



Noviembre 2018 - ISSN: 1989-4155

DOCENCIA UNIVERSITARIA EN TURISMO: LA METODOLOGÍA DE CASOS APLICADA A LAS ÁREAS DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS, MARKETING, COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Daniel Dorta-Afonso¹

Dirección de Empresas e Historia Económica, Universidad de La Laguna

ddortaaf@ull.edu.es

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Daniel Dorta-Afonso (2018): "Docencia universitaria en turismo: la metodología de casos aplicada a las áreas de organización de empresas, marketing, comercialización e investigación de mercados", Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo (noviembre 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/atlante/2018/11/docencia-universitaria-turismo.html>

RESUMEN

En este artículo se tienen en cuenta las teorías que clasifican a los estudiantes en base a sus estilos de aprendizaje. Concretamente, se señala que la mayoría de estudios que se centran en clasificar a los estudiantes de turismo en base a sus estilos de aprendizaje, los caracterizan como aprendices activos. Los aprendices activos comparten algunas características que los diferencian de los pragmáticos, reflexivos y teóricos. Se argumenta que la metodología de casos aplicada a la docencia consiste en una herramienta útil de cara a mejorar los resultados de aprendizaje y la motivación y satisfacción del alumnado. Por la evidencia y material existente, se propone como particularmente útil para asignaturas del área de organización de empresas, marketing, comercialización e investigación de mercados. En concreto, se mencionan dos casos disponibles para su utilización en el aula. Además se muestra la opinión de estudiantes que han trabajado bajo esta metodología en diferentes asignaturas.

Palabras clave: estilos de aprendizaje – estudiantes de turismo – docencia turismo – organización de empresas – marketing – comercialización – investigación de mercados.

ABSTRACT

In this paper I build in theories that classify students according to their learning style preferences. Concretely, I point out that most of the research aiming at characterizing learning styles of tourism students, characterizes them as activist learners. Activist learners share particular characteristics that differentiate them from pragmatist, reflectors and theorists. In particular, I argue here that the case study method teaching strategy is a useful tool in order to improve learning outcomes as well as students' motivation and satisfaction. Because of the existing evidence and material, the case study method is proposed as particularly useful for

¹ Diplomado en Turismo y Máster en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de La Laguna. Doctorando en Psicología de las Organizaciones por la Universidad Autónoma de Madrid. Investigador y Docente de Dirección de Empresas Turísticas y Promoción de Destinos y Productos Turísticos en la Universidad de La Laguna.

courses on business management, marketing, commercialization and market research. Specifically, two available cases to be used in the classroom are mentioned. In addition, I offer students' opinions that have worked under this method in different subjects.

Keywords: learning styles – tourism students – teaching in tourism – business management – marketing – commercialization – market research.

1. INTRODUCCION

“...Cuando yo estudié turismo me acuerdo de que una profesora una vez me dijo que el problema de la diplomatura era que los estudiantes de allí no éramos buenos. De hecho una vez en una revisión de examen otra profesora de turismo también me dijo que aquel año solamente había un alumno más o menos bueno y que por eso era el único que sacaba sobresaliente. Que en turismo la gente brillante aparecía cada muchos años. Otro profesor de turismo también me confesó una vez que lo último que él haría sería contratar a alguien que tuviera estos estudios y que aunque daba clase en esa carrera, tenía muy claro su preferencia por otros perfiles. En una conferencia una vez escuché a otro docente de turismo decir que estábamos mal formados con respecto a los compañeros y compañeras del resto de disciplinas. Lo que quiero decir es que mis propios profesores me llegaron a hacer sentir que había malgastado mi etapa universitaria al cursar turismo. No sé que habrá pasado con el resto de mi promoción, pero todos con los que tengo contacto tienen buenos puestos de trabajo en hoteles, en consultoría, en la administración pública, aeropuertos e incluso en la propia Universidad. Mi opinión es que no éramos malos, sino que a alguna parte del profesorado le hacía falta un poco de esfuerzo por intentar llegar mejor a nosotros...” Testimonio de un egresado en turismo.

El testimonio anterior pertenece a un egresado de la antigua diplomatura de turismo y muestra un claro descontento con una parte importante del equipo docente. Sin embargo, el descontento se infiere no únicamente por parte del alumno sino también por parte del propio equipo docente hacia el alumnado.

En el presente artículo se argumenta que este descontento puede deberse a la falta de conexión entre las estrategias docentes y los propios estilos de aprendizaje del alumnado. En este sentido, existen un grueso importante de literatura que llama la atención sobre las diferencias individuales a la hora de aprender (Kolb, 1984; Honey y Mumford, 1986). Y estos estilos de aprendizaje deberían de ser tenidos en cuenta por los docentes para aplicar las metodologías más apropiadas en función de los estilos de aprendizaje del alumnado (Dale y McCarthy, 2006)

Aquí se sugiere que los estudiantes de turismo cumplen unas determinadas características que los hacen más propensos a querer aprender mediante la resolución de problemas que nacen de situaciones concretas (Lahsley, 1999). Por ello se plantea la metodología de casos como herramienta pedagógica apropiada para un tipo de alumnado que prefiere la participación activa en clase (Richardson, 1993). En concreto, se pretende desterrar la idea de que el alumnado adopte el papel de sujeto pasivo mientras que el docente toma el papel de transmisor de contenidos. Por el contrario, se defiende la idea de que el estudiante adopte un papel activo y participativo con el fin de mejorar su aprendizaje y su satisfacción con la docencia.

Tras la presente introducción este manuscrito continúa elaborando los argumentos teóricos que dan soporte a la implantación de la metodología de casos en las asignaturas del área de organización de empresas, marketing y comercialización e investigación de mercados de los estudios de turismo. Para ello, se aborda la cuestión referente a las preferencias en los estilos de aprendizaje que ha llamado tanto la atención de los investigadores académicos. En particular, se hace una referencia especial a que el cuerpo de literatura académica que ha analizado los estilos de aprendizaje del alumnado de turismo los ha caracterizado como aprendices activos. Además, se presenta la metodología de casos como herramienta pedagógica para utilizar con los estudiantes de turismo. Posteriormente se presentan las dos asignaturas donde se propone el uso de la metodología así como dos casos accesibles para su implantación. Por último, se expone el testimonio real de algunos estudiantes que han trabajado bajo esta metodología que dan soporte a su implantación.

2. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

“El aprendizaje es el proceso por el cual se crea conocimiento a través de la transformación de la experiencia” (Kolb, 1984; p.38). Sin embargo, no todas las personas crean conocimiento de

la misma forma sino que existen diferencias entre los individuos (Kolb, 2014). Por ello, podemos hablar de estilos de aprendizaje. Los estilos de aprendizaje se refieren a las diferencias individuales en las preferencias de aprendizaje (Kolb y Kolb, 2005).

En este sentido, podemos encontrar personas a las que les guste más acudir a asignaturas donde el docente adopta un papel central en el aula. Es decir, hay personas que prefieren ir a una clase y escuchar una exposición teórica siguiendo el típico formato de clase magistral puesto que esto les puede permitir tener tiempo para reflexionar e integrar los conceptos adquiridos en modelos y teorías más amplias. Por lo tanto, este tipo de personas prefieren tomar un papel más pasivo en el proceso de aprendizaje.

Por el contrario, existen personas que prefieren no adoptar un papel tan pasivo en el aula. En este sentido, hay una gran parte del alumnado que prefiere participar activamente en clase mediante el afrontamiento de retos más prácticos como los que se derivan del aprendizaje basado en problemas o la metodología de casos. Por lo tanto, existen diferencias sustanciales en los estilos de aprendizaje de las personas.

Aunque existen muchas definiciones y aproximaciones hacia los estilos de aprendizaje de los estudiantes, la literatura en la temática es consistente al demostrar sistemáticamente diferencias individuales en los estilos de aprendizaje del alumnado y su efecto directo en los logros de los estudiantes, su interés en las asignaturas y su motivación hacia la materia (Smith y Renzulli, 1984). En consecuencia, parece una buena práctica por parte del equipo docente a cargo de una asignatura, empezar la misma midiendo los estilos de aprendizaje de las personas que conforman el grupo. En esta línea, existen varias herramientas diferentes y con amplio soporte en la literatura para medir los estilos de aprendizaje.

Por ejemplo, Renzulli y Smith (1978) propusieron un sistema de medición que consiste en un instrumento de 65 ítems que permite obtener información de la propia actitud del estudiante hacia diferentes técnicas docentes como las clases magistrales o los proyectos. Por otro lado, Kolb (1984) propuso el "Learning Style Inventory" (LSI) derivado de su teoría de aprendizaje experiencial. El LSI muestra a la persona diez sets de cuatro palabras cada uno, para ordenarlos según las preferencias individuales.

Basándose en la propuesta de Kolb (1976, 1981) Honey y Mumford (1986) propusieron un sistema de clasificación de las preferencias en los estilos de aprendizaje para categorizar a las personas en función de su forma de aprender. Concretamente, estos autores desarrollaron un cuestionario de 80 preguntas para poder clasificar a las personas en base a sus estilos de aprendizaje en: activos, pragmáticos, reflexivos y teóricos. Aunque las herramientas mencionadas han recibido amplio soporte empírico, es quizás la herramienta desarrollada por Honey y Mumford (1986) la que más se ha utilizado en los estudios que caracterizan a los estudiantes en turismo y por lo tanto la que vamos a tomar aquí como referencia (por ejemplo Lahley, 1999).

Según la propuesta de Honey y Mumford (1986) las personas con estilos de aprendizaje más teóricos integran los conceptos en teorías más complejas aunque coherentes y son más propensas a sintetizar y analizar la información disponible. En definitiva, son más racionales y prefieren evitar la incertidumbre y la ambigüedad. Algunos de los ítems que se utilizan para caracterizar a los aprendices teóricos son "esquivo los temas subjetivos, ambiguos y poco claros", "me molestan las personas que no actúan con lógica" y "me cuesta ser creativo/a, romper estructuras".

Por otro lado, Honey y Mumford (1986) proponen a los aprendices más reflexivos. Los reflexivos prefieren analizar las situaciones desde muchos puntos de vista. Para ello prefieren recoger mucha información y pensar sobre ella detenidamente sin llegar a conclusiones precipitadamente. Por lo general, son más cautos y prefieren escuchar, por lo que restringen su participación y tardan en tomar decisiones. Algunos ítems que se utilizan para caracterizar a los aprendices reflexivos son "suelo reflexionar sobre los asuntos y problemas", "me gusta sopesar diversas alternativas antes de tomar una decisión" y "hago varios borradores antes de la redacción definitiva de un trabajo".

Otro de los estilos de aprendizaje que proponen Honey y Mumford (1986) son los pragmáticos. Los pragmáticos son personas muy prácticas a las que les gusta comprobar si las ideas y técnicas funcionan en la práctica. Prefieren oportunidades de aprendizaje donde se ven una relación clara con algún problema de sus trabajos. Tienden a rechazar las explicaciones y argumentos más teóricos. Algunos de los ítems que se utilizan para caracterizar a los aprendices pragmáticos son “no me importa hacer todo lo necesario para que sea efectivo mi trabajo”, “creo que el fin justifica los medios en muchos casos” y “rechazo ideas originales y espontáneas si no las veo prácticas”.

Por último tenemos a los aprendices activos (Honey y Mumford, 1986). A los más activos les gustan las nuevas experiencias y prefieren abordar los problemas mediante lluvias de ideas. Son flexibles y de mente abierta y les gusta exponerse a nuevas situaciones y retos. Prefieren evitar las experiencias de aprendizaje donde deben adoptar papeles pasivos como ir a una clase magistral, escuchar explicaciones teóricas o leer demasiado. Además, prefieren evitar también el trabajo en solitario. Por el contrario, les gusta interactuar con otras personas y tomar papeles más activos en sus experiencias de aprendizaje.

En este sentido, es importante resaltar que la temática de los estilos de aprendizaje ha llamado la atención de muchos investigadores que han aunado esfuerzos en caracterizar los estilos de aprendizaje de los estudiantes de turismo (Hsu, 1999; Wong, Pine, y Tsang, 2002; Dale y McCarthy, 2006). En esta línea, hay que resaltar que gran parte de los estudios llevados a cabo para caracterizar los estilos de aprendizaje de los estudiantes en turismo los sitúan dentro del grupo de aprendices activos (Lahley, 1999; Barron y Arcodia, 2002; Lashley y Barron, 2006). Por lo tanto, parece razonable pensar que los estudiantes de turismo son personas que prefieren aprender a raíz de experiencias que se centren en la resolución de problemas concretos (Lashley y Barron, 2006).

A raíz de la revisión sobre los estilos de aprendizaje, se plantea la metodología de casos como estrategia docente para incrementar la satisfacción del alumnado de turismo con la docencia en el aula. La razón principal es que a través de los casos ponemos al alumnado a afrontar situaciones reales en las que hay que solucionar problemas en equipo mediante la aportación de ideas, que como hemos visto, forman parte de las preferencias de las personas caracterizadas como aprendices activos. Para ser específicos, los casos normalmente suponen la presentación por escrito de una situación, donde se le presenta al alumnado un dilema que tienen que resolver (Herreid, 2011). En concreto, suponen una herramienta pedagógica para que los estudiantes adopten un papel activo y participativo en el centro de su aprendizaje en contraposición a las clases expositivas en formato magistral (Roy y Banerjee, 2012). Por ello, se considera apropiada para los estudiantes de turismo.

3. PROPUESTA METODOLOGICA

La metodología de casos que se ha planteado previamente se propone como herramienta docente en las siguientes asignaturas del grado en turismo: dirección de empresas turísticas (del área de organización de empresas) y promoción de productos y destinos turísticos (del área de comercialización e investigación de mercados). Aunque se proponen estas dos asignaturas esta metodología puede ser aplicada a otras asignaturas del área o incluso a asignaturas de otras áreas.

La asignatura de dirección de empresas turísticas es una asignatura de 6ECTS que se cursa en el segundo semestre del segundo curso del grado de turismo. Los temas de la guía docente son los siguientes:

1. La dirección como función diferencial en las empresas turísticas (Habilidades y papeles).
2. Liderazgo del directivo de empresas turísticas (Liderazgo, motivación, negociación, comunicación, imagen, capacidades).
3. Los procesos decisionales en la empresa turística.
4. La función y gestión del proceso de planificación en la empresa turística.
5. La función de control en la empresa turística.
6. Dirección de equipos en empresas turísticas

7. Dirección del cambio en empresas de turismo: La calidad e innovación en los procesos turísticos.

El caso propuesto (Dorta-Afonso y Cantero-García, 2018) propone cómo un egresado ha perdido su motivación al encontrarse diferentes tipos de liderazgo en un hotel. En particular, el egresado pasa de un departamento de recursos humanos de una cadena hotelera a un departamento de pisos. Al egresado se le presenta el dilema de continuar o no, ya que no está conforme con la nueva forma de trabajar del nuevo departamento. Concretamente, el caso propuesto propone identificar cuáles son las funciones de los líderes en las organizaciones así como analizar diferentes tipos de liderazgo que pueden darse en las organizaciones. Además, lo interesante del caso es entender cómo diferentes tipos de liderazgo son más o menos apropiados según diferentes contingencias contextuales. El caso también propone una manera de medir el propio estilo de liderazgo del alumnado.

La asignatura de promoción de productos y destinos turísticos es una asignatura de 6 ECTS que se cursa en el segundo semestre del tercer curso del grado de turismo. Los temas de la guía docente son los siguientes:

1. La coyuntura turística e implicaciones para el marketing
2. La promoción: qué decir, a quién y en qué momento
3. Publicidad: conseguir vender a través de la seducción
4. Venta personal: técnicas que ayudan a comprar.
5. Promoción de ventas: aumentar las ventas sin afectar a la imagen.
6. Relaciones públicas: el arte de persuadir sin que lo parezca
7. Herramientas de promoción digital
8. Publicidad móvil
9. Comunicación sensorial y experiencial

El caso que se propone (Dorta-Afonso, Cantero-García, y Granado-Peinado, 2018), sitúa al alumnado ante la crítica de un cliente descontento. En concreto era un cliente repetidor, que no ha encontrado el mismo nivel de calidad que en su visita anterior. El caso propuesto propone al alumnado analizar si ha habido fallos en la manera en que la publicidad, la promoción o la venta se han llevado a cabo. También propone el uso de herramientas virtuales para simular una hipotética respuesta al cliente descontento con el fin de no llegar a perderlo del todo.

4. RESULTADOS PRELIMINARES

A continuación se van a exponer resultados parciales de la aplicación de la metodología de casos en dos asignaturas de estudios de turismo. En concreto se presentan testimonios de estudiantes de primer curso del grado de turismo tras haber cursado una intervención basada en la metodología de casos en la asignatura de psicología de los grupos y de las organizaciones. Además, también se ha recogido el testimonio de estudiantes que han cursado la asignatura de marketing y comercialización de un programa de posgrado en gestión de eventos, protocolo y comunicación. Todas las respuestas fueron recogidas tras haber cursado parte del curso mediante la metodología de casos a través de un cuestionario online totalmente anónimo.

“Se aplica la teoría, se trabaja en equipo y te coordinas mejor con tus compañeros”;

“Te prepara para situaciones reales”

“Te pone en contacto con situaciones que se pueden dar en el futuro laboral”

“Favorece la unión grupal, estás en contacto con los compañeros, trabajas en equipo, se respeta la opinión de los integrantes del grupo”

“Aprendemos a lidiar con problemas del propio trabajo en equipo y tratamos temas cercanos al sector”

“La asignatura es más fluida y dinámica”

“Me han gustado mucho las actividades que incluían una mayor relación con los compañeros”

“Las clases son muy divertidas y productivas”

“Me parece mucho más útil que ir a las clases teóricas”

“Lo he pasado muy bien a la vez que he aprendido a poner en práctica la teoría”

4. CONCLUSION

Aparentemente existe una corriente de investigación que caracteriza a los estudiantes de turismo como aprendices activos. Estos estudiantes son personas que prefieren aprender a través de la solución de dilemas y problemas que nacen en experiencias concretas. Por ello se propone la metodología de casos como estrategia docente apropiada para cubrir las expectativas de los aprendices activos y obtener altos niveles de satisfacción por parte del alumnado con la docencia. Los resultados apuntan a que los estudiantes disfrutaban de la metodología de casos por lo que se recomienda su aplicación en las asignaturas de organización de empresas, marketing, comercialización e investigación de mercados.

5. REFERENCIAS

- Barron, P. E., & Arcodia, C. (2002). Linking learning style preferences and ethnicity: International students studying hospitality and tourism management in Australia. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 1(2), 15-27.
- Dale, C., & McCarthy, P. (2006). I like your style: The learning approaches of leisure, tourism and hospitality students studying generic modules. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 5(2), 48-58.
- Dorta-Afonso, D., & Cantero-García, M. (2018). Empowering and Directive Leadership Styles. *Journal of Business Cases and Applications*, 22, 1-6.
- Dorta-Afonso, D., Cantero-García, M., & Granado Peinado M. (2018). Ejercicios de Comunicación para asignaturas de Dirección de Empresas, Marketing y Comercialización de Productos y Comportamiento Organizacional del Grado en Turismo. *Publicaciones didácticas*, 98, 273-278.
- Herreid, C. F. (2011). Case study teaching. *New directions for teaching and learning*, 2011(128), 31-40.
- Honey, P., Mumford, A. (1986). *The Manual of Learning Styles*, second ed. Peter Honey Publications Ltd., Maidenhead, Berkshire, UK.
- Hsu, C. H. (1999). Learning styles of hospitality students: Nature or nurture?. *International Journal of Hospitality Management*, 18(1), 17-30.
- Kolb, D. A. (1976). *Learning style inventory technical manual*. Boston, MA: McBer.
- Kolb, D. A. (1981). Experiential learning theory and the learning style inventory: A reply to Freedman and Stumpf. *Academy of Management Review*, 6(2), 289-296.
- Kolb, D. A. (1984). Chapter 2: The process of experiential learning. *Experiential learning: experience as the source of learning and development*, 20-38. NJ: Prentice-Hall.
- Kolb, A. Y., & Kolb, D. A. (2005). Learning styles and learning spaces: Enhancing experiential learning in higher education. *Academy of management learning & education*, 4(2), 193-212.
- Kolb, D. A. (2014). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. FT press.
- Lashley, C. (1999). On making silk purses: Developing reflective practitioners in hospitality management education. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(4), 180-185.
- Lashley, C., & Barron, P. (2006). The learning style preferences of hospitality and tourism students: Observations from an international and cross-cultural study. *International Journal of Hospitality Management*, 25(4), 552-569.
- Loo, R. (2002). A meta-analytic examination of Kolb's learning style preferences among business majors. *Journal of Education for Business*, 77(5), 252-256.
- Renzulli, J.S., & Smith, L.H. (1978). *The Learning Styles Inventory: A measure of student preference for instructional techniques*. Mansfield Center, CT: Creative Learning Press
- Richardson, B. (1993). Why we need to teach crisis management and to use case studies to do it. *Management Education and Development*, 24(2), 138-148.
- Roy, S., & Banerjee, P. (2012). Understanding students' experience of transition from lecture mode to case-based teaching in a management school in India. *Journal of Educational Change*, 13(4), 487-509.
- Smith, L. H., & Renzulli, J. S. (1984). Learning style preferences: A practical approach for classroom teachers. *Theory into practice*, 23(1), 44-50.
- Wong, K. K., Pine, R. J., & Tsang, N. (2000). Learning style preferences and implications for training programs in the hospitality and tourism industry. *Journal of hospitality & tourism education*, 12(2), 32-40.