Ministerio de Cultura y Educación **(Programa del año 2026)**
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Turismo y Urbanismo
Departamento: Turismo
Area: Area de Organización y Gestión de Empresas Turísticas

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
ORGANIZACION DE LOS SERVICIOS HOTELEROS III	Lic. en Hoteleria	2/2014	2026	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
BARRETO, CARLOS ARIEL	Prof. Responsable	P.Aso Simp	10 Hs
CANCLINI, MICAELA LUCIA	Responsable de Práctico	JTP Semi	20 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	**Teóricas**	**Prácticas de Aula**	**Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.**	**Total**
3 Hs	Hs	2 Hs	Hs	5 Hs

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

Duración			
Desde	**Hasta**	**Cantidad de Semanas**	**Cantidad de Horas**
03/08/2026	13/12/2026	15	60

IV - Fundamentación

La realidad de la actividad Hotelera, inmersa en mercados más competitivos y cada vez más tercerizados, requiere de profesionales capaces de gestionar servicios, logrando maximizar los beneficios en un marco de la sustentabilidad. El rol diferenciador que asumirán las personas y su rendimiento, serán la clave ineludible del éxito o del fracaso de las organizaciones. Esta realidad explica, la necesidad de formar profesionales actualizados a las nuevas tendencias y necesidades de los mercados cambiantes, producto de la aplicación de las nuevas tecnologías en los procesos de trabajo, como así también reconocer los nuevos modelos de gestión que garanticen la sustentabilidad de las organizaciones.
Por todo lo expuesto, el curso Organización de los Servicios Hoteleros III, tiene el propósito de satisfacer la creciente demanda de formación profesional en las áreas de gestión de servicios en el seno de las organizaciones de alojamiento turístico.
El curso cubrirá una amplia gama de conocimientos y técnicas de gestión a efectos de proporcionar herramientas para que los alumnos puedan planificar, organizar, gestionar y supervisar los procesos que las organizaciones de alojamiento turístico requieren.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

OBJETIVOS
Esta asignatura tiene como objetivo primordial reforzar los conocimientos y las aptitudes a través de la capacitación y desarrollo, logrando un cambio conceptual y actitudinal para que los alumnos al finalizar el curso puedan:
Conocer los principales servicios que un alojamiento turístico puede brindar y las funciones de las áreas de servicios que

conforman el departamento de operaciones de un hotel.
Conocer y aplicar las técnicas de gestión de los servicios de alojamiento.
Conocer y aplicar las técnicas de “Gestión de Ingresos” y maximización de los beneficios a través de las áreas de servicios.

VI - Contenidos

Contenidos mínimos:
Los servicios complementarios en las empresas hoteleras como fuente de otros ingresos: Eventos-Banquetes, Sala de Reuniones. Spa y servicios de belleza. Locales comerciales; Restaurantes, Recreación. Agencias de Viaje. Renta de autos. Peluquería. Instalaciones Deportivas y/o recreativas.
La importancia de las Relaciones Públicas como parte del engranaje de una empresa: su composición, funciones, ventajas y desventajas. Imagen y comunicación. La importancia de planificar en relaciones públicas de la empresa hotelera. Relaciones con el público interno y externo, con la comunidad y con el estado. Requisitos legales para el desarrollo de la actividad.

UNIDAD I: Principales conceptualizaciones
Contenido:
Concepto de Servicios: Origen, etimología, dimensiones y características. Entorno del Servicio. Concepto básico de calidad en los servicios. Concepto de Diseño del servicio.

UNIDAD II: El cliente
Contenido:
El cliente: interno – externo. Tipología. Clasificación. análisis de demanda
Cliente interno: relaciones laborales – nuevas estrategias de gestión de cliente interno (inteligencia emocional. coaching. jefaturas situacionales.) – el valor del talento humano en las organizaciones
Cliente externo: clientes reales y potenciales. Nuevos perfiles de consumidores de servicios turísticos. Identificación de prácticas, tendencias y necesidades. el cliente digital. Gestión de servicios turísticos basados en tics.

UNIDAD III: Organización de los servicios complementarios.
Contenido:
Alojamientos turísticos y sus diversas formas: alojamientos no tradicionales. Resorts - cruceros – hoteles temáticos. los servicios complementarios en las empresas hoteleras como fuente de otros ingresos. Planificación y gestión: eventos-banquetes, sala de reuniones. Spa y servicios de belleza. Locales comerciales; restaurantes, recreación. Agencias de viaje. Renta de autos. Peluquería. instalaciones deportivas y/o recreativas

UNIDAD IV: Organización de los departamentos de staff.
Contenido:
La administración de los servicios auxiliares: Organización y funciones. Misiones básicas y relaciones departamentales. El Departamento de Relaciones Públicas. Organigramas departamentales: Funciones básicas: composición, funciones, ventajas y desventajas. Imagen y comunicación. La importancia de planificar en relaciones públicas de la empresa hotelera. Relaciones con el público interno y externo, con la comunidad y con el estado. Principios de ceremonial y protocolo en el trabajo. Redes sociales y nuevas alternativas de comercialización y comunicación.

UNIDAD V: Principales indicadores de gestión
Contenido:
El precio medio. Tasa de ocupación. Índice de frecuentación. Porcentaje de ocupación múltiple. Ingreso por habitación disponible (RevPar - Revenue per available room). Precio Medio Potencial (PMP). Índice de generación de ingresos (RGI –revenue generation index). Índice de penetración de mercado (MPI –market penetration index). Otros índices e indicadores de gestión: Productividad. Ingresos por empleado. Tarifa promedio.

UNIDAD VI: Requisitos legales para el desarrollo de la actividad
Contenido:
Requisitos legales para la actividad: contrato de hospedaje. Ley Nacional de Hotelería 18.828 y su decreto reglamentario 1818/76. Legislación Hotelera de la Provincia de San Luis. Obligaciones y responsabilidad del hotelero. Ley Nacional de Turismo 25997. Ley de defensa del Consumidor. Otros requisitos de las cámaras empresariales y del sector: FEHGRA. AHT.

CAT y asociaciones hoteleras. Derogación de ley nacional y su impacto en la actividad. Habilitación comercial.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Para la aplicación y desarrollo de los conceptos teóricos abordados en las unidades dispuestas, se desarrollarán actividades áulicas grupales para facilitar la comprensión de los mismos tales como lecturas, cuestionarios, debates y elaboración de mapas conceptuales.
Estas actividades junto con los trabajos prácticos, se asignarán y desarrollarán mediante la tutoría del JTP, empleando los recursos provistos en el curso.
Los TP´s se recibirán y corregirán mediante entorno virtual (Campus Virtual Moodle FTU-UNSL) y presencialmente según se establezca. Están destinados a reforzar e integrar los contenidos abordados, invitando a la reflexión y análisis crítico de casos de estudio y situaciones del futuro profesional:
TP N°1: Servicio y Calidad (unidad 1)
TP N°2: Caso de estudio: investigación y exposición oral (unidades 2 a 4)
TP N°3: Indicadores de RM: resolución y análisis de caso práctico (unidad 5)
TP N°4: Legislación Hotelera (unidad 6)
Criterios generales de evaluación (estos podrán varia en virtud de la complejidad de la actividad)
1. Pertinencia y aplicación del conocimiento: se evalúa si el estudiante logra vincular los contenidos teóricos con la práctica profesional.
2. Resolución de problemas y toma de decisiones: considera cómo enfrentan situaciones problemáticas, cómo justifican sus decisiones y qué nivel de autonomía muestran al actuar frente a desafíos propios del sector.
3. Trabajo colaborativo y habilidades interpersonales: se observa la dinámica grupal, la comunicación efectiva, el liderazgo, y cómo gestionan los roles en un equipo de trabajo (muy relevante en hotelería).
4. Creatividad e innovación en las propuestas: mide la capacidad de generar ideas originales, plantear mejoras o soluciones alternativas que aporten valor a la actividad desarrollada.
5. Reflexión crítica y autoevaluación: se valora si el estudiante puede analizar su propia experiencia, identificar fortalezas, debilidades y proponer acciones de mejora.
Las devoluciones, correcciones, aclaraciones y/o ampliación de conceptos o técnicas se harán en las instancias áulicas.
Los mismos serán de carácter obligatorio, (grupales e individuales, se indicará en cada enunciado) y se calificarán con nota numérica de 01 a 10. (se aprueba con un 60% de cumplimiento de los criterios establecidos)

VIII - Regimen de Aprobación

RÉGIMEN DE PROMOCIÓN
Para la promoción del curso se deberá cumplir:

REGIMEN DE ALUMNOS REGULARES
Para la aprobación del curso se deberá cumplir:

1) PROMOCION SIN EXAMEN FINAL
Estudiantes Regulares: Para la aprobación del curso se deberá cumplir:
a) Con el 80% de asistencia a las clases teóricas, prácticas, teórico-prácticas
b) Aprobación de 2 (dos) exámenes parciales, en primera instancia*
c) Aprobación del 100% de trabajos prácticos.
d) Aprobación de un examen de carácter integrador

2) APROBACION CON EXAMEN FINAL
Estudiante Regular: debe asistir al 80%* de las clases teóricas-prácticas. Aprobar el 100 % de los Trabajos Prácticos y aprobar 2 exámenes parciales con una calificación no menor a 4 (cuatro) en primera instancia o en instancia de recuperación (Total de recuperatorios: 1 por examen parcial).

*Con una calificación al menos de 7 (siete) puntos en todas las evaluaciones establecidas, incluida la evaluación integradora

ALUMNOS LIBRES
El estudiante libre es aquel que no haya alcanzado las condiciones de alumno regular o promocional.
Para acceder a rendir examen en carácter de “condición libre”, el/la estudiante deberá presentar un Trabajo Final (TF) 20 días antes del examen, a tales fines deberá contactar a los docentes del curso para solicitar los contenidos del TF. Aprobado este, podrá proseguir con las instancias que se detallan a continuación:

EXAMEN FINAL LIBRE
Constará de dos instancias
1. Evaluación escrita: preguntas comprensivas, de carácter eliminatorio.
2. Evaluación oral: abarcativo, se evaluarán conocimientos teóricos.

CRONOGRAMA DE EXAMENES PARCIALES:
1er. Parcial: 18.09.2026
2do. Parcial: 13.11.2026
Recuperatorios del 1er o 2do parcial: se prevén dos instancias por examen.

DIAS DE CONSULTAS:
Los docentes atenderán las consultas con previa cita en día y horario acordado.
Asimismo, contaran con los canales de comunicación que ofrece el campus virtual MOODLE, destinado para este curso.

IX - Bibliografía Básica

[1] Alberto Jorge, Nuria Fernández, Marta Mollón (2002) Recursos Humanos en empresas de turismo y hostelería. Pearson education, Madrid.
[2] Barreto, Ariel. Et al (2023). Fundamentos de revenue management aplicado al alojamiento turístico pyme. 1ra ed. – Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.
[3] Barreto, Ariel. Et al (2014). Yield Management en hotelería. Estrategias para la gestión de ingresos en las PYMES de alojamiento turístico. Buenos Aires. Fundación Proturismo.
[4] Baez Casillas, Sixto (2005) Hotelería. Séptima reimpresión, México.
[5] Casas Brucart, Valentín. (2013) La calidad ambiental derivada de la limpieza e higienización. https://www.cresca.upc.edu/sites/default/files/docs/11.Valent%C3%AD%20Casas_ITEL.pdf. Consultado el 13 de julio del 2021
[6] Casas Brucart, Valentín. (2014) Nuevos sistemas de limpieza y su influencia en la calidad ambiental y la higiene de los edificios. http://www.prevencionintegral.com/sites/default/files/acto/20965/field_adjuntos/resumen_ponencias_itel_acm_tbk.pdf. Consultado el 13 de julio del 2021.
[7] Matt, A. Casado (2012) Housekeeping Management. Canada. Ed. JOHN WILEY & SONS, INC
[8] Pablo Alcalde San Miguel (2019) calidad: fundamentos, herramientas, y gestión de la calidad para pymes. Ediciones Paraninfo, 3era edición
[9] Legislación Nacional: Ley Nacional 18.828/70 y Decreto Reglamentario 1818/76
[10] Ley Provincial (San Luis)
[11] Ordenanza Municipal y regulaciones locales.

X - Bibliografia Complementaria

[1] Grasso, Franco (2016) Mas allá del Revenue Management Hotelero. Como aprovechar las nuevas oportunidades del mercado. Buenos Aires. Editores Argentinos
[2] Otero Alvarado, María Teresa (2009). Protocolo y organización de eventos. Relaciones públicas. Editorial UOC.
[3] Porret Gelabert, Miquel (2012). Gestión de Personas: Manual para la gestión del capital humano en las organizaciones. 5ta edición. Madrid, España. ESIC Editorial.
[4] Alcivar Saltos, M. E., Guzmán Macías, M. del C., & Torres Navarrete, Y. G. (2023). Los nómadas digitales y las nuevas tecnologías en el turismo: Digital nomads and new technologies in tourism. LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades, 4(2), 1245–1258. https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.681
[5] Apuntes de cátedra elaborado por los docentes disponibles en el campus MoodleFtu.unsl.edu.ar (solo para los alumnos

regulares)

XI - Resumen de Objetivos

• Conocer los principales servicios que un alojamiento turístico puede brindar y las funciones de las áreas de servicios que conforman el departamento de operaciones de un hotel.
• Conocer y aplicar las técnicas de gestión de los servicios de alojamiento.
• Conocer y aplicar las técnicas de “Gestión de Ingresos” y maximización de los beneficios a través de las áreas de servicios

XII - Resumen del Programa

UNIDAD I: Principales conceptualizaciones
UNIDAD II: El cliente
UNIDAD III: Organización de los servicios complementarios.
UNIDAD IV: Organización de los departamentos de staff.
UNIDAD V: Principales indicadores de gestión.
UNIDAD VI: Requisitos legales para el desarrollo de la actividad.

XIII - Imprevistos

Se implementarán clases mediadas por tecnologías bajo formato virtual sincrónico, garantizando aspectos de la presencialidad.
Este formato, no altera la planificación de las clases, como tampoco los días y horarios previstos para consultas, por dos vías:
1. grupo de whatsapp,
2. canal de mensajes entre docentes/estudiantes a través del campus Moodle UNSL/FTU.
Aquellos estudiantes que no poseen conexión estable de internet, se prevé el envío de clases a través de correo electrónico y mensajería whatsapp.
Todo lo anteriormente indicado, no afectará el normal desarrollo de contenidos, evaluaciones y sus correspondientes recuperatorios.

XIV - Otros