

# INSTITUTO DE DESARROLLO ECONÓMICO E INNOVACIÓN

Año: 2023



## PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:

Introducción al Turismo (T01)

**CÓDIGO:** T01

**AÑO DE UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS:**

1 año

**FECHA ULTIMA REVISIÓN DE LA ASIGNATURA:**

2022-11-23

**CARRERA/S:** Tecnicatura en Turismo V4,  
Licenciatura en Turismo V5,

**CARÁCTER:** ANUAL

**TIPO:** OBLIGATORIA

**NIVEL:** GRADO

**MODALIDAD DEL DICTADO:** PRESENCIAL

**MODALIDAD PROMOCION DIRECTA:** NO

**CARGA HORARIA SEMANAL:** 4 HS

**CARGA HORARIA TOTAL:** 120 HS

## EQUIPO DOCENTE

| Nombre y Apellido            | Cargo                      | e-mail                      |
|------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| SERGIO EDGARDO CHENLO        | Profesor Adjunto           | schenlo@untdf.edu.ar        |
| MARIA EUGENIA NAVARRO VALENS | Jefa de Trabajos Prácticos | evalens@untdf.edu.ar        |
| LUCIO PEREZ IGLESIAS         | Asistente de Primera       | lpereziglesias@untdf.edu.ar |
| GISELA VANINA ACOSTA         | Asistente de Primera (IEC) | gvacosta@untdf.edu.ar       |

## 1. FUNDAMENTACION

Como consecuencia de la institucionalización del tiempo libre en la mayoría de las sociedades post-industriales, a partir de la segunda mitad del SXX el turismo se ha constituido en una de las prácticas de ocio más habituales.

Los desplazamientos voluntarios y temporales que la práctica turística implica han sido el objeto de estudio de esta nueva disciplina, el turismo, que presenta aún dificultades epistemológicas y metodológicas para su abordaje.

Cambios profundos registrados además a nivel tecnológico: medios de transporte, información, comunicación y distribución, han propiciado la masificación del fenómeno turístico en las últimas décadas.

La complejización de la actividad merece el desarrollo de posturas críticas y reflexivas desde los ámbitos académicos que ayuden a su comprensión, su planificación y su gestión.

Se suman a estas nuevas realidades los desafíos referidos a la sostenibilidad de cualquier tipo de desarrollo, incluyendo el turístico. Los múltiples impactos y repercusiones que la puesta en marcha y posterior desarrollo de la actividad turística generan, se despliegan en una gran cantidad de dimensiones –territorial, medioambiental, sociocultural, político-económica, etc -, exigiendo una adecuada gestión del turismo, tanto por parte del sector público como del privado, que requiere la preparación y formación de nuevos profesionales en el área. Asimismo, la

pandemia generada por la COVID-19 ha repercutido en el turismo como en ninguna otra actividad económica. Se actualizan así los análisis del sector y las miradas académicas deben permitir a lxs estudiantes entender estas nuevas realidades.

La propuesta del equipo docente apunta al abordaje interdisciplinar del fenómeno turístico contemporáneo, al intentar explicar la génesis del mismo, los cambios estructurales del sector registrados durante las últimas décadas, la coyuntura actual y las tendencias a futuro de la actividad.

La asignatura Introducción al Turismo ubicada en el comienzo de los estudios en Turismo, se presenta como un espacio propicio para iniciar al estudiantado en el estudio de las diversas problemáticas de la actividad. Asimismo resulta soporte de otras asignaturas del plan de estudios, en cuanto brinda los conocimientos básicos, el lenguaje disciplinar específico, el abordaje metodológico y el espacio necesario para la reflexión y la apropiación de contenidos que resultarán necesarios y fundamentales para la prosecución de los estudios universitarios en Turismo. Por otra parte, el abordaje epistemológico se enmarca en las Teorías del Desarrollo, que consideran al Turismo un motorizador y catalizador del desarrollo local. Desde esta perspectiva toman especial relevancia las comunidades locales, así como los beneficios o perjuicios que la gestión de la actividad podría generar sobre ellas.

Didácticamente se establece un enfoque situado que, a través de la revisión conceptual, permita al estudiantado analizar y comprender diversas problemáticas territoriales relacionadas con el desarrollo turístico.

## **2. OBJETIVOS**

### **a) OBJETIVOS GENERALES**

Objetivos Generales Se pretende enseñar a:

- A. Comprender, desde un abordaje sistémico, la importancia del turismo como fenómeno complejo y transversal en las sociedades post-industriales.
- B. Reflexionar acerca de las repercusiones e impactos que el desarrollo del turismo genera en el territorio.
- C. Distinguir los diferentes actores que intervienen en el desarrollo de la actividad, conociendo y entendiendo sus relaciones y sinergias.

### **b) OBJETIVOS ESPECIFICOS**

Se pretende enseñar a:

- a. Comprender el fenómeno turístico como una forma particular de uso del tiempo libre y la recreación
- b. Entender las especificidades de los desplazamientos turísticos que los distinguen de otros desplazamientos humanos
- c. Reconocer las causas de la masificación del fenómeno turístico
- d. Distinguir la estructura básica del sistema turístico y sus componentes: la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores del mercado
- e. Conocer las principales motivaciones que generan el desplazamiento de turistas
- f. Identificar los impactos positivos y negativos del turismo en sus múltiples dimensiones
- g. Reconocer los distintos actores sociales tanto del sector público como privado que intervienen en el ámbito turístico
- h. Distinguir el papel del turismo como factor de desarrollo local y regional
- i. Recrear el fenómeno turístico a través del análisis, interpretación y valoración de las fuentes bibliográficas y documentales
- j. Ejercitar la capacidad de síntesis y de conceptualización, el pensamiento reflexivo y crítico
- k. Producir informes personales y/o grupales acerca del fenómeno turístico en base al análisis de

fuentes académicas

l. Vincular el marco teórico desarrollado con la práctica turística actual en diferentes ámbitos de actuación (internacional, regional, nacional, provincial y local)

m. Presentar ideas en diferentes formatos y soportes respetando las formas y estilos propios de la Academia y ajustándose a prácticas de honestidad intelectual

### **3. CONDICIONES DE REGULARIDAD Y APROBACION DE LA ASIGNATURA**

#### **OBSERVACIÓN:**

De acuerdo a la cantidad de inscriptos, el dictado se realizará en dos comisiones: COMISIÓN N°1 TURNO VESPERTINO. COMISIÓN N°2 TURNO MATUTINO

Las condiciones de regularidad y aprobación así como los contenidos, son comunes a ambas comisiones

#### **3.a) EXAMEN FINAL REGULAR**

Podrán rendir examen final regular (evaluación oral sobre los contenidos del programa de la asignatura), quienes hayan aprobado el cursado de la asignatura. El rendimiento del estudiantado será calificado con números enteros, dentro de la escala del uno (1) al diez (10). Para la aprobación del examen se requerirá como mínimo de cuatro (4) puntos.

Requisitos para la aprobación del cursado de la asignatura:

a) Asistencia al setenta por ciento (70%) de la carga horaria de la asignatura (120hs anuales). De acuerdo a la presentación de los certificados y/o documentación correspondiente se considerará la justificación de las inasistencias en los siguientes casos: i. Situaciones médicas particulares y/o específicas, ii. Asistencia a sesiones y/o comisiones del Consejo Superior y/o de Institutos en carácter de representante estudiantiles titulares o suplentes, y c. Instancias y/o eventos deportivos, académicos o culturales avalados.

b) Aprobación del setenta por ciento (70 %) de los trabajos prácticos. Cada uno tendrá una única instancia recuperatoria. Los trabajos prácticos serán calificados como A (aprobado) o D (desaprobado). Aprobar un trabajo práctico implica dar cuenta en su producción del manejo de como mínimo el 60% de los contenidos y competencias evaluadas.

c) Aprobación de dos (2) exámenes parciales (uno por cada cuatrimestre) con un mínimo de un 60% de los contenidos y competencias evaluadas. Cada examen parcial tendrá una única instancia recuperatoria con fecha a definir al menos 6 (seis) días posterior a la entrega de resultados de la instancia inicial.

Observación: de acuerdo a lo que el equipo docente considere conveniente, tanto parciales como trabajos prácticos podrán ser: escritos y/u orales, individuales, grupales, áulicos, domiciliarios, entre otros.

Esta asignatura no admite la aprobación por promoción directa.

#### **3.b) EXAMEN FINAL LIBRE**

Podrán rendir examen final libre, quienes hayan perdido la condición regular en la asignatura, o que opten por esta modalidad.

Condiciones para rendir examen libre:

a) Entrevista con los docentes de la cátedra; la misma tiene como finalidad orientar respecto de

los contenidos y los referentes bibliográficos propuestos en el programa de la asignatura. Esta se deberá solicitar por lo menos treinta (30) días antes de constituirse la mesa examinadora.

b) Examen escrito y oral. Sólo podrán acceder a la instancia oral quienes hayan aprobado la instancia escrita. El desempeño será calificado con números enteros, dentro de la escala del uno (1) al diez (10). La calificación final será el resultado del promedio entre las instancias escrita y oral. Para la aprobación del examen se requerirá como mínimo una calificación de cuatro (4) puntos.

## **4. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA**

### **UNIDAD I: TIEMPO LIBRE, RECREACIÓN Y TURISMO**

Tiempo Libre, recreación y ocio en las sociedades post-industriales. Institucionalización del tiempo libre. Industrias culturales y ocio. Mercantilización del tiempo libre. Tiempo libre y género. El Turismo como fenómeno social y su relación con el tiempo libre y la recreación. Conceptualización y evolución del Turismo: fordismo y postfordismo. Preturismo, Turismo Industrial y Postturismo. El turismo en Argentina. Clasificación y tipos de Turismo.

### **UNIDAD II. EL SISTEMA TURÍSTICO**

Abordaje científico y metodológico del Turismo. El sistema turístico. Concepto. Estructura y funcionamiento. Principales modelos. Centros emisores y receptores. Recursos y atractivos turísticos. Motivaciones turísticas. Modelo global de psicología del turismo. Facilitadores y obstaculizadores del desplazamiento turístico.

### **UNIDAD III: EL TURISMO Y SUS IMPACTOS**

Concepto de impacto turístico. Impactos de la actividad turística: medioambientales, socioculturales y económicos. Turismo y género. El turismo como factor de desarrollo local y regional. Turismo rural comunitario. Sustentabilidad turística. ODS y Turismo. Agenda 2030 y Turismo. Turismo y COVID19. Situación post pandemia.

### **UNIDAD IV: EL MERCADO TURÍSTICO**

Concepto. Tipos y clasificación de mercado. Componentes. La demanda turística. Los factores determinantes. La elasticidad y estacionalidad de la demanda. Digitalización. La oferta turística. Características. Inventario del patrimonio turístico y su valoración. Estudios de mercado, su importancia. Segmentación de mercado. Criterios.

### **UNIDAD V: PRODUCTOS TURÍSTICOS**

Los servicios turísticos. Concepto, características y análisis. Servucción. La diversificación de los servicios turísticos. Producto turístico. Concepto y características. Componentes. Niveles. Ciclo de vida. Planificación y marketing de productos turísticos. Canales de distribución. Hipermediación. La tecnología y actuales tendencias.

### **UNIDAD VI: EL TURISMO Y EL SECTOR PÚBLICO**

La intervención del sector público en el Turismo. Política Turística: concepto y objetivos. El Turismo en la estructura administrativa del sector público. Articulación de las relaciones público-privadas en Turismo. Organismos oficiales de turismo y organizaciones intermedias turísticas. Superestructura normativa macro en Argentina: Ley Nacional de Turismo N° 25.997. PFETS - Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Sistema Turístico Provincial: Ley N°65.

## 5. RECURSOS NECESARIOS

- Proyector

## 6. PROGRAMACIÓN SEMANAL

| Semana  | Unidad / Módulo | Descripción                                                                                                                                                                                                    | Bibliografía   |
|---------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 1 a 6   | 1               | Comprensión del turismo enmarcado en el tiempo libre. Tiempo libre y posmodernidad. Industrias del tiempo libre. Análisis del fenómeno turístico. Desde su aparición hasta la masificación. El caso argentino. | Ver apartado 7 |
| 7 a 12  | 2               | Abordaje sistémico del turismo. Componentes del sistema turístico. Motivaciones turísticas y su vinculación con el enfoque sistémico.                                                                          | Ver apartado 7 |
| 13      | -----           | Primer parcial                                                                                                                                                                                                 | -----          |
| 14 a 17 | 3               | Identificación y análisis de los efectos que el turismo provoca sobre el territorio, el medioambiente y la sociedad. Análisis del turismo como factor de desarrollo.                                           | Ver apartado 7 |
| 18 a 21 | 4               | Estudio del mercado turístico. Sus componentes y su funcionamiento.                                                                                                                                            | Ver apartado 7 |
| 22 a 26 | 5               | Caracterización de los servicios turísticos. Diseño de productos turísticos. Identificación de componentes y niveles.                                                                                          | Ver apartado 7 |
| 27      | -----           | Segundo Parcial                                                                                                                                                                                                | -----          |
| 28 a 31 | 6               | Análisis del sector público y su rol en la gestión y planificación del turismo. Identificación de la superestructura organizacional y normativa a nivel nacional y local.                                      | Ver apartado 7 |
| 32      | -----           | Recuperatorios. Cierre de cursada. Conceptos                                                                                                                                                                   | Ver apartado 7 |

## 7. BIBLIOGRAFIA DE LA ASIGNATURA

ACERENZA, Miguel Ángel. (2009). Agencias de Viajes. Trillas, México. (2011). Promoción Turística. Un enfoque metodológico Trillas, México. (2002). Administración del Turismo, Conceptualización y Organización. 7Vol. I. Trillas, México.

ALTES MACHIN, Carmen. (1993). Marketing y Turismo. Introducción al marketing de empresas y destinos turísticos. Editorial Síntesis, Madrid.

ARGENTINA, MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL, SECRETARÍA DE DEPORTES Y

TURISMO, SUBSECRETARÍA DE TURISMO. (1977). El Turismo en la República Argentina, Documento de Trabajo. Buenos Aires.

ARGENTINA. (2005a). Ley Nacional de Turismo N° 25.997 y Decreto Reglamentario N° 1297/06. (2005b). Argentina. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable -Turismo 2016-. Secretaría de Turismo de la Nación, Buenos Aires.

BERTONCELLO, Rodolfo (2006). Turismo, territorio y sociedad. El 'mapa turístico de la Argentina'. En: América Latina: cidade, campo e turismo. Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo.

BOULLON, Roberto (2002). Las Actividades Turísticas y Recreacionales, El hombre como protagonista. Trillas, México.

----- (2006). Planificación del Espacio Turístico. Trillas, México.

BULL, Adrián (1994). La economía de la demanda del turismo. En: La economía del sector turístico. (pp.4 -64). Alianza. Madrid.

CAPANEGRA, Alejandro. (2010). El desarrollo turístico como estrategia política del Estado: de la política en turismo a la política turística. Argentina 1900-1975. En: 4° Congreso latinoamericano de investigación turística. Universidad de la República, 22-24 septiembre 2010, Montevideo.

CARDENAS TABARES, Fabio. (1986). Producto Turístico. Trillas, México. (2010). Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis de Mercados. Trillas, México.

----- (2007). La segmentación del Mercado Turístico, Comercialización y venta. Trillas, México.

CHENLO, Sergio (2019). Política turística pública a nivel municipal. El caso del Programa de Turismo Social en la ciudad de Ushuaia. 1er Congreso Argentino de Desarrollo Territorial. 3ras Jornadas de Desarrollo Local Regional, las redes locales y el desafío de la innovación en una nueva etapa de la globalización. Villa María: Universidad Nacional de Villa María.

CHENLO, Sergio; ACOSTA; Gisela (2020). Reactivación del Turismo en Ushuaia. Una mirada desde la comunidad local. Disponible en: [https://www.youtube.com/watch?v=N-9\\_dTZ3bPA](https://www.youtube.com/watch?v=N-9_dTZ3bPA)

CHENLO, Sergio; ROMANO, Silvina; MELLA, Natalia; QUESADA, Hernán; CARMONA, Katherina (2022). Digitalización de la oferta y la demanda turística en Ushuaia. Ponencia. X Simposio Internacional. XVI Jornadas de Investigación – Acción en Turismo - CONDET 2022 XIII Congreso Internacional de Turismo de la ANET. "El turismo en un mundo de transformaciones". 28 al 30 de septiembre de 2022. Mar del Plata.

COHEN, Carolina; ROMANO, Silvina; BENSENY, Graciela (2020). Aproximaciones teóricas al concepto de desarrollo y su vinculación con la práctica turística como fenómeno activador del

proceso. En: Revista FACES. Año 26. N°54. Mar del Plata.

COOPER, CHRIS; FLETCHER, JOHN; FYALL, ALAN; GILBERT, DAVID; WANHILL, STEPHEN (2005). El turismo. Teoría y práctica. Síntesis. Madrid

GARCÍA-MAS, Alexandre y GARCÍA-MAS, Assumpta. (2005). La Mente del viajero. Características psicológicas de viajeros y turistas. Thomson Paraninfo, Madrid.

IGARZA, Roberto (2009). Burbujas de Ocio: nuevas formas de consumo cultural. La Crujía, Buenos Aires

KOTLER, Philip; BOWEN, John y MAKENS, James C. (2005) Marketing del turismo. Pearson - Prentice Hall, Madrid.

LEVIS, Diego (2005).El tiempo atrapado: hacia la mercantilización del tiempo libre. En: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/ar/>

MATHIESON, Alister y WALL, Geoffrey. (1990). Turismo, Repercusiones económicas, físicas y sociales. Trillas, México.

Mc.INTOSH, Robert y GUPTA, Shashikant. (2002). Turismo, planeación, administración y perspectivas. Limusa, México.

MOCHON, FRANCISCO (2008). Economía y turismo. McGraw-Hill. Madrid.

MOLINA, Sergio (2000). El posturismo. De los centros turísticos industriales a la ludópolis. Editorial Tesis Económicas Profesionales, México

MONTEJANO, Jordi M. (1996). Estructura del Mercado Turístico. Editorial Síntesis, Madrid. (2002). Psicosociología del Turismo. Editorial Síntesis, Madrid.

MORENO ALARCÓN, Daniela (2017). ODS, Turismo y Género. Fundamentos y recomendaciones para la educación y sensibilización. Barcelona: Centro de Iniciativas para la Cooperación BATÁ

MORENO ALARCÓN, Daniela. (2018). ODS y turismo con una perspectiva de género. Barcelona: Alba Sud. Disponible en: <http://www.albasud.org/noticia/es/1021/ods-y-turismo-con-una-perspectiva-de-g-nero>

MORENO ALARCÓN, Daniela y CAÑADA, Ernest (2018). Dimensiones de género en el trabajo turístico. Barcelona: Alba Sud.

MUNNE, Frederic. (1990). Psicosociología del Tiempo Libre. Trillas, México. NAVARRO, Diego (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valoración. En: Cuadernos de Turismo N° 35 (pp. 335 -357). Murcia: Universidad de Murcia.

OEHMICHEN BAZÁN, Cristina. (2009): Turismo y ciudades de orilla: El caso Cancún, México. En: Revista de arquitectura, urbanismo y ciencias sociales. Centro de estudios de América del Norte. El Colegio de Sonora. México.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (1998). Introducción al turismo. Madrid.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1999) Guía Para Administradores Locales: Desarrollo Turístico Sostenible. Organización Mundial del Turismo. Madrid

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2005) Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guía Práctica, Madrid

ORGANIZACIÓN DE ESTADOS AMERICANOS, C.I.C.A.T.U.R. (s/f). Metodología de Inventario Turístico. Primer Curso Interamericano de Planificación del Desarrollo Turístico, Planificación Física y Programación de Actividades Turísticas, Explotación de Recursos y Programación de Actividades Turísticas, Documento N° 3/005.

PRZYBYLSKI, Alejandro (1995). Marketing de servicios turísticos. Surpass. Buenos Aires.

SAN MARTÍN GARCÍA, Jesús Emilio. (1997). Psicosociología del ocio y el turismo. Ediciones Aljibe, Málaga.

SANTANA, Agustín. (1997). Antropología y turismo ¿Nuevas hordas, viejas culturas? Editorial Ariel, Barcelona.

SCHLUTER, Regina G. y WINTER, Gabriel. (1993). El Fenómeno Turístico, Reflexiones desde una perspectiva integradora. Fundación Universidad a Distancia "Hernandarias", Buenos Aires.

TIERRA DEL FUEGO, ANTÁRTIDA E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR. (1993) Ley Provincial de Turismo N° 65, Decreto Reglamentario N° 2621/93 y Decreto 477/01.

TORRE, Juan Carlos y PASTORIZA, Elisa (2002): La democratización del bienestar, en Juan Carlos Torre, Director, Los años peronistas (1943-1955). En: Nueva Historia Argentina, volumen 8, Sudamericana. Buenos Aires

VERA, J. Fernando; LÓPEZ PALOMEQUE, Francisco; MARCHENA, Manuel J. y ANTON, Salvador. (1997). Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo. Editorial Ariel, Barcelona.

WALLINGRE, Noemí (2007). Historia del Turismo Argentino. Ediciones Turísticas, Buenos Aires.

WOOD, Robert. (2005). Turismo de cruceros en el Caribe. La globalización en el mar. En: <http://www.noalhomeport.com/Estudios/CrucerosCaribe.htm>

-----  
Firma del docente-investigador responsable

| VISADO                    |                        |                            |
|---------------------------|------------------------|----------------------------|
| COORDINADOR DE LA CARRERA | DIRECTOR DEL INSTITUTO | SECRETARIO ACADEMICO UNTDF |
|                           |                        |                            |
| Fecha :                   | Fecha :                |                            |

**Este programa de estudio tiene una validez de hasta tres años o hasta que otro programa lo reemplace en ese periodo**