



PROGRAMA DE CURSO: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS II Ciclo 2021

Datos del curso

Sigla: TE0406

II Ciclo: 2021

Créditos: 3

Naturaleza: Virtual

Número de horas semanales presenciales: 4 horas

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

Requisitos: Principios de Administración (XN2103)

Correquisitos: ninguno

Horario del curso: Lunes 8 a 11:50 am

Nivel: Octavo

Aula: Virtual Plataforma de videoconferencia Zoom

Modalidad: 100% virtual / Sincrónico

Datos del docente: M.Sc Marco V. Soto Calderón

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

Horario de Consulta: Miércoles 10 a 12md.

Lugar de consulta: Virtual Plataforma de videoconferencia Zoom

I Descripción

Las organizaciones afines al turismo deben fortalecer la gestión administrativa sostenible en aspectos económicos, sociales, ambientales, culturales e inclusivos. El curso pretende que el estudiantado desarrolle conocimientos sobre la administración de las distintas formas de empresarialidad.

Las empresas turísticas cumplen un rol protagónico en la comercialización del turismo, 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 como el patrimonio cultural y natural de Costa Rica son agotables y perecederos; por ende, la importancia de contar con el conocimiento que en el sector turístico conviven diferentes tipos de organizaciones turísticas, las cuales se articulan para proporcionar al turista una experiencia de ocio y diversión.

Mediación virtual: Se atenderán los aspectos establecidos en la Resolución VD-11489-2020 (Lineamientos para la planificación, orientación e implementación de la actividad docente durante el segundo ciclo lectivo de 2020 en la Universidad De Costa Rica. En el marco del estado de Emergencia Nacional declarada vía Decreto Ejecutivo No. 42227-MP-S, vigente desde el pasado lunes 16 de marzo de 2020, por el riesgo de contagio de la enfermedad Covid-19 y de conformidad con lo establecido por la Resolución R-158-2020 y las Circulares R-19-2020 y R-21-2020 que entre otros aspectos establece que durante el II ciclo del año 2020, las actividades académicas se desarrollarán bajo la modalidad virtual, utilizando la plataforma de Mediación Virtual y cualquier otra herramienta estará enlazada con ella.



Reglas para la virtualidad (RESOLUCIÓN VD-11489-2020): los medios de comunicación oficial para este curso es mediación virtual y el correo institucional solamente, el WhatsApp en ninguna circunstancia es una vía oficial de comunicación, una clase virtual requiere la misma presentación personal de una clase presencial (siempre usar camiseta o camisa), si la clase es sincrónica usted debe estar disponible en cualquier momento de la clase, en caso contrario se considerará ausente, sus entregables deben tener nombre digital adecuado, además del nombre dentro del documento, las dudas sobre el curso y los entregables, serán aclaradas solo en horarios de consulta de forma escrita y de forma sincrónica en el espacio para este efecto vía zoom.

II Objetivo General

Analizar los aspectos más destacados de las distintas organizaciones afines al turismo con la finalidad de que el estudiantado comprenda e interiorice su importancia para la actividad turística del país.

III Objetivos Específicos

- 3.1. Describir los distintos tipos de organizaciones afines al turismo que existen en la actividad turística.
 - 3.2. Conocer la naturaleza, comercialización y gestión de las organizaciones afines al turismo como elemento primordial en la actividad turística.
 - 3.3. Comprender los procesos en la gestión de la calidad y medioambiental en las empresas turísticas para la sostenibilidad turística.
-

IV Contenidos

Tema 1: La administración en las organizaciones afines al turismo

Sistema Turístico y su interrelación con la actividad turística.

La función de organización: conceptos y principios de organización.

Organización formal e informal.

Diseño organizativo en las empresas turísticas.

Tema 2: Dirección de empresas turísticas

La dirección en las empresas turísticas

Estilos de Dirección.

Procesos de comunicación externa e interna en la empresa turística.

Integración de las empresas turísticas.



Tema 3: Alojamientos Turísticos

La industria hotelera y su interrelación con el sistema turístico.
Definición y clasificación de los servicios de hospedaje.
Administración en las empresas hoteleras.

Tema 4: Las agencias de Viajes

Concepto, clasificación y regulación.
Estructura organizacional.
Funciones de las agencias de viajes.
Estructura interna de una agencia de viajes.

Tema 5: El transporte aéreo en el sector turístico

Concepto, clasificación y administración.
Aerolíneas como empresas turísticas.
Gestión e importancia para el sector turístico.

Tema 7: Empresas del transporte terrestre

Empresa de autocares: Rent a Cars.
Producto y comercialización.
Trenes turísticos

Tema 8: Empresas transporte marítimo y fluvial

Cruceros, comercialización y gestión de puestos marítimos.
Rutas marítimas.
Cruceros Turísticos.

Tema 8: El modelo de low cost en las empresas turísticas

Orígenes del modelo low cost en la industria turística.
La sociedad low cost.
Un nuevo consumidor en la industria turística low cost.
Productos low cost y la internet.
Intermediación online.

Tema 9: Oferta Complementaria: conceptos y tipologías

Oferta deportiva
Parques Naturales
Parques temáticos
Empresas especializadas.

V 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. Esta actividad se va a llevar a cabo mediante la plataforma ZOOM.
- **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.
- **Visitas de expertos** se contará con profesionales de las distintas empresas turísticas, con la finalidad de que el estudiante tenga un mayor acercamiento a la realidad de la actividad turística del país.
- **Proyecto de Investigación Final**
La investigación final del curso consistirá en la identificación y análisis de un proyecto real de desarrollo turístico en el ambiente empresarial, local, nacional internacional o global que requiera de un proceso de mejoramiento sustancial o la formulación de un nuevo plan de trabajo. Como elementos de ponderación se considerarán, entre otros, la originalidad del tema, la precisión y aplicación de conceptos, la profundidad crítica del análisis, las citas y referencias bibliográficas y la solidez y pertinencia de las conclusiones, recomendaciones e implementación de las mejoras.

La estructura básica del trabajo en grupo deberá comprender: 1) Introducción 2) justificación de la elección del tema, así como la empresa, entidad, departamento o sección a investigar, que se requiere llevar de la teoría a práctica (tanto desde el punto de vista académico como práctico); 3) Planteamiento del problema 3) Metodología 4) la explicación de su naturaleza y características; 5) análisis crítico a la luz de los conceptos estudiados durante el curso que fueren pertinentes; 6) conclusiones prácticas), 7) recomendaciones, 8) implementación; 9) citas y bibliografía consultada (libros, revistas, artículos de prensa, documentos de internet). La extensión mínima será de 20 páginas y la máxima de 30, a espacio y medio (excluidos eventuales Anexos), letra tipo ARIAL 12 (márgenes normales de 2 cms.). Puede incluirse material adicional bajo la forma de anexos.

El número mínimo y máximo de integrantes de cada grupo no debe superar los cuatro representantes. Una vez integrados los grupos, a más tardar en la tercera sesión de clase, cada grupo deberá entregar una propuesta inicial (máximo 2 páginas), en la que se consignarán los siguientes datos: a) nombre de los integrantes; b) empresa de elección; c) breve justificación de la escogencia. Para esta actividad, se habilita un espacio en mediación virtual en el cual deben de adjuntar el documento para la revisión por parte del docente y, posterior retroalimentación.



Todos los trabajos deberán indicar, en su respectiva portada, el porcentaje de participación efectiva de los miembros en la investigación. En caso de omisión de ese detalle, **se descontará automáticamente un 10% de la nota final del trabajo**. Si se indicara que todos los integrantes han tenido una participación de un 100%, el profesor designará libremente a uno de sus miembros, para que haga la respectiva presentación oral, pero las eventuales preguntas sobre el trabajo, deberán ser contestadas únicamente por los miembros del grupo que no expongan.

VI Evaluación

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

Actividad Evaluativa	Porcentaje
Diario de Aprendizaje	20%
Casos de estudio grupal (2)	25%
Trabajo de investigación grupal Trabajo escrito (15%) Exposición oral (10%)	25%
Examen Final	30%
Total	100%

Diario de aprendizaje: 20%

En el diario de aprendizaje, los estudiantes en grupos de cuatro (4) elaboran un resumen de máximo cuatro (4) páginas y una reflexión de las lecturas asignadas durante el ciclo lectivo. En caso de no incluir la información solicitada en la fecha indicada, el grupo pierde el porcentaje respectivo. Los grupos de trabajo van a ser seleccionados y elegidos por el docente. Se evalúa de forma integral con base en la siguiente rúbrica.

CRITERIOS	1 pt Regular	2pts Muy bien	3pts Excelente
1.Evidencia la capacidad de síntesis en relación con los principales elementos incluidos en la lectura y la relación con el objeto de estudio del curso de Administración de Empresas Turísticas			
2. Evidencia el pensamiento crítico y creativo en la interpretación de los elementos incluidos en las lecturas.			
3. Evidencia la redacción de párrafos de 8 a 10 líneas estructurados de forma lógica y coherente.			



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.				
4. El análisis de las preguntas del caso evidencian un proceso de investigación apropiado, empleando información adicional a la suministrada para el caso.				
5. Evidencia una integración adecuada entre los componentes teóricos y prácticos de la asignatura en la resolución del caso planteado.				
6. Utiliza gráficos, cuadros, diagramas o cualquier otro recurso para la comprensión y resolución del caso.				
7. Utiliza la metodología de citación APA séptima edición de forma correcta y no presenta ningún error en las citas, tampoco en las referencias bibliográficas.				
8. Cita al menos 12 referencias bibliográficas no menor a 5 años en el documento.				
9. La redacción del estudio de caso incluye el uso correcto de la puntuación, estructuras gramaticales y vocabulario. Incluye detalles y datos estructurados en párrafos de 10 líneas.				
10. No lesiona la política de honestidad académica.				
11. La ortografía y gramática cumplen con las normas del idioma español al no presentar errores ortográficos ni de digitación.				
El puntaje se calcula con base a 44 puntos.				



Rúbrica para la evaluación del trabajo escrito: 15%

En semana 14 los estudiantes suben a mediación el trabajo escrito en formato WORD. La rúbrica para la evaluación del trabajo de investigación de forma escrita es la siguiente:

Rúbrica de evaluación del trabajo escrito: proyecto final			
CRITERIO	1 pt Insuficiente	2 pts Satisfactorio	3 pts Excelente
1. Entrega a tiempo en forma digital WORD y con excelente presentación el documento escrito.			
2. Se muestran todas las secciones solicitadas según las instrucciones dadas por el docente y descritas en el programa del curso.			
3. Se evidencia la originalidad y creatividad para plantear el éxito del proyecto de desarrollo turístico.			
4. La calidad y cantidad de información presentada, provee evidencia de un análisis amplio y profundo del proyecto de desarrollo turístico.			
5. Se evidencia coherencia y organización en el documento entregado.			
6. Analiza de forma crítica el proyecto de desarrollo turístico a la luz de los conceptos estudiados durante el curso y los plasma en el trabajo de investigación.			
7. Utiliza gráficos, cuadros, diagramas o cualquier otro recurso para la comprensión y pertinencia en la investigación.			
8. Orienta con éxito a los lectores con respecto a la estructura del documento de forma pertinente y significativa.			
9. El documento tiene un sustento bibliográfico completo, al menos 15 referencias citadas correctamente con la metodología APA séptima edición y con 5 años de antigüedad.			
10. Utiliza la metodología de citación APA séptima edición de forma correcta y no presenta ningún error en las citas, tampoco en las referencias bibliográficas.			



11.La redacción del documento incluye el uso correcto de la puntuación, estructuras gramaticales y vocabulario. Incluye detalles y datos estructurados en párrafos de 10 líneas.			
12.La revisión documental sigue la estructura del idioma español en ortografía, asimismo, no presenta errores de digitación.			
13.No lesiona la política de honestidad académica.			
El puntaje se calcula con base a 39 puntos.			

Presentación y exposición oral de la propuesta de investigación: 10%

Los estudiantes en semana 15 presentan de forma oral el trabajo de investigación. Esta presentación la realizan mediante la plataforma ZOOM. La rúbrica para la evaluación oral de la propuesta de investigación es la siguiente:

CRITERIOS	1 pt Deficiente	2 pts Muy bueno	3 pts Excelente
1. El estudiante realiza una introducción efectiva del tema.			
2. Identifica el propósito, los objetivos e ideas principales de la investigación.			
3. La presentación es organizada, coherente y puede seguirse con facilidad y entendimiento por parte los compañeros y del docente.			
4. El alumno que expone, demuestra dominio del tema al explicar con propiedad el contenido y no incurre en errores.			
5. El resumen de los puntos principales y la presentación de las conclusiones y recomendaciones son claras y apropiadas a la investigación.			
6. La persona estudiante expone la metodología de forma clara y pertinente, esbozando los distintos apartados.			
7. La presentación es interesante, amena y esboza argumentos sólidos relacionados con el tema investigado.			
8.La presentación demuestra creatividad y pertinencia, a la vez utiliza cuadros, gráficos, videos u otros elementos que hace de la presentación entendible y amena.			
9.La dicción es clara, sin muletillas o barbarismos y expresa un tono adecuado.			



10. Proyección de la presentación es efectiva, hace uso correcto de la plataforma de videoconferencia ZOOM.			
11. El grupo contesta las preguntas que realiza el docente y los compañeros de clase, de forma clara, pertinente y asertiva.			
12. Se hace uso efectivo de las tecnologías lo cual facilita la comprensión de la exposición del trabajo por parte del docente y los compañeros.			
13. Cumple con el tiempo asignado de 15 minutos no se extiende demasiado, tampoco es demasiado breve.			
El puntaje se calcula con base en 40 puntos.			

Consideraciones sobre la evaluación

- **Todos los trabajos** deben presentarse en forma escrita, estructurado, tipo de letra Arial 12 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 séptima edición.
- **Diarios de aprendizaje, los casos de estudio, la investigación escrita y oral** se van a evaluar a través de rúbricas las cuales se adjuntan en el 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.

VII Cronograma de actividades

Plan de Trabajo / Segundo ciclo 2021		
Semana	Fecha	Actividades de aprendizaje
1	16 de agosto	<p>Lección Sincrónica. Revisión del programa del curso (carta al estudiante) Socialización de las fechas para la entrega de las distintas estrategias evaluativas. Explicación de la forma de trabajar mediante la plataforma de Mediación Virtual y videoconferencia ZOOM. Consultas por parte de los estudiantes.</p> <p>Trabajo en grupo. Lectura: Covid-19 abre oportunidades para el turismo ecológico.</p>
2	23 de agosto	<p>Tema 1: Empresas y Organizaciones afines al turismo. Lección Sincrónica.</p>



		La administración y las organizaciones afines al turismo Tipos de empresas. Importancia de las empresas turísticas para el desarrollo turístico en Costa Rica. Exposición magistral por parte del docente.
3	30 de agosto	Tema 2: Dirección de empresas turísticas. La dirección en las empresas turísticas Estilos de Dirección. Comunicación interna en la empresa turística. Caso práctico. Trabajo en clase y análisis.
4	6 de setiembre	Tema 3: Gestión de empresas del sector turístico: Alojamientos Turísticos Entrega del primer Diario de aprendizaje. -Lectura 1: El internet de las cosas un factor de competitividad en empresas turísticas. -Lectura 2: Tecnología para lograr la excelencia en la relación cliente-empresa.
5	13 de setiembre	FERIADO
6	20 de setiembre	Tema 4: Las agencias de Viajes Entrega del segundo diario de aprendizaje -Lectura 1: Airbnb está matando a los pequeños hoteleros en Costa Rica. -Lectura 2: Airbnb y la crisis del coronavirus: "Tardamos 12 años en construir la empresa y perdimos casi todo en cuestión de semanas"
7	27 de setiembre	Día Mundial del Turismo: Conferencia Internacional Entrega del primer caso de estudio grupal.
8	04 de octubre	Tema 5: Empresas de Transporte: El transporte aéreo en el sector turístico.
9	11 de octubre	Semana de la Desconexión Tecnológica
10	18 de octubre	Tema 5: Empresas de Transporte: El transporte aéreo en el sector turístico. Continuación
11	25 de octubre	Tema 6: Transporte por carretera. Entrega del tercer Diario de aprendizaje -Lectura: COVID-19 y transporte aéreo: ¿es el final de la aviación que conocíamos? -Lectura: La crisis de la COVID-19 deja el sector aéreo con turbulencias hasta el 2024.



12	01 de noviembre	Tema 7: Empresas transporte marítimo y fluvial Entrega del segundo caso de estudio.
13	8 de noviembre	Tema 8: El modelo de low cost en las empresas turísticas. Entrega del cuarto Diario de Aprendizaje -Lectura 1: El sector de viajes y turismo impulsa el mercado de las compañías de bajo coste El mercado de las low cost superará los 200.000 M \$ en cinco años -Lectura 2: Low-Cost Ways To Grow A Business
14	15 de noviembre	Tema 9: Oferta Complementaria: conceptos y tipologías. Caso práctico
15	22 de noviembre	Exposición de los trabajos finales de investigación Entrega de los trabajos de investigación escritos
16	29 de noviembre	FERIADO
17	6 de diciembre	Examen Final
18	13 de diciembre	Entrega de promedios finales

VIII 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>