

VISITA DE HOTELES Y ENTREVISTA CON RESPONSABLES DE CELEBRACIÓN DE EVENTOS: UNA EXPERIENCIA DE EDUCACIÓN EXPANDIDA CON ALUMNOS DEL CFGS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Del Cerro Gómez, Gema M^{a1}, Fernández Laredo, Asunción²

1: Departamento de Educación y Desarrollo Profesional
Facultad de Ciencias Sociales
Universidad Europea de Madrid
C/Tajo, s/n. Villaviciosa de Odón. 28670 Madrid.
e mail: gemamaria.delcerro@uem.es, web: <http://www.uem.es>

2: Departamento de Medios, Lenguas y Sociedad Digital
Facultad de Artes y Comunicación
Universidad Europea de Madrid
C/Tajo, s/n. Villaviciosa de Odón. 28670 Madrid
e: mail: mariaasuncion.fernandez@uem.es, web: <http://www.uem.es>

Resumen: *La actividad se encuadra en el marco de colaboración entre dos profesoras de distintas asignaturas, con un enfoque multidisciplinar y fomentando la comunicación en Lengua Extranjera, y la interacción en su propio entorno profesional, visitando empresas que gestionan y desarrollan eventos (Hoteles, sedes singulares) y con el objetivo de acercar a los estudiantes a su futuro mundo laboral, y poder contrastar los conocimientos teóricos adquiridos y su aplicación práctica.*

En la visita los alumnos aprendieron cómo estas empresas segmentan, a qué público objetivo se dirigen, qué tipo de eventos, gestionan, desarrollan, qué tipos de productos y servicios crean, cómo los acercan a su público objetivo.

En el Módulo de Comercialización, tras la visita, los alumnos gestionaron diversos tipos de eventos utilizando el recurso: Simulador de Eventos del Ministerio de Educación y Ciencia. En el Módulo de Francés se trataron en los días anteriores los equipamientos del Hotel y la celebración de eventos. En el día de la visita, los alumnos debían rellenar una ficha con distintos apartados precisando qué equipamientos había en cada uno. En los días posteriores, practicaron juegos de rol reproduciendo entrevistas para la celebración de Eventos.

Palabras clave: Coordinación profesorado, lengua extranjera, acercamiento al mundo profesional, actividad interdisciplinar, uso recurso interactivo, competencia lingüística.

1. INTRODUCCIÓN

Dirigieron la actividad las profesoras de Francés y de Comercialización de Eventos, siendo el grupo de 14 alumnos de 1º del Ciclo de Técnico Superior de Alojamiento Turísticos.

La actividad fue coordinada con los responsables del departamento Comercial y eventos de los Hoteles Convención y Vincci Soma en Madrid, quienes explicaron de forma dinámica, durante la visita, los siguientes aspectos de la organización de eventos:

- Objetivos y organización del Departamento.
- Público objetivo.
- Tipos de eventos organizados, cómo llevan a cabo estas empresas la organización de un acto/evento, cómo atienden al cliente potencial desde que solicita información, análisis de necesidades, propuestas de diseño de eventos, procedimientos de contratación, organización y desarrollo del evento; resolución de demandas y atenciones postventa (Gestión de la calidad).
- Métodos utilizados para medir el éxito en los eventos.

Se exponen a continuación los objetivos de profesores y los propios de la actividad de enseñanza-aprendizaje que debían alcanzar los alumnos, metodología utilizada, resultados de la experiencia de innovación que se presenta, y conclusiones.

2. OBJETIVOS DEL APRENDIZAJE

El principal objetivo por el que se diseñó esta actividad es contribuir a la formación integral de los alumnos, ayudándoles a adquirir habilidades profesionales y comunicativas, tanto escritas como orales, así como fomentar su capacidad de trabajar en equipo, potenciar su creatividad, y motivarles al acercarlos a su futuro mundo laboral.

Al finalizar la actividad, los resultados de aprendizaje debían ser:

- Comercializa la oferta de eventos, relacionándolos con las características del establecimiento y con la demanda.
- Organiza el departamento de comercialización de eventos justificando su planificación.
- Planifica diferentes eventos relacionando los métodos de gestión con su tipología y objetivos.
- Supervisa eventos analizando los estándares de calidad preestablecidos.
- Controla el cierre efectivo de eventos analizando el proceso económico y la calidad del servicio prestado.
- Se desenvuelve con habilidad en situaciones de comunicación oral en las que ha de desarrollar las competencias propias del título.
- Comprende el vocabulario y lo relaciona con las situaciones del entorno profesional.
- Realiza, de forma clara y preparada, presentaciones propias de un aspecto clave de su sector.

3. METODOLOGÍA

Cómo se ha expuesto inicialmente, la actividad se encuadra en el marco de colaboración entre dos asignaturas (Lengua extranjera: Francés. Comercialización de eventos), que pertenecen a distintas áreas de conocimiento que trabajan con los mismos equipos de trabajo. Esto da lugar al trabajo multidisciplinar en equipo.

La actividad está basada en el uso de metodologías de aprendizaje participativas como la educación expandida. Propiciando la adquisición de conocimientos, al convertirse el estudiante en protagonista activo en el desarrollo de la actividad: crea, opina, comparte conocimiento, participa, se relaciona lo que a su vez, contribuye a su formación integral, permitiendo el desarrollo de habilidades profesionales y habilidades comunicativas.

Además de motivar a los alumnos en el proceso enseñanza-aprendizaje, con las metodologías utilizadas, se pretende potenciar el trabajo autónomo, los propios alumnos han de plantearse algunos de los objetivos (al comparar los eventos en dos hoteles); y a su vez el trabajo en equipo, también parte de sus actividades serán en grupos, compartiendo experiencias y conocimientos, fomentando la empatía. Igualmente, al hacerse parte de la actividad fuera de la Institución Educativa, se trataron algunos contenidos, sobre todo procedimentales, propios de su titulación, en el entorno real en el que van a trabajar.

Para las aplicaciones y transferencias de lo aprendido, se realizan actividades en ambos módulos, donde los alumnos procesan la información obtenida. En el módulo comercialización de eventos, mediante el uso del recurso abierto, simulador de eventos, a través del cual los alumnos gestionan diferentes tipos de eventos. En el módulo de lengua extranjera.

En el módulo de Francés, la metodología usada fue, antes de la actividad, la adquisición de vocabulario y competencias mediante lecturas, visionado de videos; durante la visita, los estudiantes hicieron una encuesta activa, para lo cual se desplazaron por el hotel, interactuando con el personal, para contestar a los distintos ítems. Finalmente, después de la visita, se hizo un role-play, para desarrollar competencias de expresión y comprensión orales.

4.- DISEÑO DE LA ACTIVIDAD

Para comenzar la actividad se trató de conseguir la implicación y compromiso de los alumnos, se explicaron objetivos que se alcanzarían tras realizar la actividad.

Se seleccionaron dos tipos de establecimientos de alojamiento, (hoteles 4*, Hotel Convención, Hotel Vincci Soma en Madrid) con diferente tipología de clientes, diferente organización del departamento, diferente política corporativa.

Los alumnos deberían contrastar, los conocimientos teóricos adquiridos en el módulo y comprobar de primera mano su aplicación práctica por parte de ambas empresas, sobre contenidos teóricos específicos de su titulación como:

- La organización del departamento, cómo esta se lleva a cabo según las necesidades del establecimiento. Contrastar cómo los objetivos de ambas empresas pueden ser muy distintos dependiendo de la política corporativa.
- Detectar tipo de público objetivo. Contrastar como los objetivos del departamento pueden ser muy distintos y cómo además la prioridad que se les asigna depende de la política corporativa.
- Conocer, las funciones del puesto de trabajo, como se desarrolla y llevan a cabo por parte del responsable y su equipo, cómo realizan la gestión y el desarrollo de los distintos tipos de actos y eventos. Desde la primera toma de contacto con el cliente, (análisis de necesidades, desarrollo, gestión, resolución de demandas,

acciones postventa), hasta la generación del dossier, informe, tras la finalización del evento.

Una vez conocidos los objetivos por parte de los alumnos, en el día de la visita los responsables del departamento comercial, de los Hoteles Vincci Soma y Convención, en Madrid, explicaron de forma dinámica, en un recorrido por las instalaciones del establecimiento, los siguientes aspectos de la organización de eventos:

- Organización de departamento.
- Tipos de eventos organizados, cómo llevan a cabo estas empresas la organización de un acto/evento, cómo atienden al cliente potencial desde que solicita información, procedimientos de contratación, organización y desarrollo del evento; resolución de demandas y atenciones postventa (Gestión de la calidad).
- Métodos utilizados para medir el éxito en los eventos.

Después de la visita, con la información obtenida, los alumnos tenían que analizar: la información recabada durante la visita, más los contenidos conceptuales de la asignatura, y artículos del sector comentados en clase. Una vez realizado el análisis personal por cada alumno, se procede a la puesta en común de conclusiones, por el grupo clase. Tras la cual, la profesora, realiza un resumen de las conclusiones y matización de los aspectos importantes. Seguidamente se pasa a gestionar de manera individual por cada estudiante eventos, a través del recurso abierto del Ministerio de Educación: Simulador de eventos.

Previamente al uso del simulador, se proporcionan consejos y explicaciones para su utilización, y se procede al “entrenamiento por actuación simulada situada”. Donde cada estudiante, tiene que gestionar el evento desde que el cliente realiza la petición hasta que se cierra el expediente. En este proceso, se plantean dieciséis situaciones, en las que el estudiante tendrá que decidir qué acción llevar a cabo en cada momento. Si selecciona una acción errónea, disminuirá la puntuación del indicador Gestión de Evento. Por lo que en caso de duda de análisis, los estudiantes pueden realizar discusión y toma de decisiones conjunta. Lo que a su vez fomenta el trabajo colaborativo.

Al finalizar la gestión del evento, se realiza una post-evaluación, mediante la revisión de informe de resultados. Tras su análisis, se procede a explicar y proporcionar consejos a los estudiantes sobre futuras actuaciones más oportunas. Además, tras el resultado de su gestión, se les enfrenta a las consecuencias que se hubieran producido, en un caso real, con clientes reales. Siendo los propios alumnos los que a su vez realizan su propia autoevaluación. Finalmente, los alumnos contestaron a unas preguntas abiertas, como actividad-resumen:

1. ¿Cómo se atiende al cliente potencial cuando solicita información?
2. ¿Cuál es el procedimiento de contratación del servicio de banquete? Qué datos se deben solicitar al cliente?
3. ¿Qué documentos se utilizan en todo el proceso de la gestión del evento: desde la contratación hasta el cierre del evento?
4. Indica que proceso se realiza en resolución de las demandas y rectificaciones por parte de los clientes.
5. Indica como realizas una correcta atención postventa a los clientes del evento.

6. Qué métodos de supervisión y control has realizado en el desarrollo gestión y organización de las jornadas empresa LOHN, S.A. De acuerdo con los niveles de calidad establecidos por el cliente.
7. Indica, de qué forma has solventado la aparición de imprevistos durante la celebración del evento.
8. Que métodos detectas y conoces que existen y se aplican que permiten medir el éxito en los eventos, así cómo valorar y analizar si se han alcanzado los estándares de calidad, satisfacción cliente.
9. Tu reflexión y opinión: ¿consideras que estos métodos aportan un valor añadido a la hora de captar y fidelizar clientes? Porqué.

5. RESULTADOS

Los estudiantes han conocido el funcionamiento real del departamento comercial/banquetes/eventos mediante la visita a diferentes establecimientos hoteleros. Los resultados muestran que han adquirido los conocimientos teóricos y comprendido su aplicación práctica y que el aprendizaje se optimiza cuando se accede al conocimiento por distintas vías, lo que además, de aprender ayuda a que mejoren. Lo que les supuso una gran motivación.

El trabajo posterior a la visita, les resultó más interesante y estuvieron más involucrados, lo que estimuló su aprendizaje e hizo que se convirtiera en un proceso más rico y participativo. Así los propios estudiantes durante la gestión de eventos realizados con el simulador, recordaban las actuaciones que realizaban las empresas visitadas, las explicaciones dadas por los responsables durante la visita, sobre las pautas y actuaciones a seguir, tanto en la gestión, cómo desarrollo del evento.

Son los propios estudiantes los que valoraron positivamente el resultado, al indicar haber sacado provecho a la actividad, lo positivo que les resultó comprobar la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos. Además, durante la visita, disfrutaron con anécdotas, confidencias, comentadas por los responsables de los hoteles vividas en el ejercicio de su profesión. Consiguieron- según los mismos alumnos manifestaron que vivieron en pequeña escala el reto que representa el mundo profesional actuales, al conocer cómo es el día a día en el departamento comercial, y cuáles serán sus futuros cometidos profesionales. Además percibieron cómo deben ir preparándose para ello, lo importante y necesario que es para esta profesión, adquirir conocimientos en un segundo idioma o lengua extranjera.

6. CONCLUSIONES

Uno de los objetivos del Centro Profesional Europeo de Madrid y de la Universidad Europea de Madrid, es formar profesionales y técnicos capaces de responder con excelencia y flexibilidad a las necesidades de cualificación de los sectores productivos y adaptarse a los cambios de una sociedad globalizada. Así, se recurrió al uso de metodologías y actividades que promueven la participación activa y la colaboración, que es precisamente en lo que se basa esta actividad.

Los resultados del aprendizaje fueron positivos, ya que los objetivos fijados fueron alcanzados. Consiguiéndose la adquisición tanto de habilidades profesionales, cómo

lingüísticas en el segundo idioma que cursan en su titulación. Además la valoración de los estudiantes fue positiva e hizo que se visualizaran en el ejercicio de su futura profesión, se autoanalizaran y detectaran puntos débiles a reforzar, cómo trabajar en la adquisición de conocimientos en un segundo idioma, en este caso Francés.

Por lo que en este sentido podemos afirmar que la experiencia es extrapolable a cualquier otra titulación impartida en la Universidad Europea de Madrid.

Respecto a nuestras conclusiones personales, estamos convencidas de que las técnicas de innovación docente, así como los principios de centrar la docencia en el aprendizaje son la fórmula para poder proporcionar a nuestros alumnos aptitudes y actitudes que les sirvan, para afrontar los nuevos retos de los nuevos tiempos.

7. BIBLIOGRAFÍA/REFERENCIAS

Assmann, H. (2002) *Placer y ternura en la educación: hacia una sociedad aprendiente*. Madrid. Narcea editores. ISBN: 84-277-1391-6

Corbeau, Sophie y otros (2006) *Hôtellerie-Restaurant.com*. Paris, Clé International. ISBN : 978-2-09-033178-3.

Dewey, John (2004) *Democracia y Educación. Una Introducción a la filosofía de la educación*. Madrid. Ediciones Morata. ISBN: 84-7112-391-6

Freire, P. (2001). *Cartas a quien pretende enseñar*. México. Siglo XXI Editores. 7ª ed. (Trabajo original publicado en 1993)

Herrero, P. (2000). *Gestión y organización de Congresos*. Editorial Síntesis. Madrid.

Hosteltur: Los hoteles se adaptan a las exigencias del cliente de congresos. Nuevas estrategias y nuevos productos irrumpen en el mercado. Enero 2012 http://www.hosteltur.com/154980_hoteles-se-adaptan-exigencias-cliente-congresos.html.

Prawda, G. (2004). Le dialogue socratique, en Tozzi, M (coord.), *Philo a tous le etages*, CRDP de Bretagne, Rennes, pág. 89-91.

Roca Prats. J.L (2012). *Comercialización de eventos*. Ed. Síntesis Madrid