



PROGRAMA DE CURSO: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS II Ciclo 2022

Datos del curso

Sigla: TE0406

II Ciclo: 2022

Créditos: 3

Naturaleza: Presencial

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:

Modalidad: Presencial

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

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

Horario de Consulta: lunes 1 a 3pm.

Lugar de consulta: Cubículos docentes

I Descripción

El sector turístico es uno de los más importantes de la economía costarricense, tanto por el nivel de riqueza que genera como por el empleo que proporciona. El turismo no solo genera crecimiento, empleo y efectos multiplicadores y encadenamientos en las actividades directamente vinculadas a él (hoteles y restaurantes, agencias de viajes), también en una gran cantidad de otras actividades indirectamente relacionadas (transporte, comercio, industria, construcción, servicios financieros, seguros, entre otras).

Las organizaciones afines al turismo deben fortalecer la gestión administrativa en aspectos económicos, sociales, ambientales, culturales e inclusivos. El curso pretende que la persona estudiante desarrolle conocimientos sobre la administración de las distintas formas de empresariedad en la actividad turística. 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 como es el caso de las aerolíneas, hoteles, cruceros, rent a cars y tour operadoras, las pymes turísticas y las agencias de viajes que operan como intermediarias entre el cliente y los distintos prestadores de servicio, por ende, la importancia de contar con el conocimiento en el sector turístico donde conviven diferentes tipos de organizaciones turísticas, cada una muy diferente entre sí desde su punto de vista comercial y gestión, pero, a la vez se articulan para proporcionar al cliente o turista una experiencia de ocio y diversión.



Mediación virtual: su modalidad es de uso bajo virtual, el propósito del entorno es disponer de manera oficial un sitio donde las personas estudiantes van a encontrar los materiales vistos en clase, lecturas asignadas, así como, el espacio para entregar los trabajos y avances de las distintas actividades evaluativas asignadas por la persona docente, además, se desarrollarán otras actividades didácticas tales como foros, charlas entre otras.

II Objetivo General

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

III Objetivos Específicos

3.1. Conocer la naturaleza, comercialización y gestión de las organizaciones afines al turismo como un elemento primordial en la actividad turística y el sistema turístico.

3.2. Comprender los procesos en la gestión de la calidad y medioambiental en las empresas turísticas para la sostenibilidad turística.

3.3. Describir los distintos tipos de organizaciones afines al turismo que existen en la actividad turística.

3.4. Desarrollar casos prácticos en los cuales los estudiantes resuelven una situación en particular de una empresa a fin al turismo.

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.
- **Proyecto de Investigación**

El proyecto de investigación consistirá en investigar un tema de relevancia, actualizado y vinculante a las empresas afines al turismo. Estos temas van a ser dados por la persona docente en el primer día de clases, sin embargo, las personas estudiantes pueden formular su propio tema de investigación, pero, debe de ser socializado y autorizado por la persona docente. 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, así como 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; 3) planteamiento del problema 4) objetivo general y específicos 5) metodología 6) la explicación de su naturaleza y características; 7) análisis crítico a la luz de los conceptos estudiados durante el curso que fueren pertinentes; 8) conclusiones prácticas), 9) recomendaciones, 10) implementación; 11) 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 siguiente sesión, cada grupo deberá informar a la persona docente la conformación del grupo trabajo y el tema de investigación seleccionado, es decir, las personas estudiantes que van a trabajar juntas.



VI Evaluación

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

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

Casos de estudio: 25%

Durante el curso se desarrollan dos casos de estudios facilitados por la persona docente, cada uno tiene un valor de 12.5% en la nota fina. Los casos se deben de presentarse en forma escrita y subir el documento en formato Word a la plataforma virtual METCS en las semanas 8 y 11.

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

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	1 PT Deficiente	2 PTS Regular	3 PTS Muy bien	4 PTS Excelente
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.				
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 de investigación escrito: 15%

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

Rúbrica de evaluación del trabajo de investigación escrito			
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 la persona 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 tema investigado.			
5. Se evidencia coherencia y organización en el documento entregado.			
6. Analiza de forma crítica el tema de elección 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 sétima 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%

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 investigado			
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 las personas estudiantes y la persona docente.			
4. La persona docente que expone, demuestra dominio del tema al explicar con propiedad el contenido y no incurre en errores.			
5. La persona estudiante expone la metodología de forma clara y pertinente, esbozando los distintos apartados.			
6. La presentación es interesante, amena y esboza argumentos sólidos relacionados con el tema investigado.			



7.La presentación demuestra creatividad y pertinencia, a la vez utiliza cuadros, gráficos, videos u otros elementos que hace de la presentación entendible y amena.			
8.La dicción es clara, sin muletillas o barbarismos y expresa un tono adecuado.			
9.Proyección de la presentación es efectiva, hace uso correcto de la plataforma que utiliza.			
10.Hace uso efectivo de las tecnologías lo cual facilita la comprensión de la exposición del trabajo por parte de la persona docente y las personas estudiantes.			
11. Hace un correcto resumen de los puntos principales y la presentación de las conclusiones y recomendaciones son claras y apropiadas a la investigación.			
12.El grupo contesta las preguntas que realiza la persona docente y las personas estudiantes de clase, de forma clara, pertinente y asertiva.			
13. Cumple con el tiempo asignado de 20 minutos no se extiende demasiado, tampoco es demasiado breve.			
El puntaje se calcula con base en 39 puntos.			

Gira de estudio: 20%

La gira de campo se evaluará la asistencia y participación.

La rúbrica para evaluar la participación a la gira de campo es la siguiente:

Criterios	2 Cumple	0 No Cumple	Observaciones
Participación y asistencia a la gira			
1.Llega puntual a la hora establecida de la salida.			
2.Participa activamente en la realización de la gira.			
3. Atiende las observaciones e indicaciones que la persona docente y el personal del lugar visitado indica.			
4.La persona estudiante estimula a sus compañeros de			



clase a participar durante la gira.			
5.Lleva todos los materiales necesarios para la práctica de la gira.			
6.La persona estudiante evidencia la reflexión de los resultados y del proceso del aprendizaje.			
7.La persona estudiante la vestimenta apropiada para la gira.			
8.Mantiene una buena conducta y respeto a sus compañeros durante la gira.			
9.Evidencia el conocimiento-aprendizaje a través de comentarios, preguntas y participación activa en los sitios que se visitan.			
10.Respondió de forma analítica y profesional a las preguntas que formuló la persona docente.			
11.Contribuyó al logro de los objetivos planteados durante la gira			
12.Mantuvo una participación activa en la actividad de cierre en la gira.			
El total se calcula en base a 24 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.

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 2022		
Semana	Fecha	Actividades de aprendizaje
1	22 de agosto	<p>Revisión del programa del curso (carta al estudiante) socialización de las fechas para la entrega de las distintas estrategias evaluativas. Consultas por parte de los estudiantes.</p> <p>Trabajo en grupo. Lectura:1 Covid-19 abre oportunidades para el turismo ecológico.</p> <p>Lectura 2: La gran lección del pequeño colibrí</p>
2	29 de agosto	<p>Tema 1: Empresas y Organizaciones afines al turismo. Lección Sincrónica. 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.</p> <p>-Lectura 3: Tecnología para lograr la excelencia en la relación cliente-empresa.</p>
3	5 de setiembre	<p>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.</p> <p>Lectura 4: El internet de las cosas un factor de competitividad en empresas turísticas</p>
4	12 de setiembre	<p>Tema 3: Gestión de empresas del sector turístico: Alojamientos Turísticos</p> <p>-Lectura 5: Airbnb está matando a los pequeños hoteleros en Costa Rica.</p> <p>- Lectura 6: Airbnb y la crisis del coronavirus: "Tardamos 12 años en construir la empresa y perdimos casi todo en cuestión de semanas"</p>
5	19 de setiembre	FERIADO
6	26 de setiembre	<p>Tema 4:Las agencias de Viajes</p> <p>-Lectura 7: Las agencias de viaje tradicionales, canal mayoritario para los paquetes internacionales</p>



		Lectura 8: A la hora de viajar: ¿aplicaciones o agencias de viaje?
7	3 de octubre	Gira de estudio
8	10 de octubre	Tema 5: Empresas de Transporte: El transporte aéreo en el sector turístico. Entrega del primer caso de estudio grupal -Lectura 9: COVID-19 y transporte aéreo: ¿es el final de la aviación que conocíamos? -Lectura 10: La crisis de la COVID-19 deja el sector aéreo con turbulencias hasta el 2024
9	17 de octubre	Tema 5: Empresas de Transporte: El transporte aéreo en el sector turístico. Continuación
10	24 de octubre	Tema 6: Transporte por carretera
11	31 de octubre	Tema 7: Empresas transporte marítimo y fluvial Entrega del segundo caso de estudio.
12	07 de noviembre	Tema 8: El modelo de low cost en las empresas turísticas. Lectura 11: 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 12: Low-Cost Ways To Grow A Business.
13	14 de noviembre	Tema 9: Oferta Complementaria: conceptos y tipologías.
14	21 de noviembre	Entrega de los trabajos de investigación escritos Exposición de los trabajos finales de investigación
15	28 de noviembre	Examen Final
16	5 de diciembre	FERIADO
17	12 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>