ANEXO

Documento de creación del cluster «Gestión de Servicios Turísticos»

Artículo 1°.- Denominación. Créase el cluster «Gestión de Servicios Turísticos», cuya acreditación da lugar a la emisión de la **Microcredencial de la FCE en Gestión de Servicios Turísticos**, en el marco del Reglamento General del Sistema de Microcredenciales (Res. 1036/26).

Artículo 2°.- Fundamentación y necesidad formativa.

El diseño, la prestación y la comercialización de servicios turísticos que satisfagan los requerimientos de la demanda integran el perfil del Licenciado/a en Turismo. El Plan III de la carrera (Res. 821/25) incluye entre sus competencias específicas la de conocer e identificar las motivaciones y necesidades del mercado y la de gestionar organizaciones del sector asegurando la competitividad y la calidad de sus productos y servicios; y entre sus alcances, el de gestionar, planificar, organizar, dirigir y controlar destinos, productos y servicios turísticos.

Desde una perspectiva económica y organizacional, la gestión de servicios turísticos presenta desafíos específicos derivados de la intangibilidad de las prestaciones, la variabilidad de su calidad y la frecuente simultaneidad entre producción y consumo. La experiencia del visitante depende, además, de la coordinación entre múltiples prestadores y de la interacción directa con los usuarios. En este contexto, el diseño de procesos y estándares de calidad, la gestión de la experiencia y la comunicación comercial contribuyen a reducir la incertidumbre de los consumidores, fortalecer la confianza y mejorar la competitividad y sostenibilidad de los servicios turísticos.

Para fortalecer esa formación, el Plan III incorporó como asignatura obligatoria Servicios Turísticos, con el objetivo de alinear la carrera con las transformaciones del sector y las demandas del mercado laboral. Junto con Marketing Turístico, ambas del Área de Formación en Administración y Gestión, configura una secuencia que recorre las características distintivas de los servicios turísticos, los subsectores que conforman la oferta, el diseño y la prestación de los servicios, la hospitalidad y la experiencia del visitante, el comportamiento del consumidor turístico y la planificación, la comunicación y la comercialización de productos, servicios y destinos.

El Plan II (Ord. 134/01, t.o. 2006), en el que continúan inscriptos estudiantes de la carrera, no contiene una asignatura equivalente a Servicios Turísticos, y sí Marketing Turístico. Por ello el cluster prevé un recorrido para cada plan, ambos conducentes a la misma microcredencial: en el del Plan II, Servicios Turísticos se cursa como seminario general, de modo que los dos recorridos comparten las asignaturas que sostienen los resultados de aprendizaje del artículo 4°.

El cluster se completa con materias optativas o seminarios generales etiquetados, que permiten profundizar en la gestión de alguno de los subsectores de la oferta turística. Certifica como unidad ese trayecto, que el estudiante puede acreditar y comunicar a terceros antes de graduarse o aun si interrumpe sus estudios. Se integra exclusivamente con asignaturas que

ya se dictan en la carrera, por lo que no requiere oferta adicional. La microcredencial no constituye título ni habilita para el ejercicio profesional (art. 4° del Reglamento General).

Artículo 3°.- Objetivos.

- Certificar la formación en diseño, prestación y comercialización de servicios turísticos, orientados a la calidad y a la experiencia del visitante.
- Reconocer, con una credencial verificable y portable, un trayecto formativo ya existente en los planes de la Licenciatura en Turismo.
- Orientar la elección de las materias optativas y de los seminarios generales hacia un trayecto coherente en el campo de la gestión de los servicios turísticos.
- Identificar la formación certificada con las competencias del perfil de la Licenciatura en Turismo para conocer las motivaciones y necesidades del mercado y gestionar organizaciones del sector asegurando la competitividad y la calidad de sus productos y servicios (Res. 821/25).

Artículo 4°.- Resultados de aprendizaje.

Quien obtiene la microcredencial, por cualquiera de los recorridos del artículo 5°, es capaz de:

a) Conocimientos.

1. Explicar el concepto de servicio y las características distintivas de los servicios turísticos, en el ámbito público y en el privado, y su rol dentro del sistema turístico.
2. Explicar los subsectores del turismo (alojamiento, gastronomía, transporte, intermediación, recreación y servicios complementarios), sus estructuras operativas, sus actores y su interrelación en la construcción de la experiencia turística.
3. Explicar los fundamentos de la hospitalidad y de la experiencia turística, y las nociones de valor, producto, servicio y experiencia en contextos presenciales y digitales.
4. Explicar los fundamentos del marketing aplicados al turismo y el comportamiento del consumidor turístico: tendencias, perfiles y procesos de decisión y de personalización.

b) Capacidades.

5. Analizar el perfil de la demanda, segmentar el mercado turístico y definir el público objetivo y el posicionamiento de un servicio o un producto.
6. Diseñar procesos, procedimientos y estándares para la prestación de servicios turísticos, con criterios de calidad, sostenibilidad e innovación.
7. Aplicar herramientas tradicionales y digitales de investigación de mercado, y utilizar fuentes de datos y sistemas de inteligencia de marketing para el análisis del mercado turístico.
8. Diseñar estrategias de comunicación y de comercialización de productos turísticos, considerando la marca, la reputación online, la imagen del destino y los canales de distribución.

c) Competencias.

9. Elaborar un plan de marketing turístico para un servicio, un producto o un destino, desde el diagnóstico y los objetivos hasta las estrategias, su evaluación y el uso de métricas.

10. Diseñar y gestionar la experiencia del visitante a lo largo del proceso de prestación de servicios turísticos, coordinando los puntos de contacto, la atención al cliente y la resolución de problemas, con criterios de calidad y satisfacción.
11. Evaluar con mirada crítica la calidad, la sostenibilidad y las implicancias éticas de las decisiones de prestación y de comercialización de servicios turísticos, incluidas las propias del entorno digital.

Artículo 5°.- Espacios formativos.

El cluster se integra con espacios formativos de la Licenciatura en Turismo (nivel de grado), organizados en un recorrido para cada plan de estudio:

a) Recorrido del Plan III (Res. 821/25), ciclos básico y profesional.

Orden	Espacio formativo	Carácter	Hs	Correlativa interna
1	Servicios Turísticos	Obligatoria	96	—
2	Marketing Turístico	Obligatoria	96	—
3	Materias optativas etiquetadas	Optativa	64	—
Carga de interacción pedagógica total			**256**	

b) Recorrido del Plan II (Ord. 134/01, t.o. 2006).

Orden	Espacio formativo	Carácter	Hs	Correlativa interna
1	Servicios Turísticos (Plan III)	Seminario general	96	—
2	Marketing Turístico	Obligatoria	64	—
3	Seminarios generales etiquetados	Optativa	64	—
Carga de interacción pedagógica total			**224**	

Para los estudiantes del Plan II, Servicios Turísticos, asignatura del Plan III, se cursa y computa como seminario general de su plan. Para cursarla deberán tener aprobada Introducción al Turismo y a la Estructura del Mercado Turístico, de primer año, de modo que puedan hacerlo desde el segundo año de la carrera.

Se considera materia optativa o seminario general etiquetado el que el Consejo Directivo, a propuesta del Departamento de Turismo, declare comprendido en este cluster por abordar la gestión de los servicios turísticos o de alguno de sus subsectores.

La carga de interacción pedagógica de cada recorrido no excede el máximo de 300 horas previsto en el artículo 3° del Reglamento General.

Artículo 6°.- Correlativas. El cluster no establece correlativas internas. En el recorrido del Plan III, las correlatividades entre ciclos aseguran que Servicios Turísticos, del ciclo básico, se apruebe antes de cursar Marketing Turístico y las materias optativas, que corresponden al ciclo profesional. Cada asignatura conserva las correlativas de su plan de origen y las materias optativas, las que fije su resolución de aprobación. En el recorrido del Plan II, Servicios Turísticos requiere la asignatura indicada en el artículo anterior. En ningún caso el cluster agrega requisitos de cursada a los del plan de origen adicionales a los aquí mencionados.

Artículo 7°.- Trayectoria sugerida. De acuerdo al orden indicado en el artículo 5° para cada recorrido. En el Plan III, las materias optativas etiquetadas pueden cursarse en cualquier semestre del ciclo profesional, según la oferta disponible. En el Plan II, se sugiere cursar Servicios Turísticos en el segundo año, antes de Marketing Turístico, y el seminario general etiquetado una vez aprobada aquella.

Artículo 8°.- Requisitos de acreditación. Para acreditar la microcredencial deberán aprobarse los espacios formativos de uno de los recorridos del artículo 5°: en el del Plan III, Servicios Turísticos, Marketing Turístico y materias optativas etiquetadas por un mínimo de 64 horas; en el del Plan II, Servicios Turísticos, Marketing Turístico y seminarios generales etiquetados por un mínimo de 64 horas. El mínimo es mayor al previsto en el artículo 6° del Reglamento General. La aprobación se rige por el régimen de cada asignatura; las aprobaciones por equivalencia computan a todos los efectos, incluidas las de Marketing Turístico y las de los seminarios generales etiquetados del Plan II, conforme a las equivalencias establecidas por el Plan III. Quien pase del Plan II al Plan III conserva para el cluster la aprobación de Servicios Turísticos.

Artículo 9°.- Destinatarios e inscripción. El cluster está dirigido a inscriptos en la Licenciatura en Turismo, Planes III y II, que se inscriben a él.

Artículo 10°.- Cómputo. Los espacios del cluster computan simultáneamente para el plan de estudio (las materias optativas y los seminarios generales, incluida Servicios Turísticos en el Plan II, dentro de las horas de formación optativa que exige cada plan) y para otras microcredenciales (art. 8° del Reglamento General).

Artículo 11°.- Vacantes. Los espacios del cluster son asignaturas obligatorias y optativas de la Licenciatura en Turismo, por lo que el cluster no las abre a estudiantes de otras carreras. La inscripción de estudiantes del Plan II en Servicios Turísticos dependerá de las vacantes existentes, con el criterio rector de no afectar la cursada regular de los estudiantes del Plan III (art. 13° del Reglamento General). El acceso a las materias optativas y seminarios generales etiquetados se rige por la oferta y las vacantes que se dispongan para cada uno.

Artículo 12°.- Certificado. La microcredencial se expedirá mediante un certificado específico, a requerimiento de las personas interesadas, en formato verificable (art. 11° del Reglamento General), que consignará los elementos previstos en el artículo 10° del Reglamento General. A tal efecto, se establece: nivel, grado universitario; carga de trabajo, la del recorrido acreditado; tipo de evaluación, la de cada asignatura conforme al Régimen Académico y de Enseñanza Integral (Ord. 189/25); modalidad, presencial; aseguramiento de la calidad, el del plan de estudio de grado aprobado por la Universidad. Los resultados de aprendizaje se reproducen en el certificado en los términos del artículo 4°. El certificado consignará expresamente que la microcredencial acredita formación académica recibida en el marco de la Licenciatura en Turismo y que no constituye título ni habilita para el ejercicio profesional. Asimismo, se incorporará automáticamente al certificado analítico una mención a la microcredencial.

Artículo 13°.- Revisión. El presente documento será revisado cuando se modifique la composición del cluster o, en su defecto, cada tres años, conforme a la competencia del Consejo Directivo prevista en el artículo 12°, inciso a), del Reglamento General. Las

actualizaciones de programas de las asignaturas que lo integran y la declaración de nuevas materias optativas etiquetadas no requieren su modificación, salvo que alteren los resultados de aprendizaje del artículo 4°, que se consignan en el certificado (art. 10° del Reglamento General). El recorrido del Plan II se mantendrá mientras ese plan conserve vigencia; su caducidad no afectará el derecho de quienes hayan aprobado los espacios de ese recorrido a solicitar la microcredencial (art. 9° del Reglamento General).