



Artículo original

Modelo pedagógico para la exportación de servicios académicos. Mirada desde las ciencias de la educación

Pedagogical model for the export of academic services. View from the educational sciences

Modelo pedagógico para a exportação de serviços acadêmicos. Visão das ciências da educação

Lis Cuesta Peraza¹



<http://orcid.org/0000-0002-6689-4137>

Silvia Navarro Quintero²



<https://orcid.org/0000-0002-9727-8775>

¹Ministerio de Cultura. Cuba.



culturaeventos2020@gmail.com

²Instituto Central de Ciencias Pedagógicas. Cuba.



iccp@iccp.rimedcu

Recibido: 31 de mayo 2022.

Aceptado: 02 de noviembre 2022.

RESUMEN

El artículo presenta una propuesta de modelo pedagógico para la exportación de servicios académicos, en la agencia Paradiso en Cuba. El estudio conduce a la idea de reconocer este modelo como un tipo de turismo especializado donde el viaje tiene un alto contenido didáctico, ya que no todo se aprende en las aulas, sino también en los espacios no áulicos. El objetivo estuvo dirigido a socializar los principales resultados de la modelación teórica y metodológica para este tipo de servicios en las universidades desde un enfoque pedagógico. Se concibió una investigación macrosocial sobre la educación activa, participativa, mixta o combinada concurrente, con énfasis en lo cualitativo, que comprende la vinculación de los métodos empíricos, teóricos, la modelación y los matemático-estadísticos. De igual forma se incluyen las formas de implementación y de evaluación del resultado científico que se concibe. El resultado que se visibiliza establece el fin, los objetivos, los principios, así como la caracterización del deber ser que debe regir el trabajo de la exportación de los servicios académicos y su estrategia de transformación.

Palabras clave: modelo pedagógico; servicios académicos; exportación de servicios académicos.

ABSTRACT

The article presents the theoretical and methodological modeling of a pedagogical model proposal for the export of academic services in the Paradiso agency in Cuba. The study gives meaning to the idea that this should be recognized as a type of specialized tourism where the trip has a high educational content, since not everything is learned in the classroom, but also in non-classroom spaces. A macro social research on education, active, participatory, mixed or combined concurrent, was conceived, with an emphasis on the qualitative that includes

the linking of empirical, theoretical and mathematical-statistical methods. The result that is made visible establishes the purpose, the objectives, the principles, as well as the characterization of the duty to be that should govern the work of the export of academic services and its transformation strategy. In the same way, the forms of implementation and evaluation of the scientific result that is conceived are included.

Keywords: pedagogical model; academic services; export of academic services.

RESUMO

O artigo apresenta a modelagem teórica e metodológica de uma proposta de modelo pedagógico para a exportação de serviços acadêmicos na agência Paradiso em Cuba. O estudo dá sentido à ideia de que este deve ser reconhecido como um tipo de turismo especializado onde a viagem tem um elevado conteúdo educativo, uma vez que nem tudo se aprende na sala de aula, mas também nos espaços não presenciais. Foi concebida uma pesquisa macrosocial sobre educação, ativa, participativa, mista ou combinada concomitante, com ênfase na qualitativa que inclui a articulação de métodos empíricos, teóricos e matemático-estatísticos. O resultado que se torna visível estabelece a finalidade, os objetivos, os princípios, bem como a caracterização do dever de ser que deve reger o trabalho de exportação de serviços acadêmicos e a sua estratégia de transformação. Da mesma forma, estão incluídas as formas de implementação e avaliação do resultado científico que se concebe.

Palavras-chave: modelo pedagógico; serviços acadêmicos; exportação de serviços acadêmicos.

INTRODUCCIÓN

La exportación de servicios académicos, por lo general, se asocia a la economía de la cultura, a la comercialización de los bienes y servicios culturales; la comercialización se incluye en el ámbito de estudios de esta subdisciplina, pero no se circunscribe a él, este es solo un eslabón en el ciclo económico. Sus características y dinámicas de funcionamiento no pueden comprenderse de forma aislada, sino como parte de este ciclo integrado. Por ello, el enfoque que se defiende es que la economía de la cultura aborda el ciclo económico de los bienes y servicios culturales que se extiende desde la creación, pasando por la producción, la distribución y que termina en el consumo; con especial énfasis en el sistema de relaciones entre los actores que intervienen en esta cadena que determinan su participación en la apropiación de los excedentes.

Existen procesos y relaciones de naturaleza económica, incluso cuando no hay comercialización. Los requerimientos materiales, tecnológicos y de infraestructura, necesarios en los diferentes eslabones del ciclo o cadena de valor demandan también un sustento económico que debe estar avalado por el análisis y la investigación. En este sentido, se considera la exportación de los servicios académicos en el caso específico de la agencia Paradiso.

El turismo académico es una tipología turística compleja, que si bien los que la practican tienen como motivo principal la educación y formación, a través de la realización de cursos cortos, los motivos secundarios del viaje, que son vacaciones, ocio y recreo, son igual de importantes que el principal (Pérez, 2022).

Desde el guion pedagógico no se cuenta con una carpeta metodológica suficiente en la cual cohabiten ofertas de tipo extensionista, de grado, de posgrado y de titulación

académica (doctorados y postdoctorados). Puede hablarse, también, de un frágil vínculo interinstitucional e intersectorial, aspectos que toman en cuenta los patrones de calidad, no en su totalidad, pero sí en el contexto en el que las acciones se solicitan y ofertan.

En el modelo pedagógico se caracterizan los subprocesos del proceso de modelación desde los componentes del modelo y se determinan las funciones, tanto de los agentes como de los grupos que intervienen; estas se constituyen en base para caracterizar las tareas de cada uno de ellos para darle solución a la problemática antes planteada.

Varios son los autores que han tratado desde diferentes concepciones la formación e internacionalización para desarrollo del turismo educativo o académico, entre los que se desatacan: Pawlowska (2011), Camargo (2018), Corcho y Campos (2019), Bórquez *et al.* (2019) entre otros.

El turismo educativo tiene un precedente y es posible afirmar que los desplazamientos motivados por el aprendizaje se remontan a tiempos antiguos. En Europa, un fenómeno conocido como peregrinato académico, hace referencia a los traslados que realizaron estudiantes universitarios, peregrinos y profesores desde el siglo XI hasta aproximadamente el siglo XV, motivados por obtener nuevos conocimientos en las ciudades cosmopolitas. Estos viajeros visitaban los lugares santos y las universidades de aquella época, lo cual les permitía vivir nuevas experiencias, conocer otros idiomas, establecer relaciones sociales y adquirir una visión otra de la realidad (Pawlowska, 2011, p. 5).

Dentro de los elementos a controversia se señala que el turismo cultural tiene un precedente y debe ser realizado con la comunidad y para el desarrollo de ella, siendo fundamental que los habitantes de las zonas turística (en tanto el turismo educativo

y de la exportación de servicios académicos tiene un precedente que les permite vivir nuevas experiencias, conocer otros idiomas, establecer relaciones sociales y adquirir una visión otra de la realidad) participen de manera activa en el proceso de investigación, planificación y ejecución.

En lo referido al concepto de turismo académico, se concibe como: "Aquel que apunta a todas las estancias de corta duración o duración inferior a un año, realizadas en centros universitarios ubicados en un lugar distinto al entorno habitual de la persona y con el objetivo principal de realizar estudios o formaciones durante su estancia" (Pawlowska, 2011, p. 7).

La idea anterior se hace corresponder cuando se advierte que el turismo académico es una tipología turística compleja; si bien los que la practican tienen como motivo principal la educación y formación, a través de la realización de cursos cortos, los motivos secundarios del viaje, que son vacaciones, ocio y recreo, son igual de importantes. En este sentido, llaman la atención los resultados expuestos por quien enuncia que en Cuba, al referirse a ello, como cualquier modalidad turística, demanda de estrategias efectivas y de una excelente gestión para su puesta en marcha; por eso se hace inevitable la participación de todos los actores que intervienen en su desarrollo, y de la necesidad de verlo de manera integrada, para que se diseñen productos de calidad y aprovechar así los recursos del destino, vinculados a la ciencia y el conocimiento. Sin dudas, se enuncia entre líneas la necesidad de coordinación y gestión desde diferentes actores, lo que es tenido en consideración en el modelo que se presenta. "El turismo de educación continua está dirigido a personas que ya han terminado sus estudios, pero deciden seguir capacitándose, ya sea en programas relacionados a su carrera o en programas generales" (García *et al.*, 2005, p. 11). Teniendo en consideración lo anterior, este trabajo tiene como principal propósito socializar el modelo pedagógico para la

exportación de servicios académicos de la agencia Paradiso.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se asumió la concepción dialéctico-materialista como método general de la ciencia, desde una investigación macrosocial sobre la educación activa, participativa, mixta o combinada concurrente, con énfasis en lo cualitativo.

Se emplearon métodos de nivel teórico propios de la investigación educativa: el analítico-sintético, inductivo-deductivo, la modelación, el enfoque de sistema y la sistematización.

Se favorece, además, la inducción-deducción, empleada para la determinación del problema y elaboración del modelo que se propone.

El método histórico-lógico permitió el conocimiento del estado del arte del turismo educativo cultural en diferentes épocas y contextos. El enfoque sistémico se usó para desentrañar los componentes y relaciones esenciales que dan lugar al modelo y sus componentes, revelando la posibilidad de fomentar esta modalidad de turismo.

Los métodos empíricos aplicados se enmarcan principalmente en la observación del quehacer en la agencia Paradiso, en el área de Servicios Académicos, básicamente de funcionarios (comerciales, especialistas) y directivos, para la obtención de datos sobre cómo participan en el proceso. También se aplicaron encuestas, con la finalidad de determinar los principales logros y deficiencias que se han obtenido en el marco del objeto que se investiga, así como las principales causas que las originan.

demás de los métodos empleados, se utilizó la técnica del fichado bibliográfico. La bibliografía encontrada tiene que ser analizada externamente (heurística), lo que hoy se llama gestión de la información, para después someter el material obtenido al análisis interno (hermenéutica); para entender el verdadero sentido a lo leído y poder construir el conocimiento. No se debe olvidar que las ciencias se fundamentan a partir de la gestión de la información y del conocimiento en sus relaciones internas.

Para la sistematización de los resultados de la investigación educativa se tomaron los fundamentos de las ciencias de la educación que parten de la concepción de la Pedagogía como ciencia social que se ocupa de la formación del hombre, su sistema de conocimientos como una forma especial de actividad social y su práctica en escenario de logros científicos que deciden un papel esencial en la transformación de la vida social.

RESULTADOS

Los principales resultados se determinaron en el análisis de la propuesta del modelo pedagógico para la exportación de servicios académicos en la agencia Paradiso.

En la literatura que aborda este tema no existe unidad en la definición del término "modelo", ni en la clasificación de sus representaciones materiales. En la propia teoría de la investigación pedagógica encontramos incongruencias y contradicciones en las definiciones del concepto, que llevan a los diferentes autores a establecer distintos componentes para su modelo, en dependencia de la definición de la cual han partido.

Los significados del concepto de modelo son muy diversos. El investigador del Instituto

Central de Ciencias Pedagógicas Ruiz señaló que es:

La representación de las características de algún objeto en otro, creado especialmente para estudiarlo. Es la configuración ideal que representa de manera simplificada una teoría. Es un conjunto que representa a otro conjunto, constituye un instrumento de trabajo que supone una aproximación intuitiva a la realidad, su función básica es ayudar a comprender las teorías y las leyes (2002, p. 30).

Al respecto, Wiener señaló que "los modelos ayudan al científico a adentrarse en un terreno nuevo" (2007, p. 34). Comenta que la ciencia va enriqueciendo sus modelos, y advierte que un modelo teórico puede concretizarse progresivamente por la introducción sucesiva de variables adicionales: "El modelo es una representación parcial de la realidad; esto se refiere a que no es posible explicar una totalidad, ni incluir todas las variables que esta pueda tener, por lo que se refiere más bien a la explicación de un fenómeno o proceso específico, visto siempre desde el punto de vista de su autor" (Aguilera, 2000, p. 15).

En otro sentido, se define al modelo "como un patrón a seguir o muestra para conocer algo, existe también la idea de que un modelo debe ser utilizado para probar una hipótesis o una teoría, o tan sólo para poder explicar un proceso o una abstracción" (Aguilera, 2000, p. 16).

Como parte del proceso investigativo fue necesario conceptualizar qué es un Modelo Pedagógico; al respecto, Sierra plantea que es "la construcción teórico formal que fundamentada científica e ideológicamente

interpreta, diseña y ajusta la realidad pedagógica que responde a una necesidad histórico concreta" (2002, p. 31).

Teniendo en cuenta estos análisis, para Valle el modelo científico es "una representación de aquellas características esenciales del objeto, de cómo puede ser cambiado e implementado, así como evaluado, lo que permite descubrir y estudiar nuevas relaciones y cualidades con vistas a la transformación de la realidad" (2012, p. 11).

Teniendo en cuenta la definición anterior se puede entender por modelo pedagógico para la exportación de servicios académicos en la agencia Paradiso una representación de aquellas características esenciales de la exportación de servicios académicos en la agencia Paradiso, de cómo pueden ser cambiadas, implementadas y evaluadas; lo que permite descubrir, estudiar nuevas relaciones y cualidades con vistas a su transformación.

Los componentes del modelo son:

- Fin y objetivos.
- Principios.
- Características esenciales del deber ser de la exportación de servicios académicos en la agencia Paradiso.
- Estrategia para el perfeccionamiento de la exportación de servicios académicos en la agencia Paradiso.
- Forma de implementación.
- Forma de evaluación.

El fin y los objetivos son las categorías rectoras y se encuentran en estrecha relación con los principios, que constituyen el componente esencial, por ser regularidades generales de obligatorio cumplimiento. En consonancia, se presentan las características esenciales de la exportación de servicios académicos en su expresión del deber ser, cuyos núcleos esenciales son: la promoción, la comercialización, el desarrollo y la retroalimentación. Todo ello se perfecciona a

partir de la estrategia. Como componentes, las formas de implementación y de evaluación del modelo están relacionados con cada uno de los núcleos esenciales.

El fin y los objetivos establecen lo que se debe lograr con el modelo propuesto, en relación con el objeto de investigación sobre el cual se esté trabajando.

Los principios constituyen las regularidades más generales y esenciales que caracterizan el proceso o fenómeno en estudio y que guían la dirección de la transformación de este.

La caracterización del objeto de investigación (objeto, fenómeno o proceso que se investiga) es esencial para poder después trabajar en la evaluación del modelo. En muchos casos se asume el resultado de una investigación y esta caracterización del deber ser del objeto de investigación no aparece en el mismo, lo que dificulta el estudio y la comparación. Por otro lado, más adelante se demostrará que este componente puede asumirse como una unidad de análisis para poder medir y comprobar en la práctica la validez del modelo pedagógico.

La estrategia se conformó por etapas, analizando para cada una de ellas su objetivo, una caracterización y las acciones concretas que se deben desarrollar. Está dirigida a la transformación del objeto de estudio.

Las formas de implementación son aquellas acciones que tienen como fin poner en práctica el modelo que se propone, las que van dirigidas por lo general a los funcionarios comerciales y a los colaboradores.

Las formas de evaluación son las acciones que precisan analizar para emitir juicios de valor sobre el desarrollo de la aplicación y los resultados de la estrategia.

La relación e interdependencia entre los componentes del modelo pedagógico para la exportación de servicios académicos en la agencia Paradiso se concreta partiendo del fin y los objetivos del modelo.

Fin: mejorar la exportación de los servicios académicos en la agencia Paradiso sobre la base de su conceptualización, estableciendo principios, características, funciones distintivas y una estrategia para su mejoramiento.

Objetivos:

- Elevar a planos superiores la exportación de los servicios académicos.
- Perfeccionar la promoción de los servicios académicos.
- Mejorar la comercialización de los servicios académicos.
- Lograr una mayor efectividad de la retroalimentación de los servicios académicos.

Principios del Modelo:

1. Carácter político de la exportación de los servicios académicos de la agencia Paradiso. Se está presentando un servicio que es turístico cultural, que posee un carácter político, instructivo y educativo en el que se pone de manifiesto un proceso de aprendizaje individual y colectivo; además, parte de la voluntad de compartir la educación con ciudadanos de otros países, considerando criterios de comercialización y en el que no es esencial el valor del dinero, donde el mercado no regula el proceso y el sentido cooperativo atraviesa el espíritu del proyecto. El acercarse al escenario de Cuba trae aparejado, generalmente, un sentido de solidaridad y compenetración con la realidad cubana. Los criterios relacionados con Cuba se modifican, se comprende la situación por la que está pasando el pueblo cubano, se crean sentimientos de solidaridad, de amistad y comienzan desde el momento del

contacto mínimamente a respetar las consideraciones de la Isla alrededor del bloqueo y a las relaciones con Estados Unidos.

2. Carácter integrador del servicio académico. Se conforma de manera integral, haciendo conjugar el valor instructivo con el turístico, el aprender con placer y con los resortes logísticos necesarios para el *buen hacer* del servicio. Además de que se vinculan la teoría con la práctica en los ejercicios académicos individuales y grupales. Lo instructivo, lo turístico y lo cultural se integran de forma armónica para elevar el conocimiento sobre la realidad de Cuba, su entorno y su cultura, así como las relaciones de esta con los demás países del mundo.

3. Valor inclusivo y participativo del servicio académico. Es menester recalcar que el servicio académico en Cuba es inclusivo desde todo punto de vista. No existe en él la discriminación racial, política, religiosa, generacional, ni de género. Ello hace que en un mismo grupo puedan fusionarse diferentes corrientes de pensamiento, movimientos artísticos, tendencias genéricas y es muy reconfortante ver cómo la cultura puede hermanar hombres y pueblos, tender puentes; cada cual desde su activa participación aprende y enseña también. Recordemos que en una misma aula pueden coincidir estudiantes de diferentes países y culturas. Todos los participantes tienen derecho a opinar y a dar criterios y en ese intercambio se van enriqueciendo y aprendiendo de la realidad cubana.

4. Uso adecuado de las TIC y los avances tecnológicos en los procesos del servicio. Resulta verdaderamente imposible desarrollar hoy un servicio turístico al margen del desarrollo de las tecnologías. Mediante ellas se realiza el marketing, la comercialización, y hasta parte del desarrollo del proceso académico puede suceder también, si fuese necesario, como ha

quedado demostrado durante la pandemia COVID-19. Las plataformas funcionan como contentivas de contenidos para aprender, socializar y comercializar.

5. Relación entre el marketing, la calidad del servicio y los ingresos económicos. Es un hecho que, en la actualidad, sin un adecuado marketing no se alcanza una afortunada comercialización, lo que debe ser considerado en cada presupuesto e idea, para fomentar la exportación de los servicios académicos con calidad y pertinencia. Cuando se alcanza tras un proceso óptimo el éxito de la exportación del servicio académico es seguro el cumplimiento del plan de ingreso estimado y hasta más, sucede el conocido gratamente proceso de solicitud de reiteración del servicio (repitencia).

6. Carácter flexible y contextualizado del proceso que se modela, donde las relaciones de coordinación y subordinación con otras entidades resulta trascendental, máxime si se trata de otras instituciones de carácter formativo, como universidades y otras. Estas, ineludiblemente, tienen incidencia en las estancias a través de la agencia, de modo que la gestión de la agencia en términos de servicios académicos se dirige al fomento de la cultura nacional y local y la articulación con otras actividades de "internacionalización", en las que destacan la educación superior y otras. Las acciones dentro de la estrategia concretan las ideas que se defienden como cualidades del modelo en la agencia Paradiso y que contempla la necesidad del fomento de la identidad cultural, sobre la base del respeto a la multiculturalidad de sus participantes.

Estrategia para el perfeccionamiento de la exportación de los servicios académicos en la agencia Paradiso

La estrategia que se propone constituye un instrumento útil para el perfeccionamiento

de la exportación de los servicios académicos en la agencia Paradiso.

Está constituida por etapas, por las que transcurren las acciones de su implementación; cada una de las cuales persiguen un objetivo específico y tributa al objetivo general.

La estrategia pedagógica permite elevar la calidad de la dirección del proceso formativo y comercial, mediante el accionar coherente de especialistas comerciales, profesores, promotores y estudiantes-clientes en la planificación, ejecución y control de los programas; vinculando actividades académicas, laborales, extraescolares y turísticas en función del desarrollo de valores y de la motivación profesional de los implicados.

Etapas de familiarización y proyección

Objetivo: incorporar e implicar a todos los involucrados en el proceso de exportación de servicios académicos de la agencia Paradiso, así como planificar el sistema de acciones encaminadas a ello.

Esta etapa, por su esencia, es compleja, ya que contiene dos momentos importantes: la familiarización con la exportación de los servicios académicos y la proyección del sistema de acciones encaminadas a su perfeccionamiento.

Etapas de transformación de la exportación de los servicios académicos

Objetivo: transformar la exportación de los servicios académicos en la propia ejecución de su actividad, a partir de la implementación de métodos y estilos de trabajo que permitan su perfeccionamiento.

Al igual que la etapa anterior, se caracteriza por su dinámica, flexibilidad y remodelación, a partir de los resultados que se van obteniendo en el proceso de mutación de la

propia institución y del análisis conjunto de los problemas y sus vías y formas de solución, así como de la toma de decisiones colectivas.

Etapas de consolidación

Objetivo: consolidar el desempeño profesional de los funcionarios/comerciales y de las acciones propuestas para la transformación.

Es una etapa interdependiente de las demás y puede darse simultáneamente con otras, ya que determinados procedimientos pueden dominarse más rápidamente, lo que implica que algunos procesos están transitando por la etapa de consolidación y otros por la de transformación. Su importancia estriba en la retroalimentación sistemática y en la reafirmación de aquellos aspectos logrados de forma correcta y su contribución al desarrollo profesional, individual y colectivo.

La evaluación del modelo debe ser un proceso sistemático y de retroalimentación constante, que debe caracterizarse por la permanente estimulación y reconocimiento a los mejores implicados, cuyos resultados hayan sido relevantes en su práctica diaria.

DISCUSIÓN

Partiendo del diagnóstico inicial realizado se trazó una meta a lograr para obtener mejores resultados. En primer lugar, se reconoció que es un espacio único de su tipo en la Isla, cuyo sentido inicial fue hacer la "tesorería" del sistema de la Enseñanza Artística. Posteriormente, con el paso del tiempo, se llegó a la distribución de los servicios académicos vinculados a la enseñanza artística, pero que luego fue abarcando otras enseñanzas y otros saberes, dada la solicitud de los estudiantes-clientes y la no especialización, en el país, de otras agencias receptoras en esta actividad.

El deber ser de la exportación de los servicios académicos en la agencia Paradiso

Se justifica la creación de un catálogo de Programas Propios, toda vez que las solicitudes de cursos largos, asociados a pregrado y colegiaturas completas, fueron decreciendo anualmente, en correspondencia con varias limitaciones; entre ellas, las más significativas, la ausencia de residencias estudiantiles y de reconocimiento por el Ministerio del Turismo (MINTUR) de la necesidad de precios acordes a un segmento de clientes, generalmente, de economía media a baja, pero con una disposición real a la movilidad. Por otra parte, una falta de efectividad frente a las demandas hechas a la Universidad de las Artes con propuestas específicas y también el resultado de los efectos de las campañas de desprestigio norteamericanas sobre la Isla.

El catálogo de Programas Propios potencia la exportación de servicios académicos visiblemente, toda vez que conjuga la enseñanza de los saberes de interés con la visita a lugares asociados a la materia y también con la visita a lugares turísticos. Además, le permite al cliente conocer personalidades reconocidas en el país de la materia de que se aprende.

Se confecciona un procedimiento para la selección de los docentes a impartir cursos de cara a los estudiantes-clientes, estableciendo que deben ser profesores reconocidos de la enseñanza artística, y/o artistas avalados por la Unión de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC) y la Asociación Hermanos Saíz (AHS) y/o personalidades de la cultura; también profesionales de centros de investigación asociados a la ciencias de otros saberes, o maestros de otras universidades no dedicadas a la enseñanza de las artes, o figuras acreditadas de la política y la sociedad, entre otros, según el contenido a impartir. Es de destacar que se

reconoce la enseñanza artística como elemento medular en la exportación de servicios, lo que se hace acompañar de acciones de internacionalización de otras instituciones que, aunque esencialmente académicas, son portadoras de nuestra cultura nacional y local. Este criterio debe considerar los apuntados por Llewellyn-Smith y McCabe (2018) los que, al referirse a la movilidad universitaria como una forma de movilidad turística, refiriendo que el deseo de viajar, la práctica de actividades de ocio, en conjunto con la oportunidad de interacción social son los más importantes elementos motivadores. En este caso es considerada una actividad formativa por excelencia y, por tanto, de naturaleza pedagógica.

Por otra parte, se implementa la obligatoriedad de contratar a los profesionales que ejercen como profesores, tanto bajo techo académico como para los Programas Propios de la Academia, significando que debe conocerse su currículo y presentar avales que marquen su trayectoria profesional y conducta social y política, ya que esta línea de negocios es muy ideológica, no solo por los programas de enseñanza sino por la intención de los clientes. En el caso de que los cursos sucedan en el interior de las escuelas, los profesores son propuestos por la propia enseñanza, respetando sus criterios avaladores y por supuesto, sus claustros.

Se trata de promocionar un catálogo, con precios lineales, que pueda ser publicado en varias plataformas digitales y en eventos internacionales especializados, dedicados a esta línea de negocios, reconocida internacionalmente como una de las de mayores potencialidades de crecimiento en naciones donde la educación es prestigiosa y que reclama el accionar coordinado de los implicados en la gestión, que se realiza desde la propia agencia. Al respecto, Villavicencio (2019), al aludir sobre este tipo de eventos internacionales desarrollados en Cuba, reconoce su importancia para potenciar la

internacionalización, no solo por todo el conocimiento y los espacios para identificar oportunidades de nuevos proyectos que favorecen a la investigación y formación de las instituciones de educación superior. Nótese que, aunque son procesos que van de la mano, la valoración de ellos se realiza desde la perspectiva de sus autores, aunque es válido considerar que ellas se complementan y reclaman la acción integrada, haciéndose corresponder con la opinión de Campos (2018), al referirse a la gestión durante el proceso de toma de decisiones; este apunta que el organizador de actividades académicas rectora todos los procesos de gestión desde la etapa de previsión hasta la etapa de control. En este caso desde la Agencia Paradiso.

Otro elemento importante en la exportación de los servicios académicos es la evaluación final del servicio, la que se realiza mediante encuestas a los estudiantes y profesores y a los líderes promotores organizadores de grupos, desde los indicadores identificados, y en correspondencia con las intenciones formativas.

Se reconoce y consolida la participación en eventos especializados para la distribución de estos servicios, tanto nacionales como internacionales, como práctica mundial donde se ofertan los cursos, se promocionan los mercados y sus condiciones incluidas, ratificándose que mientras más se abarca mayor atractivo es el servicio. En la actualidad, la tendencia es hacer vinculantes los servicios académicos de los productos turísticos más afamados en las ciudades sedes. En este tipo de eventos participan universidades, colegios, enseñanzas, distribuidores especializados, líneas aéreas, interesados en hacer estudios, padres y tutores de los posibles clientes; sin dudas, se abarca un público bien diverso e interesado.

En Cuba, la agencia Paradiso distigue, entre otros, por la preparación profesional del experto que imparte y dirige los programas,

marcando como tendencia que lo realmente valioso en materia de docencia se comercializa por encima de los valores de los servicios logísticos. Es importante referir que se trata de un servicio prepago desde el exterior, con las derivadas implicaciones económicas.

La revisión realizada en torno a la exportación de servicios académicos y sus ineludibles relaciones con el turismo cultural y/o turismo académico y con la internacionalización de la Educación Superior, entre otros, adolece de una visión holística que permita su comprensión coordinada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera Jiménez, A. (2000). Los nuevos retos educativos de la sociedad de la información. *Revista Fuentes*, 2, 122-138.
<https://revistascientificas.us.es/index.php/fuentes/article/view/2723>
- Bórquez, R.; Bourlon, F. & Moreno, M. A (2019). El turismo científico y su influencia en la comunidad local: el estudio de caso de la red de turismo científico en Aysén, Chile. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 26.
<https://www.eumed.net/rev/turydes/26/ayesen-chile.html>
- Camargo, B.A. y Quintanilla, D. (2018). Análisis del turismo académico en Monterrey (México). *Turismo y Sociedad*. 23, 125-147. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n23.07>
- Campos Cardoso, L. M., Urbay Rodríguez, M., & Egger, R. (2018). Las habilidades en la formación de la competencia intercultural. *Revista*

- Varela, 18(49), 114.
<http://revistavarela.uclv.edu.cu/index.php/rv/article/view/75>
- Corcho Reyes, I. L., & Campos Cardoso, L. M. (2019). Procedimiento para la gestión del turismo académico (grupos) en la oficina coordinadora de servicios académicos (OCSA) de la Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas. *Explorador Digital*, 3(2), 48-59.
<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v3i2.419>
- García, M., Cabada, J. L., & Bonilla, M. (2005). Turismo educativo. Prometedor Segmento para la para la diversificación de la Oferta Turística de Costa Rica. *TECNITUR*, 109, 6-13.
- Llewellyn-Smith, C., & Mc Cabe, V. S. (2008). What is the attraction for exchange students: The host destination or Host University? empirical evidence from a study of an Australian University. *International Journal of Tourism Research*, 10, 593-607.
doi:10.1002/jtr.v10:6
- Pawlowska, E. (2011). El turismo académico: un análisis económico para el caso de Galicia. Santiago de Compostela: Universidade. Servizo de Publicacións e Intercambio Científico. ISBN 978-84-9887-724-3
<http://hdl.handle.net/10347/3376>
- Pérez, W. N. (2022). "Turismo académico, análisis y perspectivas en Cuba, como parte de las nuevas ofertas de desarrollo turístico". *AlfaPublicaciones*, 4(2.1), 130-151.
<https://alfapublicaciones.com/index.php/alfapublicaciones/article/view/209>
- Ruiz A, A. (2002). *Metodología de la investigación*. Pueblo y Educación. La Habana.
- Valle, A. (2012). *La investigación pedagógica. Otra Mirada*. Pueblo y Educación. La Habana. Cuba.
- Villavicencio Plasencia, M. V. (2019). Internacionalización de la Educación Superior en Cuba. Principales indicadores. *Economía y Desarrollo*, 162(2).
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842019000200011
- Wiener, N. (2007). *Meta modelos de la Investigación Pedagógica*. La Habana. Cuba.

Conflicto de intereses:

Las autoras declaran no tener conflictos de intereses.

Contribución de los autores:

Las autoras participaron en el diseño y redacción del trabajo, y análisis de los documentos.



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional

Copyright (c) Lis Cuesta Peraza, Silvia Navarro Quintero.

Citar como

Cuesta Peraza, L., & Navarro Quintero, S. (2023). Modelo pedagógico para la exportación de servicios académicos. Mirada desde las ciencias de la educación. *Mendive. Revista de Educación*, 21(1), e3206.

<https://mendive.upr.edu.cu/index.php/MendiveUPR/article/view/3206>