



Programa de Graduados

Herramientas de Gestión para Pequeñas y Medianas Industrias de Hospedaje Turístico

Tipo del curso	Capacitación y Actualización Profesional		
Nivel/Correlación *			
Docente/s	Arq. Raúl Saucedo - Lic. Juan Maskaric		
Modalidad	Virtual	Semipresencial	Presencial
Asistencia requerida *	75 %	Carga horaria total	30 hs.
Cantidad de estudiantes *	Mínimo 10 Máximo 50	De otras Universidades	25 %

** si corresponde aclarar*

Requisitos de Inscripción: Los inscriptos deberán ser graduados o estudiantes avanzados de la Licenciatura en Administración Hotelera, la Licenciatura en Turismo y Hotelería, y/o afines a la actividad.

Fundamentación: Los cambios actuales en el ámbito turístico encuentran a muchas pequeñas y medianas empresas ubicadas en mercados en plena y constante transformación, sin capacidad ni herramientas para reaccionar adecuadamente a las irrupciones de nuevos productos que compiten agresivamente con ellas.

El incremento del turismo receptivo en los últimos años, no solamente ha mejorado la ocupación en lugares turísticos tradicionales, también ha descubierto otros puntos de atracción que rápidamente se están posicionando dentro del mapa turístico de la Argentina. Lugares con buenas posibilidades que, a medida que las corrientes de viajeros se expanden y ocupan estos nuevos puntos de interés, requerirán de servicios y equipamiento acordes con el objeto de consolidar su nuevo posicionamiento.

La inclusión en nuestro mercado de cadenas hoteleras internacionales ha comenzado a desarrollarse fuertemente en todos los lugares tradicionalmente turísticos de Argentina. En los últimos años también han hecho aparición en ciudades del interior desarrollos hoteleros que se han incorporado a redes hoteleras internacionales, utilizando sus franquicias y en algunos casos contratando su gestión operacional.

La hotelería nacional, que durante años ejerció “vegetativamente” sus funciones en todas las ciudades de Argentina, deberá asumir que las profundas transformaciones de la hotelería no son accidentales. Es más, crecerán en cuanto a presencia en la industria de la hospitalidad.

El desenvolvimiento informático de la industria del turismo en su conjunto, ha producido un cambio tan fuerte en la comercialización de sus productos en estos últimos años, que muchos de los mecanismos de venta que durante años fueron paradigmas de la industria, con el avance de Internet y la difusión de herramientas informáticas, están inmersos en transformaciones definitivas.

En este contexto, la competencia será cada vez más desigual ante la aparición de nuevos hoteles con herramientas y metodologías de gestión actuales, disputando los segmentos de mercado que tradicionalmente abastecieron de clientes a los viejos y enraizados hoteles.

En esta nueva realidad, los nuevos graduados de carreras turísticas ejercerán su profesión.

Objetivos

- Reflejar las cualidades de gestión y organización de las empresas turísticas desde los roles de organizadores y gestores de ellas y las cualidades y habilidades requeridas para esa función.

- Entender la importancia de la información, y de las herramientas de uso general en la toma de decisiones correctas.
- Comprender cómo se analiza la viabilidad económica de un proyecto de hotel.
- Analizar la importancia del diseño físico y funcional de un hotel para la optimización de la operatoria.
- Describir las principales características de los nuevos canales de comercialización digital de servicios turísticos como así también la redefinición de los tradicionales.

Contenidos:

Clase 1: Introducción al curso. Consideraciones sobre las inversiones hoteleras. Estructura organizativa de un establecimiento de hospitalidad. Bases de la estructura operativa.

Clase 2: Características del mercado. Análisis de la competencia. Índices de inserción en el mercado. Índice de inserción de ventas. Revenue Management, definición y alcances conceptuales. Cuadros tarifarios. Configuración de tarifas. Tarifa diaria promedio. Porcentajes de ocupación. Introducción a los costos operacionales. Revpar.

Clase 3: Estimación y proyección de la facturación. El reporte diario, su importancia en la configuración de estadísticas. Pronósticos de ocupación. Uniform System of Accounts (sistema uniforme de cuentas). La estructura de costos, descripción y análisis. Proyecciones operacionales. Resultados de la operación.

Clase 4: Herramientas de comercialización y ventas: cualidades, características y relación entre el huésped potencial y el hotel. Turismo 2.0. La comercialización de servicios: identificación de canales tradicionales y nuevos canales de comercialización. La redefinición de la promoción y la comunicación de los servicios turísticos. Nuevos modelos de negocios.

Clase 5: El mantenimiento físico de un establecimiento de hospedaje: definición, alcances y reglas básicas. Mantenimiento mayor. Auditorías de mantenimiento. Actualización de hoteles existentes. Incidencia del diseño

formal en los costos operacionales. Desarrollo integral de un establecimiento de hospedaje. Perfil de un gestor hotelero.

Clase 6: El presupuesto operativo anual: su importancia como elemento controlador de la actividad anual de la operación. Corrección de desviaciones y conocimiento de las causas. Análisis de costos operacionales fijos, variables y según ocupación, control y oportunidad de los mismos. La correcta imputación de costos e ingresos por departamentos. Desglose presupuestario por departamentos y funciones. Las previsiones que permiten optimizar mantenimientos y actualizaciones funcionales. Responsabilidades de cumplimiento operacional por parte de los responsables sectoriales. Caso práctico de desarrollo de un presupuesto operativo anual. Conclusiones generales del curso.

Propuesta Didáctica: El curso se abordará en forma de clases teórico-prácticas organizadas en encuentros semanales en los que se abordarán en detalle los temas propuestos en el presente programa y se realizarán trabajos de ejercitación sobre cada uno de ellos. Cada encuentro se corresponderá con una clase de 5 hs. de duración, lo que computará un total de 6 clases y 30 hs. reloj.

Evaluación: El estudiante deberá aprobar una serie de trabajos teórico-prácticos correspondientes a cada una de las clases temáticas, y un trabajo final integrador teórico-práctico utilizando los conceptos y herramientas analizadas en el curso, habiendo cumplido la exigencia mínima de asistencia al 75% de las clases.

Bibliografía:

- SAUCEDO, R. (2013) *Organización y gestión de empresas turísticas y hoteleras*, Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini - Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, pp. 139-242.
- DEL ALCAZAR MARTÍNEZ, Benjamín (2002) *Los canales de distribución en el sector turístico*, Editorial ESIC, España. Capítulo 1: "Introducción a la

distribución turística”, Capítulo 2: “El canal de distribución en el sector turístico” y Capítulo 8: “Las nuevas tecnologías y la distribución turística”.

- MARTÍN ROJO, I. (2005) *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*, 3º ed., Pirámide, Madrid. Capítulo 16: “La organización en las empresas turísticas”.
- MESALLES CANALS, L. (2010) *Hotel control: Gestión económica práctica y análisis de las operaciones en un establecimiento de alojamiento turístico*, Laertes, Barcelona, pp. 120-128.
- MESTRES SOLER, J. (2003) *Técnicas de gestión y dirección hotelera*, Gestión 2000, Barcelona. Capítulo 5: “Estudio de vitalidad y layout de un hotel” y Capítulo 29: “La dirección hotelera (IV)”.