

RESEÑA DE LIBRO

BOOK REVIEW

Casos de éxito en emprendimiento corporativo de empresas turísticas en los 5 continentes. Aguiar Quintana, A., Álamo Vera, F.R., & Day, Jonathon (Eds.). Editorial Síntesis, Madrid. 2023. ISBN: 978-84-1357-316-8

Oskar Villareal Larrinaga¹

Universidad del País Vasco, España

<https://doi.org/10.20420/eni.2023.659>



En este recién estrenado 2024 se publica una obra a la que merece la pena prestar atención. Se trata de los *Casos de éxito en emprendimiento corporativo de empresas turísticas en los cinco continentes* publicado por la editorial Síntesis. Como su propio título indica, incluye una colección de casos académicos de emprendimiento corporativo de empresas turísticas. No es una obra cualquiera, pues recoge veinticinco casos de éxito de los cinco continentes con participación de sesenta autores de veintitrés universidades (europeas, americanas, asiáticas, africanas y oceánicas). Es producto de una colaboración y coordinación internacional y es el resultado del trabajo de los editores Teresa Aguiar-Quintana y Francisca Rosa Álamo-Vera (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España) y de Jonathon Day (Purdue University, USA), universidades ambas muy consolidadas en investigación en turismo.

Siendo un servidor, nieto de maestra y maestro de escuela, hijo de pedagoga, y profesor universitario, siempre me ha preocupado y ocupado mejorar el proceso de enseñanza y aprendizaje de nuestras alumnas y alumnos universitarios. La preparación e impartición, con todo lo que ello implica, de una clase magistral sobre cualquier materia de la que podamos considerarnos expertos y especialistas, es una condición necesaria, pero no suficiente para trascender en nuestro alumnado. El ser humano aprende “haciendo” y no solo escuchando o leyendo una lección magistral. Tiene que experimentar, sentir, liderar, empatizar, decidir y renunciar, trabajar en equipo, exponer y escuchar réplicas, asumir roles profesionales sin los riesgos implícitos a esos puestos. E incluso recordar que, siendo niñas y niños, aprendimos a andar, a saltar, a montar en bici o a nadar sin un manual académico, ni siquiera un manual de instrucciones: aprendimos observando a quien lo sabía hacer y, sobre todo, experimentando con nuestro equilibrio, con la aceleración, con la posición adecuada de nuestro propio cuerpo. Aprendimos haciendo y mejoramos repitiendo lo

¹ Autor de correspondencia: oskar.villareal@ehu.eus.

aprendido. “Si me lo dices, lo escucharé. Si me lo muestras, lo veré. Si me dejas experimentar, aprenderé.” Dicen que estas fueron palabras de Lao Tse, filósofo vinculado al taoísmo. En cualquier caso, es una filosofía de aprendizaje muy sabia. Y en la era de la globalización y de la inteligencia artificial, el conocimiento necesariamente se tiene que impartir y aprender de un modo aplicado.

Personalmente, encontré ya hace muchos años en los casos docentes un método excepcional para ayudar a aprender a mis alumnas y alumnos, y encontré en el estudio de casos una metodología de investigación adecuada para resolver mi curiosidad científica en aquello que me apetecía investigar. El método del caso había sido una herramienta docente principal en la Harvard University ya a principios del siglo pasado y, sin embargo, ha sido considerado como un método innovador en la mayoría de los programas de innovación educativa en las décadas más recientes.

En mi humilde opinión, la clave para que el caso académico desarrolle toda su potencialidad como herramienta de aprendizaje está en entender y comprender la doble función de los docentes en la elaboración, primero, y en el uso del caso en el aula, después. Quisiera en esta reseña referirme a esa primera función, ya que es la que no siempre se cuida como debiera. Me gusta utilizar la analogía de un puente al referirme a la necesidad de conectar el ámbito profesional con el mundo académico y viceversa, y cómo la coordinación, la edición y la autoría de los casos se asemeja a una ingeniería de caminos que logra que el puente sea robusto y conecte adecuadamente las dos orillas (la académica y la profesional). El conocimiento teórico y conceptual está en los docentes universitarios, el conocimiento experiencial está en los profesionales, y el alumnado queremos que sea quien reciba ambos conocimientos de un modo ordenado, aplicado y cohesionado. Los profesionales no pueden dedicar su valioso

tiempo a enseñar y dar clases (quizá alguna conferencia en el marco de congresos o posgrados) y tampoco lo suelen tener para escribir organizadamente su experiencia empresarial. Por eso es tan importante la función del docente (coordinador, editor o autor) en diseñar una estructura homogénea, normalmente basada en marcos teóricos y conceptuales, que homogenice los distintos casos que se ocupan del objeto de estudio o de una perspectiva concreta del mismo. Los docentes expertos tienen la sabiduría para diseñar la estructura de ese puente que conecte la experiencia y los éxitos de las empresas con las necesidades de aprendizaje del alumnado. Y ese aspecto es lo que justifica que una buena colección de casos sea excelente, como la que aquí nos ocupa.

Lo que hace excepcional la obra que nos ocupa es su especialización temática (el emprendimiento corporativo) unido a la unidad de análisis elegida como objeto de estudio (la empresa turística) y el volumen y la amplitud geográfica con la que se ha dotado al proyecto (veinticinco casos de éxito de los cinco continentes). Los editores han realizado una apreciable labor de coordinación al dotar a la colección de casos de una variedad intencionada (cuatro secciones) y al dotar a cada caso de una estructura interna homogénea (cuatro apartados), logrando lo que en la analogía anterior se asimila a construir un robusto puente.

En este sentido, la colección de casos de empresas turísticas está distribuida en 4 secciones: una sección (1) que incluye empresas de alojamiento que apuestan por el intraemprendimiento y la innovación; otra sección (2) con casos del sector de restauración y de la formación innovadora en estudios turísticos; una tercera sección (3) con casos de distribución que incluye desde agencias de viajes hasta compañías aéreas que han desarrollado estrategias de emprendimiento corporativo e innovación, especialmente a partir de la pandemia del COVID-19; y una última sección

(4) que incluye empresas de organización de gestión de destinos que también han aplicado estrategias de emprendimiento.

En cuanto a la organización interna de los casos de estudio, la estructura de cada uno de ellos es la siguiente: un apartado (1) de introducción, en el que los autores explican el contexto de la organización, las personas, los problemas y los elementos clave que se van a llevar a cabo en el caso; un apartado (2) sobre el entorno, con una visión general del sector en cuanto a competidores, mercados, tendencias, etc., así como del territorio en el que la organización desarrolla su actividad, con una discusión sobre los principales aspectos políticos y las condiciones legales, económicas, tecnológicas o sociales que lo caracterizan; un apartado (3) sobre las acciones de intraemprendimiento o emprendimiento corporativo propiamente dicho; y, finalmente, un apartado (4) de epílogo, con las conclusiones generales por parte de los autores de cada caso.

Para concluir esta reseña, destacaría que este libro agrega valor a la literatura existente, ya que no solo se enfoca en la exploración teórica de las definiciones, el proceso y la implementación del

emprendimiento corporativo, sino que también se relaciona con estudios de casos reales y globales relacionados con la industria de la hostelería y el turismo. Industria que, según datos del Ministerio Español de Industria y Turismo, en 2023 mantuvo, alojó y dio servicios a más de 84 millones de turistas internacionales en España (superando en un 1% los niveles de 2019), que dejaron 108.000 millones de euros en destino (un 17,4% más que en 2019), alcanzando el mayor número de empleados del sector de la serie histórica al superarse los 2,5 millones de afiliados, que suponen el 12,5% del total de afiliados a la Seguridad Social de la economía. Los datos presentados por Exceltur, la patronal del sector turístico, amplifican el efecto del sector, al tener en cuenta que sus cálculos se corresponden con el total del turismo, no solo el internacional. De esta forma, cifraron los ingresos del sector en 2023 en 187.000 millones de euros, alcanzando el 12,8% del PIB, récord histórico.

Un sector, por tanto, que merece ser estudiado, aprendiendo “haciendo” con esta meritoria obra de *Casos de éxito en emprendimiento corporativo de empresas turísticas en los cinco continentes*.