



Ministerio de Educación

Gobierno del Chubut

Dirección General de Educación Superior
Instituto Superior de Formación Docente N° 803
Puerto Madryn

PROGRAMA 2025

Carrera:

TECNICATURA SUPERIOR EN TURISMO RES N° 588/22

Espacio curricular

Equipo Docente

PROYECTO EMPRESARIAL

DANIELA BELEN ÑANCUFIL

1. FUNDAMENTACIÓN

Esta propuesta, está diseñada para dotar a los y las estudiantes de la Tecnicatura Superior en Turismo, de herramientas prácticas y conocimientos adaptativos que pongan en juego los fundamentos e instrumentos básicos de la formulación y evaluación de proyectos de inversión en el sector turístico. Este plan de trabajo, busca responder a las exigencias actuales del mercado laboral y empresarial del sector turístico, haciendo especial atención en la autogestión de proyectos turísticos materializables desde el emprendedorismo.

Según el DCJ (2022), se entiende que la modalidad de este espacio curricular, debe dictarse en formato Taller. Esta modalidad que tiene la organización centrada en el hacer, que integra el saber, el convivir, el emprender, y el ser, posibilitando la producción de procesos, promoviendo el trabajo colectivo y colaborativo, la vivencia, la reflexión, el intercambio, la toma de decisiones y la elaboración de propuestas en equipos de trabajo. Es un formato valioso para la confrontación y articulación de las teorías con las prácticas que requiere la participación activa en torno a un proyecto concreto de trabajo que implique la contextualización y la puesta en juego de conocimientos y procesos de pensamientos (DCJ, 2022).

Resulta necesario fortalecer y formar técnicos profesionales en turismo con la filosofía del entrepreneur. El Entrepreneurship es una disciplina de la ciencia que transforma la economía real, promoviendo la innovación, el crecimiento económico y el desarrollo humano (Pertierra Cánepa, 2024). Los entrepreneurs aportan nuevas ideas, nuevos planes de negocio al mercado, desde la identificación de oportunidades y desarrollo de soluciones, fomentando la competencia que dinamiza el mercado. Generar un espacio taller que brinde herramientas de acción para dinamizar la economía real, desde la formación del capital humano en competencias comerciales. Fomentar la autogeneración de empleo del futuro

graduado, y que logre generar un emprendimiento turístico propio es una de las premisas de esta propuesta.

La transformación digital y los avances en las tecnologías de la información y la comunicación, el mundo 3.0 y las redes sociales, han redefinido las formas de promoción, planificación, contratación, jornadas laborales, mediciones de desempeño y métodos de pago, exigiendo a las instituciones educativas ajustar la currícula para preparar a los futuros profesionales en estas tendencias de mercado.

En cuanto a los requisitos laborales y empresariales, los requerimientos del sector turístico actual solicitan al profesional del sector, el desarrollo y empleo de habilidades para ajustarse a las nuevas formas de contratación y dinámicas laborales que emergen con la digitalización del turismo.

Desde el presente taller, se pretende fomentar una actitud de trabajo en equipo, donde los y las estudiantes desarrollen sus habilidades blandas para poder incorporarse al mundo laboral, e interacciones tanto con profesionales y colaboradores ligados a la Actividad Turística, como así también relacionarse en forma interdisciplinaria con otros profesionales y/o actores sociales del turismo y de las áreas relacionadas al sector.

2. OBJETIVOS

Los objetivos del taller, han sido definidos de acuerdo con los propósitos de enseñanza-aprendizaje del DCJ (2022). Se busca el diseño de un proyecto que sea innovador, incorporando tanto aspectos teóricos de investigación bibliográfica como componentes prácticos de aplicación concreta. Se procura fomentar la autonomía y la creatividad de los y las estudiantes, permitiéndoles desarrollar soluciones originales que respondan a los desafíos actuales del sector turístico.

Desde el rol docente se pretende:

- Ofrecer y/o proporcionar a los y las estudiantes, la oportunidad para la realización de un proyecto empresarial, que les permita la experiencia y que pongan en juego los fundamentos e instrumentos básicos de la formulación y evaluación de proyectos de inversión, estableciendo objetivos, etapas y evaluando su factibilidad y su rentabilidad.

Se pretende que los y las estudiantes logren:

- Desarrollar competencias emprendedoras en el ámbito turístico.
- Planificar, gestionar y evaluar proyectos turísticos innovadores y sostenibles.
- Aplicar herramientas tecnológicas de marketing y estrategias financieras para ámbito turístico.
- Fomentar prácticas de turismo responsable y sostenible que puedan contribuir a la transformación social y económica local.

3. CONTENIDOS – BIBLIOGRAFÍA

Eje N° 1: ¿Qué es un proyecto de emprendimiento turístico?

Clasificación y tipologías de proyectos turísticos (de productos o de servicios). Etapas de un proyecto. Los componentes del emprendimiento turístico: Conceptualizaciones y definición de un plan de negocios. Competencias emprendedoras: El entrepreneur y sus habilidades: definiciones, características del emprendedor. La importancia de los recursos humanos en la prestación de servicios turísticos: Comunicación efectiva, liderazgo, trabajo en equipo y resolución de conflictos. Estudio del Mercado: análisis teórico de la demanda e investigación del mercado turístico. Competencia y Diferenciación. Aplicaciones móviles, plataformas digitales, y su impacto en el turismo. Los procesos de creación de empresas turísticas.

Eje N° 2: La planificación del Proyecto

Diagnóstico Inicial. Presentación de la idea: perfil y desarrollo. Estudio financiero: financiamiento y análisis de rentabilidad, requerimientos y presupuestos. Inversiones. Costos (Fijos y variables). Presupuestos de ingresos. Flujo de fondos. Balance (Punto de equilibrio). Origen del financiamiento. TIR (Tasa interna de retorno). VAN (Valor actual neto). Plazo de recupero de la inversión. Fondo de Inversión. Gestión del tiempo. Planificación, organización y uso eficiente de recursos materiales, financieros y Capital humano.

Eje N° 3: Formulación y ejecución del Proyecto

Análisis de Mercado: Identificación de oportunidades, análisis de la competencia y segmentación del mercado. Desarrollo de propuestas innovadoras que respondan a las tendencias y demandas del mercado local. Planificación Estratégica: Definición de objetivos, estrategias de marketing y desarrollo del plan de negocios. Definición de los canales de distribución, de los productos y servicios turísticos (los influencers de viaje). Estrategias de mercadotecnia. Promoción y publicidad turística. Ciclo de vida de los productos turísticos.

Eje N° 4: Evaluación, monitoreo y presentación del proyecto final

Evaluación de Proyectos: Técnicas de evaluación, análisis de factibilidad y rentabilidad de proyectos turísticos. El monitoreo continuo como herramienta para el éxito del proyecto. Presentación de Resultados. Estructura de Informe técnico: Redacción de informe, lenguaje, estructura, normas APA. Técnicas de Presentación: Uso de multimedia y técnicas de oratoria para presentación oral. Sesiones de práctica donde los y las estudiantes presentan sus proyectos y reciben retroalimentación del público. Defensa del Proyecto: Simulaciones de defensa ante un panel evaluador (conformado por docentes de la carrera) entrenando desde la ejercitación a los y las estudiantes para responder preguntas y justificar sus decisiones.

Bibliografía:

- Ameigeiras, Celia. (2012). Venta de servicios turísticos. Madrid: Síntesis.
- Blanco, Lorenzo Alfredo (2009). ¿Nuevas empresas... nuevas tendencias... nuevas relaciones públicas...? Buenos Aires: Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Año 9, Número 28, Abril 2009. ISSN 1668-0227. Consultado en:
- Boullón, R. (1997). Planificación del espacio turístico. Editorial Trillas.
- Capece, Gustavo. (2007). Turismo, la esencia del negocio. Buenos Aires: Edit. LADEVI Ediciones.
- Casanueva Rocha, Cristóbal – Garcia Del Junco, Julio – Caro Gonzalez, Francisco J. (2000). Organización y gestión de empresas turísticas. España: Edit. Pirámide.
- González, R., & Perini, M. M. (2009). Formulación de proyectos turísticos: Pautas para microemprendimientos.
- http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=5115&id_libro=115
- Leis, R. (1994). Globalización y democracia en los 90. Revista Nueva Sociedad.
- Longenecker, J., Petty, J. W., Palich, L. y Hoy, F. (2014). Administración de pequeñas empresas. México: Cengage Learning. Altés
- Machín, C. (1993). Marketing y turismo. Editorial Síntesis.
- Organización Mundial del Turismo. (2000). Introducción al turismo. Madrid.
- Torrejón, Antonio y Leske, Natalia. (2009). *Diccionario de turismo*. Consultado en: <http://www.giganet.com.ar/archives/2009/01/diccionario-de-turismo.html>

Revistas especializadas:

Ara. Revista de Investigación en Turismo. Publica artículos sobre planificación y gestión sostenible de destinos turísticos, innovación y digitalización, marketing de destinos, y más. Consultar en: <https://revistes.ub.edu/index.php/ara>
REDEGETUR (Red Iberoamericana de Investigación en Economía y Gestión del Turismo). Integra profesionales de diversas áreas del conocimiento y fomenta la formación teórica y práctica en economía y gestión del turismo. Consultar en: <https://www.redegetur.org/>

4. EVALUACIÓN – ACREDITACIÓN (CONDICIONES DE ALUMNO REGULAR Y LIBRE)

Se espera que, durante el desarrollo de la cursada, los y las estudiantes puedan confeccionar un trabajo práctico final que logre integrar los saberes construidos a lo largo de la carrera. La producción debe incluir el diseño de un proyecto incorporando aspectos teóricos de investigación bibliográfica, y componentes técnicos de aplicación concreta en una propuesta planteada de forma autónoma y creativa.

Por ello, se pensó en las siguientes etapas de trabajo:

- 1) **Diagnóstico Inicial.** Tiene como objetivo, evaluar las competencias previas y las expectativas de los estudiantes. Esta se realizará mediante las técnicas de Cuestionarios, entrevistas, análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). Casos de Estudio: Análisis de proyectos turísticos innovadores y exitosos, tanto a nivel local como nacional e internacional.
- 2) **Planificación del Proyecto.** En esta etapa se define la idea del proyecto turístico a desarrollar mediante las técnicas de lluvia de ideas, análisis de mercado, estudios de viabilidad y prefactibilidad técnica, donde se define el segmento de mercado, potenciales clientes (demanda), los recursos y el capital (financiero, humano) necesarios, los costos estimados y los ingresos esperados. El objetivo es determinar si la idea de proyecto empresarial tiene potencial y merece profundizar en ella, o desistir y encontrar una idea más acorde a la realidad del mercado a la que estará inserta. La actividad a realizar, será la elaboración de un plan de negocio preliminar sometido a un análisis de prefactibilidad.
- 3) **Formulación del Proyecto.** El/la estudiante deberá diseñar el proyecto en detalle, incluyendo objetivos, etapas y recursos necesarios. Será imperativo la participación en el taller, la retroalimentación en el aula, la investigación bibliográfica y de campo. La actividad concreta en esta etapa es la redacción del plan de negocio definitivo. Este diseño, deberá respetar las distintas fases del proyecto, asegurando una estructura coherente y efectiva para su implementación.
- 4) **Ejecución del Proyecto.** Esta tiene como objetivo el implementar las fases del proyecto, las cuales incluyen: Técnicas de gestión de proyectos, simulaciones, uso de TICs (tecnologías de la información y la comunicación). Se desarrollará un prototipo o simulación del proyecto turístico.
- 5) **Evaluación y Monitoreo.** Analizar la viabilidad económica y práctica de los proyectos, asegurando que sean sostenibles y rentables en el contexto del mercado turístico. Se pretende evaluar el progreso y los resultados del proyecto. Establecer un sistema de indicadores de desempeño, evaluación cualitativa y cuantitativa, retroalimentación continua. Esto se materializa mediante presentación de informes parciales y finales, autoevaluación y coevaluación.
- 6) **Presentación del Proyecto Final.** Los y las estudiantes, deberán exponer los resultados y aprendizajes del proyecto mediante presentaciones orales, paneles de expertos, exposiciones. La defensa del proyecto se realizará ante un comité evaluador conformado por docentes y estudiantes.

La didáctica específica de este taller de proyecto empresarial turístico, se centra en proporcionar una experiencia de aprendizaje práctica y aplicada, donde los y las estudiantes puedan desarrollar habilidades emprendedoras en un contexto real y

relevante. En cuanto a los recursos y herramientas, se recurrirá al material de apoyo teórico, compuesto por guías, manuales, estudios de caso, y recursos en línea. Será de gran importancia el uso del aula virtual del Campus Institucional. Asimismo, se pretende incorporar y articular con los saberes obtenidos por los y las estudiantes en el espacio curricular de TIC, y que puedan aplicar y utilizar herramientas de marketing digital, y plataformas colaborativas.

Finalmente, pero no menos importante, mencionar a la retroalimentación, como elemento fundamental para el éxito de cada proyecto. Los encuentros áulicos para discutir el progreso y recibir retroalimentación de sus pares será de gran valor metodológico.

Para la evaluación del presente taller se considerará:

- En cuanto a la evaluación diagnóstica, se pretende realizar una evaluación para conocer los saberes previos, experiencias y conocimientos de los y las estudiantes y sus competencias emprendedoras.
- En cuanto a la evaluación formativa. La participación en clases, en base a guías de lectura, actividades áulicas y tareas solicitadas. Realización de cuestionarios, entrevistas, y análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).
- La evaluación recapituladora y de proceso, en la cual se busca valorar el progreso del estudiante a lo largo del taller. Se realizará la observación continua, la entrega de informes y la presentación de entregas parciales de avance del proyecto.
- La evaluación auténtica, en la cual se estará haciendo énfasis en la calidad y la viabilidad del proyecto final presentado.

ACREDITACIÓN

En lo que respecta a la acreditación, para la aprobación del taller es necesario alcanzar las instancias que se presentan a continuación:

- a) **PROMOCIÓN** con calificación igual o superior a 7 (siete), cumpliendo con el porcentaje de asistencia del 75%, salvo casos excepcionales debidamente justificados se prevé un 60%. Se contemplan los paros de transporte para justificar la inasistencia, en caso de no reprogramar la clase en modalidad virtual sincrónica. Para alcanzar la promoción, es necesario aprobar el trabajo integrador, y cada una de las etapas de entrega, las cuales se realizarán de acuerdo a los ejes de contenidos planteados en la propuesta de trabajo. Además de aprobar, deberá brindar una presentación final en el taller y compartir a la clase el trabajo plan del proyecto empresarial trabajado.
 - b) **MESA DE EXAMEN:** Nota final de cursada entre 4 (cuatro) y 6 (seis) y cumpliendo con el porcentaje de asistencia detallado en el ítem “a”.
 - c) La calificación final se obtendrá de distintas instancias del curso del taller, y en función de ello, se considerará la valoración ponderada, posibilitando otorgar un peso diferente, a cada uno de los criterios de evaluación, de acuerdo con su importancia, profundidad y complejidad en el desarrollo de estrategias. La calificación resultante de la ponderación de todas las evidencias constatadas en forma continua, durante la totalidad del proceso de aprendizaje será.
- Porcentaje de ponderación: 60 % (Producciones académicas tendientes a avanzar con el proyecto planteado. Entregas de informes parciales del proyecto empresarial,

participación en base a guías de lectura, parciales y trabajos prácticos). Nota numérica: 1-10.

- Porcentaje de ponderación: 40%. Indicadores: manifestaciones de esfuerzo, responsabilidad y compromiso, participación activa en el taller, en conjunto con demostraciones concretas de asimilación de conocimientos que se van complejizando, progresión en capacidades, habilidades, destrezas o actitudes, y el uso adecuado de la terminología técnico-específica. Finalidades formativas que son necesarias para el desarrollo de trabajos académicos, prácticos, colaborativos, individuales y el cumplimiento de actividades domiciliarias (asincrónicas). Porcentaje de ponderación: 40%. Nota conceptual: En proceso (1 a 4) Regular (4 y 5); Logrado (6): Bueno (7) Muy bueno (8 y 9) – Excelente (10).
