
**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
CONSEJO DIRECTIVO CENTRAL**

RESOLUCIÓN Nº

131	/26
------------	------------

**Referencia: APROBACIÓN DE LA ESPECIALIZACIÓN
EN TURISMO SOSTENIBLE**

Montevideo, 09 de abril de 2026.

VISTO: La propuesta elevada por la Dirección de Educación para la aprobación de la Especialización en Turismo Sostenible.

RESULTANDO:

- I. Que el Posgrado tiene por objetivo formar profesionales capaces de facilitar la transición hacia la sostenibilidad de la actividad turística, mediante enfoques racionales en gestión ambiental, económica y social.
- II. Que el Posgrado se integrará a la oferta educativa del Departamento de Sostenibilidad Ambiental.
- III. Que para cubrir los recursos que requiere la implementación del Posgrado, se prevé un financiamiento conjunto del Departamento de Sostenibilidad Ambiental e ITR-E por USD 20.000, además del cobro de derechos universitarios (matrículas) estimados en USD 1.500 para estudiantes internacionales.
- IV. Que desde el Área de Diseño y Desarrollo Curricular se valora pertinente el diseño del plan de estudios, destacando su alineación con la Estrategia 2030 de UTEC y su cooperación con la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y la Cátedra UNESCO.

CONSIDERANDO:

- I. Que la formación se sustenta en convenios de colaboración con la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC) y la Cátedra UNESCO de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible.
- II. Que este Consejo valora que los objetivos del posgrado se adecuan a los Lineamientos Estratégicos de UTEC, impulsando el desarrollo de soluciones en turismo sostenible e inteligente en el interior del país.

III. Que el Área Jurídica confirma el cumplimiento de la normativa asociada, en particular la Política de Creación, Continuidad y Cierre de Carreras, la Ordenanza de Posgrados N° 384/23 y la Circular N° 33/2023.

ATENTO: a lo precedentemente expuesto y a la atribución conferida por el artículo 16, literal F) de la Ley 19.043.

**EL CONSEJO DIRECTIVO CENTRAL
DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
RESUELVE:**

1°. Aprobar el Posgrado en Especialización en Turismo Sostenible, cuyo Plan de Estudios 2026 se adjunta a la presente Resolución y la integra.

2°. Aprobar la expedición del Título de Especialista en Turismo Sostenible a quienes cumplan con los requisitos de aprobación de los 60 créditos establecidos en la malla curricular.

4°. Comuníquese, notifíquese y, cumplido, archívese.

Signed by:



03D84F19D7F44B6...

Dra. Valeria Larnaudie
Rectora
Universidad Tecnológica

Firmado por:



3A2B9103223D42A...

Ing. Andrés Möller
Consejero
Universidad Tecnológica

Firmado por:



D7B5B485E94D4C8...

Mgter. Marcelo Ubal
Consejero
Universidad Tecnológica

Firmado por:



A2103963AD7E4F0...

Mgter. Álvaro Pena
Consejero
Universidad Tecnológica

Universidad Tecnológica - UTEC
Uruguay

Especialización en Turismo Sostenible

Plan de estudios 2026

Índice

1. Introducción	5
2. Objetivo general de la Especialización en Turismo Sostenible	5
3. Objetivos específicos de la Especialización en Turismo Sostenible:	6
4. Perfil de egreso de la Especialización en Turismo Sostenible	7
5. Malla curricular	7
6. Modalidad de carrera y metodología	8
7. Requisitos de ingreso a la Especialización en Turismo Sostenible:	10
8. Requisitos de egreso de la Especialización en Turismo Sostenible:	10
9. Titulación	11
10. Anexos	12
10.1 Fichas programáticas de las Unidades Curriculares	12

1. Introducción

En su Estrategia 2030, UTEC busca consolidar y fortalecer a esta universidad como un actor clave en investigación en el Uruguay, impulsando la transferencia tecnológica y el desarrollo de soluciones en turismo entre otras. A su vez, se propone generar nuevas oportunidades de formación en el interior del país en ejes tales como Turismo Sostenible e Inteligente.

El presente postgrado, busca acreditar las competencias de un nuevo perfil profesional en auge: el asesor en turismo sostenible, entendido como aquel turismo que busca minimizar el impacto negativo en el ambiente y las comunidades locales, mientras maximiza los beneficios económicos y sociales, así como la conservación de los recursos naturales y culturales. Se busca formar especialistas que faciliten la transición hacia la sostenibilidad de la actividad, y que está destinada a profesionales de gestión de destinos turísticos (organismos públicos y privados); profesionales de todas las áreas de empresas turísticas; cargos vinculados a la gestión de empresas turísticas; profesionales de otros sectores que quieren iniciarse en turismo y sostenibilidad; y recién titulados, egresados universitarios, en ramas de turismo y gestión interesados en especializarse en turismo y sostenibilidad.

Dentro de la formación de profesionales para el largo plazo se busca asimismo consolidar e impulsar el trabajo ya iniciado en la integración de competencias transversales en sostenibilidad, para que alcancen a todos los programas académicos, garantizando que las personas participantes desarrollen habilidades en adaptabilidad, conciencia social, responsabilidad ambiental, pensamiento sistémico y planificación a largo plazo. Entre dichas actualizaciones de la oferta educativa, se incorporan enfoques en economía circular, sostenibilidad tecnológica, innovación sostenible, logística verde, gestión del agua y riego eficiente, y turismo sostenible, asegurando su alineación con las necesidades de los territorios y comunidades. Esta formación de UTEC, se realiza en cooperación con la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria ([ULPGC](#)) y Cátedra UNESCO de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible ([CUTDES](#)).

2. Objetivo general de la Especialización en Turismo Sostenible

El objetivo general de la Especialización UTEC en Turismo Sostenible, es el de formar profesionales capaces de facilitar la transición hacia la sostenibilidad de la actividad turística, desarrollando enfoques racionales en gestión ambiental, económica y social, incorporando las mejores prácticas tecnológicas y herramientas disponibles.

3. Objetivos específicos de la Especialización en Turismo Sostenible:

- **Objetivo específico 1:** Conocer la evolución y desarrollo del turismo en las últimas décadas en Uruguay, y el mundo. Entender y comprender el concepto de sostenibilidad en el Turismo.
- **Objetivo específico 2:** Entender cómo se gestiona la sostenibilidad mediante la aplicación de Sistemas de Gestión Ambiental. Saber administrar la sostenibilidad desde los Recursos Humanos. El liderazgo responsable, aprender a seleccionar y fidelizar el talento. Conocer las habilidades fundamentales que debe tener el personal de una empresa socialmente responsable.
- **Objetivo específico 3:** Interpretar y aplicar los principales indicadores de desempeño relacionados con la sostenibilidad en base a las necesidades de la empresa u organismo. Ser capaces de predecir y controlar la evolución de situaciones complejas mediante el desarrollo de nuevas e innovadoras metodologías de trabajo adaptadas al ámbito científico/investigador, tecnológico o profesional en el ámbito de la sostenibilidad, en general multidisciplinar, en el que se desarrolla la actividad turística.
- **Objetivo específico 4:** Comprender el ciclo del agua, de la energía, los residuos y el transporte, con medidas enfocadas a la sostenibilidad en la gestión de cualquier organización. Identificar la adopción de políticas responsables por parte de los proveedores y empleados, integrantes de la cadena de valor de las empresas turísticas.
- **Objetivo específico 5:** Conocer y analizar el impacto que genera cada tipo de turista en el destino y las medidas de implicación del turista en la sostenibilidad. Entender el concepto y las mejores herramientas de marketing responsable y comunicación interna y externa de aplicación en la organización.
- **Objetivo específico 6:** Entender el impacto económico en la gestión de la cadena de valor en las empresas del sector turístico. Formar los distintos actores para alcanzar los objetivos competitivos, mejorar el servicio al cliente y minimizar los costos mediante la optimización sostenible de los procesos.
- **Objetivo específico 7:** Conocer y aplicar, tanto el marco regulatorio del destino, como las iniciativas privadas que determinan la sostenibilidad de un destino turístico. Entender qué es una certificación medio ambiental y cómo afecta a una empresa dedicada al turismo.

- **Objetivo específico 8:** Elaborar, exponer y defender un trabajo-proyecto original, síntesis de las competencias adquiridas abordando la sostenibilidad en un emprendimiento turístico, e intercambiar y validar resultados mediante un seminario de intercambio con empresas turísticas clave.

4. Perfil de egreso de la Especialización en Turismo Sostenible

El Especialista en Turismo Sostenible, contará con las herramientas que le permitan asesorar profesionalmente a empresas e instituciones (públicas o privadas) en la transición hacia la sostenibilidad de la actividad turística, así como llevar adelante dicha gestión en organizaciones de todo tipo vinculadas al sector.

5. Malla curricular

La Universidad Tecnológica ofrece la Especialización en Turismo Sostenible, abordando los aspectos centrales de la sostenibilidad del sector turístico en materia ambiental, económica y social.

La Especialización cuenta con la colaboración de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria – ULPGC- (España), a través de la Cátedra UNESCO de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible, con docentes internacionales referentes en la materia y de destacada trayectoria nacional e internacional.

En total, la Especialización UTEC comprende **2 semestres**, de **900 horas en total**, brindada de forma remota mediante horas de trabajo sincrónicas, asincrónicas y autónomas, como se expresa a continuación en la siguiente malla curricular:

Semestr e	Unidad Curricular	Me s	Horas Sinc./ Asinc.	Horas Autón.	Horas Totales	Créd. d.	Previa
1er.	Desarrollo del Turismo y nuevas herramientas tecnológicas	1	15	45	60	4	-
	Turismo y sostenibilidad: Retos y oportunidades. Organización de la sostenibilidad	1	30	90	120	8	Desarrollo del Turismo y nuevas herramientas tecnológicas
	Verificación de la sostenibilidad	2	30	75	105	7	Turismo y sostenibilidad: Retos y oportunidades.

							Organización de la sostenibilidad
	Gestión eficiente de los recursos e impacto medioambiental	3	30	75	105	7	Verificación de la sostenibilidad
	Comunicación y marketing	4	30	75	105	7	Gestión eficiente de los recursos e impacto medioambiental
	Subtotal		135	360	495	33	
2do.	Economía del Turismo	1	30	75	105	7	Comunicación y marketing
	Derecho Turístico	2	30	75	105	7	Economía del Turismo
	Trabajo final. Seminario de intercambio empresarial	3	45	150	195	13	Derecho del Turismo
	Subtotal		105	300	405	27	
Total Especialización			240	660	900	60	

Para cursar el posgrado de Especialista, se requiere haber finalizado las carreras de Turismo, Ciencias Ambientales, Arquitectura, Urbanismo, Economía, Estadística, Logística, Sociología, Ingenierías, o afines con vinculación al sector turístico, y completar el total de 60 créditos, lo que habilita la obtención del título de Especialización en Turismo Sostenible, otorgado por UTEC.

6. Modalidad de carrera y metodología

La Especialización en Turismo Sostenible es impartida 100% de forma remota, con posibilidad de realizar alguno de los talleres gestionados por UTEC de forma híbrida.

En cuanto a las unidades curriculares, según lo definido por UTEC, a lo largo de todo el período docente del posgrado se presentan diferentes enfoques metodológicos.

Aparte de las dinámicas de grupo, los estudiantes realizan parte del aprendizaje basándose en el estudio y análisis de casos reales, así como del desarrollo de proyectos prácticos.

Se parte de la idea que el aprendizaje que se quiere promover tiene su base en un paradigma de carácter constructivo y aplicado, donde la construcción de conocimiento es un acto compartido y parte tanto de la experiencia propia como la de los demás y se ve complementada por un marco teórico que permite comprender mejor algunos de los aspectos prácticos.

El entorno virtual de aprendizaje de UTEC está dotado de la información, los recursos y las herramientas que tanto los estudiantes como los profesores necesitarán a lo largo del proceso formativo. Ésta no pretende ser simplemente una plataforma tecnológica dónde comunicarse y albergar los contenidos, sino que los recursos y las dinámicas que puedan ofrecerse desde el mismo signifiquen para docentes y estudiantes una comunidad educativa real con todos los componentes e interacciones necesarias.

El Campus Virtual es la plataforma tecnológica que ofrece UTEC para que los participantes del Programa puedan acceder a la información y a los procesos de comunicación propia de éste utilizando la comunicación telemática (mediante Internet).

En el Campus Virtual se encuentran los espacios comunes, que se comparten con el resto de los compañeros del curso y con el equipo docente.

Para los talleres organizados por UTEC se utilizarán igualmente las plataformas remotas, sumando metodologías participativas, que resaltan el carácter práctico de los aprendizajes y proporcionan herramientas claves para la construcción de las competencias en la materia.

Cada una de las unidades curriculares cuenta con instancias y actividades de evaluación. De acuerdo con las normas de evaluación y calificación utilizadas en UTEC, la escala de calificaciones va del 1 al 5 y se expresa en rangos correspondientes a los niveles de logro que se detallan a continuación:

CALIFICACIÓN	CONCEPTO	RANGOS
1	Deficiente	1.00 a 1.99
2	Insuficiente	2.00 a 2.99
3	Suficiente	3.00 a 3.99
4	Muy Bueno	4.00 a 4.99
5	Excelente	5.00

Para aprobar cada unidad curricular de los distintos módulos de este Plan de Estudios la calificación final deberá ser igual o superior a 3, correspondiente al 60% de logro, a excepción del seminario de intercambio empresarial, donde la calificación final será APROBADO o NO APROBADO.

Sistema de evaluación (ponderación):

- Participación del estudiante: 15%.
- Realización de actividades: 45%.
- Pruebas de autoevaluación: 15%.
- Prueba final: 25%.

Actividades formativas:

- Apoyo y seguimiento de Unidades de Aprendizaje en Entornos Virtuales a través de foros de manera dinámica, interactiva y comunicativa
- Estudio individual y realización de actividades interactivas
- Actividades de evaluación (autoevaluaciones y final)
- Realización de trabajos evaluables

Temporización:

Este Programa pretende ajustarse, en la medida de lo posible, a las necesidades propias de una sociedad digitalizada y asíncrona en la que el estudiante pueda dirigir su formación de manera autónoma e independiente.

Por tal motivo, todas las asignaturas estarán disponibles desde el comienzo hasta el final de la acción formativa, teniendo el alumno libertad para organizarse de tal manera que pueda realizar toda la formación en tiempo y forma ajustándose a sus propias necesidades horarias, tanto personales como profesionales.

7. Requisitos de ingreso a la Especialización en Turismo Sostenible:

Para el ingreso a la Especialización en Turismo Sostenible se requiere haber finalizado las carreras de grado correspondientes a: Turismo, Ciencias Ambientales, Arquitectura, Urbanismo, Economía, Estadística, Logística, Sociología, Ingenierías, o afines, con vinculación al sector turístico.

8. Requisitos de egreso de la Especialización en Turismo Sostenible:


Para el egreso del posgrado de Especialización en Turismo Sostenible, se deberá haber aprobado los 60 créditos que estipula la malla curricular de la formación.

9. Titulación

Los estudiantes que aprueben todas las unidades curriculares estipuladas en la malla curricular obtendrán el título de: **Especialista en Turismo Sostenible.**

10. Anexos

10.1 Fichas programáticas de las Unidades Curriculares

 <p style="text-align: center;">PROGRAMA OFICIAL DE LA UNIDAD CURRICULAR</p>			
1. Identificación de la Unidad Curricular			
Nombre de la formación o Plan de Estudios / Año del Plan de Estudios	Especialización en Turismo Sostenible / 2026		
Nombre de la Unidad Curricular	Desarrollo del Turismo y nuevas herramientas tecnológicas		
Ubicación en el Plan de Estudios	Semestre 1 (mes 1)		
Previas	No tiene		
Carácter	Obligatorio		
Modalidad	Sincrónico y Asincrónico (a distancia)		
Horas de clase por semana	15		
Carga horaria (en horas)	Horas de clase	Trabajo autónomo	Horas totales
	15	45	60
Créditos	4		
2. Descripción de la Unidad Curricular			
<p>2.1 Presentación de la Unidad Curricular:</p> <p>Se presenta el programa de Especialización en Turismo Sostenible brindado por UTEC y organizaciones participantes, sus cometidos principales, presentación de los docentes y participantes, modalidades de curso y aprobación, objetivos generales y específicos. Familiarización con las plataformas educativas (FULP-UTEC), logística y calendario de cursos, acceso a bibliografía y consulta de los participantes.</p> <p>Desarrollo del Turismo en Uruguay y nuevas herramientas tecnológicas.</p>			

UTEC ha desarrollado este curso MOOC (junto con el Centro de Transformación Digital) donde se aborda el vínculo entre el turismo y las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) en los últimos 30 años.

Ese nexo histórico incluye la adopción de tecnologías y el desarrollo de nuevos conceptos como Destinos Turísticos Inteligentes o Turismo Sostenible.

Se trata de un curso con material original, que introduce a los participantes en el desarrollo histórico del turismo en Uruguay, su gestión e incorporación de herramientas tecnológicas que están siendo utilizadas en el sector en la gestión y promoción turística sostenible.

2.2 Objetivos de aprendizaje:

- Conocer la historia de los elementos tecnológicos que han ido impactando en el desarrollo del turismo en el Uruguay.
- Analizar innovaciones tecnológicas en el desarrollo del turismo sostenible y su proyección al mundo.
- Estudiar los impactos de la introducción de tecnología en la gestión de la promoción turística.

Se busca desarrollar habilidades y competencias relativas a: pensamiento crítico; iniciativa y emprendedurismo; e involucramiento en las TICs.

3. Criterios de evaluación de la Unidad Curricular

Esta unidad se aprueba mediante asistencia a las clases sincrónicas y asincrónicas, obteniendo un 70% o más en las evaluaciones que se realicen.

4. Modalidad y contenidos

- Introducción al Especialista en Turismo Sostenible brindado por UTEC y organizaciones participantes.
- Orígenes del Turismo: origen de la palabra Tour.
- Impactos tecnológicos en la actividad turística.
- Desarrollo turístico en Uruguay: Periodización interactiva.
Siglo XX: Estudio Prospectivo del Turismo a 2050.
- Institucionalización del Turismo.
- Hacia nuevos productos turísticos regionales.
- Turismo y Accesibilidad
- Entrevistas.
- Material Inédito

5. Bibliografía

- Adinolfi, L., & Erchini, C. (2012). El Ferrocarril en la construcción del territorio costero. *Anuario de Antropología Social y Cultural en Uruguay*, 10, 173-179.
- Alonsoperez, M. J., & Risso, W. A. (2014). Una aproximación al PIB turístico departamental de Uruguay en 2010.
- ALVAREZ-VAZ, R. A. M. O. N., ALTMARK, S., & LARRUINA, K. EVOLUCION DEL TURISMO RECEPTIVO DE URUGUAY EN 2004-2017 MEDIANTE METODOS DE CLUSTERS LONGITUDINALES.
- Angelo, G. (2017). Períodos de transformación en la historia del turismo en el Uruguay (1977-1982; 1997-2002). Caso Punta del Este. In XVI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad Humanidades. Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Benseny, G. (2021). Destinos turísticos inteligentes: el caso de Montevideo (Uruguay).
- Brida, J. G., Lanzilotta, B., & Risso, W. A. (2008). Turismo y crecimiento económico: el caso de Uruguay. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(3), 481-492.
- Campodónico, R. (2017). El desarrollo turístico en Uruguay (1960-2014). Wallingre, N.(Editora) Desarrollo del turismo en América Latina: fases, enfoques e internacionalización. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, 218-245.
- Campodónico, R. (2022). Turismo en Uruguay: Anuario diario El País (1965). *Revista Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade*, 14(1).
- Facal, J., & Echeverría, M. P. (2008). Apuntes para una reforma de la Ley de Turismo de Uruguay. *Revista Aragonesa de Administración Pública*, (32), 521-538.
- Luque-Gil, A. M., Zayas-Fernández, B., & Caro-Herrero, J. L. (2015). Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades.
- Macchio, L. A. (2024). Entre la rambla y la autopista: Polémicas en torno a la conformación de la ruta costanera Montevideo-Chuy (Uruguay) y su desarrollo (1943-1974). Registros. *Revista de Investigación Histórica*, 20(2), 10-30.
- Olmos Andrade, M. Á. (2021). Impacto del valor agregado que un sistema de distribución global (GDS) y una atención especializada representan en el servicio que brindan las agencias de viaje.
- Pérez, R. C. (2021). Turismo en tiempos de pandemia: Uruguay un futuro incierto. Cenário: *Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, 9(1), 1-9.
- Quintana, C. (2016). Política pública de turismo en Uruguay (1986-2010). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3), 725-736.
- Rossana, C. (2013). Turismo y transporte:\. In XIV Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Cuyo.
- Wallingre, N.(Editora) Desarrollo del turismo en América Latina: fases, enfoques e internacionalización. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, 218-245.

PROGRAMA OFICIAL DE LA UNIDAD CURRICULAR

1. Identificación de la Unidad Curricular

Nombre de la formación o Plan de Estudios / Año del Plan de Estudios	Especialización en Turismo Sostenible / 2026		
Nombre de la Unidad Curricular	Turismo y sostenibilidad: Retos y oportunidades. Organización de la sostenibilidad		
Ubicación en el Plan de Estudios	Semestre 1 (mes 1)		
Previas	Desarrollo del Turismo y nuevas herramientas tecnológicas		
Carácter	Obligatorio		
Modalidad	Sincrónico y Asincrónico (a distancia)		
Horas de clase por semana	15		
Carga horaria (en horas)	Horas de clase	Trabajo autónomo	Horas totales
	30	90	120
Créditos	8		

2. Descripción de la Unidad Curricular

2.1 Presentación de la Unidad Curricular:

En esta unidad curricular se presentan los aspectos fundamentales, definiciones y conceptos relativos al turismo sostenible, así como una introducción a los sistemas de gestión de la sostenibilidad.

Asignaturas:

1. Introducción al turismo sostenible.
2. Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible.
3. Sistemas de gestión de la sostenibilidad.
4. RRHH. Formación y compromiso.
5. Liderazgo responsable.
6. Aplicación de políticas en la cadena de valor.
7. Experiencia e implicación del turista

8. Políticas de turismo sostenible en destinos

2.2 Objetivos de aprendizaje:

- Entender y comprender el concepto de sostenibilidad y turismo sostenible en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.
- Entender qué es la economía circular y cómo se aplica al sector turístico.
- Entender y aprender cómo se gestiona la sostenibilidad en una organización, aplicar un SGMA y administrar la sostenibilidad desde el departamento de Recursos Humanos logrando seleccionar y fidelizar el talento.
- Identificar qué factores facilitan y dificultan la adopción de políticas responsables por parte de los proveedores pymes, integrantes de la cadena de valor de las empresas turísticas
- Identificar las acciones, políticas y programas de responsabilidad social de las empresas empleados orientados a sus proveedores, así como las razones que llevan a la aplicación de políticas en la cadena de valor por las grandes organizaciones.
- Entender qué tipos de turistas existen y cuáles vienen al destino en cuestión, el impacto que generan y las medidas de implicación en la sostenibilidad del destino.

3. Criterios de evaluación de la Unidad Curricular

Esta unidad curricular se aprueba mediante asistencia a las clases sincrónicas y asincrónicas, obteniendo un 70% o más en las evaluaciones que se realicen.

4. Modalidad y contenidos

- 1) Introducción al turismo sostenible:
 - Introducción.
 - ¿Qué se entiende por Turismo Sostenible?
 - Principales características del Turismo Sostenible.
 - Beneficios del Turismo Sostenible.
 - El binomio Turismo Medioambiente.
 - Turismo y Educación Ambiental.

- 2) Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible:
 - Cumbre del Milenio: Objetivos del Milenio.
 - Agenda 2030: Objetivos de Desarrollo Sostenible.
 - Diferencias entre Objetivos del Milenio y ODS.
 - Empleo Digno.
 - Cambio Climático.
 - España: Hoja de Ruta, Evaluación, Las empresas
Plan de Acción Civil.

- Economía Circular
Cumbre Innovación Tecnológica y Economía
Estrategias de Economía Circular

3) Sistemas de gestión de la sostenibilidad

- Introducción.
- Sostenibilidad. Definición y tipos.
- Sostenibilidad ambiental.
- Sostenibilidad social.
- Sostenibilidad económica.
- Sistema de Gestión de Medio Ambiental

¿Qué es un SGMA?

Requisitos de un SGMA

Requisitos generales.

Evaluación inicial.

Política medio ambiental.

Planificación.

Implementación y operación.

Verificación.

Revisión.

4) RRHH. Formación y compromiso

- Gestión de la sostenibilidad empresarial desde los RRHH
- Administración sostenible de recursos humanos
Ser un empleador sostenible y responsable
Compromiso de las personas que forman parte de la empresa
Transformación digital y teletrabajo
Reciclaje y reducción de residuos
- Premiar el desempeño
- Captar, seleccionar y fidelizar talento
La digitalización de las empresas
Globalización y movilidad
Envejecimiento de la población laboral
Nuevo mercado de trabajo no ajustado
Incremento de la competitividad e innovación
Crisis económica
Nuevos modelos de negocio, nuevas formas de trabajo

Nuevos profesionales independientes, nuevos valores

Empresa social y responsable

Nuevos Valores sociales que impactan a la empresa

- ¿Cómo conseguir que los/las mejores quieran trabajar con nosotros?
- Formación y desarrollo de personas socialmente comprometidas

Curiosidad, empatía y pasión por el detalle

Pensamiento lateral

Pensamiento crítico

Pensar con las manos

Storytelling

Espíritu de equipo

Buenas prácticas en sostenibilidad: de la RSC a la innovación social

Identificación de necesidades sociales nuevas o no cubiertas.

5) Liderazgo responsable

- El líder respecto como impulsor de la sostenibilidad y la responsabilidad en sus equipos.
- ¿Qué entendemos por un líder responsable?
 - El economista tradicional
 - El líder buscador de oportunidades
 - El líder integrador
 - El líder idealista
- ¿Qué caracterizará a un líder responsable?
 - Compromiso
 - Integrador
 - Propósito
 - Responsable
- ¿Y qué papel juega un líder responsable en su equipo y en la organización?
- ¿Por dónde empieza el líder a comprometer en orientar hacia la responsabilidad social empresarial a sus equipos?
 - Definir la misión del proyecto
 - Hacer un proceso de toma de decisiones participativo
 - Convertir a los líderes en referentes de responsabilidad
 - Motivar e inspirar a las personas
 - Establecer qué son conductas responsables
 - Impulsar el talento y la innovación
- Beneficios del liderazgo responsable
 - A nivel individual

A nivel equipo

A nivel organizativo

A nivel social

- Estilos de liderazgo y sostenibilidad: hacia el liderazgo basado en valores
- Responsabilidad compartida
- Rasgos de personalidad y habilidades sociales de los líderes
- Coherencia y convicción
- Comunicar escuchar y tener habilidades de negociación
- Integridad
- Habilidad para convencer, transparencia y accesibilidad
- Desarrollar la visión a largo plazo.
- Estilos de liderazgo: transaccional, transformador, servidor
- Liderazgo centrado en valores
- ¿Qué perfil tiene un líder centrado en valores?
- Cómo implementar un liderazgo responsable en la empresa
- Factores Sociales
- Factores Situacionales
- Factores Organizacionales
- Valoración del desempeño de los directivos/as
- Códigos éticos y códigos de conducta
- Misión, visión y valores de la empresa
- CEO como ejemplo
- Factores Individuales

6) Aplicación de políticas en la cadena de valor

- Responsabilidad social de las empresas dentro de la cadena de valor.
- Definición de cadena de valor, cadena de valor sostenible y cadena de suministro sostenible.
- Razones de la aplicación de políticas responsables de la empresa en la cadena de valor.
- Beneficios y riesgos de la aplicación de políticas en la cadena de valor.
- Implantación de las políticas de responsabilidad social de las empresas en la cadena de valor.

7) Experiencia e implicación del turista

- Recorrido de la actividad turística en los últimos cien años: del turismo de masas al ecoturismo.
- Desarrollo de la actividad turística frente al compromiso medioambiental.
- Parámetros de sostenibilidad dictados por la OMT hacia el sector.

- El Turista: tipologías y características del viajero comprometido con la sostenibilidad.
- Influencia de las políticas aplicadas al sector turístico en el cambio de mentalidad del viajero y su comportamiento en destinos.
- Tarea educacional y de difusión desde los gobiernos hacia la población viajera.
- La actividad turística, señalada y juzgada por los grupos ecologistas.
- Argumentos económicos, sociales y ecológicos de ambos bandos.
- Cambios de paradigma en el sector turístico a partir de campañas en defensa de los animales.
- El papel de UNESCO en la determinación de las áreas protegidas.
- El Patrimonio de la Humanidad.
- Criterios de selección.
- Tipología de los recursos turísticos sostenibles.
- Parques Nacionales y Naturales.
- Sitios Patrimonio de la Humanidad.
- Áreas Reserva de la Biosfera.
- Turismo de naturaleza y turismo rural.
- Efectos de la actividad turística sobre estos lugares.
- Restricciones e interés cultural.
- Impacto económico y cultural del turismo en los destinos.
- Repercusión del turista en las culturas de las poblaciones nativas.
- El papel de los agentes y guías: concienciación del turista hacia los destinos sostenibles.
- Acciones y motivaciones realizadas por los destinos turísticos sostenibles para atraer visitantes.
- La promoción desde los gobiernos hacia los sectores de inversión y empresariado.
- Degradación de las tradiciones y culturas en los destinos convertidas en producto turístico.
- La mirada del turista hacia los destinos sostenibles: expectativas, experiencia y valoraciones.
- Comportamiento de compra del consumidor de destinos sostenibles.
- Conservación de los recursos en destinos siendo visitante.
- Manual de instrucciones para el turista sostenible.
- Ejemplo de destinos sostenibles y el camino que siguieron hasta lograrlo.
- Mapamundi de destinos sostenibles, ecológicos y de naturaleza.

8) Políticas de turismo sostenible en destinos

- Recorrido histórico desde las primeras investigaciones del entorno y los seres vivos hasta la adopción del concepto de sostenibilidad en todos los foros internacionales.
- El papel de la ONU y la UNESCO en la protección del medio ambiente.

- Boom turístico de los años 60: crecimiento descontrolado del fenómeno turístico y la falta de conciencia ecológica.
- Agentes ecologistas vs. grandes potencias económicas.
- Objetivos de Desarrollo Sostenible. PNUD. Agendas 21 y 2030: propósitos y realidades.
- La Organización Mundial del Turismo.
- Diseño de las nuevas normas y parámetros dirigidos hacia un Turismo Sostenible.
- La promoción turística y el mercado: oferta y demanda turísticas.
- La implicación del sector privado.
- Organismos y administraciones turísticas internacionales, europeas, nacionales y regionales.
- Proceso de transformación hacia políticas de desarrollo sostenible.
- Objetivos y estrategias.
- Marco político-administrativo en materia de planificación de los espacios turísticos: general, autonómico y local en España.
- Criterios de evaluación para clasificar un destino como sostenible.
- Tipología de los recursos turísticos.
- Destinos sostenibles pioneros en el mundo: modelos de gestión DTI.
- Planificación de los espacios turísticos: marco general y local
- Turismo y cooperación al desarrollo local en destinos.
- AECID: Agencia española de cooperación al desarrollo.
- La importancia de la formación académica de los profesionales del sector como garantía y custodia de la sostenibilidad turística.
- Estudios de Turismo en España: evolución y titulaciones.
- COVID-19: recuperación de la naturaleza vs. crisis del sector turístico.
- Responsabilidades y compromisos políticos con el medio ambiente y la actividad turística durante y después de la pandemia.

5. Bibliografía

- Alfaro, M. (ed. lit), Arias Careaga, S, Gamba Romero, A. (2019). Agenda 2030. Claves para la transformación sostenible Los libros de la Catarata.
- Baud, M., Ypeij, A., & Zoomers, E. B. (2006). Introducción: el turismo como una estrategia para el desarrollo sostenible.
- Bielsa Arbiol J.A (2021). Agenda 2030. Las trampas de la nueva modernidad. Letras Inquietas.
- Calvo, A. (2010). Economía Internacional y organismos económicos internacionales. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A. Madrid
- De la Vega, D. C., & González, F. J. G. (2018). Análisis histórico de la difusión del modelo de desarrollo organizacional en España. Tejiendo el futuro de las organizaciones con enfoque de desarrollo organizacional, 39.
- Guillén, M. (2020). 2030: Viajando al fin del mundo tal y como lo conocemos. Deusto.
- Martínez, V. (s/f). Turismo y ocio en las sociedades: dinamismo, desarrollo turístico y riesgos. Ediciones Académicas. Madrid.
- Medina, U. (2010). Gestión financiera de actividades turísticas. Ediciones Pirámide (Grupo

Anaya)

Noah Harari, Y. (2018) Sapiens, de animales a dioses. Breve historia de la humanidad. Penguin Random House Grupo Editorial. Barcelona


Requesens, M. (2021). El gran secreto de la Agenda 2030 Posmodernia.

Roberts, J. M. (2008). Igniting inspiration: A persuasion manual for visionaries (p. 230). BookSurge.

Rufín, R. (2010). Marketing. Editorial Sanz y Torres, S.L. Madrid

Rufín, R. (2013). Marketing del turismo y del ocio. Editorial Sanz y Torres, SL. Madrid

VV.AA El mundo que queremos. La Agenda 2030 Editorial Mira, 2016

 PROGRAMA OFICIAL DE LA UNIDAD CURRICULAR			
1. Identificación de la Unidad Curricular			
Nombre de la formación o Plan de Estudios / Año del Plan de Estudios	Especialización en Turismo Sostenible / 2026		
Nombre de la Unidad Curricular	Verificación de la sostenibilidad		
Ubicación en el Plan de Estudios	Semestre 1 (mes 2)		
Previas	Turismo y sostenibilidad: Retos y oportunidades. Organización de la sostenibilidad		
Carácter	Obligatorio		
Modalidad	Sincrónico y Asincrónico (a distancia)		
Horas de clase por semana	7,5		
Carga horaria (en horas)	Horas de clase	Trabajo autónomo	Horas totales
	30	75	105
Créditos	7		
2. Descripción de la Unidad Curricular			
2.1 Presentación de la Unidad Curricular:			
<p>En esta UC, se aborda la verificación de la sostenibilidad en cuanto a las mediciones e indicadores que se deben tener en cuenta, y su impacto, seguimiento y manejo de los datos. La relevancia, explicación y significación de las cifras, son fundamentales en la tarea del</p>			

especialista, para poder asesorar a sus interlocutores, de forma rigurosa y profesional, con una metodología que permita acceder a la información de manera adecuada y responsable.

Asignaturas:

1. Certificaciones medioambientales y de calidad
2. Cumplimiento de normativas
3. Desarrollo y monitoreo de KPIs
4. Impacto y alineación con los ODS
5. Trazabilidad en toda la cadena de valor
6. Transparencia y accesibilidad a la información

2.2 Objetivos de aprendizaje:

- Entender qué es una certificación medio ambiental y aplicar las certificaciones relacionadas con la sostenibilidad a la realidad de la empresa y del destino.
- Saber y aplicar los principales indicadores de desempeño relacionados con la sostenibilidad en base a las necesidades de la empresa u organismo, e interpretar los resultados de desempeño.
- Garantizar la trazabilidad de la cadena de valor y conocer los flujos de información internos, la transparencia en organizaciones públicas y privadas y la importancia de la misma.

3. Criterios de evaluación de la Unidad Curricular

Esta unidad curricular se aprueba mediante asistencia a las clases sincrónicas y asincrónicas, obteniendo un 70% o más en las evaluaciones que se realicen.

4. Modalidad y contenidos

- 1) Certificaciones medioambientales y de calidad:
 - Introducción
 - Tipos de certificaciones medio ambientales
 - Sistemas de Gestión Ambiental Global
 - el reglamento EMAS
 - La UNE-EN ISO 14001:2015 sobre sistemas de gestión medio ambiental
 - Sistemas de Gestión de Economía circular:
 - Etiquetado y declaraciones ambientales (UNE-EN ISO 14025:2010)
 - Ecodiseño (UNE-EN ISO 14006:2020)
 - Sistemas de Gestión sobre Cambio Climático
 - Gases de efecto invernadero (UNE-EN ISO 14064-1:2019 y 14067:2019)
 - Sistemas de Gestión de Recursos

- Gestión de la energía (UNE-EN ISO 50001:2018)
- Huella del agua (UNE-EN ISO 14046:2016)
- Desarrollo sostenible de las ciudades (UNE-EN ISO 37120:2105)
- Sistemas de Gestión Forestal (FSC)
- Otros sistemas de Gestión Medio Ambiental

2) Desarrollo y monitoreo de KPIs

- Introducción
- Motivos para medir la sostenibilidad de una empresa
- ¿Cómo se mide la sostenibilidad de una empresa?
- Sostenibilidad económica
- Sostenibilidad social
- Sostenibilidad medioambiental
- Principales KPIs
- Representación de datos
- Interpretación de los KPIs

3) Impacto y alineación con los ODS

- Introducción a los ODS
 - Los ODS: sus antecedentes Addis Abeba: Cumbre 2015 y la agenda 2030
 - Las 5 estrategias más significativas que introducen los ODS
 - Sostenibilidad, Equidad, Universalidad, Compromiso y Alcance
 - Las 5 Prioridades en valores clave: Las Personas, El Planeta, La Prosperidad, La Paz, El Partenariado /Alianzas
- Los 17 objetivos ODS
 - Objetivo 1: Fin de la pobreza
 - Objetivo 2: Hambre cero
 - Objetivo 3: Salud y bienestar
 - Objetivo 4: Educación de calidad
 - Objetivo 5: Igualdad de Género
 - Objetivo 6: Agua limpia y saneamiento
 - Objetivo 7: Energía asequible y no contaminante
 - Objetivo 8: Crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos
 - Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura
 - Objetivo 10: Reducción de las desigualdades
 - Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles
 - Objetivo 12: Producción y consumo responsable
 - Objetivo 13: Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos
 - Objetivo 14: Vida submarina

- Objetivo 15: Vida de ecosistemas terrestres
 - Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones sólidas
 - Objetivo 17: Partenariado/Alianza para lograr los objetivos
 - El alineamiento local con los ODS
 - Turismo y alineamiento con los ODS
 - La responsabilidad social corporativa y los ODS
- 4) Trazabilidad en toda la cadena de valor:
- La trazabilidad en la cadena de valor.
 - Impulsores, desafíos, oportunidades y pasos a seguir para poder implementar una estrategia de trazabilidad en la cadena de valor.
 - Nuevos requisitos de trazabilidad en la cadena de valor de empresas a proveedores, códigos de conducta y auditorías.
 - Mejoras en eficiencia, productividad y gestión de riesgos a lo largo de la cadena de valor.
 - Medidas que pueden adoptar las pymes para aplicar la trazabilidad de su cadena de valor.
 - Buenas prácticas en pymes donde se genera trazabilidad a través de la colaboración, las certificaciones y el desarrollo de asociaciones entre multinacionales y organismos de carácter internacional.
- 5) Transparencia y accesibilidad a la información
- Introducción y conceptos básicos.
 - La transparencia como objetivo del desarrollo sostenible.
 - La transparencia pro-activa.
 - La transparencia reactiva.
 - Empresas y cooperación al desarrollo.
 - El derecho de acceso a la información.
 - El acceso a la información.
 - Principios de accesibilidad a la información.
 - Fiabilidad de las fuentes de información.
 - Régimen jurídico de la transparencia: Normativa vigente.
 - Nuevas obligaciones de transparencia y accesibilidad en materia de sostenibilidad.
 - Ley de transparencia.
 - Agenda 2030 de Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible.
 - Transparencia y buen gobierno.
 - Gestión sostenible de las organizaciones públicas y privadas.
 - Políticas de desarrollo sostenible.
 - Ética e integridad.
 - El informe de sostenibilidad.

- Mecanismos de consulta y reclamaciones
 - Los canales de comunicación.
 - Presupuestos participativos.
 - El papel de las tecnologías de la información (TIC) en el desarrollo sostenible.

5. Bibliografía

Análisis, tendencias y liderazgo empresarial en España. ODS año 2.

https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2017/09/web_GUIA-ODS2_2017-v6.pdf

Banco Mundial (abreviado: BM) es una organización multinacional especializada en finanzas y asistencia, <https://www.bancomundial.org/es/who-we-are>

Beamon, B.M. (1999). Designing the Green Supply Chain. *Logistics Information Management*, 12., 332-342.

Cajiga Calderón, J.F (2008). El concepto de responsabilidad social empresarial. CEMEFI. Empresa Socialmente Responsable (ESR).

Cemex. (2012) Sustainable Development Report – Building Cities for the Future.

Directrices de la OMT para el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de destinos (OGD).

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420933>

El sector privado ante los ODS. Guía práctica para la acción

https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2017/02/Guia_ODS_PM_20170215_web.pdf

Enguix, T. (2013). Responsabilidad social en la cadena de valor. Responsabilidad Social Empresarial. *Revista PYMEAH*.

Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas.

FedEx Corporation. (2012) Global Citizenship Goals & Progress Report.

FSC-STD-40-004 (versión 3-0). Certificación cadena de custodia, FOREST

FSC-STD-40-005 (versión 2-1). Estándar para evaluación por parte de empresas de madera controlada FSC, FOREST STEWARDSHIP COUNCIL, Bon, Alemania, 2006.

FSC-STD-50-001 (versión 2-0). Requisitos para el uso de marcas registradas RFS® por parte de titulares de certificados, FOREST STEWARDSHIP COUNCIL, Bon, Alemania, 2017.

Fundación SERES - IE Busines School. (2014). Materialidad. La siguiente etapa en el proceso de transparencia. <https://www.fundacionseres.org/Repositorio%20Archivos/MATERIALIDAD.%20La%20siguiente%20etapa%20en%20el%20proceso%20de%20transparencia.pdf>

Gobierno Vasco. (2013). 7 metodologías para el cálculo de emisiones de gases de efecto
 Laloma, M. (2018). #ODiScapacidad. ODS y discapacidad. Plan de trabajo. ISBN: 978-84-16668-66-3. Ediciones CINCA. Colección Inclusión y Diversidad. 5 de noviembre de 2018.

https://www.cermi.es/sites/default/files/docs/colecciones/coleccion%20Inclusi%C3%B3n%20y%20diversidad%20n%C2%BA24_0.pdf invernadero, IHOBE, Departamento de Medio Ambiente y Política Territorial.

GRI – La GRI - “Global Reporting Initiative” o “Iniciativa Reporte Global”

<https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-spanish-translations/>

Hosteltur – la enciclopedia más actualizada del sector turístico en España.

<https://www.hosteltur.com/>

IPM Global – El IPM Global - Índice de Pobreza Multidimensional Global, organismo a cargo de la “Secretaría de la MPPN – Multidimensional Poverty Peer Network” desde 2010. <https://ophi.org.uk/>

Kaplan, R.S., & Norton, D. P. (1996) Cuadro de mando integral. The Balanced Scorecard: Translating Strategy Into Action”, Harvard Business School Press. (También en español editado por Gestión 2000)

La guía para la acción empresarial en los ODS https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2016/10/SDG_Compas_Spanish-one-pager-view.pdf

Las empresas españolas ante la Agenda 2030. Análisis, propuestas, alianzas y buenas prácticas.

https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2018/07/Las-empresas-espa%C3%B1olas-ante-la-Agenda-2030_def_p.pdf

Marco de indicadores mundiales para los Objetivos de Desarrollo Sostenible y metas de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

https://unstats.un.org/sdgs/indicators/Global%20Indicator%20Framework%20after%202021%20refinement_Spa.pdf

Medición creíble del turismo sostenible para mejorar la toma de decisiones. UNTWO (Organización Mundial del Turismo)

<https://www.unwto.org/es/press-release/2018-03-02/medicion-creible-del-turismo-sostenible-para-mejorar-la-toma-de-decisiones>

Ministerio de Empleo y Seguridad Social de España (s/f). Estrategia 2014-2020 para empresas, administraciones públicas y el resto de organizaciones para avanzar hacia una sociedad y una economía más competitiva, productiva, sostenible e integradora.

<https://www.mites.gob.es/ficheros/rse/documentos/eerse/EERSE-Castellano-web.pdf>

Norma UNE-EN 15341:2008.

<https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma/?c=N0041745>

Objetivos de Desarrollo sostenible. ONU. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. UNIVERSIDAD Dr. Rafael Belloso Chacín*, 8 (3), 377 – 389.

Reglamento Comunitario (CE) nº 1221/2009, del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la participación voluntaria de organizaciones en un sistema comunitario de gestión y auditoría medio ambientales (EMAS), Diario Oficial de la Unión Europea, Bruselas, 2009.

Rogers, D. S. (2011). Sustainability is FREE – The case for doing the right thing. November 2011, s.l.: Supply Chain Management Review.

STEWARDSHIP COUNCIL, Bon, Alemania, 2016.

Strandberg, L. (2020). La responsabilidad social corporativa en la cadena de valor. Cátedra la Caixa de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. IESE Vol. 6.

Thörnblom, E., & Andrade, J. (2020).. Colaboración, innovación, transformación. Ideas e inspiración para acelerar el crecimiento sostenible - Un enfoque de cadena de valor. CEMDES. World Business Council for Sustainable Development.

UNE-EN ISO 14006:2020. Ecodiseño, AENOR, Madrid, 2020.

UNE-EN ISO 14064-1:2019. Gases de efecto invernadero. Parte 1: Especificaciones con orientación, a nivel de las organizaciones, para la cuantificación y el informe de las emisiones y remociones de los gases de efecto invernadero, AENOR, Madrid, 2019.

UNE-EN ISO 14067:2019. Gases de efecto invernadero. Huella de carbono de los productos. Requisitos y directrices para la cuantificación, AENOR, Madrid, 2020.

UNE-EN ISO 50001:2018. Sistemas de gestión de la energía. Requisitos con orientación para su uso, AENOR, Madrid, 2018.

UNE-EN ISO 14021:2017. Etiquetado, AENOR, Madrid, 2017.

UNE-EN ISO 14046:2016. Huella hídrica, AENOR, Madrid, 2020.

UNE-EN ISO 14001:2015. Sistemas de gestión medio ambiental. Requisitos con orientación para su uso, AENOR, Madrid, 2015.

UNE-EN ISO 37120:2015. Desarrollo sostenible de las ciudades. Indicadores de servicios urbanos y nivel de vida, AENOR, Madrid, 2015.


University of San Francisco. (2012) Green Supply Chain Management. s.l. : University of San Francisco.

Web informativa sobre los KPI relacionados con los ODS. <https://unstats.un.org/sdgs/>

World Commission on Environment and Development. (1987). Our Common Future, Report of the World Commission on Environment and Development. Published as Annex to General Assembly Document A/42/427. s.l.: Development and International Co-operation: Environment.

World Travel and Tourism Council (WTTC) o Consejo Mundial de Viajes y Turismo, autoridad mundial en la contribución económica y social de Viajes y Turismo. <https://wtcc.org/>

Xinye, W. (2013). Top oil firms' projects suspended over pollution. S.l.: CCTV News.

 PROGRAMA OFICIAL DE LA UNIDAD CURRICULAR	
1. Identificación de la Unidad Curricular	
Nombre de la formación o Plan de Estudios / Año del Plan de Estudios	Especialización en Turismo Sostenible / 2026
Nombre de la Unidad Curricular	Gestión eficiente de los recursos e impacto medioambiental
Ubicación en el Plan de Estudios	Semestre 1 (mes 3)
Previas	Verificación de la sostenibilidad

Carácter	Obligatorio		
Modalidad	Sincrónico y Asincrónico (a distancia)		
Horas de clase por semana	7,5		
Carga horaria (en horas)	Horas de clase	Trabajo autónomo	Horas totales
	30	75	105
Créditos	7		
2. Descripción de la Unidad Curricular			
<p>2.1 Presentación de la Unidad Curricular:</p> <p>En esta UC, se identifican los principales componentes de la gestión eficiente de los recursos y el impacto ambiental asociado en la empresa turística.</p> <p>Asignaturas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Gestión del agua y la energía 2) Gestión de compras 3) Gestión de residuos y huella de carbono 4) Transporte 5) Gestión en la cadena de valor 6) Gestión sostenible del destino turístico <p>2.2 Objetivos de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Conocer y entender el ciclo del agua y la energía asociados a la actividad turística. ● Conocer y entender cómo funciona la gestión de compras y las medidas enfocadas a la sostenibilidad. ● Conocer y entender cómo se maneja y gestiona los residuos turísticos. ● Caracterizar las empresas de transporte y el desarrollo de habilidades de gestión a través de herramientas tecnológicas. ● Demostrar el impacto económico originado sobre la gestión de la cadena de valor en las empresas del sector turístico, mejorando el servicio al cliente y minimizando los costos. ● Entender qué factores determinan la sostenibilidad de un destino turístico, explotando las ventajas de manera sostenible. 			
3. Criterios de evaluación de la Unidad Curricular			

Esta unidad curricular se aprueba mediante asistencia a las clases sincrónicas y asincrónicas, obteniendo un 70% o más en las evaluaciones que se realicen.

4. Modalidad y contenidos

1) Gestión del agua y los residuos:

I. Agua

- Fuentes habituales de suministro de agua
- Ríos, afluentes, manantiales. Elementos depuradores y regeneradores. Dinámicas de flujo, remolinos, meandros.
- Presas, pantanos, lagos, estanques. Calidad de sus aguas y evolución en el tiempo.
- Pozos, aguas subterráneas. Contaminación de Napas freáticas. Calidad y evolución de sus niveles.
- Desaladoras. Ventajas y desventajas. Huella ecológica y consumo de energía.
- Depuradoras. Reutilización de aguas grises y negras. Calidades y problemas.
- Gestión y transporte del agua
- Sistemas de canalizaciones, trasvases.
- Huella energética y de carbono en el transporte.
- Impacto en su vitalidad y calidad.
- Contaminación y depuración
- Tratamientos: Cloración y fluoración.
- Reciclado del agua.
- Tratamientos ecológicos.
- Usos y huella de carbono: Doméstico. Medio rural y urbano, Agrícola y ganadero, Industrial, Natural y recreativo.
- Propiedades del agua
- Características del agua, singularidad.
- Espirales, torbellinos, formas fluidas o virbelas.
- Estrategias a desarrollar en su regeneración.
- Retos ante el cambio climático
- Recuperación de caudales fluviales.
- Regeneración de acuíferos.
- Reutilización de pluviales.
- Revalorización de aguas grises.
- Importancia de los ODS como estrategia presente y futura.

II. Energía

- Fuentes de energía
 - No renovables: Historia del despilfarro, “se acabó la fiesta”. Combustibles fósiles. Nuclear. Peak oil. Peak Uranium

- Renovables: Biomasa. Hidráulica. Geotérmica. Eólica. Solar: Fotovoltaica y térmica. Termodinámica
- Métodos de almacenamiento de energía
 - Hidráulica
 - Tecnología del plomo
 - Tecnología del Litio
 - Tecnología del Hidrógeno
 - Otras.
- Distribución y transporte energético
 - Retos en la Generación y la distribución de la energía.
 - Costes de la deslocalización en la producción industrial
 - Flujos y huella de carbono en las redes energéticas
- Nuevo Paradigma Energético
 - Decrecimiento
 - Oportunismo capitalista en el nuevo modelo energético: solución o caída al vacío
 - Relocalización de la producción de productos básicos, impacto en la huella ecológica de consumo energético.
 - Rediseñar la red energética, retos y certezas.
 - Impacto en el medio de la producción energética, contaminación y limitación de las fuentes energéticas.

2) Gestión de compras:

- Introducción
- Función, proceso y departamento
- Influencia del entorno en la función de compras
- Tipos de compra
- Evolución de la función de compras
- Objetivos de la función de compras y aprovisionamiento
- Estructura en compras y aprovisionamiento
- La ética en las compras.
- Búsqueda y selección de proveedores
- Evaluación y gestión de ofertas
- Sistemas de licitación
- Negociación: principios, preparación y tácticas
- La ética en las compras

3) Gestión de residuos y huella de carbono:

- Punto de partida: Agotamiento de recursos.
 - Producto interior bruto basado en el derroche

- Economía lineal
- Obsolescencia programada
- Tiempos de escasez
- Huella de Carbono
- Punto de inflexión: Cambio en el modelo productivo
 - Sostenibilidad en los procesos de extracción y transformación
 - Una nueva forma de producir.
 - Economía circular
 - Economía local
 - Análisis del ciclo de vida
 - Nueva minería: Los residuos
- Realidades incómodas
 - Un océano de residuos
 - Un tercer mundo como vertedero
 - Incineración
 - Reciclaje, una verdad a medias
- Objetivo: Residuo cero
 - ¿Qué entendemos por Residuo cero?
 - Midiendo la huella de carbono
 - Clasificando los residuos
 - Organizando, Revalorizando, Reutilizando
 - Los diferentes ámbitos y sus estrategias
- Resultados y conclusiones
 - Responsabilidades
 - Situación en el mundo
 - Perspectivas. Un mundo sin residuos.

4) Transporte

- Origen y evolución del transporte
- Factores de influencia en la elección del sistema de transporte
- Políticas de transporte
- Medio aéreo, terrestre y acuático
- Costes de transporte

5) Gestión en la cadena de valor

- Introducción
- Marco teórico de la gestión de la cadena de valor y suministro
- Costos logísticos

- Gestión de la cadena de valor
- Componentes de la cadena de valor y suministro
- Costos logísticos de la cadena de suministro

6) Gestión sostenible del destino turístico

- Introducción
- Concepto de desarrollo sostenible
- Desafíos que plantea el desarrollo sostenible
- Concepto de Turismo Sostenible
 - Sostenibilidad económica
 - Sostenibilidad sociocultural
 - Sostenibilidad ambiental
- El destino turístico sostenible y sus características
- Evaluación de la sostenibilidad ambiental
- La explotación empresarial del destino turístico
- El destino turístico sostenible y la ventaja competitiva

5. Bibliografía

Benyus, J. (1997). *Biomimicry: Innovation Inspired by Nature*.

BUREAU VERITAS Certificación especializada en sostenibilidad y eficiencia energética.
<https://www.bureauveritas.es/descubre-nuestras-actividades/tus-necesidades/servicios-de-construccion/fase-de-proyecto-y-construccion-de-la-edificacion/eficiencia-energetica-y-sostenibilidad>

Ejarque, J. (2006). *Marketing y gestión de destinos turísticos*. Editorial Pirámide.

Esty, D., & Winston, A. (2006). *Green to Gold: How Smart Companies Use Environmental Strategy To Innovate, Create Value and Build Competitive Advantage*.

Friend, G. (2009). *The Truth About Green Business*.

Gore, A. (2009). *Our Choice: A Plan to Solve the Climate Crisis*.

Hawken, P., Lovins, A., & Lovins, H. (1999). *Natural Capitalism: Creating the Next Industrial Revolution*.

Herman, P. (2010). *The HIP Investor: Make Bigger Profits by Building a Better World* (2010).

Hernández Muñoz, A. (2015). *Depuración y Desinfección de aguas residuales*. Garceta Grupo Editorial.

McDonough, W., & Braungart, M. (2002). *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*.

McElhaney, K. (2008). *Just Good Business: The Strategic Guide to Aligning Corporate Responsibility and Brand*.

Osorio Marulanda, C. (2015). *La Gestión del Agua*. Catarata.

Roberts, J. M. (2008). *Igniting Inspiration: A Persuasion Manual for Visionaries* (2008).


Ruiz, V. (2013). *El reto energético*. Ed. Paraninfo.

Tamames, R., & Aurin, R. (2015). Gobernanza y gestión del agua: modelos público y privado. Ed. Bresca.

Valls, J. F. (s/f). Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles. Ediciones Gestión 2000, Barcelona 2007

Varios Autores (s/f). Energía Sostenible. Sin malos humos. E. UPNA

Welch, B. (2010). Beautiful and Abundant.

 PROGRAMA OFICIAL DE LA UNIDAD CURRICULAR			
1. Identificación de la Unidad Curricular			
Nombre de la formación o Plan de Estudios / Año del Plan de Estudios	Especialización en Turismo Sostenible / 2026		
Nombre de la Unidad Curricular	Comunicación y marketing		
Ubicación en el Plan de Estudios	Semestre 1 (mes 4)		
Previas	Gestión eficiente de los recursos e impacto medioambiental		
Carácter	Obligatorio		
Modalidad	Sincrónico y Asincrónico (a distancia)		
Horas de clase por semana	7,5		
Carga horaria (en horas)	Horas de clase	Trabajo autónomo	Horas totales
	30	75	105
Créditos	7		
2. Descripción de la Unidad Curricular			
<p>2.1 Presentación de la Unidad Curricular:</p> <p>La comunicación y el marketing responsable constituyen factores clave en el desarrollo de un destino sostenible. En esta UC se abordan las diferentes estrategias de comunicación en la organización, y hacia el exterior, de forma responsable y veraz, siguiendo las pautas aceptadas así como las buenas prácticas en esta materia.</p> <p>Asignaturas:</p>			

- 1) Comunicación del compromiso con la sostenibilidad
- 2) Estrategias de comunicación interna y externa
- 3) Marketing responsable y veraz
- 4) *Reporting*
- 5) Alianzas entre agentes y organismos públicos

2.2 Objetivos de aprendizaje:

- Entender la importancia de comunicar los hitos referentes a la sostenibilidad en cualquier organización, haciéndolo de manera correcta, tanto al interno de la misma, como al exterior.
- Entender y aplicar el concepto de marketing responsable en la organización y sus mejores herramientas.
- Saber y entender la importancia de reportar todos los aspectos relacionados con la sostenibilidad en una organización, conocer distintos estándares y aplicar el que mejor convenga a la organización.
- Conocer distintos tipos de alianzas público-privadas en favor de objetivos ligados a la sostenibilidad

3. Criterios de evaluación de la Unidad Curricular

Esta unidad curricular se aprueba mediante asistencia a las clases sincrónicas y asincrónicas, obteniendo un 70% o más en las evaluaciones que se realicen.

4. Modalidad y contenidos

- 1) Comunicación del compromiso con la sostenibilidad:
 - Introducción a la comunicación estratégica de la sostenibilidad
 - Aspectos éticos de la comunicación sobre sostenibilidad: Valores claves
 - Las personas
 - El planeta
 - La prosperidad
 - La paz
 - Partenariado
 - Comunicación externa de la sostenibilidad
 - ¿Qué es y para qué sirve la comunicación sobre sostenibilidad?
 - La importancia de la comunicación externa
 - Las “7 ies” de la comunicación
 - Identificación
 - Investigación
 - Interés. Para qué nos queremos comunicar
 - Interlocutores el papel del constructo cognitivo
 - Imaginación
 - Ideas

- Internet

- Algunos mitos sobre las habituales en torno a la comunicación externa en sostenibilidad
 - Estrategias convencionales o tradicionales aplicadas en el sector turismo
 - Estrategias no convencionales o innovadoras aplicadas en el sector turismo
 - Estrategias comunicacionales
- ¿A quién comunicar?
- ¿Por qué comunicar sobre turismo sostenible?
- ¿Qué comunicar?
- ¿Dónde comunicar?
- ¿Cuándo comunicar?
- ¿Cómo comunicar nuestro turismo sostenible?
- El sector turismo: Avances, estrategias, tendencias y desafíos
- Conclusiones

2) Estrategias de comunicación interna y externa:

- Introducción y conceptos básicos.
- Comunicación para la Sostenibilidad.
 - Modelo de negocio basado en la responsabilidad social y la sostenibilidad corporativa.
 - Importancia de las comunicaciones ambientales con respecto a la estrategia general de comunicación.
 - Principios que guían la estrategia de comunicación.
 - Legislación vigente aplicable.
- La estrategia de comunicación.
 - Objetivos de la estrategia de comunicación.
 - Planificación y medición de la RSE ambiental.
 - Los *stakeholders*.
 - Evaluación de los resultados de la estrategia.
- La comunicación interna.
 - Cultura de sostenibilidad.
 - El modelo de sostenibilidad basado en actividades.
 - La creación de valor compartido: Estrategia de sostenibilidad - Empresa.
 - El endomarketing desde el modelo de la sostenibilidad organizacional.
 - Influencia de la comunicación interna en el posicionamiento y crecimiento sostenible de la organización.
- La comunicación externa.
 - Comunicación en situaciones de crisis.

- La eficacia de las acciones de comunicación ambiental.
- Los canales de comunicación: la era digital.
- La estrategia de comunicación externa para la recaudación de fondos.
- La memoria de sostenibilidad como estrategia de comunicación de la responsabilidad social de las empresas.

3) Marketing responsable y veraz:

- Introducción
- Marketing responsable: orientado a la sociedad
- Tipos de marketing
 - Marketing orientado a la producción
 - Marketing orientado al producto
 - Marketing orientado a las ventas
 - Marketing orientado a las relaciones
 - Marketing responsable
- Definición del marketing responsable
- Motivos para hacer un marketing responsable
- Creación de relaciones con los clientes
- El marketing responsable: alcance y segmentación
- Herramientas del marketing responsable
- Reglas básicas para marcas responsables

4) *Reporting*:

- Introducción
- ¿Por qué reportar la sostenibilidad?
 - Clientes
 - Consumidores
 - Inversores
 - Otros grupos de interés
 - Adelantarse a la normativa
 - Otros
- Información no financiera y criterios ASG
- Estándares de reportes de sostenibilidad
 - La importancia de estandarizar las memorias
- *Global Reporting Initiative (GRI)*
- *Integrated Reporting (IR)*
- *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*
- Reporte basado en los ODS

5) Alianzas entre agentes y organismos públicos:

- Introducción y conceptos básicos
- ¿Cómo gestionar las alianzas?
 - Mapa de aliados

- Construcción de alianzas para la sostenibilidad
- Ejecución de los objetivos
- Mecanismos de evaluación de alianzas
- El papel de las alianzas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible
 - La transversalidad de las alianzas en los ODS
 - ODS 17: Alianzas para lograr objetivos
 - Alianzas locales: Compromiso de Sevilla
 - Ejemplos paradigmáticos
- Colaboración público-privada para la sostenibilidad
 - Del gobierno a la gobernanza multinivel
 - Mecanismos de colaboración
 - Limitaciones a la colaboración
 - Casos de éxito de colaboraciones para la sostenibilidad
- Estrategias de comunicación para generar alianzas
 - Estrategias de comunicación: Definición, importancia y metodología
 - Análisis de los agentes
 - Captación y vinculación de públicos
 - Portavoces de la alianza

5. Bibliografía

- ABN Pipe Systems. (2021). Historia. <https://www.abnpipesystems.com/historia/>
- Accinelli, E., & De la Fuente, J. (2013). Responsabilidad social corporativa, actividades empresariales y desarrollo sustentable. *Contaduría y Administración*, 58(3), pp. 117-148. Recuperado de <http://www.elsevier.es/es-revista-contaduria-administracion-87-pdf-90380283-S3>
- ACCIÓN RSE. (2007). Guía para la empresa ambientalmente responsable. Santiago de Chile: Acción RSE. Recuperado de http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/Guia_para_la_empresa_ambientalmente_sustentable.pdf
- ACNUR. (2020). PYMES x la sostenibilidad. https://eacnur.org/files/2020_pymes_sostenibilidad.pdf
- AIMPLAS. (2021). AIMPLAS. <https://www.aimplas.es/aimplas/>
- Akroush, M., Abu, A., Samawi, G., & Odetallah, A. (2013). Internal marketing and service quality in restaurants. *Marketing Intelligence & Planning*, 31(4), 304-336. DOI: <https://doi.org/10.1108/02634501311324834>
- Alencar, S. (2010). Internal marketing (IM): a literature review and research propositions for service excellence. *Brazilian Business Review*, 7(2), 99-115.
- Alexiades, M. (1995). Apuntes hacia una metodología para la investigación. En : VI Congreso Nacional de Botánica y Simposio Nacional de Etnobotánica. Recuperado de: <https://bit.ly/2l8WxE6>
- Alexiades, M. (1998). Selected guidelines for ethobotanical research. Bronx, N.Y.: Scientific Publ. Depart, 55-60, 63

- Amnistía Internacional. Informe 2017/2018.
<https://crm.es.amnesty.org/sites/default/files/civicrm/persist/contribute/files/Informeannual2018air201718-spanish%20web.pdf>
- Angrosino, M. (2012). Etnografía y observación participante en investigación cualitativa. Madrid: Morata, 37-38
- Antelo, Y., & Robaina, D. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería Industrial*, 36(1), pp. 58-69. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362015000100007&lng=es&tlng=es
- Armato, E. (2017). Differenza tra ricerca quantitativa e qualitativa – IFF international. Recuperado de: <https://bit.ly/2mPn2ii>
- Balemba, E., & Bugandwa, D. (2016). Internal marketing, employee job satisfaction, and perceived organizational performance in microfinance institutions. *International Journal of Bank Marketing*, 34(5), 773-796. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2015-0083>
- Banco Mundial. (2016). Infraestructuras y alianzas público-privadas. <https://www.bancomundial.org/es/topic/publicprivatepartnerships/overview#3>
- Banco Mundial. (2020a). Government Objectives: Benefits and Risks of PPPs. <https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/overview/ppp-objectives>
- Banco Mundial. (2020b). Civil Works and Service Contracts. <https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/agreements/civil-works-and-service-contracts>
- Banco Mundial. (2020c). Management/Operation and Maintenance Contracts. <https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/agreements/management-and-operating-contracts>
- Banco Mundial. (2020d). Leases and Affermage Contracts <https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/agreements/leases-and-affermage-contracts>
- Banco Mundial. (2020f). Joint Ventures / Government Shareholding in Project Company <https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/agreements/joint-ventures-empresas-mixtas>
- Banco Mundial. (2021). Acuerdos de APP/ Tipos de acuerdos de Asociaciones Público-Privadas. <https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/es/acuerdos-de-app-tipos-de-acuerdos-de-asociaciones-publico-privadas>
- Barreantes, C. (1999.) - La Comunicación, nuevas tendencias. *Historia y Comunicación Social*.
- Barroso, F. G. (2008). La responsabilidad social empresarial: Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y administración*, (226), pp. 73-91. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422008000300005&lng=es&tlng=es
- Bartoli, A. (1992). *Comunicación y organización: la organización comunicante y la comunicación organizada*". Editorial Paidós
- Bertelsmann Stiftung, Sustainable Development Solutions Network. *SDG Index and Dashboard Report 2018*. <http://www.sdgindex.org/reports/2018/>

- https://www.ipa.ie/_fileUpload/Documents/CPMR_DP_22_Promoting_longer_term_policy_thinking.pdf
- Belmonte Arocha, J. (2015). Métodos y técnicas de investigación en comunicación social. Valencia: Universidad Internacional de Valencia
- Bezovski, Z. (2015). Inbound Marketing-a new concept in digital business.
- Bizfluent (2017). "Types of External Communication". Universidad de Palermo (Argentina, 2017).
- Boada, A., Rocchi, S., & Kuhndt, M. (2005). Epílogo. En Negocios y sostenibilidad. Más allá de la gestión Ambiental. 1eraed. (pp. 141-145). Bogotá, Colombia: Politécnico Granacolombiano.
- Bohnenberger, M. (2005). Marketing interno: la actuación conjunta entre recursos humanos y marketing en busca del compromiso organizacional. Tesis doctoral. Department d'Economía de l'Empresa, Universitat de les Illes Balear, Palma, España.
- Boyle, R., O'Donnell, O., & O'Riordan, J. (2002), "Promoting longer-term policy thinking", CPMP Discussion Paper, N° 22, Dublín
- Bunge, M. (1973). La ciencia, su método y filosofía. Buenos Aires: Siglo XX.
- Burgué, P.; Díaz, A.; & Pato, P. (2010) - Comunicación Sostenible (Acción empresarial) – LID Editorial Empresarial, S.L.
- Bustos, F. (2016). Manual de gestión y control ambiental. Quito: Acierto gráfico. Recuperado de http://www.recaiecuador.com/manual_archivos/contenidomanual5.pdf
- Cacibel Espinoza Carrión, MSc. Beatriz Peralta Mocha (2016) Universidad Metropolitana. República del Ecuador.
- Cajiga, J. (2013). El concepto de responsabilidad social empresarial. México: CEMEFI.
- Callejo Gallego, J. (2017). Introducción a las técnicas de investigación social. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, 65-76
- Casado, F. (2007). Alianzas público-privadas para el desarrollo. <https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2014/08/DT9.pdf>
- Celli, J. (2015). La gran inflexión: la responsabilidad social en el siglo XXI. Debates IESA, 20(2), pp. 35-37. Recuperado de <http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/wp-content/uploads/2016/04/2015-2-brunicelli.pdf>
- CGLU. (2018). CÓMO CONTRIBUYE CGLU A LOS ODS. https://www.uclg.org/sites/default/files/sp-uclg_y_los_sdg-web.pdf
- Cicourel, A. V. (1982) El método y la medida en Sociología. Madrid, Editorial Nacional.
- Clarke, T. (1997). Stakeholder communications. Journal of Communication Management, 1 (3), pp. 106-107.
- Comité de las Regiones. (2014). Resolución sobre la Carta de la Gobernanza Multinivel en Europa. http://www.aragonparticipa.es/sites/default/files/2014/ACTUALIDAD_VARIOS/es.pdf
- Compromiso de Sevilla. (2019). Liderazgo local, transformación global. https://www.agenda2030.gob.es/recursos/docs/Compromiso_de_Sevilla._27_02_2019_0.pdf
- ComunicarRSE (2014). Qué puede y debe hacer la comunicación por la RSE.

- Csordas, T. (2003). Incorporazione e fenomenologia culturale. *Antropologia*, 28.
- Dakouan, C., Benabdelouahed, R., & Anabir, H. (2019). Inbound marketing vs. outbound marketing: independent or complementary strategies. *Expert Journal of Marketing*, 7(1).
- Devlin, R., & Moguillansky, G. (2009). Alianzas público-privadas como estrategias nacionales de desarrollo a largo plazo.
https://biblioteca.hegoa.ehu.es/downloads/18208/%2Fsystem%2Fpdf%2F2499%2FAlianzas_publico_-_privadas_estrategias_nacionales.pdf
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15, pp. 1-13. Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.132/full>
- Darskuviene, V., & Bendoraitiene, E. (2013). The Stakeholder Concept Analysis. *Management of Organizations: Systematic Research*, 68, pp. 41-51. Recuperado de <http://ejournals.vdu.lt/index.php/management-organizations/article/view/734/664>
- Devlin, R., & Moguillansky, G. Alianzas público-privadas para una nueva visión del desarrollo.
https://www.oas.org/es/sap/docs/dgpe/alianzas_pub_privadas_s.pdf
- Diez-Martin F, Blanco-Gonzalez A. & Prado-Roman C. (2019) Research Challenges in Digital Marketing: Sustainability. *Sustainability*. 11(10).
- Elías, J; & Mascaray, J. (1998). Más allá de la comunicación interna. Editorial Gestión 2000.
- Estudio sobre la economía de la reputación RepTrak® Pulse 100, Instituto de la Reputación.
<http://www.reputationinstitute.com/thought-leadership/complimentary-reports-2013>
- Estudios Gerenciales, 30 (130), pp. 95-100. Recuperado de https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/1769/html
- Esty, D., & Winston, A. (2006) – Green to Gold: How Smart Companies Use Environmental Strategy to Innovate, Create Value and Build Competitive Advantage - Yale University
- Evans, A. (2010). Una respuesta a la acción social, de la rentabilidad a la responsabilidad social empresarial. *Revista Ciencias Estratégicas*, 18 (23), pp. 11-15. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3631293.pdf>
- Evans, P.(1995), *Embedded Autonomy. States and Industrial Transformation*, Princeton, Princeton University Press
[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/347352/mod_resource/content/1/Evans%20\(1995\)%20embedded%20autonomy%20chap%201.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/347352/mod_resource/content/1/Evans%20(1995)%20embedded%20autonomy%20chap%201.pdf)
- EXPOK. (2016). EXPOK Comunicación de sustentabilidad y RSE. Recuperado de <http://www.expoknews.com>
- Fabig, H., & Boele, R. (1999). The changing nature of NGO activity in a globalizing world: pushing the corporate responsibility agenda. *IDS Bulletin*, 30 (3), pp.58-67.
- FAO. (2013). Good Agricultural Practices for greenhouse vegetable crops. Principles for Mediterranean climate areas. <http://www.fao.org/3/i3284e/i3284e.pdf>
- Festinger, L., & Katz, D. (1992). *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. Barcelona: Edición Paidós, 311-321
- Fondo Monetario Internacional (FMI). (2020). *World Economic Outlook, April 2020: The Great Lockdown*.
<https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/04/14/weo-april-2020>

- Freeman, R. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Marshfield, Maryland: Pitman.
- Friend, G. (2009). *The Truth About Green Business* - FT Press
- Fuentes, C. (2002). III Foro Iberoamericano de Toledo. https://www.abc.es/cultura/abci-carlos-fuentes-hablo-ante-foro-iberoamerica-toledo-no-globalidad-valga-si-no-localidad-sirva-200211100300-142556_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
- Gadisa. (2021). Líder en distribución. <https://www.gadisa.es/empresa.php>
- García Cali, E., Barros-Arrieta, D. & Valle-Ospino, A. (2018). Endomarketing desde el paradigma de la sostenibilidad organizacional: Una revisión de la literatura. *Desarrollo Gerencial*, 10(2), 65-82. DOI: <https://doi.org/10.17081/dege.10.2.3219>
- Gil, C. G. (2018). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): una revisión crítica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 140, 107-118.
- Giner, S., Lamo de Espinosa, E., & Torres, C. (2006). *Diccionario de Sociología*. Segunda ed., Madrid: *Alianza*, 186-187, 283, 615
- Global Compact. (2015). The guide for business action on the SDGs. https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2015/12/019104_SDG_Compass_Guide_2015.pdf
- González, A. (2021). La gobernanza multinivel en Europa. Reflexiones sobre la carta aprobada por el Comité de las Regiones el 3 de abril de 2014. <https://presidencia.gva.es/documents/166658342/166732979/Ejemplar+59-Il/d8918ae4-dbc8-4bf1-bab9-06ae50332b00>
- González, E. (2011). Comunicar la responsabilidad social, una opción de éxito empresarial poco explorada. *Revista Lasallista de Investigación*, 8 (2), pp. 173-186. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/695/69522607019.pdf>
- Gore, A. (2010). *Nuestra elección: Un plan para resolver la crisis climática* - GEDISA. México.
- Gross, S. (2011). *L'intelligenza relazionale*. Milano: Longaresi
- Gruning, J., & Repper, F. (1991). *Excellence in public relations and communication management*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Guía para el Diseño y Gestión de Alianzas Público-Privadas, 2018. <http://uv028842.smtp37.allytech.com/gdfe/wp-content/uploads/2018/05/guia-para-el-diseno-y-gestion-de-alianzas-publico-privadas.pdf>
- Gutiérrez, L. (2013) - *Herramientas 2.0 en la comunicación organizacional*. Eduweb.
- Hodge, G.A., & Carsten, G. (2009). PPPs: THE PASSAGE OF TIME PERMITS A SOBER REFLECTION. https://www.academia.edu/20342912/Public_Private_Partnerships_An_International_Performance_Review
- Hughes, A (2007). Hunting the elusive snark of innovation, some reflections of the UK experience with small business support policy. *Proceedings of the Innovation Leadership Group Forum on Innovation and SMEs*, septiembre.
- Human Right Watch. *World reports*. <https://www.hrw.org/es/publications>
- ISO26000 Guía sobre Responsabilidad Social.
- CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL APPROACH: A SUSTAINABLE VISION TO THE FUTURE MSc. María José Pérez Espinoza, MSc.

- Joint SDG Fund. (2017). Tanzania. Programa Conjunto de apoyo a las redes de seguridad social y producción de Tanzania. <https://www.sdgfund.org/es/programa-conjunto-de-apoyo-las-redes-de-seguridad-social-y-produccion-de-tanzania>
- Joint SDG Fund. (2018). 'Food Africa': Empoderar a la juventud y promover alianzas público-privadas innovadoras a través de cadenas de valor agroalimentarias más eficientes en Nigeria. <https://www.sdgfund.org/es/food-africa-empoderar-la-juventud-y-promover-alianzas-publico-privadas-innovadoras-trav%C3%A9s-de-cadenas>
- Kim, C., & Mauborgne, R. (2009). Navegar en el océano azul: cómo la estrategia moldea la estructura. *Harvard Business Review*, 87 (9), pp. 81-89. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3114051>
- Ki-moon, B. (2015). ONU aprueba hoy los Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://news.un.org/es/story/2015/09/1340141>
- Lacruz, F. (2005). La empresa ambientalmente responsable: Una visión de futuro. *Economía*, 21, pp. 39-58. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/1956/Resumenes/Resumen_195617349003_1.pdf
- Manual para el desarrollo de estrategias de comunicación alineadas a la sostenibilidad, AED, United Way (2017) https://www.aedcr.com/sites/default/files/docs/manual_comunicacion_sostenibilidad.pdf
- Mascotti, M., & Piola, M. (2016). *Ahora sí, la comunicación*. Editorial. Hebe, S.
- McDonough, W., & Braungart, M. (2002) - *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*
- Míguez, I. (2007). Análisis del uso de los conceptos de público, stakeholder y constituent en el marco teórico de las relaciones públicas. *Revista de Estudios de Comunicación*, 12 (23), pp. 183-197. Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer23-09-miguez.pdf>
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. (2017). Beneficios para las empresas que participen en las Asociaciones Público – Privadas (APP). <https://web.archive.org/web/20170318011612/http://www.produccion.gob.ec/beneficiosapp/>
- Murriagui, V., & Pacheco, F. (2013) - *Comunicación estratégica: indicadores comunicacionales en la dimensión ideológica*. *Questión*.
- Muzy, T. (2003). Whatabout social responsibility and publicrelations? *European Public Relations News*, 2 (4), pp. 11-14.
- Napolitano, S. (2019). Vantaggi e svantaggi della ricerca quantitativa e qualitativa – *MedicinaNarrativa.eu* - Recuperado de: <https://bit.ly/2mIXOIt>
- ONU-IPCC. (2016) Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el cambio Climático. Recuperado de: <https://www.ipcc.ch/>
- ONU-ODS. (2015) Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado de: <https://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/>
- Organización de las Naciones Unidas. (2015). MAPS: Mainstreaming, Acceleration and Policy Support for the 2030 Agenda, UNDG Concept Note. <https://unsdg.un.org/sites/default/files/MAPS-Concept-Note-Oct-2015-ENDORSED-BY-UNDG-on-26.10.15.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas. (2018). Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

<https://unstats.un.org/sdgs/files/report/2018/TheSustainableDevelopmentGoalsReport2018-ES.pdf>

Organización de las Naciones Unidas. (2020). Alianzas para lograr los objetivos. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/globalpartnerships/>

Organización de las Naciones Unidas. (2020). ALIANZAS: POR QUÉ SON IMPORTANTES https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/wp-content/uploads/sites/3/2016/10/17_Spanish_Why_it_Matters.pdf

Organización de las Naciones Unidas. (2020). Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/poverty/>

Organización de las Naciones Unidas. (2020). Objetivo 17: Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/globalpartnerships/>

Organización de las Naciones Unidas. (2020). Objetivo 17: Alianza para lograr los objetivos <https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-17-partnerships-for-the-goals.html>

Organización de las Naciones Unidas. (2020). Transversalización de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible Guía de referencia para los Equipos de las Naciones Unidas en los países. https://unsdg.un.org/sites/default/files/UNDG-Mainstreaming-the-2030-Agenda-Reference-Guide_Spanish-clean.pdf

ONU Mujeres. (2017). Transversalización de género en los objetivos de desarrollo sostenible - Agenda 2030. <https://www2.unwomen.org/-/media/field%20office%20americas/documentos/publicaciones/2018/1/50969%20%20un%20women%20gender%20perspective%20on%20sdg%20item%202webcompressed.pdf?la=es&vs=729>

Orlitzky, M., Schmidt, F., & Rynes, S. (2003). Corporate social and financial performance: a meta-analysis. *Organization Studies*, 14(3), pp. 403-441. Recuperado de http://bulldog2.redlands.edu/fac/marc_orlitzky/images/orlitzkyschmidtrynes2003os.pdf

Pacto Mundial Red Española. (s.f.) Guía de implantación de los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos. <https://compactlink.pactomundial.org/guia-principios-rectores>

Pacto Mundial Red Española. (2017). Diez principios. <https://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/>

Pacto Mundial Red Española. (2020). Empresas y organizaciones ante el ODS 17. <https://www.pactomundial.org/2020/01/sector-privado-ante-ods-17/>

Pacto Mundial Red Española. (2021). Buenas prácticas. https://compactlink.pactomundial.org/plataforma-buenas-practicas-COMparte-buenas-practicas?params=%7b%22filter_ods%22:%2217%22%7d

Partnering for Development, 2020 <https://globalcad.org/es/expertise/alianzas-para-el-desarrollo/>

- Patrutiu-Baltes, L. (2016). Inbound Marketing-the most important digital marketing strategy. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V, 9(2), 61.
- PSI. (2014). ¿POR QUÉ LAS ASOCIACIONES PÚBLICO-PRIVADAS (APPs) NO FUNCIONAN? Las numerosas ventajas de la alternativa pública. http://www.world-psi.org/sites/default/files/documents/research/rapport_sp_56pages_a4_lr.pdf
- Pulito, MZ. (2018). LA ARTICULACIÓN DE LA GOBERNANZA MULTINIVEL A TRAVÉS DE TÉCNICAS ORGÁNICAS DE COLABORACIÓN, COOPERACIÓN Y COORDINACIÓN.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6759311.pdf>
- Porter. M. E., & Kramer, M. R. (2011). La creación de valor compartido. Harvard Business Review,
- Preciado, A. (2015). Apoyo de las relaciones públicas a los programas de responsabilidad social en las empresas del sector eléctrico colombiano. Palabra Clave, 18(1), pp. 139-157. Recuperado de <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/3616/html>
- Real Academia Española. (s.f.). Alianza. En Diccionario de la lengua española. Recuperado el 16 de julio, 2021, de <https://dle.rae.es/alianza>
- Real Academia Española. (s.f.). Transversal. En Diccionario de la lengua española. Recuperado en 12 de julio de 2021, de <https://dle.rae.es/transversal>
- Real Academia Española. (s.f.). Transversalidad. En Diccionario de la lengua española. Recuperado en 12 de julio de 2021, de <https://dle.rae.es/transversalidad>
- Sánchez-Teba, E. M., García-Mestanza, J., & Rodríguez-Fernández, M. (2020). The application of the inbound marketing strategy on costa del sol planning & tourism board. Lessons for post-covid-19 revival. Sustainability, 12(23), 9926.
- Sustainable Development Goals. (s.f.). Partnerships for SDGs <https://compactlink.pactomundial.org/guia-principios-rectores>
- #SevilleCommitment and High level event on Localizing SDGs, 26-27 February 2018. (2018). <https://www.flickr.com/photos/uclg/46497739644/in/album-72157678985052928/>
- Švajdová, L., (2018). Modern Marketing Communication in Tourism. *Journal of International Business Research and Marketing*, 4(2),20-23.
- The Environmental Communication for Business Success Coromoto Araujo B., 2010. ISSN: 1856-6936
- Torassa, S. (2010). Más allá de la teoría: Responsabilidad Social Empresarial en Casos Prácticos. INCAE Business Review, 1 (11), pp. 1-7.
- Ulla, L. (2003). RSE y Desarrollo Sustentable. Ponencia presentada por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social. Recuperado de <http://www.iarse.org>
- UNE ISO 14063 'Gestión ambiental. Comunicación ambiental. Directrices y ejemplos
Comunicación estratégica para la sostenibilidad paso a paso
- Uribe-Saldarriaga, C. M. (2014). Mercadeo verde de una empresa dorada. Estudios Gerenciales, 30 (130), pp. 95-100. Recuperado de https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/1769/html
- Valenzuela, C. (2016). TECHCETERA. Inteligencia Digital: Ocho áreas de desarrollo y aprendizaje para navegar en el Mundo Digital . Recuperado de: <https://bit.ly/2liNPTE>

Valenzuela, L., Jara, M., & Villegas, F. (2015). Prácticas de Responsabilidad Social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Revista de Administración de Empresa*, 55 (3), pp. 319-344. Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902015000300329


Verbeque, A., & Tung, V. (2013). The Future of Stakeholder Management Theory: A Temporal Perspective. *Journal of Business Ethics*, 112 (3), pp. 519-543. Recuperado de http://econpapers.repec.org/article/kapjbuset/v_3a112_3ay_3a2013_3ai_3a3_3ap_3a529-543.htm

Vilaplana Aparicio, M.J.; Cebrián Aznar, I. (2012) - La comunicación interna y externa. *Sostenibilidad y medioambiente*. 3CIENCIAS

Viteri, J., & Jácome, M. (2011). La responsabilidad social como modelo de gestión empresarial. *EIDOS*, 4, pp. 93-100. Recuperado de <http://docplayer.es/2115370-La-responsabilidad-social-como-modelo-de-gestion-empresarial.html>

Waddock, S. (2008). Building a new institutional infrastructure for corporate responsibility. *Academy of Management Perspectives*, 11(3), 8. Recuperado de <https://business.illinois.edu/aguilera/Teaching/Waddock%20AMP%202008.pdf>

Yuhyun Park, C. I. (2016). Medium - World Economic Forum. Las habilidades digitales que nuestros niños deberían aprender. Recuperado de: <https://bit.ly/2mP9rYm>

 <p style="text-align: center;">PROGRAMA OFICIAL DE LA UNIDAD CURRICULAR</p>			
1. Identificación de la Unidad Curricular			
Nombre de la formación o Plan de Estudios / Año del Plan de Estudios	Especialización en Turismo Sostenible / 2026		
Nombre de la Unidad Curricular	Economía del Turismo		
Ubicación en el Plan de Estudios	Semestre 2 (mes 1)		
Previas	Comunicación y marketing		
Carácter	Obligatorio		
Modalidad	Sincrónico y Asincrónico (a distancia)		
Horas de clase por semana	7,5		
Carga horaria (en horas)	Horas de clase	Trabajo autónomo	Horas totales
	30	75	105
Créditos	7		

2. Descripción de la Unidad Curricular

2.1 Presentación de la Unidad Curricular:

En esta UC se abordan los aspectos fundamentales asociados a la economía del sector turístico, entendiendo y aplicando los principales modelos econométricos utilizados para la medición y estadística. Se estudian las preferencias de los consumidores y los aspectos relacionados a la innovación y sostenibilidad.

Asignaturas:

- 1) Análisis del turismo: productores y consumidores
- 2) Ciencias del comportamiento y economía
- 3) Modelización y medición de las preferencias de los consumidores en turismo
- 4) Marco teórico del análisis de las preferencias de los consumidores en el sector turístico
- 5) Innovación en turismo

2.2 Objetivos de aprendizaje:

- Describir los Sesgos del Comportamiento de los consumidores en las decisiones de consumo turístico y en el contexto de turismo sostenible
- Analizar las Políticas que promueven el cambio comportamental de los agentes socioeconómicos del sistema turístico para formular juicios, incluyendo cuando sea preciso, una reflexión sobre la responsabilidad social, en el contexto del turismo sostenible
- Diseñar/ Desarrollar una Investigación para evaluar y sistematizar los comportamientos de los consumidores ante las decisiones de consumo turístico en el contexto del turismo sostenible, analizado los resultados y su comunicación de forma efectiva.
- Diagnóstico de situaciones y la elaboración de propuestas relacionadas con el desarrollo sostenible del turismo, resolución de conflictos en la práctica profesional y comportamiento ético en el análisis de los datos.

3. Criterios de evaluación de la Unidad Curricular

Esta unidad curricular se aprueba mediante asistencia a las clases sincrónicas y asincrónicas, obteniendo un 70% o más en las evaluaciones que se realicen.

4. Modalidad y contenidos

- 1) Análisis del turismo: productores y consumidores:
 - Ciencias del comportamiento y economía
 - Modelos de comportamiento del sistema turístico
 - Modelos y comportamiento del consumo turístico
 - Modelos y comportamiento de la producción turística

- Políticas de comportamiento
 - *Nudging*
 - Cambio de comportamiento
 - Cambio y evolución del turismo
- 2) Modelización y medición de las preferencias de los consumidores en turismo
- Principales fuentes de datos utilizadas en el análisis de las preferencias de los consumidores
 - Introducción a los experimentos de elección discreta
 - Pasos para crear un diseño experimental
- 3) Marco teórico del análisis de las preferencias de los consumidores en el sector turístico
- Elicitación de preferencias
 - Estimación de las preferencias: modelos probabilísticos de elección
 - Disposición a pagar por productos turísticos
 - Cuotas de mercado, respuesta de la demanda y análisis de políticas
 - Aplicaciones y casos prácticos
- 4) Innovación en turismo
- Tipos de innovación en el turismo
 - Entender la innovación desde diferentes perspectivas
 - Retos potenciales en la innovación social
 - Turismo y hostelería en la era digital: una visión general
 - Gestión sostenible de la innovación
 - Las TI y la creación de valor en el turismo
 - Oportunidades de negocio con las innovaciones informáticas en el turismo
 - Aplicaciones y casos prácticos

5. Bibliografía

- Álvarez-Sousa, A., Rego Veiga, G., Leira López, J., Gomis-Rodríguez, A., Caramés, R. E., & Andrade, M. (2008). Innovación turística: perspectivas teóricas y objetos de estudio.
- Arabadzhyan, A., Figini, P., García, C., González, M. M., Lam-González, Y. E., & León, C. J. (2021). Climate change, coastal tourism, and impact chains—a literature review. *Current Issues in Tourism*, 24(16), 2233-2268.
- Araña Padilla, J., & León González, C. J. (2017). Comportamiento del consumidor y turismo sostenible. *Cuadernos económicos de ICE*.
- Ascanio, A. (2012). *Economía del turismo. Técnicas y procedimientos de valoración*. Ediciones de la U.
- Cedeño, A. B. R., López, L. V., & Zambrano, J. L. Á. (2020). Revisión Teórica sobre la innovación en el desarrollo del turismo sostenible y su influencia socio ambiental. *ECA Sinergia*, 11(1), 133-143.
- De Rus, G., & León, C. (1997). *Economía del turismo. Un panorama*. *Revista de Economía aplicada*, 5(15), 71-109.

García Revilla, M. R., & Martínez Moure, O. (2019). Innovación en turismo, como clave del desarrollo hotelero: revisión teórica.

González, M., & León, C. J. (2001). The adoption of environmental innovations in the hotel industry of Gran Canaria. *Tourism economics*, 7(2), 177-190

Labandeira, X., & JOSÉ, C. J. L. Y. M. (2019). *Economía ambiental*.

Latorre, F. F. (2012). Formación, investigación e innovación en turismo. Edición digital@ tres.

Lizcano, J. A. A. (2013). Competitividad en el sector turístico: una revisión de la literatura. *Lebret*, (5), 271-291.

Martínez-García, E., & RAYA, J. M. (2009). Determinantes de la demanda temporal de turismo: una aproximación microeconómica con un modelo de duración. *Investigaciones económicas*, 33(2), 271-302.

Mochón Morcillo, F. (2008). *Economía y turismo*.


Molina, M. E. R., & Velázquez, B. M. (2012). Tecnologías de la información en el sector hotelero y sus implicaciones en las relaciones empresa-cliente. *Revista de análisis turístico*, (13), 11-26.

Rey, P. (2021). Más allá de los nudges: Políticas públicas efectivas basadas en la evidencia de las ciencias del comportamiento. *Gestión y análisis de políticas públicas*, (25), 38-45.

Ramos, Á., Ramos, C., & Ramos, R. (2004). Las preferencias de los consumidores en el sector turístico. *Estudios turísticos*, 159, 29-40.

Thaler, R. H. (2018). Economía del comportamiento: pasado, presente y futuro. *Revista de Economía Institucional*, 20(38), 9-43.

Vallejo Pousada, R. (2002). *Economía e historia del turismo español del siglo XX*.

 <p style="text-align: center;">PROGRAMA OFICIAL DE LA UNIDAD CURRICULAR</p>	
1. Identificación de la Unidad Curricular	
Nombre de la formación o Plan de Estudios / Año del Plan de Estudios	Especialización en Turismo Sostenible / 2026
Nombre de la Unidad Curricular	Derecho Turístico
Ubicación en el Plan de Estudios	Semestre 2 (mes 2)
Previas	Economía del Turismo
Carácter	Obligatorio
Modalidad	Sincrónico y Asincrónico (a distancia)
Horas de clase por semana	7,5

Carga horaria (en horas)	Horas de clase	Trabajo autónomo	Horas totales
		30	75
Créditos	7		

2. Descripción de la Unidad Curricular

2.1 Presentación de la Unidad Curricular:

En esta UC se abordan los principales conceptos relativos al Derecho en relación a los turistas y destinos. Asimismo, se analiza el alcance y recorrido del Derecho Ambiental Internacional, así como el Código Internacional de Protección al Turista.

Asignaturas:

- 1) Introducción al derecho turístico
- 2) Turismo y Derecho Ambiental Internacional
- 3) Código Internacional de Protección al Turista (CIPT)
- 4) Observatorio de Derecho del Turismo para América Latina y el Caribe

2.2 Objetivos de aprendizaje:

- Introducir al estudiante en el derecho turístico y ambiental internacional, conociendo los nuevos retos en materia de sostenibilidad ambiental, social y económica. Discernir sobre incumplimientos, delitos ambientales e interés general.
- Analizar los impactos del turismo desde el derecho penal e internacional, el impacto de la competencia y fiscalización así como el acceso a información en materia de regulaciones regionales y resolución de conflictos.
- Describir y sintetizar los principales impactos ambientales relacionados con la sostenibilidad de la actividad turística en relación al cumplimiento normativo.
- Manejar y resolver situaciones referidas a derechos del turista, mediante el conocimiento del Código Internacional de Protección al Turista.
- Conocer los Principios sobre la protección de los turistas en los servicios turísticos digitales y la incidencia de la IA en el turismo sostenible.

3. Criterios de evaluación de la Unidad Curricular

Esta unidad curricular se aprueba mediante asistencia a las clases sincrónicas y asincrónicas, obteniendo un 70% o más en las evaluaciones que se realicen.

4. Modalidad y contenidos

- 1) Introducción al derecho turístico:

- Retos emergentes en el ámbito turístico: la importancia de la sostenibilidad social y ambiental en consonancia con el desarrollo económico y el bienestar
- Nuevo modelo turístico gestionado por plataformas digitales
- Análisis desde la óptica del Derecho Internacional o Penal.
- Impacto en el Derecho de la competencia, la inspección administrativa, la incidencia de la inteligencia artificial o la perspectiva fiscal.

2) Turismo y Derecho Ambiental Internacional:

- Introducción.
- La ONU y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Normativa ambiental europea.
- Legislación medio ambiental
 - Actividad turística
 - Consumo y vertido de aguas.
 - Emisiones e inmisiones.
 - Residuos.
 - Ruido y vibraciones.
 - Suelos.
 - Impacto visual.
 - Materias primas, recursos naturales y energía.
- Incumplimientos legales.
- Delitos contra el medio ambiente.

3) Código Internacional de Protección al Turista (CIPT):

- La asistencia a los turistas internacionales en situaciones de emergencia
 - Principios, Recomendaciones, Prevención, Información, Asistencia y Repatriación
- La protección de los turistas en los contratos:
 - Información precontractual y contractual
 - Terminación del contrato de servicio turístico antes del inicio del servicio
 - No ejecución o ejecución incorrecta
 - Protección en caso de insolvencia del prestador del servicio turístico
 - Derecho de acceso a la justicia
- Aspectos contractuales relativos a las situaciones de emergencia:
 - Recomendaciones: Prevención, Terminación del contrato de servicio turístico, Bonos y Apoyo financiero de los gobiernos para los prestadores de servicios turísticos
- Principios sobre la protección de los turistas en los servicios turísticos digitales

- Introducción, Principios, Solución internacional de controversias relativas a viajes y turismo a través de vías alternativas de resolución de controversias: Principios, Recomendaciones
- Mecanismos de adhesión y aplicación de las recomendaciones del Código Internacional para la Protección de los Turistas:
 - Adhesión voluntaria al Código
 - Relación con la legislación nacional y los acuerdos internacionales
 - Supervisión y presentación de informes
 - Evaluación e interpretación
 - Comunicación pública

4) Observatorio de Derecho del Turismo para América Latina y el Caribe:

- Calidad en la normativa turística y adecuación de las regulaciones
 - Recolección y sistematización de la legislación y políticas aplicables al sector del turismo.
 - Análisis legislativo de buenas prácticas.
- Informes y estudios de las Administraciones
 - Difusión de conocimientos, experiencias y ejemplos normativos.
 - Asistencia técnica a países para la mejora de su legislación y procesos regulatorios.
- Cooperación regulatoria regional: relaciones transfronterizas y el desarrollo armónico de la legislación turística.
- Retos normativos e identificación de oportunidades de crecimiento e innovación.
 - Organizar, actualizar y difundir la normativa turística.
 - Colaborar con instituciones académicas de educación superior y expertos para generar bases de datos que puedan armonizar la legislación y crear una estrategia conjunta de los Estados en materia normativa.

5. Bibliografía

- Alonso, E. (2012). Turismo y relaciones internacionales: aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales.
- Arcos, F. J. M., Gómez, A., & Jégouzo, L. (2024). El código internacional para la protección de los turistas. El código internacional para la protección de los turistas.
- Barba de Vega, J., & Calzada Conde, M. Á. (2010). Introducción al derecho privado del turismo. Introducción al derecho privado del turismo.
- Cafferatta, N. (2004). Introducción al derecho ambiental. Instituto Nacional de Ecología.
- Facal, J. (2013). El Derecho del turismo: El régimen jurídico de los recursos turísticos. Revista CADE: doctrina y jurisprudencia, (20), 81-88.
- Facal, J. (2024). Contratación relacionada con actividades turísticas. Semana Académica del Instituto de Derecho Comercial, 109-118.

Facal, J. (2024). La regulación del alojamiento turístico y sus desafíos: la Ley 20.352 y la ruptura necesaria de los paradigmas clásicos del alojamiento. *Semana Académica del Instituto de Derecho Comercial*, 119-131.

Facal, J. (2024). El Código Internacional de Protección de Turistas. Capítulo III parte III. La Protección del Turista ante el Turismo Digital. In *El código internacional para la protección de los turistas* (pp. 419-463). Aranzadi.

Facal, J., & Echeverría, M. P. (2008). Apuntes para una reforma de la Ley de Turismo de Uruguay. *Revista Aragonesa de Administración Pública*, (32), 521-538.

Fonticiella Hernández, B., González Cabrera, I., Estrada Margareto, M. J., & Proietti, E. (2024). De la economía colaborativa al turismo sostenible: el nuevo derecho turístico del siglo XXI.

González Cabrera, I. (2018). La economía colaborativa del intercambio entre pares a una nueva economía de mercado. *Revista de derecho mercantil (Madrid)*.

González Cabrera, I. (2024). La protección contractual del viajero en el Código Internacional del Turista ante situaciones de emergencia.

Lasarte, C. (2024). *Curso de derecho civil patrimonial: introducción al derecho*. Tecnos.

Miñán, E. D. P. R. (2013). *Manual básico del derecho turístico*. Tecnos.


Organización Mundial del Turismo. (1999). *Código ético mundial para el turismo. Código Ético Mundial para el Turismo*.

Ortega, Á. F. (2005). *Introducción al derecho para el sector turístico*. Paraninfo.

Pérez-Salom, J. R. (2020). Los convenios internacionales y la promoción internacional del turismo sostenible.

Ruíz, M. D. C. C. (2013). Sostenibilidad y turismo: de la documentación internacional a la planificación en España" *Horizonte 2020*". *BAGE. Boletín de la Asociación Española de Geografía*, (61), 67-92.

Sanguinetti, E. (2024). El observatorio de Derecho del Turismo para América Latina y el caribe de ONU Turismo con sede en Montevideo, Uruguay. In *El código internacional para la protección de los turistas* (pp. 739-740). Aranzadi.

 <p style="text-align: center;">PROGRAMA OFICIAL DE LA UNIDAD CURRICULAR</p>	
1. Identificación de la Unidad Curricular	
Nombre de la formación o Plan de Estudios / Año del Plan de Estudios	Especialización en Turismo Sostenible / 2026
Nombre de la Unidad Curricular	Trabajo final. Seminario de intercambio empresarial
Ubicación en el Plan de Estudios	Semestre 2 (mes 3)

Previas	Derecho del Turismo		
Carácter	Obligatorio		
Modalidad	Sincrónico y Asincrónico (a distancia)		
Horas de clase por semana	7,5		
Carga horaria (en horas)	Horas de clase	Trabajo autónomo	Horas totales
	45	150	195
Créditos	13		
2. Descripción de la Unidad Curricular			
<p>2.1 Presentación de la Unidad Curricular:</p> <p>El Trabajo final de la Especialización en Turismo Sostenible es desarrollado por los participantes como etapa final de aprobación, el cual puede ser iniciado en cualquier momento del segundo tramo del posgrado. El participante deberá presentar un trabajo individual de abordaje de la Sostenibilidad en Emprendimientos Turísticos de su elección, en un seminario de intercambio con empresas, donde desarrolle y ponga en práctica los conocimientos adquiridos en cualquiera de los módulos del programa. El mismo deberá contar con los siguientes apartados mínimos: 1. Introducción y antecedentes, 2. Planteo de Hipótesis de Sostenibilidad, 3. Metodología, 4. Desarrollo e Implementación, y 5. Conclusiones.</p> <p>Como herramientas para el abordaje de dicho trabajo, se contará con la orientación de docentes del programa y clases teóricas.</p>			
<p>2.2 Objetivos de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollar un trabajo individual de abordaje de la sostenibilidad en un emprendimiento turístico, e intercambiar y validar resultados mediante un seminario de intercambio con empresas turísticas clave. ● Aplicar los conocimientos adquiridos desde un abordaje profesional en materia de gestión ambiental, económica y social del turismo, incorporando las mejores prácticas tecnológicas y herramientas disponibles brindadas en el programa. ● Conocer la metodología y presentación de resultados de la investigación de forma científica referidas a los problemas de sostenibilidad del turismo en el establecimiento u organización que se aborda. ● Lograr presentar y sistematizar los resultados obtenidos de forma clara y entendible para los tomadores de decisión, usuarios y clientes, que resulte en una herramienta práctica de gestión y posibilidad de desarrollo profesional para el participante. ● Intercambiar experiencias sobre las distintas realidades y aproximaciones a la sostenibilidad turística de un destino desde la perspectiva empresarial, abordando la dimensión económica, social y ambiental del entorno analizado. 			
3. Criterios de evaluación de la Unidad Curricular			

Esta unidad curricular se aprueba:

- Asistencia a las clases sincrónicas y asincrónicas.
- Asistencia al seminario de intercambio empresarial, y presentación y
- Obtener un 70% de calificación en el trabajo final.

4. Modalidad y contenidos

En la última parte de la Especialización en Turismo Sostenible, se abordan los siguientes componentes obligatorios:

Trabajo final de abordaje de la Sostenibilidad en Emprendimientos Turísticos:

Asignaturas:

- 1) Metodología de la Investigación: Esta asignatura presenta los procesos que permiten obtener nuevos conocimientos (cualitativos o cuantitativos) por medio de la investigación, así como revisar los existentes. Se utiliza un conjunto armónico de herramientas cuantitativas (procesamientos estadísticos) y cualitativas (procesamientos hermenéuticos).
 - La investigación: importancia y tipos,
 - El proceso de investigación,
 - Técnicas para la recolección de información,
 - El análisis de la información,
 - Presentación de los resultados.
- 2) Formulación, Evaluación y Gestión de proyectos: Esta asignatura proporciona herramientas teórico-prácticas necesarias para la formulación, la evaluación y la gestión de proyectos a través de diferentes metodologías y herramientas. Se espera que el participante logre fundamentalmente:
 - Conocer el marco teórico y metodológico de la formulación y gestión de proyectos
 - Utilizar herramientas profesionales para el diseño de proyectos exitosos.
- 3) Proyección Empresarial: Esta asignatura tiene por objetivo brindar conceptos fundamentales en lo referente a la planificación e implementación de estrategias con una visión alineada a los objetivos de sostenibilidad de la actividad turística. A través de la misma, se procura contribuir a la formación de profesionales que sean capaces de gestionar en forma eficaz y eficiente iniciativa con un enfoque integral de la gestión empresarial utilizando herramientas actuales con las que hoy cuenta la disciplina.

Seminario de Intercambio empresarial: El mismo, será parte del desarrollo del postgrado como especialista, y busca que el participante, pueda introducirse a la realidad empresarial turística local, desde la perspectiva de la sostenibilidad, adquirida durante el desarrollo del Programa.

El Seminario se desarrollará al final del Programa, de media jornada (3 hs de duración), de forma telemática (sincrónica), reuniendo a docentes, estudiantes, empresarios y público en general, donde se presentarán los principales trabajos individuales en relación a los módulos del programa.

En dicha oportunidad, se invitarán a los principales actores sociales: autoridades, empresas, asociaciones, profesionales y usuarios en general, a modo de conclusión del Programa, sus principales logros y retos de futuro.