

TRABAJO FIN DE MÁSTER



UCAM

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE MURCIA

FACULTAD DE EDUCACIÓN

Máster Universitario en Formación del Profesorado

IntermediaTur: Explorando la Intermediación Turística a
través de un Podcast Educativo.

Autora: María Antonia Valle León

<https://youtu.be/QQBR97kszPo>

Directora: Dra. Raquel Xandri

Murcia, 5 de mayo de 2024

Agradecimientos

Quisiera expresar mi sincero agradecimiento a la directora de mi Trabajo de Fin de Máster, Raquel Xandri, por su invaluable orientación, explicaciones detalladas y meticulosas correcciones a lo largo de este proceso. Su apoyo constante ha sido fundamental para el desarrollo y la culminación de este proyecto.

También deseo agradecer a los profesores que generosamente han compartido su tiempo y sabiduría conmigo. En particular, a Pablo Gómez y Ginesa, cuyos consejos prácticos y enseñanzas han sido esenciales para mi aprendizaje y aplicación de conocimientos en el área de estudio.

Un especial reconocimiento a Elena Cuevas, cuyo trabajo asignado al inicio del curso académico me proporcionó una base sólida y un claro entendimiento sobre cómo iniciar y estructurar este TFM. Su exigencia y dedicación han sido inspiradoras y han jugado un papel crucial en mi formación académica.

Gracias a todos por su ayuda y dedicación, sin la cual este trabajo no habría sido posible.

ÍNDICE

RESUMEN	9
1. JUSTIFICACIÓN.....	15
2. MARCO TEÓRICO: Innovación en la Educación Turística mediante el uso de Podcasts.....	19
2.1. Contexto Legal y Curricular	19
2.1.1. Leyes de Educación y Resultados de Aprendizaje	20
2.2. Fundamentos de la Educación y Teorías de Aprendizaje	21
2.2.1. Constructivismo de Piaget.....	22
2.2.2. Socioconstructivismo de Vygotsky	22
2.3. Intermediación Turística: Importancia y Desafíos.....	23
2.4. Innovación en la Educación Turística: El Papel de los Podcasts	24
2.5. Implementación y Desarrollo del Podcast “IntermediatTur”	26
2.5.1. El Impacto de la Educación Digital en España: Avances y Desafíos Durante el Confinamiento.....	27
2.6. Impacto Potencial del Podcast en la Educación Turística	28
3. OBJETIVOS.....	31
3.1. Objetivo General	31
3.2. Objetivos Específicos	31
4. METODOLOGÍA	33
4.1. Contenidos	37
4.1.1. Episodio 1: Los imprescindibles.....	37
4.1.2. Episodio 2: La gran fuerza.....	39
4.1.3. Episodio 3: ¿Y ahora quién paga todo esto?	41
4.1.4. Episodio 4: Futuro. Hacia dónde vamos.	42
4.2. Temporalización y actividades	43

4.3. Recursos	44
5. EVALUACIÓN	47
5.1. Objetivos de la Evaluación	47
5.2. Criterios de Evaluación	48
5.3. Instrumentos de Evaluación	48
5.4. Plan de Evaluación.....	49
5.5. Proceso de Evaluación.....	49
5.6. Validez	50
5.6.1. Diseño del Contenido del Podcast.....	51
5.6.2. Adecuación de la Tecnología Utilizada	51
5.6.3. Metodología de Implementación.....	51
5.6.4. Impacto en el Aprendizaje	52
5.6.5. Satisfacción en el Estudiante.....	52
5.6.6. Viabilidad Económica	52
6. REFLEXIÓN Y VALORACIÓN FINAL.....	55
6.1. Principales Virtudes y Beneficios	55
6.2. Aplicabilidad Generalizada	55
6.3. Coste Económico y Viabilidad de Implementación.....	56
7. REFERENCIAS.....	57
8. ANEXOS.....	61

ÍNDICE DE ELEMENTOS GRÁFICOS

FIGURA

<u>Figura 1. Dashboard Sales Manager</u>	38
<u>Figura 2. Compañías tecnológicas para el turismo en España.</u>	40
<u>Figura 3. Worldwide bedbanks</u>	43

TABLA

<u>Tabla 1. Evaluación del cumplimiento de los objetivos</u>	48
<u>Tabla 2. Evaluación de la validez del diseño del proyecto</u>	50
<u>Tabla 3. Cuestionario Pre-Test</u>	61
<u>Tabla 4. Cuestionario Post-Test</u>	62

RESUMEN

En la introducción de este Trabajo de Fin de Máster se explora la incorporación de podcasts como herramienta para enriquecer la educación turística, abordando la necesidad de métodos educativos más dinámicos y adaptativos. Los objetivos se centran en evaluar si los podcasts mejoran la comprensión y retención del conocimiento en estudiantes de turismo, aumentan su motivación, y ofrecen una metodología educativa más flexible. La metodología empleada incluye una combinación de encuestas, entrevistas y análisis comparativo para medir la efectividad de los podcasts frente a métodos tradicionales. Los resultados anticipan que los podcasts facilitarán un aprendizaje más interactivo y personalizado. En síntesis, el estudio concluye que el uso de podcasts en la formación turística no solo mejora la experiencia de aprendizaje, sino que también propone una innovación pedagógica adaptada a las necesidades actuales de los estudiantes.

Palabras claves:

1. Educación turística
2. Innovación pedagógica
3. Podcasts educativos
4. Aprendizaje activo y colaborativo
5. Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en educación
6. Intermediación turística
7. Metodologías de enseñanza en turismo
8. Participación activa
9. Evaluación de metodologías educativas
10. Adaptación curricular en turismo

ABSTRACT

In the introduction of this Master, the incorporation of podcasts as a tool to enrich tourism education is explored, addressing the need for more dynamic and adaptive educational methods. The objectives focus on evaluating whether podcasts improve comprehension and retention of knowledge in tourism students, increase their motivation, and offer a more flexible educational methodology. The methodology employed includes a combination of surveys, interviews, and comparative analysis to measure the effectiveness of podcasts compared to traditional methods. The results anticipate that podcasts will facilitate more interactive and personalized learning. In summary, the study concludes that the use of podcasts in tourism education not only improves the learning experience but also proposes an educational innovation adapted to the current needs of students.

Keywords:

1. Tourism education
2. Pedagogical innovation
3. Educational podcasts
4. Active and collaborative learning
5. Information and Communication Technologies (ICT) in education
6. Tourism intermediation
7. Teaching methodologies in tourism
8. Active participation
9. Evaluation of educational methodologies
10. Curricular adaptation in tourism

1. JUSTIFICACIÓN

La formación en cualquier módulo de turismo, y en concreto en Venta de Servicios Turísticos del título profesional de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos tradicionalmente ha prestado atención a aspectos como la promoción de destinos, la gestión hotelera y la planificación de eventos, dejando en segundo plano a un actor fundamental en la cadena de valor del turismo: la intermediación. Sobre todo a las mayoristas de viaje. Estas empresas, que actúan como intermediarias entre proveedores turísticos como hoteles, apartamentos, compañías de vuelo, etc, y agencias minoristas, son piezas clave en la industria turística, sin embargo, su papel suele ser subestimado, según mi criterio, en los programas educativos.

Teniendo en cuenta esto, veo que existe una falta de conexión por los estudiantes entre los conceptos aprendidos en clase y su aplicación práctica en el sector turístico. La enseñanza convencional, centrada en la transmisión de conocimientos, no logra proporcionar a los alumnos las habilidades y competencias necesarias para enfrentarse con éxito a los desafíos del mundo laboral en este campo, teniendo además una falta de información palpable en cuanto a la intermediación turística. Los programas académicos apenas dedican tiempo a estudiar en profundidad su funcionamiento y su importancia en la industria. Esto se refleja en la falta de comprensión por parte de los estudiantes sobre el papel que desempeñan las mayoristas y cómo influyen en el desarrollo y comercialización de productos turísticos.

Para abordar esta carencia y mejorar la formación sobre intermediación turística en el módulo de Venta de Servicios Turísticos, propongo desarrollar un podcast educativo centrado en las mayoristas de viaje. Este podcast, titulado "IntermediaTur", tendrá como objetivo principal proporcionar a los estudiantes una comprensión completa del papel de las mayoristas en la intermediación turística, así como su relevancia en la industria.

El podcast contará con la participación de profesionales de reconocido prestigio en el sector de las mayoristas de viaje, quienes compartirán sus experiencias y conocimientos sobre el funcionamiento interno de estas empresas, sus estrategias de negocio, su relación con los proveedores turísticos

y su impacto en la cadena de valor del turismo. Se centrará en proporcionar a los estudiantes una comprensión práctica de la intermediación turística, mostrando cómo se aplican los conceptos teóricos en la vida real. Además de los expertos, incluiremos tips de especialistas en Venta de Servicios Turísticos, ventas, operaciones y credit control, para ofrecer una visión integral de la industria.

También abordará temas clave como las leyes y regulaciones que rigen la actividad de las mayoristas, las diferentes tipologías de mayoristas, su adaptación a los cambios del mercado y las tecnologías utilizadas en la intermediación turística, tema clave y muy importante en la actualidad y que recalcaremos en todo el episodio.

Este proyecto no solo beneficiará a los estudiantes de formación turística, sino que también servirá como una valiosa fuente de información para profesionales del sector y cualquier persona interesada en aprender sobre las dinámicas de la intermediación turística. El formato de podcast, en auge en la actualidad, permitirá que el contenido sea accesible y flexible, llegando a un público amplio y diverso.

El proyecto "IntermediaTur" busca llenar un vacío en la formación turística al ofrecer una visión detallada y práctica del papel de las mayoristas de viaje en la industria. A través del formato innovador de podcast, se espera proporcionar a los estudiantes y profesionales una herramienta educativa efectiva y estimulante, que contribuya a mejorar su comprensión y apreciación de la intermediación turística, que les motive y aumente su comprensión de los conceptos, tipologías y funciones y mejore su preparación para el futuro laboral en el sector turístico, sobre todo, que sepan que tienen muchas más opciones en el sector de las que han estudiado hasta entonces.

2. MARCO TEÓRICO: Innovación en la Educación Turística mediante el uso de Podcasts.

La formación en turismo es esencial para preparar a los futuros profesionales de la industria. Sin embargo, tradicionalmente, ciertos aspectos clave, como la intermediación turística, han recibido menos atención en los programas educativos. En este contexto, surge la necesidad de innovar en la educación turística para garantizar que los estudiantes adquieran una comprensión integral de todos los aspectos de la industria. En este marco, se propone el desarrollo de un podcast educativo centrado en las mayoristas de viaje, con el fin de proporcionar a los estudiantes una visión completa de la intermediación turística y su importancia en la industria.

2.1. Contexto Legal y Curricular

El marco legal y curricular establece las pautas para la educación en turismo en España. El título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos está regulado por el Ministerio de Educación y establece los objetivos y competencias que los estudiantes deben alcanzar (BOE, 2015). Entre estos objetivos se encuentra el desarrollo de habilidades relacionadas con la gestión de servicios turísticos y la comprensión de la intermediación turística como parte integral del proceso de comercialización de productos turísticos. Es fundamental que el currículo refleje la realidad cambiante del mercado turístico y prepare a los estudiantes para enfrentar los desafíos actuales y futuros.

La educación turística en España está regulada por el Ministerio de Educación, que establece los marcos curriculares y los requisitos de formación para los programas educativos relacionados con el turismo. En particular, el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos está sujeto a estas regulaciones, las cuales se detallan en el Boletín Oficial del Estado (BOE).

El currículo de este título profesional está diseñado para proporcionar a los estudiantes las habilidades y competencias necesarias para trabajar en agencias de viajes y en la gestión de eventos. Uno de los objetivos principales del currículo es asegurar que los estudiantes comprendan todos los aspectos del proceso de comercialización de productos turísticos, incluida la intermediación turística.

En este sentido, el currículo aborda la intermediación turística como una parte integral de la cadena de valor del turismo. Se espera que los estudiantes adquieran conocimientos sobre el papel de las mayoristas de viaje y su relación con los proveedores turísticos y las agencias minoristas. Además, el currículo debe reflejar las últimas tendencias y desarrollos en la industria turística, asegurando que los estudiantes estén preparados para enfrentar los desafíos del mercado laboral actual y futuro.

El marco legal también establece los estándares de calidad y los criterios de evaluación para la educación turística. Los programas educativos deben cumplir con estos estándares para garantizar que los estudiantes reciban una formación de alta calidad que los prepare para desempeñarse eficazmente en la industria turística.

2.1.1. Leyes de Educación y Resultados de Aprendizaje

Las leyes educativas, como la Ley Orgánica de Educación, establecen este marco legal del que hablamos, y definen los objetivos y resultados de aprendizaje esperados para cada nivel educativo. En el caso del módulo de Venta de Servicios Turísticos, se espera que los estudiantes adquieran habilidades específicas relacionadas con la intermediación turística y la gestión de servicios turísticos. Estas disposiciones están detalladamente explicadas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, y el Real Decreto 943/2003, de 18 de julio (Gobierno de España, 2003, 2006).

En el contexto de la innovación educativa en el campo del turismo, es fundamental tener en cuenta la legislación que regula la formación profesional y

los estándares de calidad en la educación turística. Estos elementos son cruciales para garantizar que los estudiantes adquieran las habilidades y competencias necesarias para su desarrollo profesional en la industria turística. La normativa turística nacional e internacional también juega un papel vital en la regulación de las actividades de las empresas turísticas y en la garantía de la calidad y seguridad de los servicios ofrecidos, como se establece en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (Gobierno de España, 2002).

Los resultados de aprendizaje son declaraciones claras y específicas que describen lo que los estudiantes deben saber, comprender y ser capaces de hacer al completar un programa educativo. Estos resultados incluyen habilidades técnicas y conocimientos teóricos relacionados con la intermediación turística, así como habilidades transversales como el trabajo en equipo, la comunicación efectiva y la resolución de problemas. Estos aspectos son esenciales para el diseño y la evaluación del programa educativo en turismo y están alineados con los requisitos legales y normativos establecidos por las autoridades educativas y turísticas (Gobierno de España, 2003, 2006; Ley 34/2002).

2.2. Fundamentos de la Educación y Teorías de Aprendizaje

El enfoque constructivista de Piaget y el socioconstructivista de Vygotsky proporcionan fundamentos sólidos para el diseño de estrategias educativas efectivas en turismo. Según Piaget (2015), los estudiantes construyen activamente su conocimiento a través de la interacción con el entorno y la resolución de problemas. Los podcasts ofrecen una oportunidad para este tipo de aprendizaje activo, permitiendo a los estudiantes explorar casos de estudio y escenarios prácticos. Por otro lado, Vygotsky (2012) enfatiza la importancia del aprendizaje social, donde los estudiantes colaboran y construyen conocimientos juntos. Los podcasts pueden facilitar esta interacción al fomentar discusiones y actividades colaborativas.

2.2.1. *Constructivismo de Piaget*

Jean Piaget (1896-1980) fue un psicólogo suizo conocido por su teoría del constructivismo, que enfatiza el papel activo del estudiante en la construcción de su propio conocimiento. Según Piaget, el aprendizaje es un proceso de construcción personal en el que el individuo organiza y adapta la información a través de la interacción con el entorno. Esta teoría sugiere que los estudiantes construyen su comprensión del mundo a través de la exploración y la resolución de problemas.

En el contexto de la educación turística, el constructivismo de Piaget destaca la importancia de proporcionar oportunidades para el aprendizaje activo y experiencial. Los estudiantes deben participar en actividades prácticas y reflexivas que les permitan aplicar los conceptos teóricos en situaciones reales. Los podcasts educativos pueden servir como herramientas efectivas para este tipo de aprendizaje, ya que permiten a los estudiantes explorar casos de estudio y escenarios prácticos de manera autónoma.

2.2.2. *Socioconstructivismo de Vygotsky*

Lev Vygotsky (1896-1934), psicólogo y educador ruso, propuso la teoría del socioconstructivismo, que enfatiza el papel del entorno social en el aprendizaje. Según Vygotsky, el aprendizaje es un proceso social en el que los individuos construyen conocimiento a través de la interacción con otros y la participación en actividades colaborativas. Esta teoría sugiere que el aprendizaje es más efectivo cuando los estudiantes trabajan juntos para resolver problemas y construir comprensión.

En el contexto de la educación turística, el socioconstructivismo de Vygotsky resalta la importancia de fomentar la colaboración y el intercambio de ideas entre los estudiantes. Los podcasts educativos pueden facilitar esta interacción al proporcionar un medio para que los estudiantes discutan y analicen conceptos turísticos de manera conjunta. Además, los podcasts pueden incluir entrevistas con expertos de la industria y ejemplos de buenas prácticas, lo que permite a los

estudiantes aprender de las experiencias de otros y aplicar ese conocimiento en su propio aprendizaje.

Para resumir, los fundamentos de la educación y las teorías de aprendizaje proporcionan un marco teórico sólido para el diseño de estrategias educativas efectivas en turismo. Tanto el constructivismo de Piaget como el socioconstructivismo de Vygotsky enfatizan la importancia del aprendizaje activo, experiencial y social en el proceso educativo. Los podcasts educativos pueden aprovechar estos principios para proporcionar a los estudiantes una experiencia de aprendizaje enriquecedora y significativa en el campo de la educación turística.

2.3. Intermediación Turística: Importancia y Desafíos

La intermediación turística, ejercida principalmente por mayoristas de viaje, desempeña un papel fundamental en la cadena de valor del turismo. Estas empresas actúan como intermediarias entre proveedores y agencias minoristas, facilitando la distribución de productos turísticos. Sin embargo, la digitalización y otros cambios en el mercado han planteado nuevos desafíos para la intermediación. Gretzel et al. (2015) señalan la necesidad de adaptación de las mayoristas a las tecnologías emergentes para mantener su relevancia en la industria turística.

La intermediación turística ofrece numerosos beneficios tanto para los proveedores como para los consumidores. Para los proveedores, las empresas mayoristas representan canales efectivos de distribución, permitiendo llegar a un público más amplio y diverso a través de acuerdos y alianzas estratégicas. Además, las mayoristas pueden negociar tarifas preferenciales y condiciones contractuales ventajosas en nombre de los proveedores. Por otro lado, para los consumidores, la intermediación turística proporciona acceso a una amplia gama de productos y servicios turísticos, así como la comodidad de encontrar todo lo necesario para su viaje en un solo lugar. Además, las empresas mayoristas suelen ofrecer paquetes turísticos completos que incluyen alojamiento,

transporte y actividades, simplificando el proceso de planificación y reserva para los viajeros.

A pesar de su importancia, la intermediación turística enfrenta varios desafíos en el entorno actual. Uno de los principales desafíos es la digitalización y el cambio en los hábitos de compra de los consumidores. Con el crecimiento del comercio electrónico y la popularidad de los sitios de reservas en línea, los consumidores tienen más opciones y pueden buscar directamente productos y servicios turísticos sin la necesidad de intermediarios tradicionales. Además, la competencia en el mercado de la intermediación turística es cada vez más intensa, con la proliferación de nuevas empresas y modelos de negocio. Las mayoristas de viaje deben adaptarse a estos cambios y desarrollar estrategias innovadoras para mantener su relevancia en la industria. Esto incluye la adopción de tecnologías emergentes, la diferenciación de productos y servicios, y la mejora de la experiencia del cliente.

La intermediación turística desempeña un papel crucial en la industria del turismo al facilitar la conexión entre proveedores y consumidores. Sin embargo, enfrenta desafíos significativos en un entorno cambiante, que requieren adaptación y estrategias innovadoras para mantener su relevancia y competitividad en el mercado. Los podcasts educativos pueden proporcionar a los estudiantes una comprensión profunda de estos desafíos y las estrategias para abordarlos, preparándolos para enfrentar los desafíos del mundo laboral en la industria turística. Además es crucial reconocer la importancia de la tecnología para cualquier empresa de intermediación, ya que su rapidez en la respuesta o en mostrar sus servicios, puede determinar su venta.

2.4. Innovación en la Educación Turística: El Papel de los Podcasts

El uso de podcasts en la educación turística representa una innovación significativa. Fernández-Cruz y Fernández-Díaz (2016) destacan los beneficios educativos de los podcasts, incluyendo su capacidad para mejorar la motivación y la retención de la información. Ellos exploran cómo los podcasts pueden mejorar la motivación y la retención de la información en el proceso de

enseñanza y aprendizaje, lo que resulta especialmente valioso para disciplinas aplicadas como el turismo. Adicionalmente, González y Carrero (2017) apoyan la idea de que los podcasts facilitan el aprendizaje autónomo, ofreciendo a los estudiantes una forma accesible y flexible de interactuar con el contenido educativo. Estos hallazgos están en línea con otros estudios como el de Hew (2009) que apoyan la idea de que los podcasts facilitan el aprendizaje autónomo, ofreciendo a los estudiantes una forma accesible y flexible de interactuar con el contenido educativo, lo que los hace especialmente adecuados para la enseñanza en turismo.

Los podcasts ofrecen una serie de beneficios educativos que los hacen especialmente adecuados para la educación turística. Son accesibles y flexibles, permitiendo a los estudiantes acceder al contenido en cualquier momento y lugar a través de dispositivos móviles. Esta flexibilidad facilita el aprendizaje autónomo y la personalización del ritmo de estudio de cada estudiante. Según Popova y Edirisingha (2010), los podcasts también pueden mejorar la motivación y la participación de los estudiantes al ofrecer un formato de presentación dinámico y atractivo. La combinación de audio, música y entrevistas puede captar la atención de los estudiantes y hacer que el aprendizaje sea más agradable y significativo.

En el contexto de la educación turística, los podcasts pueden utilizarse para una variedad de propósitos, incluida la presentación de conceptos teóricos, el análisis de casos de estudio y la discusión de tendencias y desarrollos en la industria. Los podcasts pueden incluir entrevistas con expertos de la industria, testimonios de profesionales y ejemplos prácticos de situaciones reales, lo que permite a los estudiantes obtener una comprensión más completa y práctica de los temas tratados. Además, como señalan Kay and Kletskin (2012), los podcasts pueden ser una herramienta efectiva para fomentar la colaboración y el intercambio de ideas entre los estudiantes. Los episodios de podcast pueden incluir actividades interactivas, como debates y discusiones grupales, que promuevan el pensamiento crítico y el trabajo en equipo.

A medida que la tecnología continúa avanzando, es probable que los podcasts jueguen un papel aún más importante en la educación turística. La

realidad virtual y la realidad aumentada pueden integrarse con los podcasts para ofrecer experiencias de aprendizaje inmersivas y envolventes. Además, la inteligencia artificial y el aprendizaje automático pueden utilizarse para personalizar el contenido de los podcasts según las necesidades individuales de cada estudiante.

Los podcasts representan una innovación emocionante en la educación turística, ofreciendo una forma accesible, flexible y atractiva de presentar contenido educativo. Al aprovechar el poder de los podcasts, los educadores pueden enriquecer el proceso de enseñanza y aprendizaje en turismo y preparar a los estudiantes para tener éxito en la industria.

Para Solano Fernández, I. M., & Sanchez Vera, M. M. (2010) el podcast educativo podría definirse como un medio didáctico que supone la existencia de un archivo sonoro con contenidos educativos y que ha sido creado a partir de un proceso de planificación didáctica. Puede ser elaborado por un docente, por un alumno, por una empresa o institución.

2.5. Implementación y Desarrollo del Podcast “IntermediatTur”

El podcast "IntermediaTur" tiene como objetivo facilitar el aprendizaje colaborativo en la educación superior mediante la producción de contenidos por parte de estudiantes de antropología y turismo. Isabel González Enríquez y su equipo (2023) analizan la experiencia didáctica con estudiantes de la Universidad Complutense de Madrid, destacando cómo la producción de podcasts puede desarrollar competencias curriculares y motivar a los estudiantes en su proceso de aprendizaje.

El proceso de implementación del podcast incluye la planificación y desarrollo de contenido que los estudiantes gestionan activamente, lo que les permite adquirir competencias digitales y mejorar su autonomía y habilidades organizativas. La experiencia de estos estudiantes, documentada mediante observación participante y cuestionarios, muestra un incremento en la

motivación y la implicación en su aprendizaje, facilitando la comprensión teórica mediante la práctica aplicada (González Enríquez et al., 2023).

2.5.1. El Impacto de la Educación Digital en España: Avances y Desafíos Durante el Confinamiento

La educación digital ha jugado un papel crucial en la respuesta educativa durante el confinamiento por COVID-19, destacando la importancia de la alfabetización digital como una competencia esencial en el siglo XXI. En España, las instituciones de educación superior han tenido que adaptarse rápidamente a los cambios disruptivos causados por la pandemia, implementando diversas estrategias para garantizar la continuidad del aprendizaje.

Una investigación realizada por Rodríguez-de-Dios, I., Iglesias-Sánchez, y Jambrino-Maldonado, (2021) explora cómo la alfabetización digital se ha convertido en la base para la ciudadanía efectiva y eficiente, integrando un conjunto de habilidades y competencias que se esperan garantizar en la educación superior. Esta adaptación no solo fue una respuesta inmediata a la pandemia, sino que también ha sentado las bases para una transformación digital más extensa dentro del sistema educativo español (Rodríguez de Dios, Iglesias-Sánchez, y Jambrino-Maldonado, 2021). Además, se ha identificado un desafío clave: la brecha digital. Esta brecha se ha manifestado no solo en el acceso a tecnologías digitales, sino también en las capacidades de estudiantes y profesores para utilizar estas herramientas de manera efectiva. Un estudio de Política Educativa de la OCDE destaca que el programa "Educa en Digital" lanzado en España apunta a acelerar la transformación digital del sistema educativo y responder a las desigualdades en el acceso a las tecnologías digitales reveladas en las primeras etapas de la pandemia (OCDE, 2021).

2.6. Impacto Potencial del Podcast en la Educación Turística

El podcast "IntermediaTur" tiene un potencial significativo para revolucionar la educación turística al proporcionar una comprensión profunda y práctica de la intermediación turística, una habilidad crucial en la formación turística moderna. Este enfoque enriquece el aprendizaje mediante la integración de conocimientos y experiencias compartidas por expertos de la industria, quienes desempeñan un papel esencial en la formación de los estudiantes para enfrentar los desafíos del mercado laboral actual (García-Valcárcel y Tejedor, 2016).

García-Valcárcel y Tejedor (2016), han argumentado que la innovación educativa a través de las TIC potencia el aprendizaje colaborativo, permitiendo así que los estudiantes no solo adquieran conocimientos técnicos, sino que también desarrollen habilidades esenciales para el trabajo en equipo y la comunicación efectiva. La promoción de la colaboración entre estudiantes, profesores y profesionales del sector es crucial. Esto se facilita mediante el uso de medios innovadores como los podcasts, que también incluyen actividades interactivas como debates y discusiones grupales, fomentando el aprendizaje experiencial a través de pasantías y proyectos de investigación aplicada, proporcionando a los estudiantes experiencias prácticas valiosas. Estos aspectos son fundamentales en la formación profesional en turismo, donde la capacidad de interactuar y colaborar con diversos agentes es clave.

La relevancia de la innovación educativa en turismo se destaca aún más debido a la constante evolución de la industria, impulsada por cambios tecnológicos, económicos y sociales. La adaptación de los programas educativos a estas nuevas demandas, como el uso de tecnologías emergentes y la gestión sostenible del turismo, es fundamental para mantener la alineación con las tendencias del mercado.

Escobar (2018) explora la integración de podcasts en el aula de inglés como lengua extranjera, proporcionando un caso de estudio detallado que demuestra su efectividad en la mejora de las habilidades auditivas y comunicativas de los estudiantes en el nivel de educación secundaria. Este estudio se encuentra en el "Complutense Journal of English Studies", donde se

detalla cómo los podcasts pueden servir como una herramienta valiosa para el aprendizaje autónomo y efectivo. O'Dowd (2018), discute cómo el intercambio virtual y la colaboración en línea, incluido el uso de podcasts, pueden ser implementados efectivamente en la educación superior para mejorar la interacción cultural y lingüística entre estudiantes de diferentes países.

Los podcasts, como herramienta de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), permiten un enfoque pedagógico que no solo mejora la interacción educativa sino que también promueve una mayor participación y motivación entre los estudiantes (Sáez, 2012). Esta metodología apoya el desarrollo de habilidades cognitivas y socioemocionales, tales como el pensamiento crítico, la resolución de problemas y la creatividad, que son esenciales para que los estudiantes puedan analizar críticamente la información, evaluar diversas perspectivas y generar soluciones innovadoras a los desafíos del sector turístico. En el contexto de la formación profesional en turismo, el empleo de herramientas tecnológicas, como los podcasts, se destaca como un recurso pedagógico que puede enriquecer significativamente el proceso de aprendizaje. De acuerdo con Sáez (2012), las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ejercen un impacto considerable en los resultados educativos, facilitando un aprendizaje más interactivo y adaptado a las necesidades contemporáneas de los estudiantes. En su estudio, Sáez López examina cómo estas tecnologías mejoran los procesos de aprendizaje en la educación primaria, aunque los hallazgos son extrapolables a otros niveles educativos, incluida la formación profesional. Este enfoque es especialmente relevante en la formación turística, donde la capacidad de aplicar conocimientos teóricos en contextos prácticos es crucial. Los podcasts, como herramienta de las TIC, permiten a los estudiantes explorar diversos escenarios turísticos y casos de estudio en un formato accesible y flexible, facilitando así una comprensión más profunda de los conceptos teóricos.

La integración de podcasts en la educación turística, como "IntermediaTur", representa una innovación educativa que no solo cumple con los requisitos académicos y profesionales actuales, sino que también prepara a los estudiantes para tener éxito en una industria turística global y en constante cambio. Estas iniciativas están perfectamente alineadas con las necesidades

contemporáneas de los estudiantes y los requisitos del mercado, asegurando que la educación en turismo sea relevante, práctica y de vanguardia. Este enfoque integrado asegura que la formación en turismo no solo sea efectiva, sino también adaptativa y proactiva ante los cambios en la industria global.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

Implementar un podcast educativo que aborde los conceptos fundamentales de la intermediación turística, así como las diferentes áreas relacionadas, con la participación de expertos del sector, como herramienta de aprendizaje para los estudiantes del módulo de Venta de Servicios Turísticos.

3.2. Objetivos Específicos

1. Investigar y analizar los conceptos clave de la intermediación turística, incluyendo los tipos y sus funciones.
2. Crear y producir episodios de podcast que cubran aspectos específicos de la intermediación turística.
3. Enriquecer y facilitar el aprendizaje dándole a los alumnos una visión integral y práctica de la industria turística con la participación de los especialistas invitados.
4. Evaluar la efectividad del podcast como herramienta educativa para mejorar la comprensión de los alumnos sobre la intermediación turística y su preparación para el mundo laboral y proponer recomendaciones para el desarrollo y mejora continua del mismo, así como sugerencias para su integración en el plan de estudios de formación profesional en turismo.

4. METODOLOGÍA

Para alcanzar los objetivos establecidos en el proyecto "IntermediaTur", se ha diseñado una metodología detallada que se extiende a lo largo de tres semanas. Durante este período, se llevarán a cabo diversas actividades destinadas a abordar los temas relevantes para la producción del podcast, invitar a expertos en el campo de la intermediación turística, grabar y producir los episodios del podcast, y finalmente, analizar y sacar conclusiones sobre el proceso.

En este proyecto, se enfatizará en una metodología interdisciplinaria y colaborativa. Aprovecharemos la diversidad de temas que abarca la intermediación turística para integrar conocimientos de diversas áreas, como atención al cliente, tecnología, derecho y gestión empresarial. Además, promoveremos el trabajo en equipo entre los estudiantes, quienes colaborarán en la planificación, producción y análisis del podcast. Se formarán cuatro grupos de tres alumnos en una clase de doce alumnos. Cada grupo se encargará de una actividad, aunque todos participarán en cada una de ellas.

Desarrollo de la metodología

Primera Semana: Preparación y Planificación:

SESIÓN 1

Actividad 1: Introducción.

- El primer paso será una sesión introductoria para contextualizar el proyecto y establecer los objetivos.

Actividad 2: Teoría.

- En el transcurso de esta sesión, se proporcionará información teórica sobre el papel de las mayoristas de viaje, sus funciones, procesos de venta, tecnologías necesarias y salidas profesionales. Esta teoría les permitirá adquirir conocimientos sobre la intermediación turística y todos los temas que abordaremos en las sesiones del podcast, y sentará las bases para el desarrollo posterior del proyecto.

- **SESIÓN 2**

Actividad 1: Investigación y preparación.

- Para la producción del podcast, los estudiantes trabajarán en los equipos asignados, asumiendo todos los distintos roles necesarios: Investigadores, entrevistadores, productores y editores. Todos los equipos harán todas las actividades. En esta actividad se promoverá la práctica del aula inversa para la investigación y la creatividad en la selección de temas y la preparación de las entrevistas. Cada equipo tendrá asignado uno de los temas de las sesiones del podcast, y se centrarán en investigar y preparar su tema. Además, se facilitará el acceso a recursos tecnológicos y de producción audiovisual para garantizar la calidad del contenido. Una vez tengan toda la información, se pondrá en común con el resto de los grupos y se seleccionarán las preguntas más acertadas, así como los expertos, entre todos los componentes de los distintos grupos.

Actividad 2: Contacto.

- Durante esta sesión se contactará a expertos del sector seleccionados previamente en la actividad anterior para invitarlos a participar en el podcast. Cada grupo contactará al experto de su tema.

- **SESIÓN 3**

Actividad 1: Grabación del primer episodio del podcast. Grupo 1.

- En la tercera sesión, por fin se empezará la grabación de nuestro podcast. Será el primer episodio y se centrará en los roles y funciones de algunos puestos de trabajo más importantes trabajadores en las mayoristas de viaje. Cada uno de los miembros del grupo se repartirá una tarea: Moderador, entrevistador y animador con sección especial.

Segunda Semana: Grabación y Producción:

- **SESIÓN 4**

Actividad 1: Segundo episodio del podcast. Grupo 2.

- La segunda semana estará dedicada principalmente a la grabación de los episodios restantes del podcast. En esta sesión se grabará y producirá el episodio sobre la importancia de la tecnología en el turismo. Cada uno de los miembros del grupo se repartirá una tarea: Moderador, entrevistador y animador con sección especial.

- **SESIÓN 5**

Actividad 1: Tercer episodio del podcast. Grupo 3.

- En la quinta sesión tendremos el honor de escuchar y debatir sobre temas financieros y legales en nuestro tercer episodio del podcast. Cada uno de los miembros del grupo se repartirá una tarea: Moderador, entrevistador y animador con sección especial.

- **SESIÓN 6**

Actividad 1: Cuarto episodio del podcast. Grupo 4.

- La sexta sesión se centrará en hablar del futuro. ¿Qué nos espera? ¿Hacia dónde nos dirigimos? Cada uno de los miembros del grupo se repartirá una tarea: Moderador, entrevistador y animador con sección especial.

Tercera Semana: Evaluación y Conclusiones:**- SESIÓN 7**

Actividad 1: Producción del podcast.

- La séptima sesión se centrará en la producción y edición de los episodios grabados, asegurando la calidad y coherencia del contenido. Cada grupo se encargará de producir y editar su episodio.

Actividad 2: Promoción.

- También se realizará la subida y promoción del podcast en plataformas de podcast populares, garantizando su alcance y visibilidad y crearemos una cuenta en las principales redes sociales para promocionar el podcast. Igualmente, esta actividad también realizará cada grupo su promoción.

- SESIÓN 8

Actividad 1: Análisis y conclusiones.

- Finalmente, en la octava y última sesión, se realizará un análisis detallado de los episodios del podcast, evaluando el proceso de producción y extrayendo conclusiones finales sobre el proyecto. Se hará mediante asamblea en la clase compartiendo en conjunto.

Esta metodología proporciona una estructura clara y detallada para la implementación del proyecto "IntermediaTur", garantizando el logro de los objetivos propuestos y promoviendo un aprendizaje significativo y colaborativo para el módulo de Venta de Servicios Turísticos.

4.1. Contenidos

Durante las sesiones de grabación del podcast, se abordarán diversos temas relevantes para la intermediación turística. Cada episodio contará con la participación de expertos del sector, proporcionando una perspectiva integral y enriquecedora sobre la industria del turismo. Sobre todo me interesa que los alumnos conozcan de primera mano el funcionamiento de una mayorista de viajes. A continuación, se detallan los temas y los invitados previstos para cada episodio:

4.1.1. *Episodio 1: Los imprescindibles*

En este episodio hablaremos e invitaremos a profesionales del sector del turismo, concretamente de las agencias mayoristas. Estos profesionales pertenecen a departamentos imprescindibles en estas empresas. El éxito de estas empresas está directamente relacionado con la labor realizada en estos departamentos.

Los invitados son:

- **Operations manager o Customer service manager de una mayorista de viajes:**

Son los encargados de atender al cliente antes, durante y después del proceso de la reserva. Se encargan de gestionar cualquier asunto relacionado con las reservas, incluido la venta de la misma, modificación, overbooking, reclamación o emergencia en destino. El invitado podrá contarnos de forma simplificada su labor, hablarnos de su equipo y comentar su SLA con sus clientes y proveedores. Una pregunta imprescindible será que cuente alguna anécdota imposible de olvidar.

- **Sales Manager/Account Manager de una mayorista:**

El Sales Manager de una agencia mayorista es un profesional clave en la organización. Su principal responsabilidad es liderar y supervisar el equipo de ventas para garantizar el cumplimiento de los objetivos comerciales y la maximización de los ingresos. Desarrolla y ejecuta estrategias de ventas efectivas para alcanzar los targets (objetivos económicos) de la empresa. También es el encargado de establecer y mantener relaciones sólidas con clientes existentes y potenciales. Realizan análisis de mercado y seguimiento de la competencia para identificar oportunidades de negocio y tendencias del mercado que puedan influir en la estrategia de ventas de la empresa. Es muy importante escuchar sus funciones y conocer alguna de sus estrategias más usadas para vender.

- **Contratador hotelero:**

El contratador se encarga de establecer acuerdos comerciales con los hoteles u otros servicios turísticos. Sus negociaciones son muy importantes, ya que en función de ella, su empresa se diferenciará de la competencia. Mantiene relaciones sólidas con los proveedores y analiza el mercado para saber identificar oportunidades. La pregunta estrella a este invitado será sobre los BRGs, temidos por todos los contratadores.

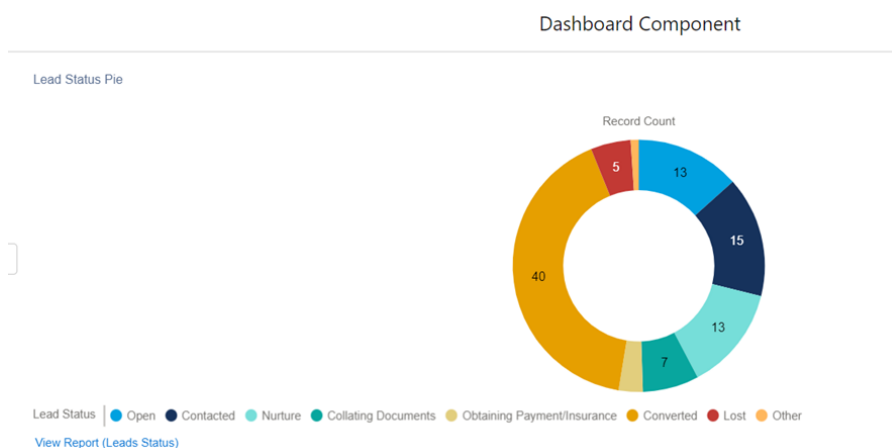


Figura 1. Dashboard Sales Manager

4.1.2. *Episodio 2: La gran fuerza.*

Importante episodio para abarcar un tema actual: La tecnología. La tecnología no es solo una herramienta en la industria turística, es el cimiento sobre el que se construyen las relaciones con los clientes, la eficiencia operativa y la competitividad en un mercado globalizado. Las agencias mayoristas y los tour operadores que reconocen y priorizan la importancia de la tecnología están mejor posicionados para prosperar en un entorno empresarial en constante cambio y para satisfacer las demandas cada vez mayores de los clientes actuales. Hoy en día en turismo tienes que saber qué es un XML, un CRM o un Channel Manager.

Los invitados son:

- **Project Manager de una solución tecnológica de turismo:**

El Project Manager (PM) de una solución tecnológica de turismo es responsable de liderar y coordinar todas las actividades relacionadas con el desarrollo, implementación y mantenimiento de la solución tecnológica. Su papel es fundamental para garantizar que el proyecto se complete con éxito, dentro del presupuesto y en el plazo establecido. Suelen ser el principal punto de contacto de los clientes y socios comerciales. Es esencial que explique y detalle sus funciones, así como su importancia.

- **Connectivity Manager en una agencia mayorista:**

Es el responsable de gestionar y optimizar la conectividad tecnológica entre la empresa y sus diversos proveedores y socios, como hoteles, aerolíneas, empresas de alquiler de coches, proveedores de excursiones y otros servicios turísticos. Su función principal es garantizar que la empresa tenga acceso eficiente a la disponibilidad de productos y tarifas de estos proveedores, así como facilitar la distribución de sus propios productos a través de canales de venta diversos. Se encarga de establecer y mantener conexiones técnicas (APIs, XML, etc.) con los sistemas de los proveedores y hoteles para intercambiar información sobre disponibilidad, precios, reservas y otras transacciones

relacionadas con los servicios turísticos. Una pregunta clave sería saber sobre los Channel Managers.

- **CEO de una empresa líder en soluciones tecnológicas para la intermediación turística:**

El CEO es el máximo responsable ejecutivo y líder estratégico de la organización. Su función principal es dirigir y supervisar todas las operaciones de la empresa, estableciendo la visión, misión y objetivos de la compañía para impulsar su crecimiento y éxito en el mercado de la intermediación turística. El CEO se encarga de tomar decisiones clave relacionadas con la dirección estratégica, la innovación tecnológica, el desarrollo de productos, la expansión comercial, la gestión de recursos humanos y financieros, así como el establecimiento de alianzas estratégicas con socios clave en la industria turística. Además, el CEO representa a la empresa ante clientes, inversores, socios comerciales y otras partes interesadas, y se asegura de mantener una comunicación efectiva y relaciones sólidas con todas las partes involucradas. Su liderazgo es fundamental para impulsar el crecimiento y la competitividad de la empresa en un mercado dinámico y en constante evolución como el de la intermediación turística. Las preguntas girarán en torno a la innovación.



Figura 2. Compañías tecnológicas para el turismo en España.

4.1.3. Episodio 3: ¿Y ahora quién paga todo esto? ¡Necesito asesor legal!

El departamento financiero de una mayorista de viaje se encarga de gestionar todos los aspectos relacionados con las finanzas de la empresa, incluyendo la contabilidad, el presupuesto, la planificación financiera, la gestión de riesgos y el control de costos. Su objetivo principal es garantizar la salud financiera y la viabilidad económica de la empresa, así como maximizar la rentabilidad y el rendimiento financiero. Por otro lado, el departamento legal se encarga de asegurar que la empresa cumpla con todas las leyes y regulaciones aplicables en el ámbito jurídico, tanto a nivel nacional como internacional. Además, se encarga de gestionar los contratos, litigios, negociaciones y cualquier otro aspecto legal que pueda afectar a la empresa. Su objetivo principal es proteger los intereses legales y comerciales de la empresa, minimizando los riesgos legales y asegurando el cumplimiento de las normativas vigentes.

Los invitados son:

- **Credit control Manager:**

El credit control Manager juega un papel crucial en la gestión financiera de la empresa, garantizando la solidez de su flujo de efectivo y minimizando los riesgos asociados al crédito. Son los encargados de cobrar y pagar, así como de informar los riesgos de alguna contratación. Por curiosidad podrían preguntarle cuánto ha obtenido como máximo de crédito por algún cliente, y cuánto le han debido.

- **Legal Manager:**

El Legal Manager garantiza que la empresa opere dentro del marco legal, minimizando los riesgos legales y protegiendo los intereses de la organización. Asesora, gestiona contratos y resuelve conflictos. Por supuesto una de las preguntas será que detalle algún conflicto y su solución.

4.1.4. Episodio 4: Futuro. Hacia dónde vamos.

Los invitados son:

- **Director de hotel:**

Es muy importante conocer la visión del proveedor. Qué papel juega y cómo colabora con las distintas empresas de intermediación. Cuáles son sus estrategias y cómo seleccionan a las mayoristas con las que quieren trabajar. Esta entrevista tendrá mucha importancia porque se hará junto al siguiente invitado, ambos estarán en las respectivas entrevistas aportando valor. Compartirán su visión sobre el futuro de la industria turística. Nos brindarán información invaluable sobre las tendencias emergentes, los desafíos anticipados y las oportunidades que nos aguardan en el horizonte. Será una oportunidad única para obtener perspectivas de primera mano de dos líderes destacados en el campo, que nos ayudarán a comprender y prepararnos para los cambios venideros en el sector.

- **CEO de una mayorista:**

La guinda del pastel. El CEO (Chief Executive Officer) de una agencia mayorista es el máximo responsable ejecutivo de la empresa. Define la visión, misión y estrategias de la empresa, estableciendo objetivos y tomando decisiones clave para alcanzarlos. Supervisa y coordina las actividades de los directores y toma decisiones cruciales para el desarrollo y el éxito del negocio, evaluando riesgos y oportunidades de mercado, y ajustando la estrategia según sea necesario. Es la cara de la empresa. Una de las preguntas irá dirigida a sus inicios y a su gestión. Importante escuchar sobre rentabilidad, márgenes, overrides, y futuro.

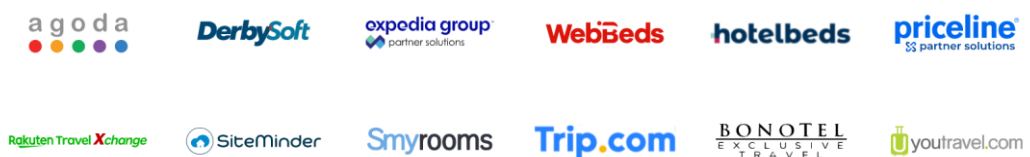




Figura 3. Worldwide bedbanks

La última sesión del proyecto estará dedicada a analizar los episodios del podcast, evaluando tanto su contenido como el proceso de producción. Se revisarán las contribuciones de cada invitado, la calidad técnica del podcast y la eficacia en la transmisión de información relevante sobre la intermediación turística. Además, se extraerán conclusiones sobre los aprendizajes obtenidos, las experiencias compartidas por los invitados y las posibles áreas de mejora para futuros proyectos similares.

4.2. Temporalización y actividades

El proyecto "IntermediaTur" se desarrollará a lo largo de tres semanas, distribuyendo las actividades de manera equilibrada para garantizar el logro de

los objetivos propuestos. A continuación, se detalla el cronograma y la temporalización de las sesiones:

SESIÓN	ACTIVIDAD	OE	TIEMPO (minutos)
Sesión 1	Actividad 1.1 Introducción	OE 1	30
	Actividad 1.2 Teoría	OE 1	90
Sesión 2	Actividad 2.1 Investigación y preparación	OE 1	120
	Actividad 2.2 Contacto	OE 1	30
SESIONES DE GRABACIÓN DEL PODCAST			
Sesión 3	Actividad 3.1 Primer episodio	OE 2/OE 3	60
Sesión 4	Actividad 4.1 Segundo episodio	OE 2/OE 3	60
Sesión 5	Actividad 5.1 Tercer episodio	OE 2/OE 3	60
Sesión 6	Actividad 6.1 Cuarto episodio	OE 2/OE 3	60
FIN DE SESIONES DE GRABACIÓN DEL PODCAST			
Sesión 7	Actividad 7.1 Producción	OE 2	90
	Actividad 7.2 Promoción	OE 2	60
Sesión 8	Actividad 8.1 Análisis y conclusiones	OE 4	90

4.3. Recursos

Durante la implementación de la metodología, se hará uso de diversos recursos materiales para garantizar el éxito del proyecto:

- Equipos de grabación de audio y software de edición para la producción del podcast.
- Material educativo sobre intermediación turística y tecnologías en el turismo para contextualizar los episodios del podcast.
- Plataformas de podcast para la publicación y distribución del contenido generado.

Los recursos personales necesarios para nuestras actividades serán:

- El/la tutor/a, los propios alumnos de cada aula y además, se contará con la colaboración de expertos del sector turístico, quienes contribuirán como invitados en los episodios del podcast.

Los recursos espaciales serán los distintos espacios del centro educativo:

- El aula y el taller de radio para poder grabar el podcast.
- En el aula de informática se producirá y editará cada episodio.

La evaluación del proyecto se llevará a cabo de manera continua, mediante la observación del desempeño de los estudiantes durante las sesiones y la revisión del contenido producido. Se realizarán sesiones de retroalimentación para identificar áreas de mejora y ajustar el desarrollo del proyecto según sea necesario. Al finalizar el proyecto, se realizará una evaluación final para medir el logro de los objetivos propuestos y recopilar feedback para futuras implementaciones.

La metodología propuesta proporciona una estructura detallada y efectiva para la realización de nuestro proyecto "IntermediaTur", permitiendo alcanzar los objetivos establecidos y promoviendo el aprendizaje significativo sobre la intermediación turística. La combinación de actividades prácticas, la participación de expertos del sector y el uso de recursos tecnológicos contribuirá a enriquecer la experiencia educativa y fomentar la innovación en el ámbito docente.

5. EVALUACIÓN

Para la evaluación del proyecto he realizado un plan de evaluación detallado para que mida el cumplimiento de los objetivos y la adecuación metodológica de la propuesta. A continuación se muestra la estructura de evaluación:

5.1. Objetivos de la Evaluación

Objetivo General: Evaluar la eficacia del uso de podcasts como herramienta educativa en la formación turística.

Objetivos Específicos:

1. Determinar si los podcasts han mejorado la comprensión de los estudiantes sobre la intermediación turística.
2. Evaluar el nivel de participación activa y motivación de los estudiantes con el contenido del podcast.
3. Medir la eficacia metodológica del uso de podcasts en comparación con métodos de enseñanza tradicionales.

5.2. Criterios de Evaluación

- Cumplimiento de objetivos de aprendizaje: Medir la comprensión y retención de conocimientos específicos impartidos a través del podcast.
- Participación activa estudiantil: Evaluar el grado de interacción y respuesta activa de los estudiantes hacia los podcasts.
- Satisfacción estudiantil: Determinar la percepción de los estudiantes sobre la utilidad y accesibilidad de los podcasts como herramienta de aprendizaje.
- Comparación metodológica: Comparar los resultados de aprendizaje obtenidos a través del podcast con aquellos obtenidos a través de métodos tradicionales.

5.3. Instrumentos de Evaluación

- Encuestas: Diseñar encuestas específicas para recoger feedback directo de los estudiantes sobre su experiencia de aprendizaje con los podcasts.
- Entrevistas: Realizar entrevistas semi-estructuradas con una muestra de estudiantes y profesores para obtener comentarios cualitativos sobre la efectividad de los podcasts.
- Tests de conocimiento: Aplicar tests antes y después de la implementación del podcast para medir la adquisición de conocimientos.
- Observación: Observar y registrar las interacciones de los estudiantes durante las sesiones de escucha del podcast para evaluar la participación activa de los mismos.

5.4. Plan de Evaluación

Objetivo Específico	Criterio de Evaluación	Instrumento de Evaluación
Mejora de la comprensión	Cumplimiento de objetivos de aprendizaje	Tests de conocimiento antes y después
Participación y motivación	Participación activa estudiantil	Observación durante las sesiones
Percepción de utilidad	Satisfacción estudiantil	Encuestas post-intervención
Eficacia metodológica	Comparación metodológica	Comparativa de resultados de tests con métodos tradicionales

5.5. Proceso de Evaluación

- Preparación: Diseño y validación de los instrumentos de evaluación.
- Implementación: Aplicación de los instrumentos durante y después de la ejecución del podcast.
- Análisis de Datos: Procesamiento y análisis de los datos recogidos para evaluar el cumplimiento de cada objetivo.
- Reporte: Redacción de un informe detallado con los resultados de la evaluación, discusión sobre la eficacia del podcast y recomendaciones para futuras implementaciones.

5.6. Validez

Por otro lado, con el fin de evidenciar la validez del propio diseño del proyecto:

Elemento de evaluación	Criterios de evaluación	Instrumento de evaluación
Diseño del contenido del podcast	Alineación con los objetivos de aprendizaje del curso	Revisión de contenido por expertos en educación
Adecuación de la tecnología utilizada	Compatibilidad, accesibilidad y facilidad de uso	Encuestas a estudiantes y análisis técnico
Metodología de implementación	Efectividad en la entrega del contenido y participación activa	Observaciones de clases y feedback de estudiantes
Impacto en el aprendizaje	Mejora en la comprensión y retención de conocimientos	Pre-test y post-test de conocimiento
Satisfacción del estudiante	Grado de satisfacción y utilidad percibida del podcast	Encuestas de satisfacción estudiantil
Viabilidad económica	Coste de producción y mantenimiento frente a beneficios	Análisis de costo-beneficio

La tabla propuesta para evaluar la validez del diseño del proyecto sobre el uso de podcasts en la educación turística proporciona un marco estructurado para asegurar que todos los aspectos del proyecto estén alineados con los objetivos educativos y sean técnicamente y metodológicamente sólidos.

A continuación, detallo la importancia de cada elemento en la tabla:

5.6.1. Diseño del Contenido del Podcast

Evaluar la alineación del contenido con los objetivos educativos es crucial. La revisión por expertos en educación asegura que el contenido sea relevante y pedagógicamente apropiado. Este paso es fundamental para garantizar que los podcasts no solo sean interesantes, sino que también cumplan con los requisitos educativos y faciliten el aprendizaje efectivo.

5.6.2. Adecuación de la Tecnología Utilizada

Comprobar que la tecnología es accesible y fácil de usar por los estudiantes es vital para el éxito del proyecto. Las encuestas a estudiantes y el análisis técnico ayudan a identificar posibles barreras tecnológicas que podrían impedir el acceso al material educativo, asegurando que todos los estudiantes puedan beneficiarse del mismo.

5.6.3. Metodología de Implementación

Este elemento verifica que la metodología utilizada para implementar los podcasts fomente efectivamente la participación activa y la entrega efectiva del contenido. Observar las clases y recopilar feedback de los estudiantes permite ajustes en tiempo real y asegura que la metodología sea la más adecuada para el grupo objetivo.

5.6.4. Impacto en el Aprendizaje

Medir la mejora en la comprensión y retención del conocimiento es esencial para evaluar la efectividad del podcast como herramienta educativa. Utilizar pre-tests y post-tests permite cuantificar el aprendizaje que ha tenido lugar, proporcionando una medida objetiva del impacto educativo del podcast.

5.6.5. Satisfacción en el Estudiante

La satisfacción del estudiante es un indicador clave del éxito del proyecto. Las encuestas de satisfacción recogen percepciones y opiniones de los estudiantes sobre la utilidad y la calidad del podcast, ofreciendo conclusiones en directo sobre su experiencia de aprendizaje.

5.6.6. Viabilidad Económica

Elemento	Coste Estimado (€)	Descripción del Costo	Viabilidad
Equipo de grabación	Solicitados al aula de Imagen y Sonido	Micrófonos y auriculares de calidad media	Alta
Software de edición	0 - 50	Dependiendo si se utiliza software de pago o gratuito	Alta
Hosting y distribución	Gratuito	Plataformas como Spotify pueden publicar tu podcast de forma gratuita	Alta
Marketing y promoción	0 - 300	Gastos en publicidad y promoción en redes sociales si se quiere	Alta

Finalmente, analizar la relación costo-beneficio del proyecto es fundamental para su sostenibilidad a largo plazo. Evaluar los costos de producción y mantenimiento en relación con los beneficios educativos ayuda a determinar si el proyecto es económicamente viable.

Comentando estos elementos, la tabla anterior no solo proporciona un esquema para evaluar la validez del diseño del proyecto, sino que también asegura que el proyecto sea efectivo, accesible y sostenible, maximizando así su potencial para mejorar la educación turística a través de la innovación tecnológica.

6. REFLEXIÓN Y VALORACIÓN FINAL

6.1. Principales Virtudes y Beneficios

El proyecto de implementar podcasts en la formación turística resalta por su capacidad para enriquecer y diversificar el proceso educativo. Los principales beneficios de esta iniciativa incluyen:

- **Mejora en la Comprensión y Retención:** Los podcasts, al ofrecer contenido auditivo que puede ser revisado múltiples veces, facilitan una mayor absorción de la información y permiten a los estudiantes aprender a su propio ritmo, lo cual es crucial en campos dinámicos como el turismo.
- **Flexibilidad y Accesibilidad:** Al ser digitales y fácilmente accesibles, los podcasts permiten a los estudiantes acceder al material educativo desde cualquier lugar y en cualquier momento, lo que los hace extremadamente convenientes para el aprendizaje móvil y a distancia.
- **Participación activa del Estudiante:** El formato interactivo y a menudo entretenido de los podcasts puede aumentar significativamente el interés y la participación del estudiante, lo que es esencial para mantener la motivación en entornos educativos modernos.

6.2. Aplicabilidad Generalizada

La aplicación de podcasts en la educación no se limita al campo del turismo; su implementación puede ser replicada en diversas disciplinas y niveles educativos. Dado que la creación de contenido de podcast puede adaptarse a cualquier tema, esta herramienta tiene el potencial de ser utilizada en diferentes cursos, etapas educativas y centros, facilitando así un aprendizaje más dinámico y multimodal en varias áreas académicas.

6.3. Coste Económico y Viabilidad de Implementación

El coste de implementar un programa de podcasts es relativamente bajo comparado con otras tecnologías educativas. La producción básica de podcasts solo requiere equipo de audio adecuado y software de edición, que son accesibles y de uso económico. Además, el contenido puede ser producido por los propios educadores, lo que minimiza la necesidad de inversiones grandes en recursos externos. Esta asequibilidad hace que los podcasts sean una opción viable y atractiva para instituciones educativas de todos los tamaños. Aquí una muestra copiando la información ya proporcionada en la evaluación.

Elemento	Coste Estimado (€)	Descripción del Costo	Viabilidad
Equipo de grabación	Solicitados al aula de Imagen y Sonido	Micrófonos y auriculares de calidad media	Alta
Software de edición	0 - 50	Dependiendo si se utiliza software de pago o gratuito	Alta
Hosting y distribución	Gratuito	Plataformas como Spotify pueden publicar tu podcast de forma gratuita	Alta
Marketing y promoción	0 - 300	Gastos en publicidad y promoción en redes sociales si se quiere	Alta

6.4. Innovación y Diferenciación

Lo que distingue esta propuesta de otros métodos educativos es su enfoque en el aprendizaje auditivo y su adaptabilidad a las necesidades modernas de los estudiantes. En un mundo donde el consumo de contenido digital está en aumento, los podcasts se alinean perfectamente con las tendencias de aprendizaje actuales y ofrecen una forma más natural y atractiva para que los estudiantes interactúen con el material. Además, su capacidad para complementar y enriquecer métodos de enseñanza tradicionales los convierte en una innovación significativa en el campo de la educación turística.

6.5. Conclusión

El uso de podcasts en la educación turística no solo es una estrategia efectiva para mejorar la experiencia de aprendizaje, sino que también representa una solución innovadora y sostenible que se alinea con las preferencias tecnológicas actuales de los estudiantes. Su potencial para ser adoptado en diversas áreas y niveles educativos, junto con su bajo costo y alta flexibilidad, subraya su relevancia y capacidad para transformar la educación turística y más allá. En resumen, este proyecto no solo alcanza sus objetivos educativos sino que también introduce un enfoque pedagógico renovador y adaptable a futuras necesidades educativas.

7. REFERENCIAS

- Escobar, J. (2018). Integrating podcasts in the EFL classroom: A case study in 1.º E.S.O. *Complutense Journal of English Studies*, 26, 193-217.
- Fernández-Cruz, F. J., & Fernández-Díaz, M. J. (2016). Los podcasts educativos: Una herramienta para mejorar la motivación y la retención en la educación. *Revista de Educación a Distancia*, 50, 10-25.
- García-Valcárcel, A. y Tejedor, F.J. (2016). Competencias docentes del profesorado universitario: calidad y desarrollo profesional. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 18(1), 57-79.
- González, C., y Carrero, L. (2017). "El uso del podcast como herramienta didáctica en la educación universitaria." *Educación XXI*, 20(2), 143-165.
- González Enríquez, I., Cutuli, M. S., y Cáceres, O. I. M. (2023). Enhancing Collaborative Learning in Higher Education through Podcast Production: An Experiential Approach with Anthropology and Tourism Students. *Education Sciences*, 13(9), 898. <https://doi.org/10.3390/educsci13090898>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.: <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>.
- Hew, K. F. (2009). Use of audio podcasts in K-12 and higher education: a review of research topics and methodologies. *Educational Technology Research and Development*, 57(3), 333-357. <https://doi.org/10.1007/s11423-009-9126-2>.
- Kay, R. H., & Kletschin, I. (2012). Evaluating the use of podcasts in education: A comprehensive review of literature. *Computers & Education*, 58(3), 1260-1271. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2011.12.018>.
- OCDE (2021). Education Policy Outlook 2021: Spain's Digital Education Programme. OCDE iLibrary. https://www.oecd-ilibrary.org/education/education-policy-outlook-2021_2d810e04-en.

- O'Dowd, R. (2018). Virtual exchange and the promotion of online intercultural exchange opportunities in European higher education. *System*, 72, 5-13. <https://doi.org/10.1016/j.system.2017.10.002>
- Piaget, J., & Inhelder, B. (1969). *The psychology of the child*. Basic Books.
- Popova, A., & Edirisingha, P. (2010). *Podcasting for learning in universities*. McGraw-Hill Education.
- Rodríguez-de-Dios, I., Iglesias-Sánchez, P. P., & Jambrino-Maldonado, C. (2021). Digital Literacy and Higher Education during COVID-19 Lockdown: Spain's Response and the Road Ahead. MDPI. <https://doi.org/10.3390/educsci11060318>.
- Sáez López, J. M. (2012). Impacto de las TIC en la educación: Funciones y limitaciones. *RELATEC, Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 11(2), 11-24.
- Solano Fernández, I. M., y Sánchez Vera, M. M. (2010). Aprendiendo en cualquier lugar: El Podcast Educativo. Pixel-Bit. *Revista de Medios y Educación*, (36), 125-139.
- Vygotsky, L. S. (1986). *Thought and language*. MIT Press.

Legislación

- Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. Boletín Oficial del Estado. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2002-13758>.
- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. Boletín Oficial del Estado. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2006-7899>.
- Real Decreto 943/2003, de 18 de julio, por el que se establecen los títulos de técnico superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos. Boletín Oficial del Estado. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2003-15775>.

8. ANEXOS

8.1. Anexo 1. Cuestionario pre-test

Ítem	Pregunta	Tipo de pregunta
1	¿Qué entiendes por intermediación turística?	Respuesta abierta
2	¿Cuál es el papel de las mayoristas de viajes en la cadena de valor del turismo?	Opción múltiple
3	En una escala del 1 al 5, ¿cuánto interés tienes en aprender sobre tecnologías en turismo?	Escala Likert
4	¿Crees que los podcasts son un método efectivo para aprender sobre turismo? (Sí/No)	Binaria
5	¿Cuáles crees que son los principales desafíos para las mayoristas de viajes hoy en día?	Respuesta abierta

Anexos

8.2. Anexo 2. Cuestionario Post-Test

Ítem	Pregunta	Tipo de pregunta
1	Explica cómo ha cambiado tu comprensión sobre la intermediación turística después del podcast.	Respuesta abierta
2	¿Cómo valorarías la utilidad de los podcasts para aprender sobre los desafíos en turismo?	Escala Likert
3	¿Recomendarías el uso de podcasts como método de aprendizaje en otros módulos de turismo? (Sí/No)	Binaria
4	Después de escuchar el podcast, ¿puedes identificar las funciones de una mayorista de viajes?	Opción Múltiple
5	¿Qué aspecto del podcast encontraste más beneficioso para tu aprendizaje?	Respuesta abierta

