/cálculo de capacidad de carga turística y controla su aplicación.

| | | | |
|-------------------|--|---|--|
| <p>Licenciado</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Los cambios producidos en el mercado turístico, tomando como base la diversidad de espacios y modalidades turísticas, las nuevas tendencias turísticas y el proceso de transformación de los destinos. • Los estudios de capacidad y límites para el uso turístico/recreativo de los recursos. • Las estrategias para equilibrar la relación Turismo - ambiente. • Las diferentes metodologías para la implementación de acciones para el manejo de los impactos del Turismo. • La naturaleza de la evaluación de impactos ambientales, el rol del profesional del Turismo en equipos interdisciplinarios y la aplicación de técnicas e instrumentos específicos y la ponderación de los resultados obtenidos. | | |
| <p>Técnico</p> | <ul style="list-style-type: none"> • El significado de las diferentes conceptualizaciones en torno al espacio, territorio, región y lugar. • La comprensión e identificación de las diferentes funcionalizaciones turísticas. | <ul style="list-style-type: none"> • Comparar semejanzas y diferencias en el devenir de las corrientes de pensamiento turístico con relación al uso del territorio. • Analizar material bibliográfico, gráfico y estadístico, interpretar su contenido y elaborar esquemas conceptuales a partir de la información. | <ul style="list-style-type: none"> • Conoce y utiliza bibliografía y trabajos de investigación del área. • Reconoce y aplica pautas y estrategias de conservación ambiental en función de las prácticas de uso responsable de los recursos. • Desarrolla sistemas de implementación de servicios teniendo en cuenta las oportunidades y potencialidades para el diseño de productos turísticos. |

Técnico

- Las técnicas para la identificación de recursos con potencialidad turística, las de relevamiento, clasificación y ponderación de atractivos turísticos y los procedimientos e instrumentos para aplicar formularios de recolección de datos, para realizar registros.
- El análisis de la información a través de la aplicación de distintos marcos metodológicos.
- Los distintos espacios, su evolución en distintos contextos geográficos y modalidades turísticas.
- Los centros y flujos turísticos en escala mundial y nacional que determinan el mercado turístico.
- El concepto e importancia de la identidad territorial.
- El significado y tipologías del patrimonio.
- Las técnicas para el diseño de circuitos turísticos, a partir de registros provenientes del relevamiento de los componentes del sistema turístico, articulando adecuadamente la oferta para la programación de circuitos de distinta naturaleza y tipología.
- La factibilidad de actividades turísticas en áreas protegidas.
- Identificar y analizar estudios de casos con problemáticas ambientales y turísticas que comprendan diferentes escalas de orden geográfico.
- Aplicar los instrumentos de relevamiento y recolección de datos y procesar la información de recursos, atractivos y servicios.
- Realizar relevamientos de oportunidades y potencialidades para diseñar diferentes productos turísticos.
- Aplicar prácticas de uso responsable de los recursos naturales y culturales.
- Recopilar y aplicar marcos normativos vinculados con el Turismo, el territorio y la conservación del patrimonio natural y cultural.
- Conocer y seleccionar de acuerdo a determinados criterios establecimientos de empresas turísticas con fines de contratación, negociación y supervisión de servicios turísticos.
- Desarrollar juegos de roles y ejercicios de simulación de tareas operativas en diferentes servicios turísticos.
- Aplica marcos normativos vinculados con el territorio y el Turismo teniendo como eje principal la conservación del patrimonio natural, cultural y humano del territorio.
- Participa en equipos interdisciplinarios de ordenamiento territorial turístico.
- Participa en relevamientos de recursos/ atractivos turísticos y su puesta en valor.
- Asiste a los cuadros interdisciplinarios para la elaboración de Matrices Impactos que afecten territorios de uso turístico.
- Asiste a los cuadros interdisciplinarios para la estimación/cálculo de capacidad de carga turística.
- Realiza trabajos de campo donde toma contacto con los agentes locales para la interpretación de los atractivos culturales y naturales.
- Aplica técnicas de medición de impactos.
- Aplica normas de certificación de calidad.

Técnico

- La identificación de distintos productos turísticos.
- Las metodologías existentes para la realización de senderos turísticos.
- La identificación de los sectores que componen el sistema turístico y sus interacciones.
- La aplicación de marcos normativos en el equipamiento e infraestructura turística.
- La identificación de prestadores convencionales y no convencionales.
- Los análisis en estudios de casos de transformación territorial turística.
- Las repercusiones de la actividad turística en la sociedad receptora, en el ambiente y la economía.
- La identificación de destinos turísticos: tradicionales o espontáneos, integralmente planificados e innovadores.
- El análisis de nuevas tendencias y transformaciones de destinos turísticos.
- El desarrollo de una conciencia turística.

Referencias Bibliográficas

BIANCATO, M. G.; GARCÍA ESQUIÚS, T.; RIVERO; J.F. Y SORIANO, G. (2013), "Políticas urbanas de la elite de Mar del Plata hacia la ciudad y hacia el barrio Puerto". Cátedra Gestión y Evaluación de Proyectos. Licenciatura en Turismo. Facultad de Humanidades. Argentina: Universidad Atlántida.

CAPELLÁ, H. (2003), "Los vínculos culturales: una riqueza para la región." Madrid: Boletín de Geógrafos Españoles, N ° 43.

FERNÁNDEZ TABALES, A.(2004), "Turismo y ordenación del territorio". Quaderns de Política Económica. Revista electrónica. 2ª época. Vol. 7, May.- Ag. EDITA UGP.

FRERS, C. (2004), "El Turismo Sustentable." Revista Ambiente Ecológico N° 88.2004.

GUZMÁN RAMOS, A. Y FERNÁNDEZ, G. (1997), "El Turismo desde la Geografía." En Vera Fernando J. (Coord.), pp435, Análisis territorial del Turismo. Barcelona: Ariel Geografía. ISBN 84-344-3455-5

Jafari, Jafar (2000), "Enciclopedia del Turismo", España: Editorial Síntesis.

MONTAÑEZ GÓMEZ, G. (2001), "Territorio y Espacio Razón y pasión del espacio y el territorio" En Espacios y Territorios .Razón, Pasión e Imaginarios. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá: Editorial Unilibros

NÚCLEO: TURISMO Y CONOCIMIENTO CIENTÍFICO

Fundamentación

Dentro de las ciencias sociales ha habido cambios sustantivos en el abordaje del Turismo, desde ser entendido como el más grande movimiento de paz por parte de las personas (Greenwood, 1972) y presentado como un fenómeno de amplios retos socioculturales, hasta su concepción como agente de rápido desarrollo económico para los países carentes de recursos. La corriente tradicional en el estudio del Turismo ha generado un tipo de conocimiento producto de una multidisciplinariedad acrítica y descriptiva, donde las categorías y conceptos son transpuestos y no están articulados adecuadamente en modelos precisos para el fenómeno turístico. Tal como lo expresa Niding “...en apenas sesenta años de desarrollo disciplinar, este nuevo dominio de saber fue incorporando -a modo de embudo- en forma acrítica, conocimientos provenientes de diversas disciplinas y, consecuentemente, producidos desde diferentes ángulos ópticos. Saberes, que sin haber terminado de sedimentar eran tensados... por la velocidad de los acontecimientos mundiales que los atravesaban y los exponían en sus contradicciones.

...Lo expresado permite inferir las razones por las cuales el conocimiento turístico encuentra serios obstáculos epistemológicos que operan como impedimentos para su desarrollo y profundización teórica.” (Niding, 2011)

La coexistencia de múltiples acercamientos disciplinarios, teorías y enfoques en el terreno del conocimiento turístico devienen en la discusión del status epistemológico del Turismo, debate abierto hasta el momento, el cual se enriquece con aportes teóricos de distintos autores, pero donde aún queda mucho por decir. Según Muñoz de Escalona (2010) se dice y se repite hasta la saciedad que el Turismo es una realidad social tan compleja que ha de ser estudiado multidisciplinariamente hasta el

punto de que el practicismo original ha ido quedando superado y hasta olvidado por una verdadera acumulación de disciplinas académicas que han ido formando capas sobrepuestas de difícil separación unas de otras. Especial énfasis dedica Tribe (1997) a este enfoque, al sostener que estamos en presencia de un corpus de conocimiento indisciplinado, ya que si se abriera la caja de herramientas de la supuesta disciplina no se encontraría ninguna regla o procedimiento que ayudara a resolver este conflicto.

Pero además de estas fuertes críticas al carácter multidisciplinar del estudio del Turismo, existen otras posturas como la de Bertonecello (2010) quien sostiene que la revisión de la producción sobre el Turismo permite reconocer la existencia de grandes temas o ejes de interés y preocupación; y que ellos representan constantes en torno a las cuales se ha producido gran parte del conocimiento que hoy constituye el saber disponible sobre el tema. Los estudios sobre el Turismo han estado marcados también por grandes posturas e ideas que, sin ser ellas mismas objeto de indagación, han impregnado fuertemente la producción de conocimientos. En esta línea también podemos citar a Jaffari (2005) quien propone consideraciones sobre el pasado y el futuro del Turismo hacia su conversión en una disciplina científica identificando algunas de las causas pasadas que ayudaron al Turismo a alcanzar su actual dimensión y profundidad científica, destacando algunas muestras de la riqueza intelectual producida que pueden guiar la planificación y gestionar el funcionamiento presente y futuro del Turismo. Estos debates teóricos se desarrollan dentro del primer eje propuesto para el núcleo: ‘Epistemología del Turismo’.

El segundo eje, ‘Proceso de investigación en Turismo’ lo muestra atravesado por decisiones y operaciones que dependen en gran medida

del conocimiento tácito, lo que no significa que sea totalmente caótico, desordenado o imprevisible (Marradi, 2007). Por el contrario este proceso puede ser diseñado y planificado, cuestión que permite hacerlo más controlable, en la medida que exigirá un esfuerzo por explicitar de modo anticipado las distintas decisiones involucradas en el mismo, desde el momento del surgimiento de la idea de realizar la investigación hasta la presentación de resultados a la comunidad interesada. En este eje, además se incluyen contenidos vinculados con la gestión y transferencia del conocimiento.

Ejes del Núcleo

- 1) Epistemología del Turismo
- 2) Proceso de Investigación en Turismo

1. Epistemología del Turismo

Licenciados en Turismo

Contenidos

- La epistemología.
- El conocimiento científico.
- La construcción del conocimiento del Turismo: ciencia, disciplina y campos.
- El rol de la teoría.
- El Turismo como objeto de estudio.
- Status epistemológico del estudio del Turismo.
- Campos de estudio del Turismo.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|------------|---|---|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Diferenciar las distintas formas de conocimiento de la realidad. • Contribuir al desarrollo de una teoría del Turismo a través de estudios comprensivos del fenómeno turístico. • Analizar el estado de situación de las investigaciones en Turismo. • Identificar tendencias, enfoques, y temas de investigación en desarrollo. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar búsquedas y análisis de distintas fuentes de información, de sentido común, información mística o información científica. • Realizar una lectura crítica de textos que presenten abordajes epistemológicos diversos sobre el Turismo. • Relevar y analizar producciones del campo de la investigación turística. | <ul style="list-style-type: none"> • Reconoce las distintas formas de acceso al conocimiento de la realidad. • Reconoce y pone en discusión distintos enfoques en la investigación turística. • Interpreta y analiza resultados de las investigaciones. • Utiliza los resultados de la investigación para el desarrollo de sus actividades como Licenciado en Turismo. |

2. Proceso de Investigación en Turismo

Licenciados en Turismo

Contenidos

- El proceso de investigación.
- Modelos de investigación, investigación teórica y aplicada.
- Diseños de investigación cualitativa y cuantitativa.
- Metodologías y estrategias metodológicas. La triangulación.
- El informe de investigación.
- Administración bibliográfica.
- Referencias, Redacción y Presentación de textos académicos en distintos formatos.
- Divulgación de resultados de la investigación.
- Construcción colaborativa del conocimiento.
- Licencias y políticas de distribución.
- Gestión de proyectos socio comunitarios.
- Participación de la comunidad, apropiación y uso del conocimiento.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|------------|---|--|---|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Identificar necesidades y problemas susceptibles de ser investigados en el campo del Turismo. • Definir diseños metodológicos, seleccionar técnicas, diseñar instrumentos y actividades acordes a los objetivos planteados. • Transferir la producción de conocimientos turísticos. • Socializar en el ámbito comunitario las producciones de investigación turística. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar lectura crítica y fichaje de la bibliografía específica. • Diseñar en forma colectiva un proyecto de investigación en Turismo. • Participar de salidas de campo para efectuar relevamientos relacionados con la investigación. • Realizar una monografía/artículo científico en referencia a una problemática del Turismo. • Construir y realizar pruebas piloto y aplicación de técnicas de investigación. • Diseñar muestreos adecuados a distintos objetos de investigación. • Aplicar operaciones de análisis cuantitativos de datos. | <ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla los distintos procesos que involucra la investigación en Turismo. • Utiliza metodología cualitativa y cuantitativa, y analiza sus resultados. • Diseña técnicas para la recolección de datos. • Interpreta datos de distintas fuentes. • Redacta informes, notas, artículos y monografías entre otros para su publicación en diferentes formatos. • Elabora producciones para su divulgación científica o académica. • Desarrolla proyectos destinados a la aplicación del conocimiento en ámbitos comunitarios. |

Licenciado

- Comunicar avances y/o tesis de investigación a la comunidad científica, en distintos formatos.
- Exponer el resultado de las investigaciones, en diferentes ámbitos (Seminarios, Congresos realizados por la comunidad académica, revistas especializadas, eventos técnico - científicos)

Referencias Bibliográficas

BERTONCELLO, R.(2010) "Investigación en Turismo: logros y desafíos desde una perspectiva latinoamericana". Aportes y transferencias. Mar del Plata: Año 14. Volumen 1.

GREENWOOD, D. J. (1972) "Tourism as an agent of change: A spanish basque case" Etnology, XI (1).

JAFARI, JAFAR. (2005) "El Turismo como disciplina científica". The Scientification of Tourism. Department of Hospitality and Tourism. University of Wisconsin-Stout.

MARRADI, A. (2007) "Metodología de las Ciencias Sociales." Marradi, A., Archenti, N., Piovani, J.I.. Buenos Aires: Emece Editores.

MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2010) "Epistemología del Turismo. Un estudio múltiple." Revista de investigación en Turismo y desarrollo local. TURYDES Vol. 3, N° 7.

NIDING, M. (2011) "El Turismo como Campo de Investigación: Posiciones y Miradas." En Revista "Realidad, Tendencias y Desafíos". Volumen VIII. CONDET. Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue.

PANNOSSO NETO, A. (2007) "Filosofía del Turismo. Una propuesta epistemológica." En: Estudios y Perspectivas en Turismo, Volumen16. CIET. Buenos Aires.

TRIBE, J. (1997) "The Indiscipline of Tourism." Annals of Tourism Research 24(3): 638-657.

NÚCLEO: ÉTICA EN EL EJERCICIO PROFESIONAL

Fundamentación

Por el Turismo la humanidad tiene la oportunidad de conocer, respetar y proteger los bienes tangibles e intangibles existentes en las diferentes sociedades, por ello se considera a la Ética Turística como el actuar que minimiza los efectos negativos del Turismo en el medio ambiente y en el patrimonio cultural, al tiempo que se aumentan al máximo sus beneficios para los residentes de los destinos turísticos.

De acuerdo al Código Mundial de Ética en sus artículos 1 a 5 el "Turismo contribuye al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades", "el Turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo", "el Turismo, factor de desarrollo sostenible", "el Turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad", "el Turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino (OMT Código Ético Mundial para el Turismo, 1999: 4-5).

La ética es una palabra cuyo significado debe estar implícito siempre; puesto que involucra diferentes entornos social, económico, cultural y ambiental. La ética es la ciencia que estudia el comportamiento moral de los individuos en la sociedad convirtiéndola en una de las principales ramas de la Filosofía, en tanto requiere de la reflexión y de la argumentación, en este campo es el conjunto de valoraciones generales

de los seres humanos que viven en sociedad ya que la convierte en toda una normativa de la "rectitud" de los actos humanos, según los principios últimos y la racionalidad.

El profesional del Turismo necesita, por consiguiente conocer, comprender, reflexionar y actuar con ética como parte de su misma formación y profesión.

Ejes del Núcleo

- 1) Moral, Ética y Ética Profesional.
- 2) Valores, principios y normas éticas aplicadas a la actividad turística.
- 3) Responsabilidad social y Turismo.

1. Moral, Ética y Ética Profesional

Licenciados y Técnicos en Turismo

Contenidos

- Moral y Ética, Modelos de Justificación. Estándares morales y relativismo ético.
- Los valores éticos y el ejercicio de la profesión.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|----------------------|---|---|---|
| Licenciado y Técnico | <ul style="list-style-type: none"> Identificar los diferentes conflictos de naturaleza ética en las organizaciones, comunidades, en el sector público y privado y analizar posibles conductas a fin de mejorar la toma de decisiones en las organizaciones. Adquirir la capacidad crítica para la consideración de dilemas éticos. Reflexionar sobre la ética de la profesión. | <ul style="list-style-type: none"> Estudio de Casos vinculados a empresas y/o organizaciones y/o comunidades para identificar dilemas éticos/morales, posibles soluciones y consecuencias de las respectivas conductas. Realización de juego de roles en situación donde se apliquen las nociones generales de ética para la resolución de distintos conflictos de intereses. | <ul style="list-style-type: none"> Reflexiona sobre la ética turística y la utiliza en su actividad. Reconoce y distingue conductas dentro y fuera de la ética de la actividad turística. |

2. Valores, principios y normas éticas aplicadas a la actividad turística

Licenciado en Turismo

Contenidos

- Principios y valores vinculados al ejercicio profesional en el ámbito de la actividad turística.
- Códigos de ética profesional para la actividad turística.
- Implicancia de conductas éticas en la actividad turística en general y el desarrollo turístico en particular.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|------------|--|--|---|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> Identificar dilemas éticos en la planificación y desarrollo de las actividades turísticas y reflexionar sobre posibles soluciones y sus consecuencias. | <ul style="list-style-type: none"> Análisis de casos modelo desde una perspectiva ética para la actividad turística. Análisis crítico de marcos regulatorios y códigos de conducta de distintas ramas de la actividad. | <ul style="list-style-type: none"> Reflexiona sobre la ética turística y la utiliza en su actividad. Reconoce y distingue conductas dentro y fuera de la ética de la actividad turística. |

| | | | |
|-------------------|---|--|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un pensamiento crítico frente al accionar de los distintos actores y organizaciones públicas y privadas involucradas en la actividad turística en cuanto a estándares éticos y aplicación de valores y códigos de conducta o profesionales. | | |
|-------------------|---|--|--|

Técnico en Turismo

Contenidos

- Principios y valores vinculados al ejercicio profesional en el ámbito de la actividad turística.

- Códigos de ética profesional aplicables a la actividad de los técnicos en Turismo.
- Implicancia de conductas éticas en la actividad turística en general y la prestación de servicios turísticos en particular.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|----------------|--|---|--|
| Técnico | <ul style="list-style-type: none"> • Identificar dilemas éticos en la prestación de servicios turísticos y desarrollo de actividades turísticas y reflexionar sobre posibles soluciones y sus consecuencias. • Desarrollar un pensamiento crítico frente al accionar de los distintos actores y organizaciones públicas y privadas involucradas en la actividad turística en cuanto a estándares éticos y aplicación de valores y códigos de conducta o profesionales. | <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de casos modelo desde una perspectiva ética para la actividad turística. • Análisis crítico de marcos regulatorios y códigos de conducta de distintas ramas de la actividad, en particular los inherentes a la prestación de servicios de naturaleza turística. | <ul style="list-style-type: none"> • Respetar los valores morales en el ejercicio de su profesión. • Reconoce la aplicación normas éticas en propuestas de trabajo, planes y proyectos turísticos. |

3. Responsabilidad social y Turismo

Licenciado en Turismo

Contenidos

- El Rol de la Empresa y del Estado en la Sociedad y la Responsabilidad Social.

- Enfoque de la Responsabilidad Social y el Turismo.
- La gestión de la Responsabilidad Social: relaciones comunitarias, recursos humanos, proveedores y clientes, etc. La gestión de los impactos del Turismo.
- Indicadores de la Responsabilidad Social y el Turismo: Ética ambiental, laboral, de convivencia (accesibilidad, diversidad, protección de grupos vulnerables, etc.)

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|------------|---|--|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Comprender el concepto y dimensiones de la Responsabilidad Social en general y en particular su implicancia en la actividad turística. • Diseñar programas de responsabilidad social para la actividad turística. • Aplicar herramientas de gestión para el desarrollo de estrategias de Responsabilidad Social en los distintos ámbitos de la actividad turística y sus sistemas de medición, gestión y evaluación más apropiados. | <ul style="list-style-type: none"> • Analizar casos de Buenas Prácticas de la Responsabilidad social empresaria en el Turismo. • Formular propuestas de programas y proyectos de acción de Responsabilidad social en la actividad turística. | <ul style="list-style-type: none"> • Aplica las nociones de ética propuestas por las fuentes (Por ejemplo, el Código de Ético Mundial) en el contexto en el que desarrollen su rol de profesional en Turismo. |

Técnico en Turismo

Contenidos

- El Rol de la Empresa y del Estado en la Sociedad y la Responsabilidad Social.
- Enfoque de la Responsabilidad Social y el Turismo.

- Herramientas para la implementación de programas de responsabilidad Social en el Turismo.
- Indicadores de la Responsabilidad Social y el Turismo: Ética ambiental, laboral, de convivencia (accesibilidad, diversidad, protección de grupos vulnerables, etc.)

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|---------|---|--|---|
| Técnico | <ul style="list-style-type: none"> • Conocer en el concepto y dimensiones de la Responsabilidad Social en general y en particular su implicancia en la actividad turística. • Aplicar instrumentos y desarrollar acciones derivadas de los programas de gestión de Responsabilidad Social en los distintos ámbitos de la actividad turística. | <ul style="list-style-type: none"> • Analizar casos de Buenas Prácticas de la Responsabilidad social en el Turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Aplica las nociones de ética propuestas por propuestas por las fuentes (Por ejemplo, el Código de Ética Mundial) en el contexto en el que desarrollen su rol de profesional en Turismo. |

Referencias Bibliográficas

CASANOVA FERRO, G. (2008) "El Código de Ética de la OMT en la Legislación Argentina." Marradi, A., Archenti, N., Piovani, J.I., Buenos Aires: Emece Editores.

MARITAIN J. (1999) "Introducción a la Filosofía". Buenos Aires: Club de Lectores Bs. As.

MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2010) "Epistemología del Turismo. Un estudio múltiple." Consultado el 23 de Julio 2013 de <http://gonzalocasanovaferro.blogspot.com.ar/2008/01/el-cdigo-de-tica-de-la-omt-en-la.html>

OMT (1985) "Declaración de Sofía ". Carta del Turismo.

OMT (1999) "Código Ético Mundial para el Turismo" Santiago de Chile: Resolución OMT A/RES/406(XIII).

NÚCLEO: COMUNICACIÓN APLICADA AL TURISMO

Fundamentación

La actividad turística, luego de la Segunda Guerra Mundial, se desarrolla sostenidamente, favorecida por los medios masivos de comunicación tales como: la radio, la televisión, la prensa escrita. A su vez, cobra mayor impulso con los avances en las tecnologías en el campo de la comercialización y el marketing que contribuyen a su crecimiento masivo (Lickorish y Jenkins, 2000; Acerenza, 2004). Es decir que la comunicación en sus diferentes formas, fue una de las herramientas de llegada a los posibles viajeros, desde los inicios de la actividad turística.

A partir de mediados del siglo XX hasta principios del siglo XXI, con la llegada de internet, el desarrollo de la Web y sus transformaciones (Web 1.0, 2.0, 3.0), los avances en las tecnologías de la información y la comunicación; se han incorporado gradualmente a nuestra vida cotidiana a través de diversos dispositivos y tecnologías que repercuten en la forma en que nos relacionamos con nuestro entorno (Levis; 2009).

Potenciado el desarrollo de una cultura digital basada en la interacción, participación, colaboración, comunicación, producción y difusión de la información y los conocimientos. Posibilitando la creación de comunidades de aprendizaje, la utilización de las redes sociales, blogs y diversos sitios Web en los cuales se construye, difunde, comunica y comparte experiencias, conocimientos y contenidos en diversos formatos (texto, audio, video, etc.).

Buckingham (2005: 4) alude a este proceso destacando que: "a lo que estamos asistiendo no es tanto al desplazamiento de tecnologías más antiguas por otras más recientes cuanto a una convergencia de formas y prácticas culturales que antes eran distintas".

Este proceso de convergencia digital en el cual se integran tecnologías con diversos formatos plantea nuevos retos, desafíos y oportunidades en diversos aspectos de la actividad turística como así también en la experiencia que atraviesa el turista antes, durante y después del viaje.

En el campo del Turismo los avances de la denominadas tecnologías de la información (TI) han sido y continúan siendo relevantes. Es así como Sancho (1998) señala: "Concretamente, en el marco turístico, la tecnología ha permitido una mayor flexibilidad a la hora de crear propuestas de viajes para segmentos específicos, ha facilitado la comunicación global y ha reforzado la cooperación entre las empresas. (...) ha permitido mejorar las percepciones que el consumidor tiene de la experiencia turística, ofreciendo la posibilidad de adaptar la oferta a sus exigencias, puesto que acelera la obtención de datos disponibles sobre las condiciones y características de los diferentes nichos existentes en el mercado".

Otra referencia se encuentra en el denominado modelo de competitividad de Calgary (Crouch y Ritchie. 1999), Los autores sostienen la relevancia del análisis de la competitividad del Turismo en una región específica y proponen una serie de funciones compuestas por variables medibles en el mundo real del Turismo. La información interna del destino y la investigación del mercado acerca de las preferencias de los consumidores, constituyen dos elementos básicos en la aplicación de este modelo. Por ejemplo la función Atractivo representa la relación existente entre las variables concretas y medibles que atraen y motivan las visitas al destino y las que componen los elementos disuasorios.

Entre las variables que componen la función Atractivo el modelo contempla las actitudes con respecto a los turistas: calor de la acogida, facilidad de comunicación, voluntad de informar al turista, ausencia de

hostilidad hacia el visitante, y entre algunos los aspectos disuasorios se encuentran la distancia cultural y la imposibilidad de comunicación. Desde esta perspectiva, vemos como se reconoce la importancia de la comunicación para difundir un destino turístico y el conocimiento de diversas lenguas para acceder a la comunicación intercultural, con otros grupos humanos.

Por su parte Jafari (2002), señala que la comunicación se asocia al marketing: “La mayoría de los programas de marketing turístico recogen el uso de este tipo de mezcla de comunicación, ya que el empleo de ingredientes diferentes en la mezcla constituye la mejor receta para conseguir los objetivos” (Jafari, 2002). El autor utiliza al término inglés Communications mix que alude a la combinación de la publicidad, la venta personal, las relaciones públicas y las promociones de venta que se utilizan en una campaña. Es decir que desde la visión comercial de la actividad turística la comunicación es un aspecto importante que viabiliza el contacto entre el viajero y el destino que desea visitar.

En cuanto a este mismo aspecto Sancho (1998) señala: “Este proceso de comunicación consiste en un traslado de información de la empresa hacia el consumidor de sus productos”. Es decir, que mediante esta variable del Marketing Mix, la empresa trata de informar al consumidor, de despertar su interés e influir en sus actitudes y percepciones y por ende en la creación de sus expectativas. En este marco, el consumidor necesita información para poder realizar su elección y, por ello, es conveniente que la información que se proporcione sea veraz, persuasiva, clara y contrastable, y que en el proceso de comunicación se eviten las distorsiones producidas por un deficiente manejo del material informativo elaborado.

Otro ámbito en el que la comunicación es importante, es el de la educación. Sancho (1998) señala la importancia que la educación y formación turística

ha adquirido a nivel mundial, con el objetivo de lograr “un factor humano que sea capaz de adaptarse, con una gran flexibilidad, a los retos futuros que el sector está demandando”.

Los aportes de los párrafos precedentes, permiten concluir que la comunicación tiene una gran importancia para el desarrollo del Turismo en sus diferentes funciones y aportes: información, formación, relaciones públicas, relaciones interculturales y negociación.

Ejes del Núcleo

- 1) Principios, funciones y estrategias de comunicación
- 2) Tecnologías de la Información y la Comunicación
- 3) Lenguas Extranjeras

1. Principios, funciones y estrategias de comunicación

Licenciado en Turismo

Contenidos

- El proceso teórico y práctico de la comunicación.
- Las relaciones públicas y el protocolo.
- La comunicación intercultural.
- La comunicación institucional.
- Gestión de la comunicación y de la negociación en diferentes contextos.
- Comunicación y Conocimiento científico.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|------------|---|--|---|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar los fundamentos que sustentan la comunicación efectiva en distintos ámbitos y organizaciones turísticas. • Valorar la importancia de la comunicación intercultural. • Adquirir el lenguaje técnico en la expresión oral y escrita que permita sostener argumentaciones. • Producir textos científicos académicos y de divulgación. | <ul style="list-style-type: none"> • Analizar y producir material que presenten diferentes tipos textuales. • Analizar casos y ejemplos de buenas prácticas de comunicación. • Experimentar la redacción de textos para promoción de destinos y ofertas para la captación del turista. • Participar a través de diferentes técnicas de comunicación en escenarios reales o simulados de encuentro con turistas, prestadores de servicios, o de desempeño en ámbitos comunitarios o de los negocios turísticos. • Producir textos científicos académicos y de divulgación. | <ul style="list-style-type: none"> • Utiliza oportunidades, potencialidades y posibilidades comunicacionales en distintas situaciones personales y profesionales. • Relaciona las problemáticas interculturales con el adecuado uso de la lengua en cada situación comunicacional. • Aplica las herramientas de la comunicación para la captación del posible cliente/turista. • Desarrolla textos informativos para promoción de destinos y ofertas para la captación del turista. • Produce textos científicos académicos y de divulgación a partir del desarrollo de trabajos propios de investigación. |

Técnico en Turismo

Contenidos

- El proceso teórico y práctico de la comunicación.
- Las relaciones públicas y el protocolo.

- La comunicación intercultural.
- La comunicación institucional.
- Gestión de la comunicación y de la negociación en diferentes contextos.
- Exposición de la información para su divulgación.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|---------|--|--|--|
| Técnico | <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar los fundamentos que sustentan la comunicación efectiva en distintos ámbitos y organizaciones turísticas. • Valorar la importancia de la comunicación intercultural. • Adquirir el lenguaje técnico en la expresión oral y escrita que permita sostener argumentaciones. • Producir monografías, informes y ensayos. | <ul style="list-style-type: none"> • Analizar y producir material que presenten diferentes tipos textuales. • Analizar casos y ejemplos de buenas prácticas de comunicación. • Experimentar la redacción de textos para promoción de destinos y ofertas para la captación del turista. • Participar a través de diferentes técnicas de comunicación en escenarios reales o simulados de encuentro con turistas, prestadores de servicios, o de desempeño en ámbitos comunitarios o de los negocios turísticos. • Ejercitar la redacción de monografías, informes y ensayos. | <ul style="list-style-type: none"> • Utiliza oportunidades, potencialidades y posibilidades comunicacionales en distintas situaciones profesionales. • Relaciona las problemáticas interculturales con el adecuado uso de la lengua en cada situación comunicacional. • Aplica las herramientas de la comunicación para la captación del posible cliente/turista. • Desarrolla textos informativos para promoción o divulgación de destinos y ofertas para la captación del turista. |

2. Tecnologías de la Información y la Comunicación

Licenciado en Turismo

Contenidos

- Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la actividad turística.
- TIC y Gestión del Conocimiento.

- Conceptos, alcances y limitaciones de la Web. Evolución y transformaciones.
- Herramientas de informática.
- Sistemas de comercialización.
- Sistemas de gestión.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|--|--|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los usos y transformaciones de la actividad turística en relación a la evolución de las TIC a través del tiempo. • Comprender las características de la Web a fin de realizar un uso efectivo de los servicios y herramientas que ésta provee. • Utilizar herramientas informáticas para idear, transmitir y almacenar información. • Utilizar diferentes opciones de comercialización a través de diversos soportes tecnológicos. • Comprender la importancia de los sistemas de gestión de la información en las organizaciones turísticas. • Utilizar diversas TIC para construir, transmitir, almacenar y difundir información y conocimientos. | <ul style="list-style-type: none"> • Analizar las transformaciones de la Web, así como el acceso a los distintos servicios y herramientas disponibles a través del tiempo. • Identificar y reconocer las ventajas, desventajas, limitaciones y potencialidades del uso de las tecnologías de la información y comunicación en la actividad turística. • Navegar y analizar la estructura de sitios Web según sus características reconociendo parámetros de fiabilidad de la información publicada y confiabilidad del sitio. • Producir textos a partir de información obtenida en distintos tipos de buscadores, justificar su elección y criterios de búsqueda y realizar las citas correspondientes a las fuentes digitales consultadas. • Relevar contenido turístico (tesis, investigaciones, publicaciones, etc.) utilizando diversas bases de datos, dando cuenta de los criterios utilizados en el proceso de búsqueda y criterios de selección del material relevado. • Comparar resultados de búsqueda según tipos de buscadores utilizados. | <ul style="list-style-type: none"> • Identifica y analiza las ventajas, desventajas, limitaciones y potencialidades que las TIC representan para el Turismo. • Analiza en forma crítica las interacciones complejas entre la actividad turística y los cambios tecnológicos a través del tiempo. • Comprende la relación entre sociedad y tecnología y reflexiona críticamente acerca de los cambios de comportamiento social en relación al uso de la tecnología. • Selecciona y hace uso del servicio o la herramienta adecuada de Internet para comunicar, interactuar, investigar, producir y publicar contenidos digitales. • Posee capacidades hiperlectoras que le permiten buscar, evaluar y jerarquizar la información con sentido crítico a partir de parámetros de calidad. • Emplea los servicios de Internet utilizando pautas de netiqueta. • Desarrolla los medios necesarios para crear y/o participar en forma colaborativa de comunidades virtuales con fines profesionales. |

- Redactar mensajes dirigidos a diferentes tipos de público en distintos contextos virtuales.
- Analizar ejemplos y situaciones de buen uso de las normas de convivencia en espacios virtuales.
- Utilizar software de análisis estadístico en trabajos de investigación.
- Utilizar sistemas de gestión para los distintos actores turísticos.
- Realizar actividades de producción utilizando diversos formatos (textos, audio, imagen, etc.) utilizando las herramientas ofimáticas y diferentes soportes tecnológicos.
- Utilizar las aplicaciones integradas a software de correos electrónicos, mensajería instantánea y uso de documentos compartidos a fin de construir colaborativamente.
- Analizar textos específicos que permitan reflexionar sobre la relación entre Sociedad y Tecnología construyendo diagramas de flujo y esquemas conceptuales.
- Experimentar el uso de redes sociales con fines aplicables a la actividad.
- Participa en la promoción de productos turísticos utilizando herramientas aportadas por las nuevas tecnologías.
- Conoce las características y el funcionamiento de los distintos sistemas de distribución.
- Conoce el funcionamiento de diferentes sistemas de gestión para los distintos actores turísticos.
- Gestiona la Información de una organización a través de Base de Datos.
- Recoge información de interés para el negocio de manera que sirva para dar apoyo a la gestión de relaciones con el cliente.
- Utiliza las herramientas disponibles en los paquetes ofimáticos y otras aplicaciones para, organizar, almacenar, comunicar y compartir información.

| | | | |
|-------------------|--|---|--|
| <p>Licenciado</p> | | <ul style="list-style-type: none"> • Participar de la elaboración y construcción textos en línea utilizando herramientas que posibilitan el trabajo colaborativo. • Comparar características y funcionamiento de sitios Web que permiten realizar reservas de servicios. • Analizar y comparar el funcionamiento y las características de distintos sistemas de distribución. • Analizar diferentes sistemas de reserva informáticos a través de prácticas profesionales. • Analizar y comparar experiencias e-marketing y e-commerce. | |
|-------------------|--|---|--|

Técnico en Turismo

Contenidos

- Tecnología, sociedad y Turismo.
- Conceptos, alcances y limitaciones de la Web.

- Herramientas de informática.
- Sistemas de comercialización.
- Sistemas de gestión.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|----------------|---|---|---|
| <p>Técnico</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los usos y transformaciones de la actividad turística en relación al desarrollo de las TIC a través del tiempo. | <ul style="list-style-type: none"> • Analizar textos que describan los distintos servicios y herramientas de la red a través del tiempo. | <ul style="list-style-type: none"> • Identifica y valora las ventajas, los inconvenientes y las oportunidades que las TIC representan para el Turismo. |

Técnico

- Comprender las características de la Web con el objetivo de hacer uso de los servicios y herramientas que ésta provee.
 - Utilizar diferentes opciones de comercialización a través de diversos soportes tecnológicos.
 - Comprender la importancia de los sistemas de gestión de la información en las organizaciones turísticas.
 - Utilizar herramientas informáticas para idear, transmitir y almacenar información.
- Navegar y analizar la estructura de sitios Web según sus características reconociendo parámetros de fiabilidad de la información publicada.
 - Producir textos a partir de información obtenida en distintos tipos de buscadores, justificar su elección y criterios de búsqueda y realizar las citas correspondientes a las fuentes digitales consultadas.
 - Comparar resultados de búsqueda según tipos de buscadores utilizados.
 - Experimentar las prestaciones de distintos servicios de internet.
 - Redactar mensajes dirigidos a diferentes tipos de público en distintos contextos virtuales.
 - Analizar ejemplos y situaciones de buen uso de las normas de convivencia en espacios virtuales.
 - Utilizar sistemas de gestión para los distintos actores turísticos.
 - Realizar actividades de producción de distintos tipos de materiales (textos, planillas, presentaciones, etc.) haciendo uso de las herramientas ofimáticas para fines específicos en diferentes soportes tecnológicos.
- Analiza en forma crítica las interacciones complejas entre la actividad turística y los cambios tecnológicos a través del tiempo.
 - Comprende la relación entre sociedad y tecnología y reflexiona críticamente acerca de los cambios de comportamiento sociales en relación al uso de la tecnología.
 - Selecciona y hace uso del servicio o la herramienta adecuada de Internet para comunicar, interactuar, investigar, producir y publicar contenidos digitales.
 - Posee capacidades hiperlectoras que le permiten buscar, evaluar y jerarquizar la información con sentido crítico a partir de parámetros de calidad.
 - Emplea los servicios de Internet utilizando pautas de netiqueta.
 - Desarrolla los medios necesarios para crear y/o participar en forma colaborativa de comunidades virtuales con fines profesionales.
 - Participa en la promoción de productos turísticos utilizando herramientas aportadas por las nuevas tecnologías.
 - Conoce las características y el funcionamiento de los distintos sistemas de distribución.

Técnico

92

- Utilizar las aplicaciones integradas a softwares de correos electrónicos, mensajería instantánea en diferentes soportes tecnológicos.
 - Analizar textos específicos que permitan reflexionar sobre la relación entre Sociedad y Tecnología construyendo diagramas de flujo y esquemas conceptuales.
 - Experimentar el uso de redes sociales con fines aplicables a la actividad.
 - Participar de la edición de textos en línea haciendo uso de herramientas para el trabajo colaborativo.
 - Comparar características y funcionamiento de sitios Web que permiten realizar reservas de servicios.
 - Analizar y comparar el funcionamiento y las características de distintos sistemas de distribución.
 - Operar sistemas de reserva informáticos a través de prácticas profesionales.
 - Analizar y comparar experiencias e-marketing y e-commerce.
- Opera el funcionamiento de diferentes sistemas de gestión para los distintos actores turísticos.
 - Gestiona la Información de una organización a través de Base de Datos.
 - Recoge información de interés para el negocio de manera que sirva para dar apoyo a la gestión de relaciones con el cliente.

3. Lenguas Extranjeras

Licenciado en Turismo

Contenidos

- Recursos fonéticos y gráficos.
- Recursos morfosintácticos.
- Estrategias y técnicas para la comunicación en Turismo.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | |
|------------|--|--|--|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Utilizar las funciones básicas y las estructuras fundamentales de la lengua extranjera para comunicarse en forma escrita y oral. • Utilizar el vocabulario específico acorde al contexto en donde se genere la comunicación. • Comprender en forma escrita y oral los géneros y tipos textuales relacionados con la actividad turística. • Producir en forma oral y escrita, textos sencillos y coherentes sobre temas de interés personal y/o profesional. | <ul style="list-style-type: none"> • Resolución de ejercicios y juegos de apreciación de vocabulario específico prestando especial importancia a los llamados “falsos cognados”. • Confeccionar cuadros para sistematizar las estructuras gramaticales. • Realizar ejercicios de aplicación práctica conforme a la teoría estudiada (ejercicios de opción múltiple, completar con la palabra correcta, etc.). • Interpretar textos, audio y audiovisuales en donde se presenten diferentes tipos de situaciones y temáticas. • Interpretar información específica de Turismo publicada en diversos soportes: folletos, libros de referencia, diarios, artículos científicos y de divulgación, etc. • Redactar diversos tipos de textos de acuerdo a fines específicos. (e-mails, cartas empresariales, descripciones de lugares, informes, mensajes breves, programas de viajes, etc.) | <ul style="list-style-type: none"> • Comprende lo esencial de textos orales y escritos complejos, que incluyen temáticas de la vida cotidiana o tienen un carácter técnico, relacionado con el área del Turismo. • Se desenvuelve con eficacia en la mayoría de situaciones y contextos relacionados con situaciones de la vida cotidiana así como en aquellas vinculadas con su práctica profesional: es capaz de hacer sugerencias, ofertas y solicitudes, mantener conversaciones telefónicas, participar de entrevistas, dar y pedir recomendaciones, efectuar reservas y cancelaciones, redactar correos electrónicos, cartas e informes. • Produce en forma oral y escrita textos claros y detallados sobre temas de interés personal y/o profesional, tales como: descripción de experiencias, acontecimientos, deseos, planes, descripción de itinerarios, lugares, atractivos y servicios turísticos siendo capaz de sostener debates o defensas de un punto de vista. |

| | |
|------------|---|
| Licenciado | <ul style="list-style-type: none"> • Sustener situaciones comunicacionales típicas de la actividad turística particularmente en ámbitos de los negocios del Turismo en una segunda lengua. |
|------------|---|

Técnico en Turismo

Contenidos

- Recursos fonéticos y gráficos.
- Recursos morfosintácticos.
- Estrategias y técnicas para la comunicación en Turismo.

| | Metas de Comprensión | Experiencias durante el aprendizaje | Descriptor de desempeño al finalizar la formación |
|---------|---|---|--|
| Técnico | <ul style="list-style-type: none"> • Utilizar las funciones básicas y las estructuras fundamentales de la lengua extranjera para comunicarse en forma escrita y oral. • Utilizar las funciones básicas y las estructuras fundamentales de la lengua extranjera para comunicarse en forma escrita y oral. • Comprender en forma escrita y oral, los géneros y tipos textuales relacionados con la actividad turística. • Utilizar el vocabulario específico acorde al contexto en donde se genere la comunicación. • Producir en forma oral y escrita, textos sencillos y coherentes sobre temas de interés personal y/o profesional. | <ul style="list-style-type: none"> • Resolución de ejercicios y juegos de apreciación de vocabulario específico prestando especial importancia a los llamados "falsos cognados". • Confeccionar cuadros para sistematizar las estructuras gramaticales. • Realizar ejercicios de aplicación práctica conforme a la teoría estudiada (ejercicios de opción múltiple, completar con la palabra correcta, etc.). • Interpretar textos, audio y audiovisuales en donde se presenten diferentes tipos de situaciones y temáticas. • Interpretar información específica de Turismo publicada en diversos soportes: folletos, libros de referencia, diarios, artículos científicos y de divulgación, etc. | <ul style="list-style-type: none"> • Comprende lo esencial de textos orales y escritos complejos, que incluyen temáticas de la vida cotidiana o tienen un carácter técnico, relacionado con el área del Turismo. • Se desenvuelve con eficacia en la mayoría de situaciones y contextos relacionados con situaciones de la vida cotidiana así como en aquellas vinculadas con su práctica profesional: es capaz de hacer sugerencias, ofertas y solicitudes, mantener conversaciones telefónicas, participar de entrevistas, dar y pedir recomendaciones, efectuar reservas y cancelaciones, redactar correos electrónicos, cartas e informes. |

Técnico

- Redactar diversos tipos de textos de acuerdo a fines específicos (correos electrónicos, cartas empresariales, descripciones de lugares, informes, mensajes breves, programas de viajes, etc.)
- Sustener situaciones comunicacionales típicas de la actividad turística en una segunda lengua.
- Produce en forma oral y escrita textos claros y detallados sobre temas de interés personal y/o profesional, tales como: descripción de experiencias, acontecimientos, deseos, planes, descripción de itinerarios, lugares, atractivos y servicios turísticos siendo capaz de sostener debates o defensas de un punto de vista.

Referencias Bibliográficas

ACERENZA, M. (2004) "Marketing Hotelero". Trillas. 1ª edición, México.

BUCKINGHAM, D. (2005) "Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea". Paidós: Buenos Aires.

JAFARI, J (EDITOR) (2002) "Enciclopedia del Turismo". Sintesis, Madrid.

LEVIS, D (2009) "La pantalla ubicua. Televisores, computadoras y otras pantallas". La Crujía, Buenos Aires.

LICKORISH Y JENKINS, (2000) "Una introducción al Turismo". Sintesis, Madrid.

ROUCH, G.I. Y RITCHIE, J.R. B (1999): "Tourism, competitiveness and societal prosperity". Journal of Business Research, 44:137-152.

SANCHO A. (1998) "Una introducción al Turismo". Organización Mundial del Turismo, Madrid.

La elaboración de este documento ha tenido la intención de presentar el entretrejo de aquellos saberes, experiencias y desempeños importantes a ser construidos por los planes de estudios que forman a Técnicos y Licenciados en Turismo, y que desde las políticas públicas, las instituciones formadoras deberían comprometerse a garantizar a través de diseños de espacios curriculares que surjan de la propuesta de cada institución que forme en Turismo.

Para el futuro próximo, prevemos líneas de trabajo en las que se continúen habilitando espacios de participación y construcción colectiva como los que dieron origen a estas páginas. Se recomienda que a partir de este documento las instituciones educativas que poseen carreras vinculadas a Turismo, generen espacios de debate incorporando las voces de diferentes actores y asociaciones (de estudiantes, profesionales, etc.) a fin de profundizar y enriquecer la propuesta.

EQUIPO DE COLABORADORES

Expertos consultados

Juan Carlos CHERVATIN
Adriana OTERO
Alejandro GAVRIC

Universidad Nacional de Tierra del Fuego

Carlos BAROLI
Pablo BAUTISTA
Sergio CHENLO
Cecilia COLOMBRES
Esteban DANIELS
María Elena DAVERIO
Nora ELIZONDO
Rodolfo FEHRMANN
Lucas GALLO
Francisco GATTO
Ana Laura GONZÁLEZ
Mariano HERMIDA
Marie JENSEN
Josefina MARTINELLI
Patricia MOSTI
Victoria OJEDA
Lucía PEREZ
Hernán QUESADA
Aldo Mario ROBLEDO
María Cristina SENA
Enrique SILVA
Marisol VEREDA
Liliana ARTESI

Universidad Maimónides

Alejandra MARINARO
Regina STEINER
Fernando VELÁZQUEZ

Universidad Nacional de San Juan

Lorena VERA
Isabel TORO
Aníbal MORENO
Pedro NARVÁEZ
Eduardo CARELLI
Santiago VELASCO

Universidad Nacional del Sur

Valeria GIL
Soledad GALLUCCI
Celina WOJSZKO
Brenda JONKE
Andrés PINASSI
Yanel MARTÍN VARISTO
Erica SCHENKEL

Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales

Alejandra PARRA
Alejandra SIMEONI
Walter VIEGAS
Marcela LAIÑO

Universidad Nacional de Quilmes

Marlene PEDETTI

Claudia TOSELLI
María VARELA

Universidad de la Marina Mercante

Noemí POLONSKI
Claudio AQUILA
Carmen Rosa RODRÍGUEZ

Universidad Nacional de Mar del Plata

Marta Mónica ASENSIO
Ana María BIASONE
Mariangel CACCIUTTO
Jorge CAÑUETO
Daniela CASTELLUCCI
Juan Enrique CUNILL CABRÉ
Florenia D'AMARIO
Ane Mirem DIEZ ALBERDI
Natalia IDONE
María Graciela GONZÁLEZ
Raquel LAREU
Valentina LATORRE
María José LÓPEZ
Mónica SCATIZZI
Cristina VARISCO
Ana WASSERMAN ROCHA
Esteban ZABALLA

Universidad Atlántida Argentina

María Belén PALOZZO
Ema HORMAECHEA
María Cecilia RIGONAT
Juan Manuel OJEDA

Andrés MAZZINI
Vanesa ROSA
Luciana BALBIN
María Florencia DORIGONI
Myriam DELLA MAGGIORA

Universidad de Belgrano

Alberto HENARES
Hernán MAZZA
Claudio LAFONTE
Silvia ALVAREZ
Liliana SIMOES
Germán CAROSIO

Universidad Blas Pascal

Marta E. BOTTI
Mónica B ANSELMINI
Gonzalo Nicolás GALLARDO
Valeria MOSCHETTA
Natalia RÉBOLA
Carla Fernanda GÓMEZ
Javier Alejandro PIERRE

Universidad Nacional de San Martín

Daniela THIEL ELLUL
Norberto FORTUNATO
Vanina PANNUCCI
Horacio DEFRANCESCO
Silvia GALASO

Universidad de la Patagonia San Juan Bosco

Facundo ALVAREZ RASO

María Juana COLLUEQUE
María Ángela CUCCHIARO
María Eugenia DOMINGUEZ
Magdalena GARBELLOTTI
Leonardo JONES
Laura QUINTANA
Romina ROSSI
Alicia TAGLIORETTE
Alejandra COICAUD
Mariano Ariel HUBERTY

Universidad Nacional de San Luis

Rosana GIL
Evangelina SOLIS
Miguel Ángel FLORES
Diana GUTIERREZ
Natalia GASQUEZ
Norma PEREYRA
Susana PAREDES

Universidad Nacional de Misiones

Julieta ANDUEZA
Diana Felisa Del Valle FARÍAS
Mirta Elena GONZÁLEZ

Universidad Abierta Interamericana

Ana ESCOBEDO
Nora FERRARA
Liliana CARMODY
Alicia GEMELLI
Marcelo SALINAS
Elisa LESTER

Universidad Nacional de Villa María

Ricardo CASTRO
Elizabeth THEILER
Adriana TORRES

Instituto de Educación Superior nº 9-011, San Rafael, Mendoza

Pablo Leandro MARTIN
Jorge ONDARRA
Silvina Esther OLIVARES
Raquel Bibiana MALANO
Daniela BASTIAS

Instituto de Educación Superior nº 2, Humahuaca, Jujuy

Silvia VILTE
Pablo AIZAMA
Liliana PONCE
Alejandra FERNÁNDEZ
CES Padre Alberto Agostini
Natalia ÁLVAREZ
Jimena CARRICA
Cecilia Ligia D´AVERSA
Laura Mariela LA VALLE
Susana LARCABAL
Emilio Segundo MANERA
Alejandra Paola MUÑOZ CRUZADO
María Fernanda NOGUEIRA
Susana QUIRÓS
Elisa RODRIGUEZ GIGLIO
María Cecilia SANCHEZ ITURRIOZ
Amneris SANGUEDOLCE

Patricia URDAPILLETA
Silvina Eliana VELAZQUEZ

Instituto Superior Particular Incorporado N° 4035 “Brigadier Estanislao López, Santa Fe

Myriam BRANDAN
Favio FERRARO
Luis FERREIRA
Jésica KEES
Corina LEZCANO
Marcela MASTRANDEA
Isabel ZANDOMENI
Mariela CIORCIARI
Graciela DEFAVERI
Melina ZAMPAR

Instituto Superior de Formación Técnica n° 178 San Nicolás de los Arroyos

Mirta VAZQUEZ
Micaela BULACIO
Ivana TATANGELO
Araceli MARZETTI
Silvina CASTRO
Elena ANDRAGNES
Natalia MALDONADO
DUILIO GREENBERG
Sabrina MILA
Enrique LIPPS

Instituto de Estudios Superiores Santa María. Santa María, Catamarca

Estela Noemí YAPURA

Oscar E. TALE
Guillermo A. BALDERRAMA
Elizabeth GUZMAN

Instituto Superior de Turismo Perito Moreno

Andrián FABRIZIO,
Marcela RAFANIELLO,
Jorge CAFFARELLO
Mariana BORDOLI

CESyT Centro de Estudios Sociales y Tecnológicos. San Isidro. Buenos Aires

Elena ANDRAGNES
Natalia MALDONADO
DUILIO GREENBERG
Sabrina MILA
Enrique LIPPS



LINEAMIENTOS PARA LA MEJORA DE LA FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN TURISMO