

# Presentación de Taller Integrador de Grado

El pasado 8 de agosto se realizó la presentación de los Trabajos correspondientes a la segunda edición del Taller Integrador de Grado de la Licenciatura en Dirección de Empresas Turísticas.

En esta oportunidad, se trató de la realización de una serie de estudios de caracterización de diferentes aspectos del turismo que van desde la identificación de los aspectos específicos vinculados a los Food Trucks hasta el análisis comparativo del fenómeno turístico ocurrido entre Uruguay y Colombia.

Cuando pensamos en el sentido de estos trabajos, nos preocupa lograr que los estudiantes, futuros profesionales, sean capaces de comprender el sistema turístico como un todo, y traducir este fenómeno en políticas y estrategias que agreguen valor, es decir, capacidad de análisis. En segundo lugar, que tengan la capacidad de emprender, desde una dimensión integral que comprende negocios, vida, cotidianeidad, con responsabilidad y sentido de propósito. Capacidad propositiva. Y en tercer lugar realizar acciones que promuevan el desarrollo turístico teniendo en cuenta al destino, la comunidad, los valores, y la identidad. Capacidad de hacer.

Al evento asistieron además empresarios, docentes, y en especial destacamos la presencia del Vice-ministro de Turismo, Sr. Benjamín Liberoff y el Director Ejecutivo de Uruguay XXI, Sr. Antonio Carámula.

Los proyectos para los cuales los estudiantes dedicaron casi 5 meses de trabajo fueron:



**Ma. Dolores García Pintos**  
 Proyecto: Comparación de casos: 5 de turistas en Colombia y 3 en Uruguay. Significado y análisis

Aunque el turismo es un fenómeno que busca en esencia el bienestar del ser humano, el pleno goce de los momentos de ocio, independientemente que es lo que lo motiva, muchas veces se ve amenazado por factores económicos, sociales o culturales que impiden su desarrollo. Cuando Colombia entra en este proceso de pacificación nacional, algo naturalmente ocurre, y todo empieza a fluir.

Es interesante observar cómo dos países gestionan la promoción turística desde paradigmas bien diferentes, y cómo los resultados pueden ser positivos o negativos, según el cristal con que se los mire.



**Ma. Inés Fernández**  
 Proyecto: Comparación de Marca País Uruguay – Chile

El concepto de Branding es algo que se ha incorporado a la gestión país, y en particular a la gestión turística. Desde hace varios años, en nuestro país se ha trabajado para dotar de contenido el concepto de Marca País, y se ha hecho mucho esfuerzo para que cada vez más empresas y organizaciones asuman el compromiso de ser suscriptores de la marca. Sin embargo, cuánto reporta en beneficio directo el contar con este distintivo, el pertenecer a este grupo es algo que requiere medirse y evaluarse. De la misma forma, saber y medir cuál es el impacto en los mercados objetivos respecto de la valoración de este elemento. Qué han hecho países como Chile y Uruguay es interesante y muestra cómo la velocidad de reacción es central para entender el mundo en que vivimos.



**María Carámbula**  
Proyecto: **Restaurantes Turísticos**

Es sin duda una certeza que viajar y comer son dos placeres pero también dos condiciones que pueden ayudar al éxito o al fracaso de una experiencia turística.

En nuestro país, a diferencia de otros lugares del mundo, la gastronomía y la restauración son aspectos que están en una incipiente aparición y puesta en valor en términos generales, y de hecho, es difícil hoy catalogar un restaurante como turístico. Lo más sorprendente es percibir que desde la visión de los empresarios, pocos son los que se colocan como parte del sistema turístico, a pesar de ser parte de la atención de innumerables visitantes que buscan, cómo no, el buen comer.



**Ignacio Moreira**  
Proyecto: **Food Trucks**

Ante el fenómeno de los “Restaurantes rodantes”, es interesante indagar sobre cuál es la visión de los actores involucrados, y la proyección de un servicio que vino para quedarse. Inspirado en el modelo americano de chefs que se reconvierten en ese producto, en Montevideo es una propuesta que cada vez más logra adhesiones y simpatías, además de consumo y espacio de desarrollo empresarial para jóvenes emprendedores.



**Gastón Ciganda**  
Proyecto: **Exploradores Urbanos**

Si los demás proyectos son interesantes, este pasa a ser curioso por lo menos. Los nuevos comportamientos de los turistas, afectos a la libertad, representados por los tan mentados jóvenes del milenio, reflejan una nueva forma de moverse en los destinos turísticos principalmente urbanos.

Ávidos de experiencias, buscando cosas nuevas, hurgando con los lentes de las cámaras en lo distinto y singular, cuentan en las redes sociales sus experiencias, sus sabores y sus desencantos. Tienen esa sana costumbre de buscar y encontrar. Y están entre nosotros.



**Magdalena Inchausti**  
Proyecto: **Woow Travel**

Surgida como una StartUp en 2010, la empresa de comercialización on line, supo ganarle a la internacional GrupOn y consolidarse como uno de las mayores empresas de venta on line de Uruguay. Sus responsables encontraron en el segmento de viajes y turismo una veta comercial que lograron atender y desarrollar en muy poco tiempo, posicionándose como un fuerte competidor en paquetes y viajes de corta duración en la región y paulatinamente

van incursionando en la extraregión. Evaluar si es un caso de éxito fue el desafío de esta estudiante que descubrió mucho más de su empresa que lo que conocía hasta ese momento.



**Jorge Pera y Fabricio Gordiola**  
Proyecto: **Turismo cruceño**

El turismo de cruceros es un fenómeno de muchos años atrás y cada vez más se populariza y convierte en una actividad recreativa que alcanza a más personas. Solos, en familia, con amigos, por celebrar o por descansar, una travesía en un Resort flotante pasa a ser una invitación a pasarla bien. Pero cuánto contribuye a la ciudad y en particular a Montevideo, qué parte de los servicios consume el barco, cuánto podemos crecer para que este sector siga creciendo y sobre todo, qué se puede hacer para que los visitantes quieran recomendar y volver a nuestros destinos. Estas y otras interrogantes fueron los hilos conductores de la caracterización que realizaron Fabricio y Jorge.

Fotos gentileza de Universidad Católica.