Ministerio de Cultura y Educación **(Programa del año 2025)**
Universidad Nacional de San Luis **(Programa en trámite de aprobación)**
Facultad de Turismo y Urbanismo **(Presentado el 26/11/2025 17:40:05)**
Departamento: Turismo
Area: Area de Organización y Gestión de Empresas Turísticas

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
ADMINISTRACION Y GESTION DE EMPRESAS TURISTICAS	Lic. en Turismo	3/2014	2025	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
AGUILERA, MARIA SOLEDAD	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
CASARETTO, ELEONORA ELVIRA	Prof. Co-Responsable	SEC F EX	4 Hs
LANDRIEL, GABRIELA ALEJANDRA	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	**Teóricas**	**Prácticas de Aula**	**Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.**	**Total**
4 Hs	Hs	Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoria con prácticas de aula	2º Cuatrimestre

Duración			
Desde	**Hasta**	**Cantidad de Semanas**	**Cantidad de Horas**
04/08/2025	14/11/2025	15	60

IV - Fundamentación

El presente curso pretende brindar a los alumnos una formación integral e interdisciplinaria sobre las empresas turísticas, haciendo hincapié en los aspectos administrativos, de gerenciamiento, recursos humanos y presupuestarios con el objeto de abordar desde un primer momento las problemáticas concretas que abordará como graduado; sin descuidar la mirada sistémica y compleja, que forma partes de la naturaleza de los negocios turísticos. Este curso articula contenidos relacionados con Administración de las Organizaciones Turísticas y Gestión de Agencia de Viajes, proporcionando una mirada integral.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Brindar a los alumnos los contenidos conceptuales que le permitirán identificar y comprender la temática del turismo desde uno de sus ejes: el conocimiento y gestión de las empresas turísticas, haciendo hincapié en su finalidad; el servicio.
Esto implica para los alumnos, abordar la gestión de las empresas teniendo en cuenta su contexto actual, producto del impacto de la globalización y conociendo las características que el Pos-turismo atraviesa a cada uno de los procesos que integran la gestión turística.
Conocer y comprender la estructura de los costos empresariales, y el impacto de los mismos en la rentabilidad, permite que los futuros gestores en turismo, puedan tomar decisiones en busca de competitividad y rentabilidad, logrando así, eficiencia de los negocios turísticos

VI - Contenidos

UNIDAD 1 – Los Servicios y las empresas en la actividad Turística

Los servicios en el siglo XXI. La economía de los servicios

La Empresa turística como sistema. La producción en empresas de servicios. Principales características
Operaciones básicas de una empresa.
Estados Contables: componentes y estructura.
Análisis e interpretación de los Estados Contables.
Concepto y ámbitos de la globalización. La globalización y su impacto en el turismo.

UNIDAD 2 - Emprendedores y Emprendimientos

Emprendedorismo características. Creación de negocios.

El proceso emprendedor. Perfil del empresario turístico. La empresa familiar.
Diferentes categorías de empresas: micro-emprendimientos, pequeñas empresas, medianas y grandes.
Costos: identificación, clasificación y determinación de componentes del costo de empresasurísticas. Ingresos: determinación y estimación. Costos-ingresos como factores para la toma de decisiones. Punto de Equilibrio.

UNIDAD 3 - La Empresa Turística y Herramientas para la Planificación

La empresa pos turística.

Características particulares de las empresas turísticas.
La Administración y Gestión de empresas turísticas.
El presupuesto como herramienta de planificación. Presupuesto de caja.
Método de análisis Financieros y Económicos.

UNIDAD 4 - La gestión y administración de los recursos humanos

La gestión y administración de los recursos humanos en la empresa turística.

Importancia del capital humano en las empresas turísticas.
Planeación, búsqueda, selección y fidelización del capital humano.
Capacitación y formación permanente.
Liderazgo y trabajo en equipos.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Se realizarán trabajos prácticos individuales y grupales, relacionando contenidos, comparación de visiones y enfoques, cuestionarios, elaboración de mapas y cuadros, análisis de casos en base al avance y desarrollo de contenidos en cada unidad.

VIII - Regimen de Aprobación

RÉGIMEN DE PROMOCIÓN
Para ser promovido se deberá cumplir con los siguientes requisitos:
Tener el 80% de la asistencia a clases.
Aprobar todos los trabajos prácticos solicitados por el docente durante la cursada, con un porcentaje de evaluación que alcance el 70% en cada uno de ellos.
Aprobar en primera instancia las 2 (dos) evaluaciones parciales, con un porcentaje de evaluación que alcance el 70% en cada uno de ellos.
Para que la materia sea promovida, además de cumplir con los requisitos descritos anteriormente, debe cumplir con las condiciones de correlatividad exigidas por el Plan de estudios de la Carrera. De otro modo el alumno quedará en condición de regular.

RÉGIMEN DE ALUMNOS REGULARES
Para regularizar se deberá cumplir con los siguientes requisitos:
Tener el 70% de la asistencia a clases.
Aprobar todos los Trabajos Prácticos solicitados por el Docente durante la cursada, con un porcentaje de evaluación que alcance el 60% en cada uno de ellos.
Aprobar dos evaluaciones parciales o sus respectivos recuperatorios con un porcentaje de evaluación que alcance el 60% en cada uno de ellos.
Para que la materia sea regularizada, además de cumplir los requisitos descritos anteriormente, debe cumplir con las condiciones de correlatividad exigidas por el Plan de Estudios de la carrera. De otro modo el alumno quedará en condición de libre.

ALUMNOS LIBRES
Los alumnos que no se encuentren en las condiciones enumeradas precedentemente podrán presentarse a rendir un Examen Final Libre, que cuenta con las siguientes instancias:
Rendir y aprobar un Examen Escrito de carácter eliminatorio sobre temas prácticos, con un porcentaje de evaluación que alcance el 70% del total de éste.
En caso de que el alumno apruebe el Examen Escrito, pasará a rendir un Examen Oral en las mismas condiciones que los alumnos regulares.
Todos los alumnos que se presenten a rendir exámenes deberán hacerlo con libreta universitaria o de documento de identidad

IX - Bibliografía Básica

[1] ALBARELLOS, A: “El marketing de servicios en las empresas hoteleras”, en: Fasiolo Urli, A. (comp.) (2008) Estrategia y Gestión de Emprendimientos Hoteleros, Cap. III. Editorial Buyatti, Buenos Aires- Argentina
[2] BAYÓN MARINÉ, Fdo. Y MARTÍN ROJO, I. “Operaciones y Procesos de producción en el Sector Turístico” (2014) Ed. Síntesis S.A. Madrid –España
[3] FASIOLO URLI, C. (2006) “Emprender el Camino”, Editorial Buyatti, Buenos Aires-Argentina
[4] Fontana Coto, Y. (2011). Gestión de calidad en empresas turísticas. Universidad Estatal a Distancia vicerrectoría académica. PROMAI-UNED San José, Costa Rica.
[5] GAZZERA M. LOMBARDO L., VOGEL M., QUADRINI F., MOLINA M. MARENZANA G., FLANQUEMBERG C.(2010) "Las empresas Turísticas y su Administración". Editorial Universitaria Nacional de Comahue. Neuquén. Argentina. (18 a 29)
[6] HORNGREN C. T., DATAR S. M., FOSTER G. “Contabilidad de Costos, un enfoque gerencial” (2007). Ed. Pearson Educación, 12° edición.
[7] Kohen, Pablo (2005) Tecnología y gestión de agencias de viajes, Ediciones Macchi, Buenos Aires.
[8] MARTÍN ROJO, I. “Dirección y Gestión de empresas del Sector Turístico”(2019), Ediciones Pirámide, Grupo Anaya S.A. 5° edición, España.
[9] Mayenberger, A. S. (2017). Evaluación operacional y financiera: aplicada a la industria hotelera-4ta. Edición. U. Externado de Colombia.
[10] MOLINA, S. “El Posturismo” (2000), Ediciones Profesionales, México.
[11] PAGUAY, Félix. “EL Modelo Molecular” Adaptación en https://felixpaguay.wikispaces.com/file/view/3.+Modelo+Molecular+y+Servuccci%C3%B3n.pdf.
[12] PARDO.M y LUNA .R (2007) “Recursos humanos para turismo” Pearson Educación.S.A, Madrid - España.
[13] PARRA LÓPEZ, E. y CALERO GARCÍA, F. (2006) “Gestión y Dirección de Empresas Turísticas”, Ediciones Mc. Graw Hill, Madrid-España
[14] PUIG, Adela (2006) “Los nuevos negocios turísticos”, Valletta Ediciones SRL, Buenos Aires-Argentina
[15] SAUCEDO, Raúl Horacio (2013). “Organización y Gestión de empresas turísticas Hoteleras”, Editorial Centro cultural de la Coop. Floreal Gorini.
[16] SILVA, Rodrigo, “Evaluación del proceso de inversiones y financiero en la industria hotelera”, cap. VII, en Fasiolo Urli Carlos Alberto y otros (2008). “Estrategia y Gestión de Emprendimientos Hoteleros” (2008)., Buyatti Osmar Editores.
[17] VÁZQUEZ, Juan C. “Costos” (1992). Ed. Aguilar (2da. Ed. Corregida) Buenos Aires-Arg.

X - Bibliografia Complementaria

[1] Arrieta, Ariel, “Aprender a Emprender”, Atlántida 2013, Buenos Aires, pp 20 a 53
[2] Apuntes de la Cátedra.
[3] CHÁVEZ A. OSVALDO Y OTROS. “Teoría Contable” (1998). Ed. Macchi Grupo Editor S.A.
[4] FLaCSo–Sede Argentina (2016) “La globalización y la crisis multidimensional” Curso Desarrollo Humano II. Clase 1. Maestría en Desarrollo Humano
[5] Hellriegel, D. y Slocum, J. (1998), Administración, séptima edición, cap. 22, Thomson Editores, México.
[6] Marcó Juliá, Florián Porsche, Víctor Jiménez y Javier Verge Mestre (2002) “Gestión de calidad aplicada a hostelería y restauración”, Pearson educación, Madrid- España.

XI - Resumen de Objetivos

Brindar a los alumnos los contenidos conceptuales que le permitirán identificar y comprender la temática del turismo desde una de sus ejes: el conocimiento y gestión de las empresas turísticas, haciendo hincapié en su finalidad; el servicio.
Esto implica para los alumnos, abordar la gestión de las empresas teniendo en cuenta su contexto actual, producto del impacto de la globalización y conociendo las características que el Pos-turismo atraviesa a cada uno de los procesos que integran la gestión turística.
Conocer y comprender la estructura de los costos empresariales, y el impacto de los mismos en la rentabilidad, permite que los futuros gestores en turismo, puedan tomar decisiones en busca de competitividad y rentabilidad, logrando así, eficiencia de los negocios turísticos.

XII - Resumen del Programa

UNIDAD I. Los Servicios y las empresa en la actividad Turística
UNIDAD II. Emprendedores y Emprendimientos
UNIDAD III.La Empresa Turística y Herramientas para la Planificación
UNIDAD IV. La gestión y administración de los recursos humanos

XIII - Imprevistos

En caso de situaciones imprevistas en la que no sea posible resolver por el Docente, se informará para su intervención al Coordinador del Área de Gestión y Organización de Empresas Turísticas, el Director de Carrera correspondiente y/o la Secretaría Académica de la FTU.

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	