

# LOS CURRÍCULA DE NIVEL SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS. ORIENTACIONES DESDE UNA VISIÓN DE LA TEORÍA PEDAGÓGICA

Marilyn Díaz Suárez\*

\* *Instituto Panameño de Turismo*

La denominación de los títulos profesionales de técnico y de licenciatura de la Carrera de Administración de Empresas Turísticas, merecen que sobre ellos se sistematicen y diluciden algunas consideraciones, y que deban llegar a ser el resultado del estudio y análisis, basados en consultas a fuentes documentales y a expertos<sup>1</sup> en la disciplina mencionada.

Esta aproximación toma en cuenta algunos de los principales elementos que conforman la teoría pedagógica y el concepto de la formación profesional, el cual es el objeto central de estudio de dicha teoría. Como tal, estos elementos subyacen en la problemática confrontada en la evaluación de los planes de estudio en Instituciones de Educación Superior y, por ende, en el campo de la investigación educativa.

Es así que, el producto del estudio realizado y que se plasma en este ensayo, posibilita visualizar con más claridad las opciones que permiten orientar los currícula en administración de empresas turísticas en los Centros de Enseñanza Superior que cuentan con este tipo de ofertas académicas.

Un primer déficit evidenciado en los grados académicos de técnico y de licenciatura en Administración de Empresas Turísticas, hasta el año de 1996 en Panamá, es que no presentaban la opción de especialización relacionada con una u otra de las distintas empresas de las diversas ramas de actividad del Sector Turismo.<sup>2</sup> Esta viene a ser una diferencia que contrasta con otros modelos curriculares que pueden sugerirse con probabilidades de mayor efectividad.<sup>3</sup> Aunque se propone el énfasis en la idea de las especialidades, esto no significa que en el plan de estudios se desatiendan aspectos de cultura general. Con el fin de lograr un balance, evitando caer en uno u otro extremo, se considera como medida viable el que se promueva en el estudiante, por parte del docente, la importancia del cultivo individual y continuado en temas de cultura general que, en el plan de estudios, pudieran vincularse con aquellas asignaturas de la rama del turismo que más los encierren.

El otro modelo es el que acoge crear “especialidades turísticas dentro de otras ramas del saber (como serían: las Empresariales, Económicas, Arquitectura, Geografía e Historia y otras)”.

---

<sup>1</sup>Sobre el tema fueron entrevistados prestigiosos profesionales, a saber:

Dr. Roberto Boullon, teórico contemporáneo en la disciplina del turismo; consultor de la Organización de Estados Americano (O.E.A), Departamento de Desarrollo y Medio Ambiente, Secretaría Ejecutiva para Asuntos Económicos y Sociales; contratado en calidad de experto para el estudio y formulación del Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá, 1993-2002, IPAT y O.E.A., 1993.

MSc. Jaime Cornejo P., especialista en planificación turística y estudios de licenciatura en administración de empresas, actualmente funcionario del Instituto Panameño de Turismo, ha participado, en calidad de contraparte del IPAT, para los proyectos de estudio y formulación de los Planes Maestros de Desarrollo Turístico de Panamá: 1993-2002, IPAT y O.E.A., Panamá, 1993; y de Desarrollo Turístico en el Area Costera de la República de Panamá, con proyecciones al año 2010, de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) e IPAT, Panamá, 1996.

Dr. Claude Larreur, consultor de la O.E.A., Departamento de Desarrollo Regional y Medio Ambiente, Secretaría Ejecutiva para Asuntos Económicos y Sociales; contratado como consultor en materia de marketing turístico, para el estudio y formulación del Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá, IPAT y O.E.A., 1993.

<sup>2</sup>Las empresas de las diversas ramas de actividad del Sector Turismo, están agrupadas por los siguientes tipos que constituyen los principales: a) alojamiento; b) expendio de alimentos y bebidas; c) transporte turístico; ch) agencias de viajes y operadores turísticos; d) actividades recreativas y turismo.

<sup>3</sup>Uno de los modelos es el que plantea “formar en turismo tomando en cuenta las especialidades que existen en la rama de alojamiento, agencias de viajes y operadores turísticos; o creando otras como serían: transporte turístico, planificación turística, etcétera”. Véase García Artilles, Pedro J., “Diseño y evaluación de un modelo de formación en hotelería y turismo”, *Estudios Turísticos*, Madrid, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Secretaría General de Turismo, 1992, Núm. 116, pp. 40-41.

Una observación presente en la mayoría de las ofertas académicas en el campo del turismo, ha sido la de mostrar la tendencia a la generalización y no a la especialización y, por ende, a desatender la integración de las funciones operativas y administrativas de los servicios turísticos y el afianzamiento de la disciplina de administración de empresas.

Otro de los inconvenientes que se plantean al proponer en un plan de estudios la preparación profesional en la administración de todas las distintas empresas del Sector Turismo, crea un obstáculo a la posibilidad de profundizar y lograr un proceso de enseñanza y aprendizaje más reforzado de los conocimientos, de los métodos y de la práctica en las asignaturas de la rama empresarial. Planteado de esta manera supondría desatender la disciplina empresarial *per se* y presentarla dividida, por estar implícita en cada uno de los distintos tipos de empresas turísticas, con sus características, modalidades y categorías propias. A su vez, se dificulta lograr un nivel de dominio aceptable de las habilidades, conocimientos y actitudes, que por la naturaleza específica de cada tipo de empresa turística, se exigen en los puestos de nivel de mandos medios y gerenciales respectivos de la estructura ocupacional de cada empresa. Esto, por cuanto son cuatro tipos de empresas con sus correspondientes clases, modalidades y categorías distintas, cuyo proceso de enseñanza y aprendizaje demanda en cada una, un tiempo especial para que se logre en ella un manejo satisfactorio en el ejercicio profesional inicial.

Para ambos modelos curriculares anteriormente citados, resulta imprescindible referir la relación Turismo y Administración.

El turismo se concibe como una actividad humana, “relacionada con el placer, el descanso, el desarrollo cultural y la recreación”.<sup>4</sup> “El turismo para la sociedad constituye una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma particular de la recreación”.<sup>5</sup> Como fenómeno humano, constituido por un complejo de elementos y factores, ha sido objeto de estudio, para su conocimiento, por parte de distintas disciplinas sociales; así como también sujeta a los puntos de vista de las dos corrientes de pensamiento más influyentes como lo han sido, una de ellas, la representada por las teorías humanistas y la otra, por las teorías de la alienación.

Del fenómeno del turismo se han derivado interpretaciones de tipo espirituales, sociales y materiales. Al igual que otras disciplinas de las ciencias sociales, comparte el mismo estatus en la comunidad científica. Esto significa, que es más propio referirse a ella para su estudio y conocimiento en el orden de Ciencias del Turismo y aún no como la Ciencia del Turismo, aunque actualmente, algunos autores defienden esta última posición.

La enseñanza del fenómeno del turismo ha requerido la sistematización de su conocimiento y la necesidad de enseñar a administrarlo. La naturaleza del fenómeno abarca la administración de empresas prestadoras de los servicios a los turistas y la que ha de gestionarse a través de los organismos oficiales en cuanto a las actividades de regulación, promoción, planificación y otras.

La amplitud y complejidad del fenómeno turístico, concebido como un sistema, involucra una serie de elementos, entre los cuales están integrados los distintos tipos de empresas dedicadas a brindar los servicios necesarios a los turistas. De allí que, para referirse a cada una de ellas en particular, y sobre todo al impartirse su enseñanza, haya necesidad de considerarla, iniciándose con emprender, en una primera fase, el dominio del fenómeno y su vinculación con la especialidad en el tipo de empresa hacia la cual se tenga mayor interés.

A grandes rasgos se observa, que la administración es una disciplina que es intrínseca al fenómeno del turismo, ya sea desde el ámbito empresarial de los servicios turísticos o del de los organismos oficiales de turismo. De por sí, la administración se encuentra en todas las actividades humanas y tiene un carácter de universalidad entre las distintas empresas. Es decir, que en el caso de las empresas de tipo turísticas, como en las de otro tipo, “los problemas administrativos tienen cierta

---

<sup>4</sup>Miguel Angel Acerenza cita a Sessa, Alberto, *Ensayos de Turismo*, Colección Biblioteca de la Corporación Nacional de Turismo de Colombia, Bogotá, 1980.

<sup>5</sup>Acerenza, Miguel Angel, *Administración de Turismo*, México, Trillas, 1995, p. 29.

semejanza y los esfuerzos básicos dedicados a solucionarlos tienen un parecido general”.<sup>6</sup> Por consiguiente, su organización para la enseñanza, amerita dedicarle el tiempo que académicamente se requiere en una carrera de administración de empresas, con el fin de posibilitar un dominio en la aplicación del conocimiento y los métodos necesarios para lograr un ejercicio profesional satisfactorio de la gestión empresarial.

Para el grado académico de técnico, visto desde este enfoque, el plan de estudios tendería a brindar formación sólo en administración de empresas.<sup>7</sup>

Este enfoque presentado ofrece, entre otras, la ventaja de brindar la posibilidad a los egresados de integrarse en cualquier empresa de la gama existente en todos los sectores de la actividad económica y comercial, en vista de que no existirá siempre la condición de pleno empleo en el sector turismo, aunque se hace la salvedad, de que este *pensum* también deberá tender a la formación para la autogestión. Esto último significa que se logre facultar a los egresados a ser generadores de nuevos empleos y evitar que sólo estén dispuestos a ser empleados. Para lograr este tipo de formación es necesario concentrar todos los esfuerzos por inculcar en el estudiante las habilidades y actitudes que entran en juego para alcanzar gestiones empresariales eficaces. Esto implica ajustar los planes de estudio previendo las condiciones y recursos tendientes a este objetivo.

Respecto al campo profesional de los egresados en esta modalidad, en los títulos correspondientes al grado de técnico y de licenciatura, estarían capacitados para ejercer en los niveles de mandos medios y en los gerenciales, respectivamente, dependiendo de la estructura ocupacional específica que en estos niveles sea la característica en el país en cada una de las empresas de tipo turísticas, en la(s) que, según sea el caso, esté especializado el egresado.

Si bien en la pirámide ocupacional del sector empresarial en turismo, los puestos de nivel gerencial y de mandos medios<sup>8</sup> constituyen una proporción menor comparada con la de puestos técnicos de los estratos medios y de la base, no por ello en esta oferta académica en los Centros de Enseñanza Superior, se debe desatender el objetivo de elevar su nivel de competitividad y de calidad. De hecho en Panamá “la oferta de estudios a nivel superior en esta área del turismo está orientada y tiende mayoritariamente a cargos de niveles medios y gerenciales”.<sup>9</sup> En Costa Rica también es válido caracterizar esta observación.

En virtud de lo anterior, y particularmente en Panamá, las presiones por elevar el nivel de competitividad de las ofertas académicas en estos currícula, están basadas en la considerable proliferación de la mismas en los niveles de técnico y de licenciatura en los Centros de Enseñanza Superior; una parte de ellas, tanto en Panamá como en Costa Rica, durante la década de los ochenta y, otra parte, en lo que va de la presente.

Aún así, es ostensible que en todas las ofertas se requieren modificaciones en la estructura y organización de las materias y sus contenidos, de mejoramiento de las condiciones de todos los tipos de recursos necesarios y de ajuste de sus orientaciones conforme al contexto educativo y a las proyecciones económicas y sociales. Por otro lado, también se exigen innovaciones tecnológicas, producto del avance de la ciencia, lo cual ha creado cambios en la sociedad panameña, y de paso en el sector de la actividad turística, con las consiguientes presiones sociales para dicho sector.

---

<sup>6</sup>Terry, George R., *Principios de Administración*, Compañía Editorial Continental, México, 1980.

<sup>7</sup>Otra de las modalidades que los Centros de Enseñanza Superior podrían considerar como posible oferta, sería la que atañe a otorgar el grado de técnico y de licenciatura en Turismo con el Énfasis o la Especialización, en ambos grados, en alguna de las especialidades existentes o en la que se tenga interés en crear. El planeamiento de cada uno de estos dos grados académicos, deberían contemplar los niveles de dificultad del conocimiento, acorde a cada grado, en cuanto al aspecto generalizado del fenómeno turístico como en el de la(s) especialidad(es) que se ofrezca(n).

<sup>8</sup>Según estimaciones realizadas para el Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá, 1993-2002, los puestos de nivel gerencial “representan del 3% al 5% del empleo total”, Instituto Panameño de Turismo, Organización de Estados Americanos, “Capacitación Turística”, *Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá, 1993-2002*, Vol. 5, Panamá, 1993, p. 135.

<sup>9</sup>*Ibidem*, p. 134.

En el Plan Maestro<sup>10</sup> con respecto a las ofertas académicas de los Centros de Enseñanza universitaria en Panamá, en los niveles citados para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas, revelaron, que hasta ese año, sus programas de estudios no correspondían a las necesidades reales detectadas ni a los requerimientos que hasta entonces especificaba el sector productivo.

Panamá enfrenta en la actualidad ingentes desafíos, dirigidos a solucionar los graves problemas económicos, sociales, políticos y culturales que afectan adversamente la gama de sus regiones y con éstas la diversidad de sus grupos y los recursos naturales que las conforman. El Estado, ante esta situación ha vuelto a depositar, a inicios de la década, gran parte de sus esperanzas en el desarrollo del turismo, como una actividad que, junto con las demás actividades de bienes y servicios contribuya a reducir la magnitud e intensidad de sus problemas en los aspectos anotados.<sup>11</sup>

Esta decisión del Estado panameño se fundamenta en la revalorización, que tanto en el primer como en el tercer mundo, se le ha otorgado a la actividad de los servicios, debido al papel que juega en las estrategias de desarrollo económico. Este reconocimiento se sustenta en el hecho de que el sector servicios, por establecer nexos con los otros sectores económicos, cumple, de forma directa, un papel más importante en el proceso de desarrollo que de lo que de forma directa revela su contribución en el Producto Interno Bruto (PIB).

Por consiguiente, la actividad del turismo resalta en su papel de promotora de desarrollo económico y social, por alcanzar una proporción de relativa significación en el PIB y por los vínculos que establece con las demás actividades de bienes y servicios.

Las anteriores razones, entre otras, impulsan al país a colocarse como un destino turístico internacional en los próximos años, exigiéndole por esto un desarrollo planificado, ordenado y sostenible, para colocarse en posición destacada junto con otros destinos turísticos del Área del Caribe y Sur América que ya han alcanzado este sitio.

El objetivo de lograr compartir con esos países las captaciones de los flujos de las corrientes turísticas actuales y potenciales en un futuro inmediato, mediano y a largo plazo, obligará al Estado panameño a continuar impulsando el desarrollo de la infraestructura pública requerida para turismo, que debe ir aparejada al incremento de las inversiones de los proyectos formulados y de aquellos que se generen en las zonas y centros turísticos identificados en el país. Cabe resaltar que, en suma, en estas áreas se han totalizado 1,398 atractivos turísticos de índole costero (678), otros naturales (327) y culturales (393).<sup>12</sup>

Aunado a lo anterior, por los niveles apreciables de calidad que se exigen en el planeamiento, ejecución y operación de los servicios de los proyectos turísticos en los que se ha invertido y en los que se requerirá invertir, demanda que los recursos humanos en lo que atañe a los niveles gerenciales y mandos medios de la estructura ocupacional para todos los distintos tipos de empresas turísticas, cuenten con la preparación que los faculte para desempeñar con alta competencia sus funciones. Esto es, que en su ejercicio profesional, logren proyectarse conscientes de los requerimientos de sostenibilidad del entorno, alcanzando los grados de calidad exigidos en los resultados de sus gestiones, tanto a nivel de la empresa como del ambiente y la sociedad en su conjunto.

Tales objetivos obligan a tomar en consideración las principales tendencias de formación basadas en las cualidades de un egresado en administración de empresas con especialización, a nivel de posgrado, en turismo y alguna empresa de servicio turístico. Estas tendencias pueden enunciarse a continuación.

---

<sup>10</sup> *Ibidem.*

<sup>11</sup> Las demás actividades del sector servicios con las que el turismo contribuye al desarrollo económico en Panamá son las siguientes: transporte, almacenamiento y comunicaciones, establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles, servicios prestados a las empresas, servicios comunales, sociales y personales.

<sup>12</sup> Estos atractivos fueron identificados en "Inventario Turístico Nacional", realizado para el *Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá*, 1993-2002, por el IPAT y O.E.A., Panamá, 1993.

- Estar capacitado para autogestionar grandes, medianas y pequeñas empresas. No obstante, en las especialidades pudiera ofrecerse el énfasis en las dos últimas, debido a que son el tipo de empresas que predomina en el Sector Turismo de Panamá, y requieren un manejo cualitativamente distinto que el de las grandes empresas. Sin embargo, otra opción en la especialidad pudiera ser para grandes empresas turísticas.
- Conocimiento y dominio del entorno social, político, económico y su proceso histórico en Latinoamérica, así como también su interacción con el internacional, que lo faculte para ubicar el contexto de la empresa y la vinculación de ésta con dicho entorno. Este marco de referencia pudiera transmitirse mediante la integración de materias tales como sociología del desarrollo y economía.
- Dominio de todas las fases de la gestión administrativa en las empresas, enfatizando en la “planeación estratégica”, la cual facultará al estudiante para formular tácticas y estrategias que le permitan lograr los objetivos y las metas establecidas, es decir, hacer realidad lo planeado mediante las vías más eficaces. Este tipo de planeación habilitará al estudiante para que pueda concretar la creación de la empresa turística y de los objetivos y las metas de desarrollo de la misma.
- Conocimiento de los distintos tipos y modalidades de empresas, tales como: financieras, distribuidoras, cooperativas, consorcios, corporaciones, sociedades y otras. La finalidad es la de promover en el estudiante y más específicamente durante la especialización, a que contribuya al crecimiento, la diversidad y el dinamismo del sector empresarial turístico en Panamá, dada la necesidad de incrementar las inversiones para el año 2000 y los sucesivos, por la variedad de recursos turísticos existentes dispuestos para su desarrollo potencial, a saber: los de isla, playas, costa, montaña, de ríos y lagos, ciudades, histórico-culturales y otros.
- Dominio del funcionamiento y de las operaciones del “Sistema Financiero y Bancario Nacional e Internacional”, con el fin de vincularlo a las necesidades de la empresa turística que llegue a crear y/o administrar.
- Dominio de los métodos y de las técnicas de “desarrollo organizacional”, con el fin de que conozca los procesos y las dinámicas de los grupos puestos de manifiesto en el curso de desarrollo de la empresa, para que pueda aplicarlas en beneficio de todas las partes.
- Dominio de los métodos y de las técnicas del mercadeo en las empresas, y en la especialidad darse énfasis al mercadeo del producto turístico propiamente dicho, según la categoría y modalidad del tipo de empresa turística.
- Conocimiento y dominio del proceso de “administración de las ventas”, lo cual le permitirá en la especialidad de empresa turística, transferir esos conocimientos y la práctica a la administración de las ventas de los distintos productos turísticos, según la especialidad de que se trate.
- Conocimiento y habilidad para aplicar las “teorías del pensamiento humano”, integradas en la materia que trata la Sociología del Turismo, con el fin de que el estudiante pueda visualizar la empresa turística dentro de todas las corrientes ideológico-políticas, y a su vez le permita establecer aquella filosofía en la que se requiere enmarcar a la empresa, y, en consecuencia, orientarla. La nueva teoría “Z”, irrumpe con las teorías ya conocidas “X” y “Y”. Esta nueva teoría del pensamiento económico sostiene que “no importa tanto la cantidad sino la calidad”. En orden a este enunciado, en turismo esta declaración es vital y debe ser acogida, dado que los niveles de satisfacción del turista por los servicios recibidos, deben corresponderse con el precio y el nivel apreciable de calidad del servicio brindado en la empresa. En el mismo sentido lo es, para sustentar la línea de la especialización en la orientación educativa para las distintas ramas de empresas turísticas.

- Conocimiento y aplicación de los “Principios de Ética en el Sector Turismo”, ya que, debido al alto grado de especialización en el mismo, se genera una considerable competencia. Por lo tanto, se requieren actitudes y valores acordes con un sentido humano de la ética y de la moral.
- Conocimiento y dominio, en la especialidad, del “Fenómeno del Turismo a nivel Nacional e Internacional”, y la interrelación existente de todos los elementos que intervienen con el tipo de empresa turística en la que se obtenga la especialización.
- Conocimiento sobre la “Legislación Turística de Panamá”, y la habilidad para situarse y enmarcar el tipo de empresa de la especialidad, dentro de las disposiciones de los aspectos legales, los compromisos y obligaciones por los beneficios recibidos y los brindados.
- Conocimiento y dominio del funcionamiento y operación de la tecnología correspondiente al tipo de empresa de la especialidad.
- Conocimiento y manejo de programas computacionales y de los trámites de tipo comerciales que se requieren para la formulación y el funcionamiento de las empresas.
- Conocimiento y aplicación de los métodos de investigación y de las técnicas estadísticas utilizadas en la rama empresarial, y aquellas más apropiadas para las correspondientes al tipo de empresa turística de la especialidad, con el fin de contribuir al mejoramiento e innovaciones en el sector empresarial turístico.

No obstante, dado todo el anterior planteamiento conforme a la opción del Turismo dentro de las Ramas Empresariales, puede considerarse también la opción de los estudios del Turismo y las Especialidades existentes, como lo son: Turismo y Hotelería, Turismo y Agencias de Viajes y Guías de Turismo. Considerando esta opción, es importante acoger en su orientación, los énfasis de autogestión en hotelería y/o en Agencia de Viajes según que sean hacia la pequeña y mediana o grande empresa hotelera, siendo la selección de éstas, con base en la(s) categoría(s) más justificada(s) y factible(s) para Panamá. Así también, será importante retomar las tendencias de formación que llenen las expectativas de un egresado en Turismo y la Especialidad en el tipo de servicio turístico empresarial y su categoría correspondiente. Cabe aclarar que esta opción, no implica un enfoque generalista de la administración de empresas (como sí lo encierra para la primera opción considerada) y, por ende, no conlleva hacia lograr un administrador de empresas con posibilidades más amplias de ejercicio profesional hacia otros sectores comerciales y de servicios.

Una tercera opción, es la que coincide, en parte, con la denominación cuestionada al formular la primera opción, pero con la diferencia que la evaluada no incluye la especialidad en una determinada empresa turística y tampoco enfatiza en un determinado nivel de complejidad (es decir, si corresponde a la categoría de pequeña, mediana o grande empresa). Lo que en otras palabras se visualiza para esta opción, es ofrecer una preparación en Administración de Empresas, pero circunscrita a las del Sector Productivo del Turismo, incluyendo una especialidad en algún tipo de las empresas turísticas existentes y enfatizando en la categoría más predominante o que se requiera en el país, según tipo de empresa. Dicha opción también implicaría orientar al futuro profesional como autogestor, y con la posibilidad de integrarse también en cualquiera de las distintas empresas del Sector Turismo, pero obviamente, siendo reforzado en una determinada especialidad. Esta opción, a diferencia de la primera, ofrece sólo la posibilidad de integración en las empresas del Sector Turismo y se caracteriza por tener un margen de amplitud menor que el de la opción con la que se está comparando.

Los planteamientos previos para las opciones presentadas, requerirán de las posteriores consideraciones de mercado, de costo beneficio y demás, para respaldar el juicio de los administradores de los planes de estudios respectivos, con el propósito de que puedan decidir acoger la opción más pertinente.

Si bien las reflexiones expuestas están referidas directamente al nivel Superior de la Educación Turística, no por ello dejan de ser puntos de referencia para permitir ubicar las orientaciones en los demás niveles educativos para el turismo.

Por las situaciones, opciones y motivos expuestos hasta aquí, se requiere la continuidad de los esfuerzos que reiteradamente han mostrado los administradores y demás actores del sistema educativo turístico, tendientes a mejorar de manera sucesiva el futuro de la calidad de los programas de estudio de la Carrera de Administración de Empresas Turísticas ofrecida por los distintos Centros de Enseñanza Superior en el país.

Por mejoramiento de la calidad de este programa de estudios se entenderá, disponer de los recursos evaluativos y de aquellos insumos necesarios para la implementación paulatina de la toma de decisiones, producto de dicho proceso, con el propósito de ir ajustando estas ofertas académicas a los requerimientos que se han trazado en ellas. Los ajustes requeridos surgirán, dados los cambios tecnológicos como resultado del avance de la ciencia y sus repercusiones en las disciplinas de administración de empresas y del turismo, de las urgencias de desarrollo económico y social y su consiguiente proyecto nacional para estos estudios. Los mismos se visualizan complementados acorde con las orientaciones pedagógicas, humanistas y con las corrientes ideológicas que sintetizan la Identidad Nacional en aquellos valores sociales y culturales promovidos por los Centros de Enseñanza Superior con estas ofertas educativas para el Sector Turismo. Esto implica, verificar y reflexionar periódicamente sobre el logro de las proposiciones formuladas para esta Carrera y su Plan de Estudios, así como también sobre las restricciones<sup>13</sup> afrontadas por los elementos que conforman la teoría pedagógica, la cual se halla presente en la dinámica desarrollada en todo currículo.

Las de tipo subjetivas son, entre otras, las siguientes: “las aspiraciones de los diferentes actores; sus proyectos de grupo; el grado de conciencia que tienen de la realidad; los valores que estiman legítimos”; y otras limitantes de esta índole. Pisani B., Olga y Marcela Tovar G., “Evaluación de planes de estudio en instituciones de educación superior: un problema central de la investigación educativa”, en *Pedagogía*, México, Universidad Pedagógica Nacional, Vol. 2, Núm. 4, mayo-agosto 1985, pp. 23-28.

### **Bibliografía**

Acerenza, Miguel Angel, *Administración del turismo*, 2<sup>a</sup>. ed., México, Trillas, 1995.

Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) y el Instituto Panameño de Turismo (IPAT), Yachiyo Engineering Co. Ltd., y Pacific Consultants International, *El estudio de desarrollo turístico en el área costera de la República de Panamá, Informe final*, Panamá, 1995.

Araujo, Sonia. “El plan de estudios como propuesta político-pedagógica. Algunas implicancias para su elaboración”, en *Alternativas*, Universidad Nacional del Centro de Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires, No. 6, 1990, pp. 47-63.

Bertalanffy, Ludwig Von, *Teoría general de los sistemas*, Madrid, Fondo de Cultura Económica, 1976.

Bouillon, Roberto, *Las actividades turísticas y recreacionales. El hombre como protagonista*, 2<sup>a</sup>. ed., México, Trillas, 1986.

Bouillon, Roberto, *Los municipios turísticos*, México, Trillas, 1990.

Bouillon, Roberto, Sergio Molina E. Y Manuel Rodríguez Woog, *Un nuevo tiempo libre. Tres enfoques teórico-prácticos*, 2<sup>a</sup>. ed., México, Trillas, 1991.

---

<sup>13</sup>Es oportuno señalar el tipo de restricciones que se hacen presentes en el proceso. Aquellas identificadas como objetivas vienen a ser, entre otras: “la naturaleza y estructura organizativa de la institución universitaria; el nivel de formación de sus docentes; los antecedentes y condiciones de ingreso de los educandos; los actores del proceso pedagógico” y otros.

- García, Artiles, Pedro J., “Diseño y evaluación de un modelo de formación en hotelería y turismo”, en *Estudios Turísticos*, Madrid, Instituto de Estudios Turísticos, D. G. de Política Turística, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MICYT), Secretaría General de Turismo, Turespaña, No. 116, 1992, pp. 27-48.
- Getino, Octavio, *Turismo y desarrollo en América Latina*, México, Noriega Editores, LIMUSA, 1987.
- Haulot, Arthur, *Turismo social*, México, Trillas, 1991.
- “Políticas públicas para el desarrollo integral: desarrollo social con eficiencia económica”, en *Hoy, El diario de opinión*, Exclusiva, Panamá, octubre 7, 1994, pp. B7-B12.
- Instituto Panameño de Turismo, Dirección de Desarrollo Institucional, *Informe. Simposio-Taller sobre la educación para el desarrollo del turismo en las Américas*, Panamá, 1994.
- Instituto Panameño de Turismo (IPAT) y Organización de los Estados Americanos (O.E.A.), Departamento de Desarrollo Regional y Medio Ambiente, Secretaría Ejecutiva para Asuntos Económicos y Sociales. “Capacitación Turística”, en *Plan maestro de desarrollo turístico de Panamá, 1993-2002*, Volumen V, Capítulo XXV, Panamá, 1993.
- Instituto Panameño de Turismo y Organización de los Estados Americanos, Departamento de Desarrollo Regional y Medio Ambiente, Secretaría Ejecutiva para Asuntos Económicos y Sociales, “Contribución del turismo extranjero a la economía nacional”, en *Plan maestro de desarrollo turístico de Panamá, 1993-2002*, Volumen II, Capítulo XV, Panamá, 1993.
- Instituto Panameño de Turismo y Organización de los Estados Americanos, Departamento de Desarrollo Regional y Medio Ambiente, Secretaría Ejecutiva para Asuntos Económicos y Sociales, “La demanda actual”, en *Plan maestro de desarrollo turístico de Panamá, 1993-2002*, Volumen II, Capítulo XVI, Panamá, 1993.
- Instituto Panameño de Turismo y Organización de los Estados Americanos, Departamento de Desarrollo Regional y Medio Ambiente, Secretaría Ejecutiva para Asuntos Económicos y Sociales, “Situación actual del mercado turístico”, en *Plan maestro de desarrollo turístico de Panamá, 1993-2002*, Volumen II, Capítulo XVII, Panamá, 1993.
- Instituto Panameño de Turismo y Organización de los Estados Americanos, Departamento de Desarrollo Regional y Medio Ambiente, Secretaría Ejecutiva para Asuntos Económicos y Sociales, Panamá, “Inventario Turístico Nacional”, en *Plan maestro de desarrollo turístico de Panamá, 1993-2002*, Anexo I, Panamá, 1993.
- Instituto Panameño de Turismo, Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), Organización Mundial del Turismo (O.M.T.) y Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), *Proyecto de Capacitación y Formación Turística, CAM/90-010, Informe final*, Managua, Nicaragua, 1993.
- Kellman T., Carlos Julio y Víctor Rafael Fernández A., *Tiempo libre, turismo y sociedad*, Bogotá, Universidad Externado de Colombia, 1986.
- Koontz, Harol y Cyril ODonnell, Heinz Weihrich, *Administración científica*, 2ª. ed., México, McGraw Hill, 1983.
- Ministerio de Planificación y Política Económica (MIPPE), *Estrategia Nacional de desarrollo y modernización económica. Políticas para la recuperación, el crecimiento sostenido y la creación de empleos*, Panamá, 1990.
- Ministerio de Planificación y Política Económica (MIPPE), *Carta de intención establecida por el actual gobierno de Panamá con el Banco Mundial*, Panamá, 1991.
- Molina E., Sergio, *Turismo y ecología*, 3ª. ed., México, Trillas, 1990.
- Molina E., Sergio, *Conceptualización del turismo*, México, D.F., Noriega Editores, 1991.

Organización de Estados Americanos (O.E.A.), Secretaría Ejecutiva para Asuntos Económicos y Sociales, El desarrollo del turismo en América Latina y el Caribe, *Informe de la Secretaría, Seminarios preparatorios de la XXIII Reunión Extraordinaria del Congreso Interamericano de Turismo (CIES) a nivel Ministerial*, Washington, 1992.

Ortuño, Martínez, Manuel, *Introducción al estudio del turismo*, 4<sup>a</sup>. ed., México, Joaquín Porrúa, Colección Textos Universitarios, 1982.

Pisani B., Olga y Marcela Tovar G., “Evaluación de planes de estudio en instituciones de educación superior: un problema central de la investigación educativa”, en *Pedagogía*, México, Universidad Pedagógica Nacional, Vol.2, No. 4, 1985, pp. 1-6.

Ramírez, Blanco, Manuel, *Teoría general de turismo*, 3<sup>a</sup>. ed., México, Editorial Diana, 1985.

Sancho, Amparo, “Calidad y educación: un reto para el sector turístico”, en *Estudios Turísticos*, Madrid, Instituto de Estudios Turísticos, Dirección General de Política Turística, No. 119-120, 1993, pp. 23-28.

Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), *Proyecto de capacitación y formación turística, Documento preliminar*. CAM 90/010. Organización Mundial del Turismo (OMT); Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y SITCA. Managua, Nicaragua, 1993, pp.1-139.

Tedesco, Juan Carlos, “Calidad y democracia en la enseñanza superior: un objetivo posible y necesario”, en *Educación Superior*, Caracas, CRESAL-UNESCO, Boletín del Centro Regional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe, No. 18, 1985, pp.5-15.

Terry, George, Robert, *Principios de Administración*, 5<sup>a</sup>. ed., Buenos Aires, Editorial El Ateneo, 1979.