

# CASOS DE APRENDIZAJE EXPERIENCIAL EN COLABORACIÓN CON EL SECTOR TURISTICO ESPAÑOL

**García-Viana Brookes, Ricardo**

Departamento de Dirección de Empresas  
Facultad de Ciencias Sociales  
Universidad Europea de Madrid  
c/ Tajo s/n, 28670 Villaviciosa de Odón, Madrid  
ricardo.garcia-viana@uem.es  
www.uem.es

**Resumen.** *El documento resume diversas experiencias docentes llevadas a cabo en el marco de algunas de las asignaturas del Grado en Dirección Internacional de Empresas de Turismo y Ocio de la Universidad Europea de Madrid durante el curso 2013-14. Dichas experiencias tienen un denominador común: el acercamiento y la colaboración directa con empresas reales del sector turístico y el planteamiento, en el ámbito de su actividad empresarial, de diversos casos prácticos que permitieran desarrollar en el aula experiencias innovadoras relacionadas con los objetivos de aprendizaje de cada una de las asignaturas.*

*En este documento se explicarán los casos prácticos propuestos y desarrollados junto a diferentes empresas e instituciones del sector turístico en la región de Madrid, se analizará la metodología aplicada para llevar a cabo dichas experiencias docentes y, por último, se comentarán los resultados obtenidos, especialmente las ventajas y beneficios docentes que dichas experiencias de aprendizaje han aportado a los estudiantes implicados.*

**Palabras clave:** Aprendizaje experiencial, empresas turísticas, casos reales.

## 1. INTRODUCCIÓN

La Universidad Europea de Madrid se ha caracterizado, especialmente a partir de la transición al nuevo EEES, por una actitud práctica y una filosofía en la que el acercamiento a las empresas y a las profesiones forma parte de forma estructural de nuestros cursos y titulaciones. Este hecho es todavía más patente en áreas como la formación turística en la que determinadas cuestiones acrecientan dicha vertiente práctica y cercana a las empresas del sector: una asignatura de prácticas obligatoria ya desde la antigua diplomatura y un sector empresarial acostumbrado de forma habitual a interactuar con las universidades y antiguas escuelas de turismo son claros ejemplos de lo apuntado.

En este marco de colaboración con las empresas del sector y dadas las ventajas que reporta a los estudiantes la conexión y comunicación con profesionales y empresas reales de la industria turística, parece obvio reflejar que desarrollar proyectos en los que se trabajara sobre y con casos reales de empresas del sector era, más que una ventaja, casi una obligación y es lo que hemos hecho.

Cada uno de los proyectos está relacionado con una empresa real que ha sido nuestro

colaborador y con una asignatura diferente, de forma que hemos planteado, en cada uno de los casos y siempre relacionados con los objetivos de aprendizaje de cada asignatura, situaciones de trabajo reales con las que los estudiantes se han podido relacionar y en la que han podido trabajar aportando sus ideas, innovaciones y soluciones. A continuación se explican dichos casos así como las empresas que han colaborado en los mismos, las metodologías aplicadas y los resultados obtenidos.

## **2. DEFINICIÓN DE LOS PROYECTOS**

A continuación procede relacionar y explicar los diferentes casos prácticos en los que se han colaborado con diversas empresas del sector, su planteamiento y los objetivos de aprendizaje planteados en cada caso.

### **2.1. Proyecto Hotel Novotel San Chinarro**

Vamos a desarrollar más en profundidad este primer caso para entender la metodología docente y su posible aplicación a diferentes asignaturas. El proyecto se planteó en el primer trimestre en el marco de la asignatura de Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera, una asignatura de último curso de grado en la que los estudiantes, tras haber comprendido la operativa hotelera en cursos anteriores, se enfocaban a conocer, manejar y aplicar técnicas, ideas y sistemas de trabajo más globales en el ámbito de la gestión de las empresas de alojamiento, especialmente establecimientos hoteleros. En este contexto, se pretendía que los estudiantes comprendieran algunos conceptos globales en la gestión de un hotel y fueran capaces de aportar ideas y soluciones a diversos problemas planteados por la dirección de un establecimiento hotelero; para ello se celebró una reunión previa con el Director del hotel en la que se determinaron las áreas de gestión en las que los estudiantes podían trabajar y aportar posibles soluciones a los problemas planteados. Desde el punto de vista académico, había que confirmar también que los objetivos planteados por la dirección del establecimiento fueran coherentes con los objetivos de aprendizaje de la asignatura y, una vez confirmado y definidas las áreas de trabajo, los alumnos comenzaron a trabajar por grupos, según el plan de acción trazado, en 6 proyectos relacionados con la empresa, que fueron:

- Mejoras globales en el departamento de atención al cliente
- Aumentar la ocupación del restaurante
- Establecer un programa de Upselling
- Identificar nuevos nichos de mercado para el hotel
- Establecer un programa de actividades sociales / culturales para el hotel
- Mejorar la ocupación de la sala de conferencias del hotel.

Cada una de las áreas de estudio y trabajo contaba, además, con unos objetivos concretos planteados (basados en el histórico y en las cifras actuales del hotel), de modo que los estudiantes fueran capaces, además, de evaluar y medir el impacto de las mejoras propuestas, concretando los esfuerzos y acciones a desarrollar y estableciendo índices de medición que permitieran evaluar sus resultados. Las propuestas finales fueron evaluadas, además, por la dirección del establecimiento – en concreto el director del hotel - que aportó, con sus comentarios y visión más directa y cercana de la empresa, una evaluación de gran valor para los estudiantes tras el trabajo desarrollado

durante el proyecto.

## **2.2. Proyecto Consorcio Sierra Oeste**

Este proyecto se ha planteado en el primer y segundo trimestre del curso en la asignatura de Planificación del Turismo. Nuestro socio ha sido, en este caso, el Consorcio Sierra Oeste, un grupo de desarrollo de acción local financiado por fondos de la Unión Europea que contribuye con sus acciones y proyectos al emprendimiento y mejora de la calidad de vida de la población en el ámbito de la Sierra Oeste de Madrid, una de las áreas más aisladas y pobres de la provincia.

El proyecto consistió en el desarrollo de un plan global de dinamización de la zona como destino turístico con el objetivo de atraer visitantes a la región y, de este modo, generar cierta riqueza y empleo en el ámbito del sector turístico que contribuyera a la diversificación de la economía de la zona. Este proyecto ha contribuido de forma especial a modificar la mentalidad de los estudiantes, obligados, en este caso, a trabajar en escenarios rurales e iniciativas sostenibles en pos del desarrollo local.

## **2.3. Proyecto CATAI**

CATAI es una agencia de viajes mayorista (confecciona paquetes turísticos) española de gran éxito y prestigio en el mercado tras casi cuatro décadas de trabajo en el mercado emisor español. En este proyecto, desarrollado en el segundo trimestre en la asignatura de Intermediación y Comercialización del turismo, los estudiantes debían confeccionar un nuevo producto turístico (paquete vacacional) que completara o mejorara la actual oferta de CATAI y presentarlo a la empresa para su valoración y, posible incorporación al portfolio de la empresa. Los estudiantes debían, por tanto, pensar en una propuesta nueva de producto / destino y organizar la logística (búsqueda de proveedores, negociación de precios, cuadro de fechas y horarios) necesaria para la posible implementación de la nueva ruta.

## **2.4. Proyecto Europcar**

El último de los proyectos desarrollados durante el curso 13-14 en colaboración con las empresas del sector turístico ha sido el diseño y propuesta de un viaje de incentivo para los trabajadores de la empresa Europcar, multinacional del alquiler de coches con la que la UEM colabora habitualmente para programas de prácticas, jornadas, etc...

Los viajes de incentivo son una herramienta de motivación corporativa que se utiliza de forma habitual en las empresas, especialmente en los departamentos de marketing y ventas. En este caso, los estudiantes debían preparar una propuesta, tras el briefing de la empresa, en la que se trabajaran dos aspectos principales: la campaña de motivación para que los trabajadores mejoraran sus prestaciones a lo largo del año a través de su posible participación en el incentivo y el diseño final del viaje en si mismo, la guinda para los empleados que alcanzaran los objetivos fijados para participar en el mismo.

## **3. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE**

Aunque se han definido y explicado cuatro proyectos diferentes en el texto, todos ellos

desarrollados en diferentes asignaturas durante el curso 13-14, podemos unificar los cuatro para explicar la metodología aplicada en todos los casos, ya que existen elementos comunes que permiten dicho análisis conjunto. A continuación explicaremos dicha metodología así como los resultados obtenidos en los proyectos y las ventajas y beneficios principales para los estudiantes, verdaderos protagonistas en el proceso docente.

### **3.1. Planteamiento del caso**

Parte fundamental en el éxito de los proyectos ha sido, sin duda, el planteamiento inicial de cada caso en el que se han definido tanto el escenario empresarial (caso) sobre el que los estudiantes iban a trabajar como los objetivos de aprendizaje relacionados. En todos los casos se ha tenido en cuenta, para el planteamiento de las actividades, la opinión de los profesionales y empresarios con los que se ha trabajado, de forma que el caso tuviera sentido tanto desde el punto de vista académico como desde el punto de vista empresarial con cada una de las organizaciones con las que se ha trabajado. Para ello, siempre hemos tenido reuniones previas (a veces físicamente, a veces conversaciones telefónicas) con las empresas y profesionales que nos han ayudado a desarrollar los proyectos en cada caso.

Mi experiencia, en este tema, es que el sector profesional (quizás sea una particularidad más acusada en el sector turístico) siempre está abierto a colaborar con las Universidades en pos de ayudar a formar mejores profesionales para el futuro de su industria.

### **3.2. Trabajo de campo**

Una de las ventajas y beneficios principales que los alumnos suelen obtener al participar y desarrollar estos proyectos es conectar e interactuar con profesionales y empresas del sector, algo que, en la mayoría de los casos, sólo se produce durante la carrera a través de las prácticas profesionales de los estudiantes y la asistencia a alguna conferencia o visita relacionada.

Esa posibilidad de conocer algunas empresas por dentro e intentar contribuir a la mejora de su funcionamiento en alguna de sus áreas es una experiencia que los estudiantes suelen valorar muy positivamente por ser una experiencia diferente y por el grado de conocimiento que adquieren respecto al sector empresarial.

Por ello, en todos los casos hemos visitado las empresas colaboradoras cuando procedía; en el caso del hotel Novotel San Chinarro, lo hicimos y nos reunimos, además, con el director del hotel en sus instalaciones para compartir el caso y preguntar dudas antes de afrontar el proyecto; en el caso de la Sierra Oeste fue todavía más importante la visita a la zona para conocer los recursos turísticos del área y fuimos capaces, además, de evaluarlos para valorar su incorporación a nuestros planes turísticos de la zona. En los casos de Europcar y Catai, ya que las visitas a dichas empresas no aportaban un valor especial al proyecto, lo que hicimos fue recibir a sus responsables en el aula para escuchar su visión del caso y solucionar las primeras dudas respecto al proyecto.

### **3.3. Metodología en el aula**

Una vez planteados los proyectos, todos ellos desarrollados en grupos de trabajo, procedía comenzar a trabajar para ser capaces de alcanzar los objetivos de aprendizaje y ofrecer soluciones adecuadas a los problemas planteados en cada uno de los casos. Para ello, se ha trabajado a través de diversas metodologías que se refieren a continuación:

- Trabajo grupal y orientado en aulas de ordenadores en sesiones planteadas exclusivamente para avanzar en el proyecto.
- Investigación fuera del aula de forma individual y grupal sobre aquellos aspectos de cada caso sobre los que procedía hacerlo para encontrar y aportar información relacionada con cada uno de los proyectos.
- Puntos y mecanismos de control periódicos durante los avances en los proyectos que nos han permitido comprobar la marcha de los trabajos de los distintos grupos así como sugerir y orientar a los estudiantes sobre los mismos.
- Comunicación continua con cada uno de los partners para solucionar aquellas dudas que fueran surgiendo en cada uno de los proyectos. Para ello, hemos establecido siempre canales de comunicación fluidos y continuos que permitieran a los estudiantes sobrepasar aquellas barreras que fueran surgiendo en el trabajo. Casi siempre ha sido el profesor el que se ha comunicado con las empresas colaboradoras de cara a filtrar las preguntas y dudas de los estudiantes y de cara, también, a no saturar a los profesionales del sector que nos estaban ayudando y que tenían que atender, obviamente, a sus negocios además de colaborar en los proyectos relacionados.

### **3.4. Presentaciones, evaluación y resultados finales**

Todos los proyectos se han presentado finalmente en sesiones organizadas a tal efecto. La presentación es el resultado final del trabajo desarrollado en cada uno de los proyectos y, por ello, hemos querido preparar especialmente de forma concienzuda y especial cada una de las presentaciones finales tomando las siguientes medidas:

- Reservar un espacio especial, casi siempre un auditorio del campus, para que los estudiantes entendieran lo especial de este momento en el que poníamos la guinda al trabajo de varias semanas / meses y en el que debíamos demostrar lo aprendido e impresionar a los profesionales con nuestras ideas y aportaciones.
- Invitar siempre a los partners o empresas colaboradoras para que fueran partícipes de los resultados de los proyectos y pudieran juzgar y comentar los resultados en cada uno de los casos. Ese plus que nos ha dado la asistencia de los profesionales en las presentaciones finales ha sido muy bien acogido y valorado por los estudiantes a pesar de los nervios de más que esta circunstancia les ha provocado.
- Además de los socios de cada proyecto, hemos invitado a las presentaciones

finales siempre a profesores de la Universidad que tenían relación con las asignaturas y los proyectos e incluso también a profesionales que tenían relación con los mismos y podían aportar su visión (recuerdo, por ejemplo, a varios empresarios de restaurantes y casas rurales de la Sierra Oeste de Madrid)

La evaluación de los proyectos ha tenido en cuenta los parámetros habituales en proyectos de este tipo aunque hemos incidido especialmente en dos aspectos que diferencian esta forma de trabajar de otro tipo de iniciativas docentes: la asistencia a las visitas, excursiones o conferencias que constituyen el trabajo de campo de cada caso (no parece lógico trabajar sobre un terreno, situación, instalación o empresa que no conoces) y el trabajo continuo desarrollado en el aula para avanzar en el proyecto para que el alumno entendiera la necesidad de planificarse, organizarse y estar enganchado al proyecto durante todo el periodo que comprendía el mismo.

#### **4. CONCLUSIONES**

Tras leer el documento, podemos comprobar que la forma de trabajar que hemos aplicado en los proyectos relacionados aglutina algunas de las herramientas docentes más actuales y habituales en la docencia en el nuevo EEES:

- Aprendizaje basado en proyectos, ya que los estudiantes han trabajado de forma intensa y continuada en casos prácticos de envergadura a los que han debido aplicar técnicas y competencias propias en la gestión de proyectos de medio-largo alcance.
- Aprendizaje basado en problemas, ya que los estudiantes han debido contribuir, con su trabajo e ideas, a solucionar conflictos o mejorar situaciones que se estaban desarrollando en estas empresas de forma no idónea.
- Aprendizaje – servicio, ya que los trabajos y proyectos desarrollados han supuesto mejoras en las empresas colaboradoras e incluso en algunos casos, especialmente en el caso del plan de turismo para la Sierra Oeste, contribuciones a la comunidad y mejora de vida de los habitantes de la región.
- Aprendizaje experiencial, ya que los estudiantes han tocado y vivido realmente experiencias diferentes en el proceso de aprendizaje que han traspasado la docencia habitual y han añadido valor a su aprendizaje y, sobre todo, a su día a día en el aula.

Sin embargo, y a pesar de encontrar evidentes relaciones con estas diferentes formas de enseñar, no cabe duda que la aportación principal en esta metodología es el acercamiento a las empresas y a los profesionales y el haber podido compartir con el sector profesional determinados proyectos y estudiantes contribuyendo a su aprendizaje y mejora como profesionales.

Para resumir, las principales contribuciones y ventajas que aporta esta metodología a los estudiantes son, en mi opinión:

- Una nueva forma de enseñar en la que el alumno siente que está trabajando en un caso y una empresa real y contribuyendo al buen funcionamiento o a la mejora de una empresa o destino.
- El simple pero importante contacto real con empresas y profesionales del sector.
- El conocimiento de las empresas y la gestión de las mismas “por dentro”.
- La aplicación de una metodología práctica que fomenta el aprendizaje aplicado y motiva a los estudiantes a engancharse más con la materia y la docencia.
- Los alumnos viven experiencias especiales como las visitas, viajes, excursiones y conferencias que constituyen el trabajo de campo de los proyectos.
- La necesidad de enfrentarse a una presentación final no sólo frente a estudiantes sino también frente a profesionales del sector.
- Los estudiantes establecen lazos y sinergias no sólo con las empresas sino también con los sectores y situaciones vividas durante los proyectos.
- Los estudiantes pierden el miedo a interactuar y conectar con su profesión y los profesionales de su sector, algo que a algunos estudiantes les cuesta en los inicios de su carrera profesional.
- Se potencian las relaciones con empresas, siempre un pilar para cualquier titulación y universidad.

## **5. REFERENCIAS Y AGRADECIMIENTOS**

Se hace absolutamente necesario referenciar y agradecer el apoyo y la colaboración que las empresas nos han prestado en el desarrollo de los proyectos relacionados. Por ello, citamos y agradecemos su colaboración a las empresas o instituciones:

- Consorcio Sierra Oeste, ([www.sierraoeste.org](http://www.sierraoeste.org)) y en especial a su gerente D. Roberto Cordero.
- Hotel Novotel San Chinarro (<http://www.accorhotels.com/es/hotel-3558-novotel-madrid-sanchinarro/index.shtml>) y en especial a su director, D. Jean Baptiste Roussel
- Agencia de viajes mayorista CATAI ([www.catai.com](http://www.catai.com)) y en especial a D<sup>a</sup> Esther González, responsable del departamento de Marketing de la empresa.
- Europcar España ([www.europcar.es](http://www.europcar.es)) y en especial a D<sup>a</sup> Esther González (mismo nombre que Catai, no es un error), del departamento de Recursos Humanos de la compañía.

## **5.1 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Fernández Rodríguez, Eduardo. (2009). Aprendizaje experiencial, investigación-acción y creación organizacional del saber: la formación concebida como una zona de innovación profesional REIFOP, 12 (3), 39-57. (Enlace web [http:// www. aufop.com](http://www.aufop.com), consultado en fecha (16-06-14)

Blanco, Ascensión et al. (2009). Desarrollo y evaluación de competencias en educación superior. *Narcea Ediciones*.