

PROGRAMA CURSO: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

II Semestre, 2016

Datos Generales

Sigla: TE0406

Nombre del curso: Administración de Empresas Turísticas

Tipo de curso: Presencial

Número de créditos: 3

Número de horas semanales presenciales: 4 horas

Número de horas semanales de trabajo independiente del estudiante: 5 horas

Requisitos: XN2103

Correquisitos: Ninguno

Ubicación en el plan de estudio: Octavo Nivel

Horario del curso: Lunes 8 a 11:50

Suficiencia: No incluye.

Tutoría: No incluye.

Datos del Profesor

Nombre: M.Sc Marco V. Soto Calderón

Correo Electrónico: marcos.sotocalderon@ucr.ac.cr

Horario de Consulta: Martes 13:00 a las 17:00 horas.

1. Descripción del curso

La industria turística tanto a nivel mundial ha experimentado un crecimiento del 4.5% según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), aún en tiempos de crisis globales. Estos datos no serían una realidad sin los recursos turísticos que posee cada país y, la vez los apuesta al servicio del turista para su consumo, es así como, se debe de contar con organizaciones de empresas turísticas capaces de realizar una gestión tanto en aspectos económicos, sociales como ambientales.

Las empresas turísticas cumplen un rol protagónico en la comercialización del turismo, no hace falta proporcionar datos para reconocer la importancia que el sector turístico tiene para Costa Rica, de ahí lo trascendental de contar con un tejido empresarial capaz de administrar y gestionar la actividad turística con un claro objetivo, la sostenibilidad; reconociendo que los recursos turísticos que cuenta la nación son agotables y perecederos.

Por lo tanto, el acercamiento a las particularidades de las empresas turísticas debe de partir del análisis particular desde la globalidad como es el caso de las aerolíneas, hoteles, cruceros, rent a cars y tour operadoras, hasta las microempresas turísticas que operan como intermediarias entre el cliente y los

distintos prestadores de servicio, por ende, la importancia de contar con el conocimiento, a saber, que en el sector turístico conviven diferentes tipos de organizaciones turísticas, cada una muy diferente entre sí desde su punto de vista comercial y de productos, pero, a la vez se articulan entre sí para proporcionar al cliente o turista una experiencia de ocio y diversión.

2. Objetivo General

Analizar los aspectos más destacados de las empresas turísticas a través de la revisión bibliográfica y análisis de casos, con la finalidad de que el estudiante comprenda e interiorice su importancia para la actividad turística del país.

3. Objetivos específicos

3.1. Describir los distintos tipos de empresas turísticas que existen en la actividad turística.

3.2. Explicar la naturaleza, comercialización y gestión de las empresas turísticas como elementos primordiales para la actividad turística.

3.3. Discutir los procesos en la gestión de la calidad y medioambiental en las empresas turísticas en busca de la sostenibilidad turística.

3.4. Desarrollar casos prácticos en los cuales los estudiantes resuelven una situación en particular de una empresa turística, con la finalidad de lograr un aprendizaje sostenido y útil para su desarrollo profesional.

4. Contenidos

Tema 1: Empresas y Organizaciones turísticas

La administración y las organizaciones.

Tipos de empresas

La particularidad de la administración de empresas turísticas.

Empresas y organizaciones turísticas.

La empresa turística familiar.

Caso práctico

Tema 2: La organización turística como sistema

Concepto de sistema en la administración

La empresa turística como sistema.

El subsistema de la empresa turística: tipos.

La importancia del sistema de las empresas turísticas para la actividad turística.

Caso práctico.

Tema 3: El entorno de la empresa turística

Concepto de entorno.

El entorno general y específico de la empresa turística.

Entorno específico: análisis sectorial.

Tendencias en el entorno turístico.

Entorno medioambiental y RSC en las empresas turísticas.

Tema 4: La estructura del sector turístico

La oferta turística como estructura de valor.

Sectorización en el mercado turístico.

La oferta turística: alojamiento.

La oferta turística: Transporte aéreo, marítimo y terrestre.

La oferta turística: restaurantes y la oferta complementaria.

La oferta turística: agencias de viajes como intermediarios de la actividad turística.

Instituciones, organizaciones y asociaciones turísticas vinculadas a la actividad turística.

Casos prácticos.

Tema 5: Organización y gestión empresarial turística en Costa Rica.

Marco gremial turístico en Costa Rica.

Instituciones públicas y privadas.

Empresas turísticas del sector privado.

Gremios y asociaciones en Costa Rica

Tema 6: Empresas Turísticas sostenibles.

Modelo de turismo sostenible.

Concepto de gestión sostenible en la empresa turística.

Clasificación de las empresas sostenibles.

Herramientas de la gestión sostenible en las empresas turísticas.

5. Metodología

Con la finalidad de que los estudiantes contribuyan de forma crítica y propositiva a la comprensión y mejora continua a través de la investigación e indagación, el curso de administración de empresas turísticas, se propone con una metodología basada en los siguientes aspectos:

- **Conocimientos y teorías** que fundamenten la administración de las distintas empresas turísticas como agentes prestatarios de los distintos servicios que otorgan al sector turístico.

- **Análisis crítico** por parte del estudiante de la importancia de la administración y los distintos tipos de empresas turísticas orientadas a la intermediación y los servicios turísticos.
- **Exposiciones magistrales** en las que el profesor introduce temas y conceptos con el objetivo de dar a conocer al estudiante conocimientos en el área de la administración de empresas turísticas, así como, el análisis crítico de temas y conceptos previamente conocidos por los estudiantes.
- **Lecturas dirigidas y casos de estudio** con el objetivo de que el estudiante interiorice conceptos, teorías, políticas y estudios de caso para ser estudiados y desarrollados por los estudiantes.
- **Gira de campo** a un sitio relevante para el estudio de la gestión ecoturística vincula a las distintas empresas turísticas en el país, con el objetivo de complementar y complementar el conocimiento teórico obtenido en clase a un contexto y situación actual en el desarrollo de turismo en Costa Rica.
- **Investigación** en las que los estudiantes analizarán, mediante la metodología de estudios de caso, el contexto actual de una empresa ecoturística exitosa en el país. Por lo tanto, el trabajo debe presentarse de forma escrito con las distintas secciones que toda investigación debe de contener a saber: introducción, justificación, planteamiento, desarrollo y la indicación de los hallazgos encontrados al momento de hacer la visita, utilizando la técnica o instrumento de observación, entrevista a expertos, revisión bibliográfica, entre otras.

6. Evaluación

La calificación del curso se distribuye en las siguientes actividades evaluativas:

Actividad Evaluativa	Porcentaje
Asistencia y Participación en clase (Autoevaluación)	10%
Casos de estudio (3)	30%
Presentación escrita y exposición oral de la propuesta de investigación	20%
Trabajo escrito	10%
Exposición oral	10%
Dos Exámenes: parcial y final	40%
Total	100%

6.1 Asistencia y participación: Autoevaluación 10%

Cada estudiante realiza la autoevaluación en semana 13 o 14 y la entrega al docente de forma escrita, el cual avala o modifica la nota propuesta por el aprendiz.

Rúbrica de participación y asistencia en clase: Autoevaluación

Nombre del estudiante _____

Criterio	2 Lo cumpla	0 No lo Cumpla
1. Contribuyo con comentarios pertinentes a las discusiones en clase.		
2. Asisto a clases puntualmente y no registro ausencias en el curso.		
3. Demuestro interés en los comentarios de los demás compañeros.		
4. Contesto preguntas del facilitador y mis compañeros de clase.		
5. Formulo preguntas pertinentes al tema de la clase que está desarrollando el docente.		
6. Vengo preparado a clase con las lecturas asignadas por el docente previamente.		
7. Contribuyo a la clase con material e información adicional al que está desarrollando el docente y lo comparto con los compañeros de clase.		
8. Presento argumentos críticos y pertinentes a las lecturas y trabajos en clase.		
9. Demuestro atención y apertura a los puntos y argumentos de los compañeros y el docente.		
10. Contesto preguntas y planteamientos de mis compañeros.		
11. Demuestro iniciativa y creatividad en las actividades de clase que desarrolla el docente y mis compañeros.		
Total se calcula con base en 22 puntos.		

6.1. Casos de estudio: 30%

Durante el curso se desarrollan tres casos de estudios facilitados por el docente, cada uno tiene un valor de 10% en la nota fina. Los casos se deben de presentarse en forma escrita y subir el documento en formato Word a la plataforma virtual, en las semanas 5, 9 y 13.

La rúbrica para la evaluación de los casos es la siguiente:

Rúbrica para Evaluación los Casos de Estudio

1.- Atiende de manera incorrecta e incompleta lo solicitado.	2.- Atiende de manera regular lo solicitado, en la mayoría de los aspectos.	3.- Atiende de manera adecuada lo solicitado, pero evidencia algunas inconsistencias.	4.- Atiende de manera correcta lo solicitado.
---------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------

CRITERIOS	4	3	2	1
1. Utiliza la información proporcionada por el caso de forma apropiada y pertinente, evidenciando la correcta comprensión de todos los aspectos solicitados en las especificaciones por el docente.				
2. Los datos estimados, argumentos y la información recopilada están organizados de manera coherente y consistente. Se evidencia orden en el trabajo.				
3. Aplica la metodología adecuada de resolución de casos facilitada por el docente, lo que lleva a una resolución puntual del caso, así como el entendimiento y la comprensión del mismo.				
4. El análisis de las preguntas del caso evidencian un proceso de investigación apropiado, empleando información adicional a la suministrada para el caso, así como de una correcta redacción y citación de fuentes consultadas, siguiendo la metodología APA sexta edición con al menos 6 referencias en el documento.				
5. Se evidencia una integración adecuada entre los componentes teóricos y prácticos en la resolución planteada para el caso.				
El puntaje se calcula con base en 20 puntos.				

6.3. Presentación escrita y exposición oral de la propuesta de investigación: 10%

Los estudiantes en semana 14 o 15 presentan tanto de forma escrita y oral el trabajo de investigación, el cual tiene un valor de un 20% total en la nota final. Un 10% el documento escrito y un 10% la exposición oral.

Rúbrica para la presentación y defensa oral de la investigación

CRITERIOS	0 No Cumplió	1 Deficiente	2 Bueno	3 Muy bueno	4 Excelente
1. Realiza una introducción efectiva del tema.					
2. Identifica el propósito, los objetivos e ideas principales que se incluyen en la presentación.					
3. La presentación es organizada, coherente y puede seguirse con facilidad y entendimiento por parte del docente.					
4. Los alumnos demuestran dominio del tema al explicar con propiedad el contenido y no incurre en errores.					
5. Las ideas y argumentos de la presentación están bien fundamentados en los recursos presentados, consultados o discutidos en clase.					
6. Los estudiantes utilizan un lenguaje apropiado con corrección sintáctica y gramatical.					
7. El resumen de los puntos principales y la presentación de las conclusiones es claro y apropiado a la investigación.					
8. Cumple los objetivos o propósitos anunciados en la introducción.					
9. La presentación es interesante, amena y esboza argumentos sólidos relacionados a la administración de empresas turísticas.					
10. La presentación demuestra creatividad y pertinencia.					
11. La dicción es clara, sin muletillas o barbarismos y expresa un tono adecuado.					
12. Proyección efectiva, postura corporal adecuada y manejo de la clase.					
13. Capta la atención e interés de la clase, asimismo, promueve su participación.					
14. Usa efectivamente las tecnologías lo cual facilita la comprensión de la propuesta por parte de la clase.					

15. Cumple con el tiempo asignado, no se extiende demasiado, tampoco es demasiado breve.					
El puntaje se calcula con base en 60 puntos.					

6.3. Rúbrica para la evaluación del trabajo escrito: 10%

Rúbrica de evaluación del trabajo escrito: proyecto final			
CRITERIO	1 Insuficiente	2 Satisfactorio	3 Excelente
1. Entrega a tiempo de forma digital y con excelente presentación el documento escrito.			
2. Se muestran las secciones solicitadas según las instrucciones dadas por el docente.			
3. El documento tiene un sustento bibliográfico completo, al menos 10 referencias citas correctamente con la metodología APA sexta edición.			
4. Se evidencia la originalidad y creatividad para plantear el éxito de la empresa ecoturística investigada.			
5. La calidad y cantidad de información provee evidencia de un análisis amplio y profundo.			
6. Se evidencia coherencia y organización en el documento entregado.			
7. Se evidencia la capacidad de defender el documento de forma clara y convincente.			
8. Orienta con éxito a los lectores con respecto a la estructura del documento.			
9. La revisión documental sigue la estructura del idioma en ortografía, gramática y construcción de párrafos, asimismo, no presenta errores de digitación.			
Total se calcula con base en 27 puntos			

7. Consideraciones sobre la evaluación

- **Asistencia y puntualidad** a clase es obligatoria, la misma será evaluada por el estudiante mediante la autoevaluación en semana 14 o 15. Por lo tanto, si el estudiante se ausenta a la clase, es responsabilidad del mismo de ponerse al día en su trabajo. Si un estudiante se ausenta injustificadamente a tres lecciones o más, del total de lecciones del en un ciclo lectivo, se le puede dar de baja administrativa. El estudiante puede justificar su ausencia debido a una emergencia o enfermedad, entregando al profesor la prueba necesaria que demuestre la razón.
- **Con respecto a la puntualidad** en clase, el profesor puede penalizar a los estudiantes que lleguen tarde o se retiren antes de concluida la sesión. Tres tardías son una ausencia y las tardías no se pueden justificar.
- **Todos los trabajos** deben presentarse en forma escrita, estructurado, tipo de letra Arial 11 y 1,5 de espacio. No se aceptan fuentes de Wikipedia, Rincón de Vago, Buenas Tareas, Blogs, etc. Asimismo, debe utilizar la metodológica de citación APA sexta edición.
- **Los casos, así como, la presentación oral y defensa de la investigación** se van a evaluar a través de rúbricas las cuales se adjuntan al programa académico.

El acceso a los materiales del curso se va a llevar a cabo mediante la Plataforma de Mediación Virtual (METICS). La clave para que los estudiantes se matriculen al curso será proporcionada en primer día de clases.

8. Cronograma

Plan de Trabajo / Segundo Semestre 2016		
Semana	Fecha	Plan de Trabajo
1	8 de agosto	Entrega de los programas académicos a los estudiantes. Revisión de fechas para las distintas estrategias evaluativas. Tema 1: Empresas y Organizaciones turísticas La administración y las organizaciones. Tipos de empresas. Importancia de las empresas turísticas para el desarrollo turístico en Costa Rica.
2	15 de agosto	Feriado: Día de la madre
3	22 de agosto	La particularidad de la administración de empresas turísticas. Empresas y organizaciones turísticas.

		La empresa turística familiar. Caso práctico.
4	29 de agosto	Tema 2: La organización turística como sistema Concepto de sistema en la administración La empresa turística como sistema. Caso Práctico.
5	5 de setiembre	El subsistema de la empresa turística: tipos. La importancia del sistema de las empresas turísticas para la actividad turística. Lecturas de apoyo. Entrega del primer caso grupal.
6	12 de setiembre	Tema 3: El entorno de la empresa turística Concepto de entorno. El entorno general y específico de la empresa turística. Entono específico: análisis sectorial. Lecturas de apoyo.
7	19 de setiembre	Tendencias en el entono turístico. Entorno medioambiental y RSC en las empresas turísticas. Caso de estudio.
8	26 de setiembre	Primer examen Parcial.
9	3 de octubre	Tema 4: La estructura del sector turístico La oferta turística como estructura de valor. Sectorización en el mercado turístico. La oferta turística: alojamiento. Entrega del segundo caso grupal.
10	10 de octubre	Gira de estudio.
11	17 de octubre	Feriado: 12 de octubre
12	24 de octubre	La oferta turística: Transporte aéreo, marítimo y terrestre. Caso de estudios y lecturas complementarias.
13	31 de octubre	La oferta turística: Transporte aéreo, marítimo y terrestre. Lecturas de apoyo. Entrega del tercer caso grupal.
14	7 de noviembre	La oferta turística: restaurantes y la oferta complementaria. La oferta turística: agencias de viajes como intermediarios de la actividad turística. Instituciones, organizaciones y asociaciones turísticas vinculas a la actividad turística. Caso práctico.
15	14 de noviembre	Tema 5: Organización y gestión empresarial turística en Costa Rica.

		Marco gremial turístico en Costa Rica. Instituciones públicas y privadas. Empresas turísticas del sector privado. Gremios y asociaciones en Costa Rica Entrega del trabajo de investigación de forma escrita y grupal.
16	21 de noviembre	Tema 6: Empresas Turísticas sostenibles. Modelo de turismo sostenible. Concepto de gestión sostenible en la empresa turística. Clasificación de las empresas sostenibles. Herramientas de la gestión sostenible en las empresas turísticas Caso práctico.
17	28 de noviembre	Exposición de los trabajos de investigación. Defensa oral.
18	5 de diciembre	Examen Final.
19	12 de diciembre	Entrega de promedios finales.

10. Bibliografía

- Casanueva, C.; y Gallego, M.A. (2012). *Empresas y organizaciones turísticas* (2ª ed.) Madrid: Ediciones Pirámide.
- Hernández, G. (2013). *Gestión de calidad en las empresas turísticas sostenibles*. San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Gallego, M.A; y Casanueva, C. (2016). *Dirección y organización de empresas turísticas*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Quesada, R.; Fontana, Y.; Sánchez, A.; y Fonseca, C.A. (2011). *Gestión de empresas turísticas sostenibles*. San José: EUNED.
- Ramírez-Cavassa, C. (2007). *Administración de empresas turísticas: nuevas estrategias* (2ª ed.) México, Distrito Federal: Editorial Trillas
- Sánchez, D. M. (2014). *Administración 1*. México, D.F., MX: Larousse - Grupo Editorial Patria. Recuperado de <http://www.ebrary.com>

Otras referencias

Asociación Sevillana de Empresas Turísticas (2011). Recuperado de <http://www.turismosvq.com/>

Fernández de Hurtado, G.; Henríquez-Barráez, A.; Narváez-Castro, M.L. (2013). Competitividad de empresas turísticas: un análisis desde el enfoque sistémico. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XXI (1), 243-260. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90928088013>

Serra-Cantalops, A.; y Peña-Miranda, D. (2012). Responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(6), 1456-1480. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180725030006>

Serrano-Bedia, A.; Gómez-López, R.; y López-Fernández, M. (2009). La decisión de innovar de las empresas turísticas: un análisis empírico de la industria hostelera. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 15 (3), 173-186. Recuperado de <http://projecteuclid.redalyc.org/articulo.oa?id=274120375010>