

PROGRAMA FSE - EOI

**ACCIONES FORMATIVAS EN EL
CAMPO DEL TRANSPORTE
Y EL TURISMO**

HORIZONTE SERVICIOS

SINTESIS

ESCUELA DE ORGANIZACION INDUSTRIAL

M A D R I D

1996

INDICE

	<u>Página</u>
0.- <u>RESUMEN</u>	2
1.- <u>ANTECEDENTES</u>	4
2.- <u>INVESTIGACIÓN DE LA SITUACIÓN / MERCADO</u>	27
3.- <u>DEFINICIÓN DEL PROGRAMA FORMATIVO</u>	31
4.- <u>LÍNEA PEDAGÓGICA. PERFIL DEL PROFESORADO</u>	40
5.- <u>SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE LOS PARTICIPANTES</u>	43
5.1.- La selección	
5.2.- La evaluación y acreditación de los participantes	
6.- <u>CONTROL DE LA ENSEÑANZA</u>	46
7.- <u>CONCLUSIONES</u>	48

0.- RESUMEN

Los objetivos fijados para la realización de este estudio se refieren a las lagunas de capacitación de los recursos humanos dedicados a las industrias del turismo en las Comunidades Autónomas que se citan en el título, a las acciones de formación necesarias para cubrir aquellas y a su diseño y desarrollo, y pueden resumirse así:

- Determinación de las acciones formativas necesarias para las industrias del turismo en las Comunidades Autónomas de Asturias, Cantabria, Extremadura y Valenciana.

- Selección, de entre las anteriores acciones formativas, de aquellas que la Escuela de Organización Industrial se encuentra en condiciones de proporcionar y pueden ser de su interés.

- Diseño de las acciones formativas correspondientes:

- Cursos a impartir.

- Contenido de los mismos, con definición de las diferentes materias y duración de las mismas.

- Definición del perfil del alumnado y profesorado.

- Definición de las líneas pedagógicas y metodología de la enseñanza.

- Determinación del número de cursos a impartir en cada una de las cuatro Comunidades Autónomas.

Diseño de los sistemas de realización de los cursos:

Diseño de los sistemas de realización de los cursos:

- **Selección del Alumnado.**
- **Sistema de evaluación y acreditación de los participantes.**
- **Sistema de control de la adecuación de la enseñanza impartida.**
- **Sistema de información de la marcha de los cursos.**
- **Medios materiales y documentación necesaria.**

1.- ANTECEDENTES

La "Organización Mundial del Turismo" (OMT) define el turismo como:

"Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en sitios distintos del de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos".

La OMT es la organización intergubernamental a nivel mundial que, bajo el marco de las Naciones Unidas, fue constituida como el foro internacional en el que los Estados pueden establecer las normas, directrices y estructuras necesarias para la evolución y consolidación de la actividad del turismo y tiene como objetivos generales el desarrollo y promoción de las actividades turísticas, dentro del marco y como contribución al desarrollo en general.

La OMT reúne a casi 120 Estados como miembros efectivos y tiene cerca de 200 miembros afiliados; su sede se encuentra en Madrid.

En general, las actividades turísticas, en todos los países de economía de mercado y en la mayor parte de los de economía mixta, son realizadas por la iniciativa privada con algunas excepciones en lo que concierne a algunas cadenas públicas de alojamientos, los ferrocarriles y el transporte aéreo.

El turismo, cuyos más remotos antecedentes podrían situarse en el Neolítico, cuando aparece el sedentarismo y con él algunos "alojamientos para visitantes", pasa por la domesticación de los animales de carga ó arrastre y, muy especialmente por la invención de la rueda y la vela hacia el final de la prehistoria, que a su vez provocan la aparición de las primeras carreteras y puertos, y da lugar casi mil quinientos años a. de C., a la realización de viajes mínimamente organizados en Egipto ó a la existencia de "posadas" en Creta.

El Imperio Romano realiza lo que podríamos llamar la primera gran red de carreteras (las “vías” romanas, unos 80.000 km cien años a. de C), en la que aparecen los albergues retribuidos.

Durante la Edad Media, las carreteras y caminos se hacen más inseguros, no obstante lo cual, las motivaciones religiosas dan lugar a fuertes corrientes de viajes a destinos concretos (Roma, Santiago, Jerusalén, La Meca) y la importación de la brújula a Occidente en el año 1.300 hacen posibles los grandes descubrimientos geográficos, sobre todo el de América en 1492, que dan origen a la Edad Moderna.

Se produce un gran desarrollo de los viajes en los siglos XVII y XVIII, apoyado en el progreso de los medios y el aumento de la seguridad.

La invención de la locomotora en 1814, la fundación de la que sería famosa agencia de viajes Cook en 1841, la Exposición Universal de París en 1878 y, en general, el desarrollo de la revolución industrial, producen un fuerte incremento de los viajes, que comienzan a estar tímidamente al alcance de las clases medias en la primera mitad del siglo actual. El progreso tecnológico impulsado, en gran parte, por las guerras mundiales y sobre todo el fortísimo desarrollo de la aviación comercial después de la 2ª guerra, unido a la evolución social, han convertido el turismo en una “necesidad” para los pueblos desarrollados transformando el turismo de élite en el de masas.

Las actividades del turismo se agrupan en cuatro apartados principales:

- a) El desplazamiento, por medios propios (automóvil) ó ajenos (industria de los transportes: aéreo, carretera, ferrocarril, marítimo).
- b) El alojamiento (hoteles, hostales, pensiones, campings, etc.).
- c) La alimentación, de confección propia ó ajena (industria de la restauración).
- d) La distribución (industria de la agencia de viajes)

El turismo es una industria en expansión (7% de crecimiento medio de ingresos y 4,3% de turistas, en los últimos cinco años) en el mundo entero, constituyendo además una de las más importantes actividades de la sociedad actual, como muestran las siguientes cifras:

- 14% de PNB mundial (ingresos del turismo internacional).
- 7,5% del empleo mundial más viajes (ingresos del turismo internacional).
- 8% de la exportación mundial de mercancía (ingresos del turismo internacional).
- Un tercio del comercio mundial de servicios (ingresos del turismo internacional).

siendo Europa la región más visitada, con casi dos tercios de las llegadas turísticas internacionales.

Las cifras más destacadas del turismo mundial pueden verse en las Tablas 1 a 3 y las Figuras 1 a 3, a continuación.

Por lo que se refiere a nuestro país, España ocupa el segundo lugar en 1995 en llegadas de turistas y el cuarto en ingresos por turismo, siendo uno de los países líderes mundiales de esta actividad. El número de visitantes alcanzó la cifra de 63 millones en 1995 y el de turistas (más de una noche de estancia) casi los 45 millones.

La actividad turística en España representa:

- Más del 10% del PIB.
- Más del 8% del empleo total.
- Aproximadamente el 6,5% de la población activa.
- Un superavit de 2,6 billones de pesetas en la balanza turística.

El origen de nuestro turismo es, fundamentalmente, Europa (90%) y por países Francia (32%) seguida de Alemania (16%) y Reino Unido (14%).

TABLA - 1

LOS 20 PRINCIPALES PAISES EN FUNCION DE SUS LLEGADAS TURISTICAS

Resultados preliminares

RANGO		PAISES	LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES (MILES)		% VARIACION	PARTE EN % DE LAS LLEGADAS MUNDIALES	
			1990	1995		1990	1995
1	1	FRANCIA	52.497	60.584	-1,19	11,43	10,68
3	2	ESPAÑA	37.441	45.125	4,38	8,15	7,96
2	3	ESTADOS UNIDOS	39.539	44.730	-1,70	8,61	7,89
4	4	ITALIA	26.679	29.184	6,20	5,81	5,15
12	5	CHINA	10.484	23.368	10,91	2,28	4,12
7	6	REINO UNIDO	18.013	22.700	7,92	3,92	4,00
5	7	HUNGRIA	20.510	22.087	3,09	4,47	3,90
8	8	MEXICO	17.176	19.870	16,11	3,74	3,50
27	9	POLONIA	3.400	19.225	2,26	0,74	3,39
6	10	AUSTRIA	19.011	17.750	-0,80	4,14	3,13
10	11	CANADA	15.209	16.854	5,53	3,31	2,97
16	12	REP. CHECA	7.278	16.600	-2,35	1,58	2,93
9	13	ALEMANIA	17.045	14.535	0,28	3,71	2,56
11	14	SUIZA	13.200	11.835	-2,99	2,87	2,09
13	15	GRECIA	8.873	11.095	3,57	1,93	1,96
19	16	HONG KONG	6.581	9.598	2,86	1,43	1,69
14	17	PORTUGAL	8.020	9.513	4,17	1,75	1,68
15	18	MALASIA	7.446	7.936	10,27	1,62	1,40
22	19	SINGAPUR	4.842	6.595	5,22	1,05	1,16
21	20	TAILANDIA	5.299	6.532	5,94	1,15	1,15
TOTAL 1-20			338.543	415.716	3,07	73,72	73,31
TOTAL MUNDIAL			459.233	567.033	3,80	100,00	100,00

TABLA - 2

LOS 20 PRINCIPALES PAISES EN FUNCION DE SUS INGRESOS TURISTICOS

Resultados preliminares

RANGO		PAISES	INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL (Millones \$EEUU)		% VARIACION	PARTE EN % DE LOS INGRESOS MUNDIALES	
			1990	1995		1990	1995
1	1	ESTADOS UNIDOS	43.007	58.370	-3,37	16,25	15,70
2	2	FRANCIA	20.185	27.322	6,61	7,63	7,35
3	3	ITALIA	20.016	27.072	13,14	7,56	7,28
4	4	ESPAÑA	18.593	25.065	14,70	7,02	6,74
5	5	REINO UNIDO	14.940	17.468	15,10	5,64	4,70
6	6	AUSTRIA	13.410	12.500	-5,02	5,07	3,36
7	7	ALEMANIA	11.471	11.922	7,49	4,33	3,21
11	8	HONG KONG	5.032	9.075	9,11	1,90	2,44
25	9	CHINA	2.218	8.250	12,66	0,84	2,22
12	10	SINGAPUR	4.596	7.550	6,83	1,74	2,03
8	11	SUIZA	6.789	7.250	-4,23	2,56	1,95
9	12	CANADA	5.612	7.048	11,71	2,12	1,90
64	13	POLONIA	358	7.000	13,82	0,14	1,88
14	14	AUSTRALIA	4.088	6.875	15,45	1,54	1,85
13	15	TAILANDIA	4.326	6.617	14,84	1,63	1,78
10	16	MEXICO	5.467	6.070	-3,93	2,07	1,63
16	17	PAISES BAJOS	3.636	6.050	7,80	1,37	1,63
18	18	COREA, REP.	3.559	5.662	48,77	1,34	1,52
26	19	INDONESIA	2.105	5.312	11,01	0,80	1,43
15	20	BELGICA	3.721	5.250	1,31	1,41	1,41
TOTAL 1-20			193.129	267.728	6,50	72,96	72,03
TOTAL MUNDIAL			264.708	371.682	7,20	100,00	100,00

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

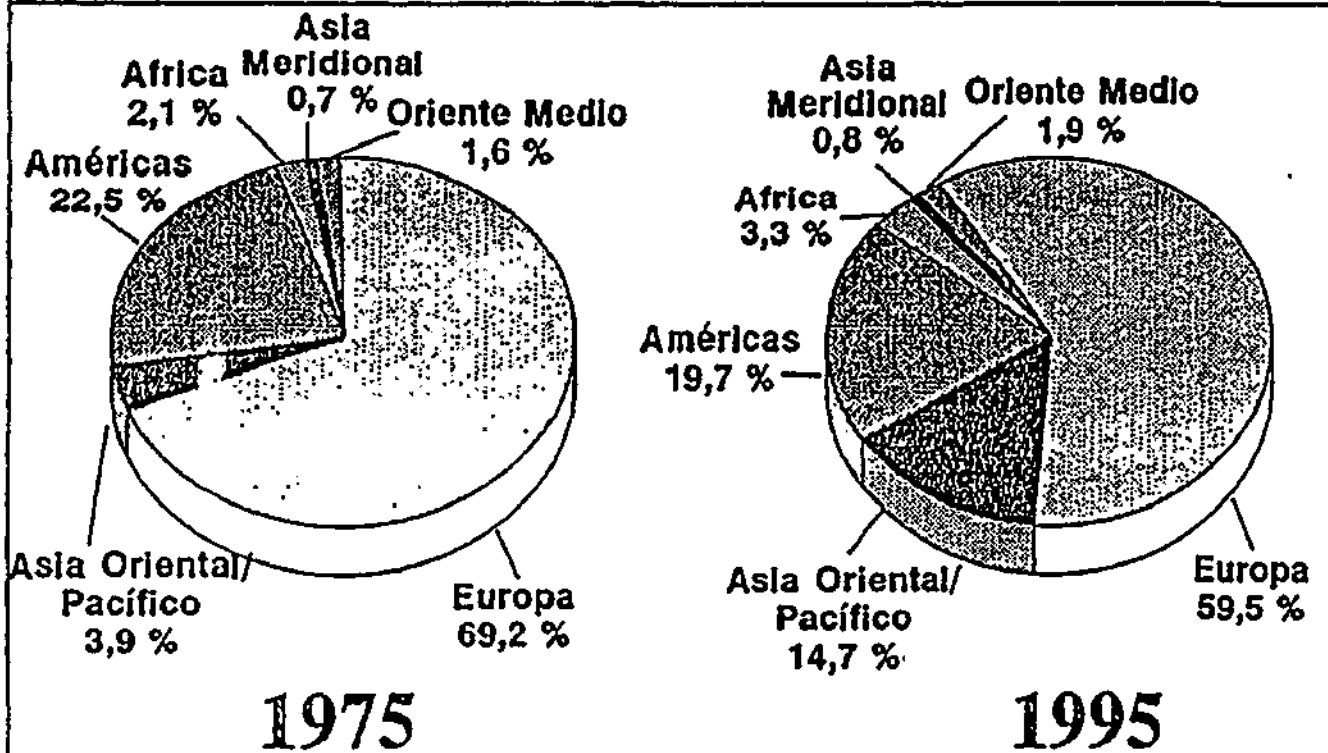
TABLA - 3

RESULTADOS PRELIMINARES PARA 1995								
	LLEGADAS DE TURISTAS (Miles)		% VARIACION		INGRESOS TURISTICOS (Millones \$EEUU)		% VARIACION	
	1994	1995	95/94	94/93	1994	1995	95/94	94/93
MUNDO	546.269	567.033	3,8	5,4	346.703	371.682	7,2	10,4
AFRICA	18.477	18.800	1,7	0,7	6.530	6.915	5,9	8,5
AMERICAS	107.176	111.944	4,4	3,0	95.084	95.239	0,2	4,8
ASIA ORIENTAL/PACIFICO	76.973	83.624	8,6	10,6	61.990	69.349	11,9	18,7
EUROPA	329.819	337.240	2,3	5,1	174.811	189.820	8,6	11,0
ORIENTE MEDIO	9.875	11.041	11,8	10,0	5.129	6.653	29,7	6,8
ASIA MERIDIONAL	3.949	4.384	11,0	11,0	3.159	3.706	17,3	13,1

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

FIGURA - 1

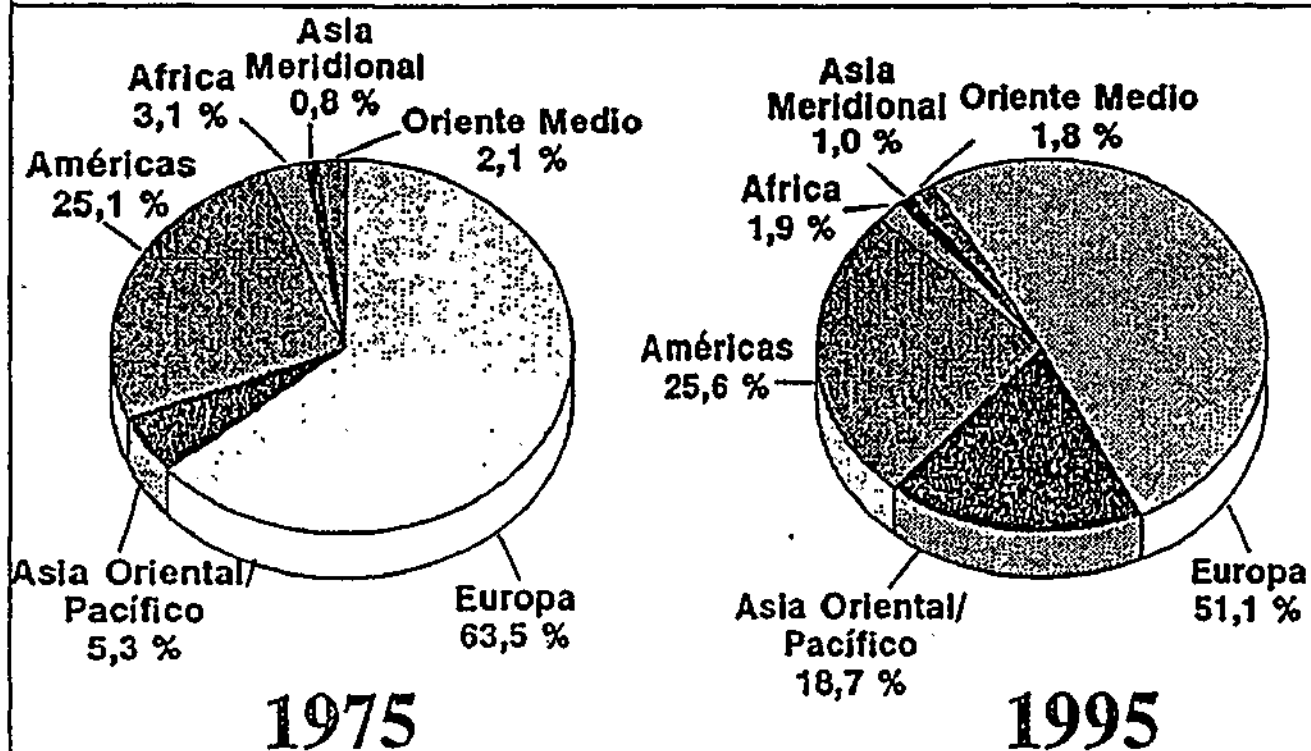
**CUOTA EN PORCENTAJE DE LLEGADAS A ESCALA MUNDIAL
1975 Y 1995**



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

FIGURA - 2

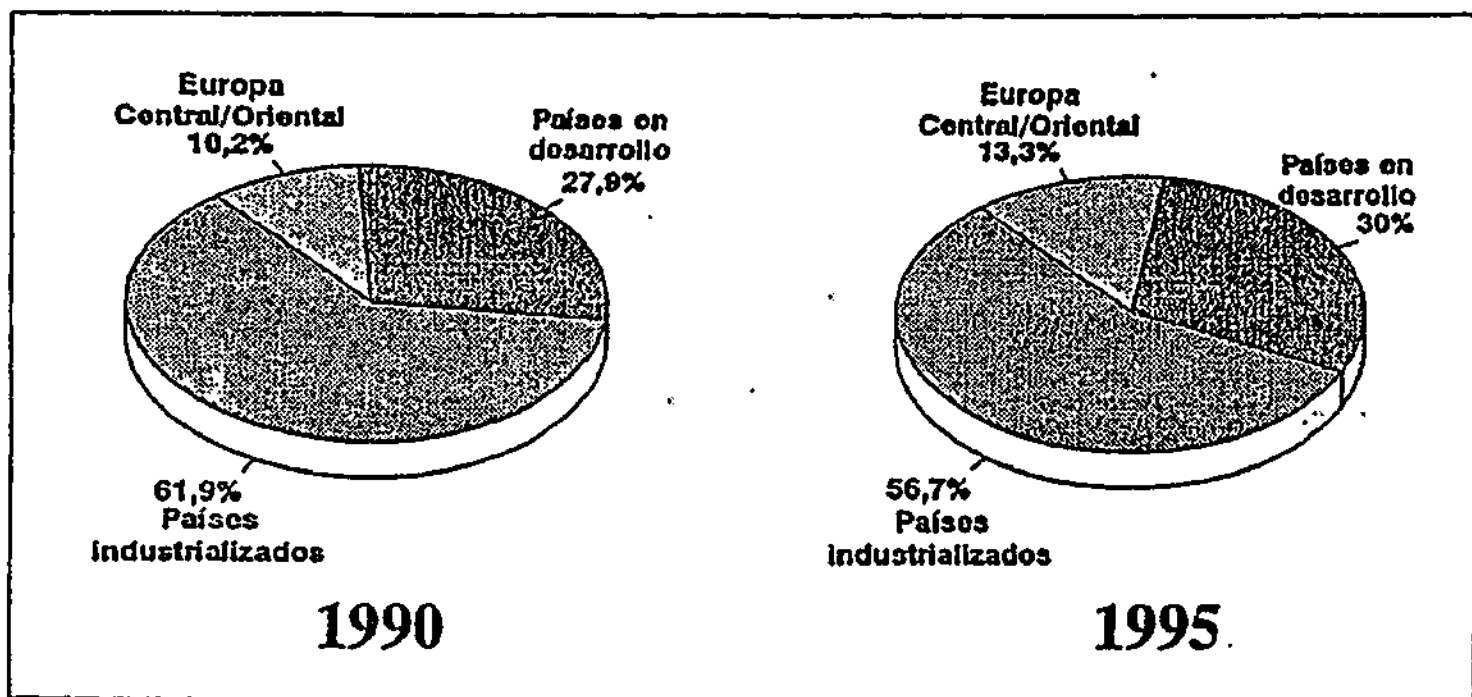
**CUOTA EN PORCENTAJE DE INGRESOS A ESCALA MUNDIAL
1975 Y 1995**



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

FIGURA - 3

**DISTRIBUCION EN % DE LAS LLEGADAS TURISTICAS
1990 Y 1995**



**DISTRIBUCION EN % DE LOS INGRESOS POR TURISMO
1990 Y 1995**

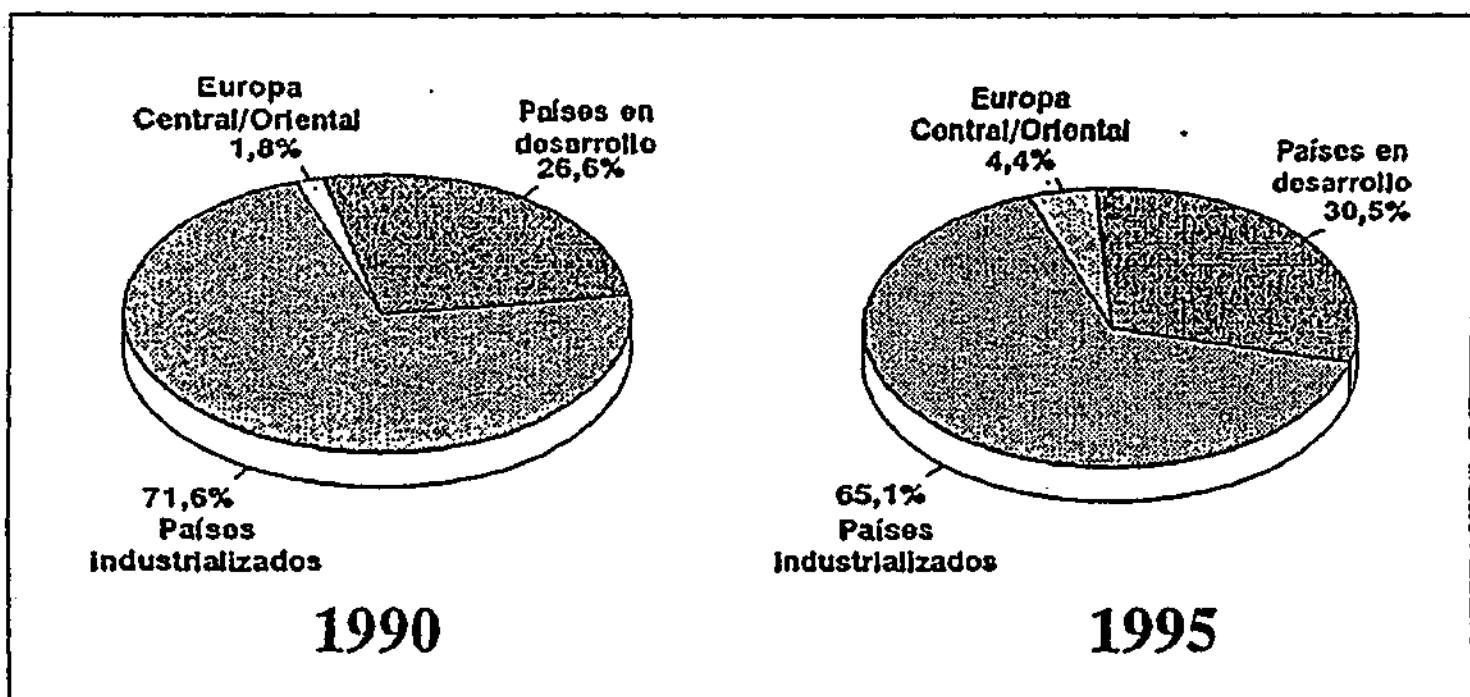


TABLA - 4

VISITANTES POR TIPO Y MES

(En miles)

1995 MESES	VISITANTES (Residentes en el extranjero)	TURISTAS (Pernoctan)	EXCURSIONISTAS (No pernoctan)
ENERO (% Horizontal) (%Vertical)	2.802 100,0% 4,4%	1.808 64,5% 4,0%	994 35,5% 5,4%
FEBRERO (% Horizontal) (%Vertical)	2.703 100,0% 4,3%	1.800 66,6% 4,0%	903 33,4% 4,9%
MARZO (% Horizontal) (%Vertical)	3.645 100,0% 5,8%	2.572 70,6% 5,7%	1.073 29,4% 5,8%
ABRIL (% Horizontal) (%Vertical)	4.871 100,0% 7,7%	3.509 72,0% 7,8%	1.362 28,0% 7,4%
MAYO (% Horizontal) (%Vertical)	5.224 100,0% 8,3%	3.875 74,2% 8,6%	1.349 25,8% 7,3%
JUNIO (% Horizontal) (%Vertical)	5.469 100,0% 8,6%	4.197 76,7% 9,4%	1.272 23,3% 6,9%
JULIO (% Horizontal) (%Vertical)	9.114 100,0% 14,4%	6.689 73,4% 14,9%	2.425 26,6% 13,2%
AGOSTO (% Horizontal) (%Vertical)	10.307 100,0% 16,3%	7.133 69,2% 15,9%	3.174 30,8% 17,3%
SEPTIEMBRE (% Horizontal) (%Vertical)	6.896 100,0% 10,9%	5.443 78,9% 12,1%	1.453 21,1% 7,9%
OCTUBRE (% Horizontal) (%Vertical)	4.985 100,0% 7,9%	3.595 72,1% 8,0%	1.390 27,9% 7,6%
NOVIEMBRE (% Horizontal) (%Vertical)	3.268 100,0% 5,2%	2.002 61,3% 4,5%	1.266 38,7% 6,9%
DICIEMBRE (% Horizontal) (%Vertical)	3.971 100,0% 6,3%	2.263 57,0% 5,0%	1.708 43,0% 9,3%
TOTAL (% Horizontal)	63.255 100,0%	44.886 72,6%	18.369 27,4%

Fuente: Encuesta Movimiento Turístico en Fronteras. Instituto de Estudios Turísticos.
Secretaría General de Turismo.

TABLA - 5

VISITANTES POR MESES. VARIACIONES RESPECTO A 1994

(En miles)

MESES	VISITANTES 1995	VISITANTES 1994	Δ 94/95
ENERO	2.802	3.002	-6,7
FEBRERO	2.703	2.920	-7,4
MARZO	3.645	3.523	3,5
ABRIL	4.871	4.223	14,3
MAYO	5.224	5.042	3,6
JUNIO	5.469	5.064	8,0
JULIO	9.114	9.060	0,6
AGOSTO	10.307	10.401	-0,9
SEPTIEMBRE	6.896	6.506	6,0
OCTUBRE	4.985	4.779	4,3
NOVIEMBRE	3.268	3.126	4,5
DICIEMBRE	3.971	3.782	5,0
TOTAL	63.255	61.428	3,0

Fuente: Encuesta Movimiento Turístico en Fronteras. Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría General de Turismo.

TABLA - 6

VISITANTES POR VIA DE ENTRADA

(En miles)

AÑO 1995	VISITANTES (Residentes en el extranjero)
Carretera	34.441
Aeropuerto	25.113
Otras vías	3.701
Total	63.255

TABLA - 7

INGRESOS POR TURISMO

(En miles)

MESES	1995	1994	Δ 94/95	DIFERENCIA
ENERO	192,6	171,5	12,3	21,1
FEBRERO	172,0	160,5	7,2	11,5
MARZO	227,8	188,8	20,7	39,0
ABRIL	218,7	199,3	9,7	19,4
MAYO	260,3	238,3	9,2	22,0
JUNIO	287	271,4	5,7	15,6
JULIO	360,2	334,6	7,7	25,6
AGOSTO	394,0	363,9	8,3	30,1
SEPTIEMBRE	312,7	296,7	5,4	16,0
OCTUBRE	274,7	244,6	12,3	30,1
NOVIEMBRE	246,5	226,5	8,8	20,0
DICIEMBRE	173,8	182,8	-4,9	-9,0
TOTAL	3.122,2	2.878,9	8,5	243,3

Fuente: Banco de España

Los datos acumulados del año en curso incorporan revisiones de las cifras provisionales publicadas en los meses precedentes.

TABLA - 8

SALDO POR TURISMO

(En miles)

MESES	1995	1994	Δ 94/95	DIFERENCIA
ENERO	154,8	134,6	15,0	20,2
FEBRERO	137,9	126,6	8,9	11,3
MARZO	182,4	139,4	30,8	43,0
ABRIL	175,5	163,9	7,1	11,6
MAYO	218,7	200,0	9,3	18,7
JUNIO	240,6	224,5	7,2	16,1
JULIO	302,0	273,2	10,5	28,8
AGOSTO	334,3	304,8	9,7	29,5
SEPTIEMBRE	260,5	244,9	6,4	15,6
OCTUBRE	226,4	198,4	14,1	28,0
NOVIEMBRE	203,3	184,6	10,1	18,7
DICIEMBRE	132,6	132,2	0,3	0,4
TOTAL	2.570,6	2.327,3	10,5	243,3

Fuente: Banco de España

Los datos acumulados del año en curso incorporan revisiones de las cifras provisionales publicadas en los meses precedentes.

TABLA - 9

VISITANTES POR PAIS DE RESIDENCIA. 1995

PAIS	Nº DE VISITANTES	% VERTICAL
EUROPA	58.700.338	92,80
Alemania	10.446.756	16,52
Austria	355.755	0,56
Bélgica	2.789.340	4,41
Dinamarca	528.006	0,83
Francia	20.280.355	32,06
Holanda	2.226.485	3,52
Italia	3.686.206	5,83
Portugal	5.121.780	8,10
Reino Unido	8.805.152	13,92
Suecia	785.891	1,24
Suiza	1.510.370	2,39
Otros	2.164.242	3,42
AMERICA	3.342.220	5,28
Brasil	359.975	0,57
Estados Unidos	1.623.089	2,57
Otros	1.359.156	2,15
ASIA	453.224	0,72
Japon	197.212	0,31
Otros	256.012	0,40
Resto Mundo	759.218	1,20
TOTAL	63.255.000	100,00

Fuente: Encuesta Movimiento Turístico en Fronteras.
Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría General de Turismo.

El origen de nuestro turismo es, fundamentalmente, Europa (90%) y por países Francia (32%) seguida de Alemania (16%) y Reino Unido (14%).

Las Tablas 4 a 9 recogen las cifras más significativas.

El destino de nuestros turistas es fundamentalmente el de las Comunidades Autónomas con playas y buen clima como puede verse en la Tabla 10, a continuación, lo que se corresponde con la principal motivación, que es “sol y playa” (Tabla 11), aproximadamente el 44% utiliza a las agencias de viajes para su organización y el 54% usa los alojamientos hoteleros (Tabla 12).

Por otra parte el turismo español en correspondencia, de nuevo, con la motivación de “sol y playa” es muy estacional.- (Figura 4).

Por lo que se refiere a nuestras cuatro Comunidades Autónomas (Índices comparativos en la Tabla 13 a continuación, que relacionan la actividad de las empresas turísticas con las principales parámetros que definen la entidad económica y demográfica de cada región) la situación es la siguiente:

ASTURIAS

- Muy escasa penetración del turismo Exterior.
- Muy escasa actividad de transporte de viajeros.
- Muy escasa oferta hotelera.
- Escasa implantación de las agencias de viajes.

y, en conjunto, un atraso en la actividad del turismo en relación con la media del país y sus propias posibilidades.

CANTABRIA

- Relativamente escasa penetración del turismo exterior.
- Escasa actividad del transporte de viajeros.
- Razonable oferta hotelera.
- Muy escasa penetración de las agencias de viajes

y, en conjunto, un cierto atraso en la actividad turística en relación con la media del país y sus propias posibilidades.

EXTREMADURA

- Escasísima penetración del turismo exterior.
- Escasísima actividad del transporte de viajeros.
- Muy escasa oferta hotelera.
- Escasísima implantación de las agencias de viajes.

lo que evidencia un fuerte atraso en la actividad turística en relación con la media del país y las posibilidades propias de la región.

COMUNIDAD VALENCIANA

- Penetración del turismo exterior superior a la media.
- Razonable capacidad hotelera para el volumen de turismo que recibe.
- Fuerte movimiento del transporte de viajeros por carretera y del transporte aéreo.
- Implantación de las agencias de viajes en línea con el resto de la nación.

lo que pone de manifiesto un fuerte desarrollo de la actividad turística, aunque, esencialmente, limitada a la motivación de “sol y playa”.

En lo que atañe a la cualificación de las personas dedicadas a estas industrias, puede decirse que está por debajo de lo deseable en todo el mundo y que esa situación, unida al crecimiento de la actividad, da lugar a unas necesidades de formación generalmente superiores a la capacidad de satisfacerlas, en casi todo el mundo y en España en particular, sea debido al fuerte crecimiento del turismo o la fuerte competencia entre destinos ya consolidados. En España, una de las conclusiones del Plan Estratégico del Turismo (Plan Futuro) fue “la insuficiencia del nivel profesional en el sector”; para mejorar tal situación se establecieron tres directrices estratégicas:

- Potenciación de la Formación y Cualificación
- Potenciación del capital humano de alta Cualificación.
- Perfeccionamiento profesional de los Recursos Humanos.

y planes de acción correspondientes, a llevar a cabo a lo largo de la duración del mismo (1992 - 1995).

A principios de 1996, el saliente gobierno del Partido Socialista aprobó la continuación del Plan (Futures - 2) de 1996 a 1999, en el que se incluyen diferentes acciones en el campo de la formación, entre otras, en línea similar al plan previo.

Recientemente la Secretaría General de Comercio y Turismo del nuevo gobierno del Partido Popular anuncia la inmediata realización de un nuevo plan estratégico del turismo antes de que finalice el año 1996.

Las necesidades formativas del sector en España, se derivan, por supuesto, del crecimiento, pero fundamentalmente de los imperativos de mejora de la calidad del servicio para hacer frente a la creciente competencia.

Las cuatro Comunidades Autónomas que son objeto de nuestro estudio tienen muy diferentes situaciones en lo que atañe al turismo; mientras la Comunidad Valenciana tiene un elevado nivel de desarrollo turístico y una alta implantación de las diversas industrias del sector, la Comunidad de Cantabria tiene niveles muy modestos en algunos aspectos y las Comunidades de Asturias y Extremadura, sobre todo esta última, tienen muy bajos niveles de desarrollo turístico y muy escasa implantación de las industrias relacionadas.

TABLA - 10

DESTINO PRINCIPAL DE LOS TURISTAS POR CCAA.

CC.AA.	TOTAL	%VERTICAL
Andalucía	5.898.839	13,14%
Aragón	541.994	1,21%
Asturias (Principado de)	363.558	0,81%
Islas Baleares	7.818.022	17,42%
Canarias	7.262.735	16,18%
Cantabria	380.369	0,85%
Castilla-La Mancha	176.270	0,39%
Castilla y León	1.378.095	3,07%
Cataluña	9.815.488	21,87%
C.Valenciana	5.753.619	12,82%
Extremadura	204.562	0,46%
Galicia	913.799	2,04%
Madrid (Comunidad de)	2.760.126	6,15%
Murcia (Región de)	372.991	0,83%
Navarra (Com. Foral de)	215.139	0,48%
País Vasco	694.305	1,55%
La Rioja	70.190	0,16%
Ceuta y Melilla	15.708	0,03%
No concretó	170.378	0,38%
Ns/Nc	79.038	0,18%
TOTAL	44.885.225	100,00%

Fuente: Encuesta Movimiento Turístico en Fronteras.
 Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría General de
 Turismo.

TABLA - 11**MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE**

(%)

MOTIVO DEL VIAJE	TOTAL ENERO- DICIEMBRE	PRIMER TRIMESTRE	SEGUNDO TRIMESTRE	TERCERO TRIMESTRE	CUARTO TRIMESTRE
Ocio	86,0	80,9	85,9	89,7	81,1
Negocio	8,7	13,8	9,3	5,0	13,0
Estudios	1,5	2,5	2,0	0,7	1,8
Paso a otros países .	3,2	1,8	2,1	4,2	3,4
Otros motivos	0,6	0,9	0,7	0,4	0,7
TURISTAS (En miles)	44.886	6.180	11.581	19.265	7.860

Fuente: Encuesta Movimiento Turístico en Fronteras. Instituto de Estudios Turísticos.
Secretaría General de Turismo.

TABLA - 12

TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO POR LOS TURISTAS

(%Verticales)

TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO	TOTAL ENERO-DICIEMBRE	PRIMER TRIMESTRE	SEGUNDO TRIMESTRE	TERCER TRIMESTRE	CUARTO TRIMESTRE
Hotel (Apart-hotel), parador, hostel.....	54,3	60,1	60,0	47,2	58,5
Pensión, casa de huéspedes.....	2,8	2,4	2,6	2,9	2,9
Casa particular, habitaciones.....	2,4	2,4	2,2	2,2	3,1
Camping, caravana.....	8,0	2,8	5,6	13,2	2,8
Apartamento, chalet, casa, piso o bungalow propio.....	8,2	7,0	8,4	8,3	8,5
Apartamento, chalet, casa, piso o bungalow en régimen de multipropiedad.....	2,0	1,3	2,0	2,0	2,7
Apartamento, chalet, casa, piso o bungalow alquilado.....	9,2	7,1	6,7	11,5	9,0
Apartamento, chalet, casa, piso o bungalow de familiares o amigos...	12,8	15,5	12,1	13,0	11,5
Residencias, colegios universitarios, etc.....	0,7	0,6	0,4	0,8	1,0
Otros.....	2,5	2,3	2,2	2,5	3,0
TURISTAS (En milos)	44.886	6.180	11.581	19.265	7.860

Fuente: Encuesta Movimiento Turístico en Fronteras. Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría General de Turismo.

FIGURA - 4

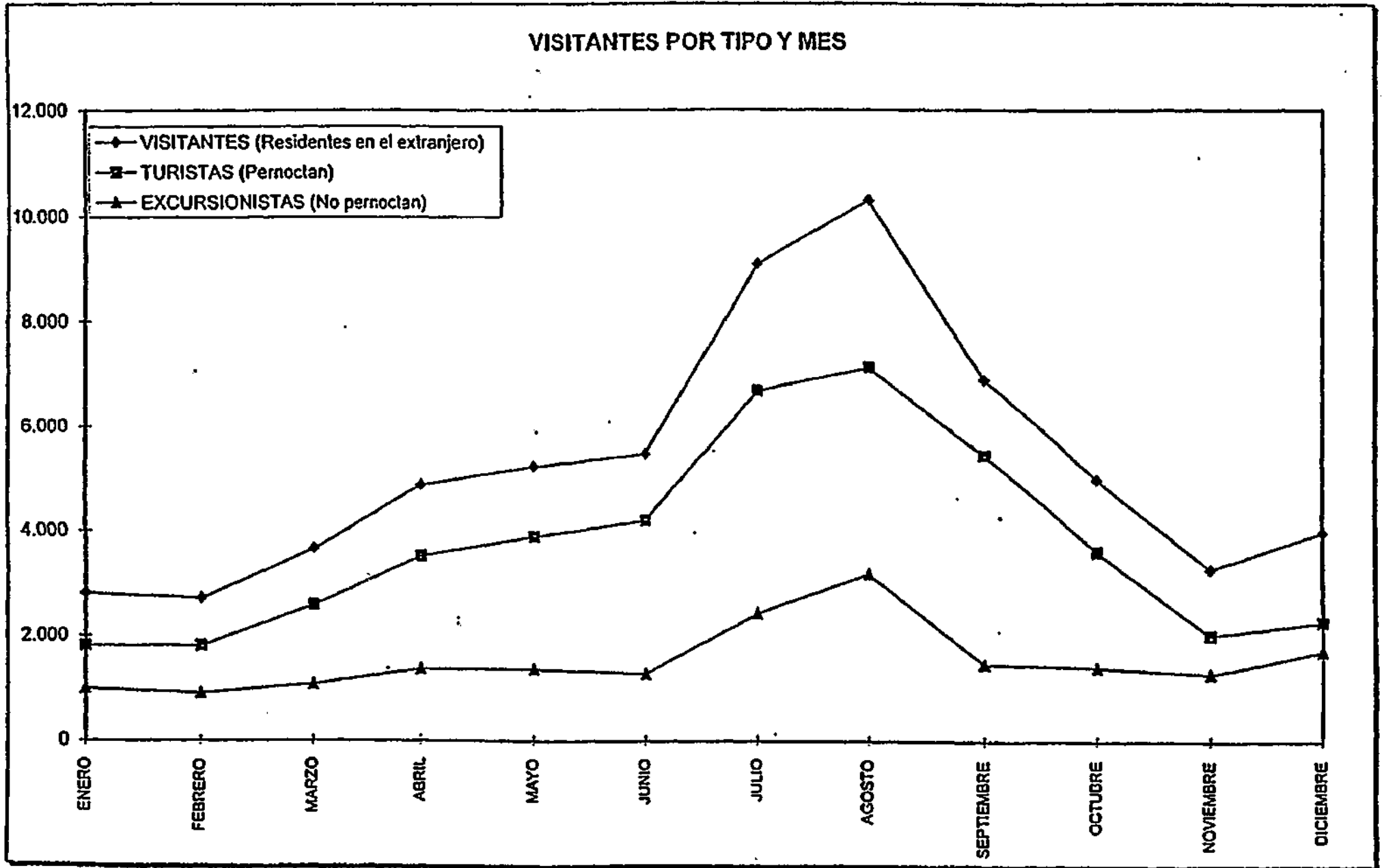


TABLA 13

Comparación de las actividades turísticas de las CC.AA.

CC.AA	Poblac. (*1000)	Pob.>16 años (*1000)	% Poblac. España	%Paro	% Empleo Servicios	% Turistas Estranj.	Nº Agenc. viajes	Capac. Hotel (camas)	Nº Autob.	Aviones (*1000)	Pasajeros (*1000)	Nº Aeropuert.	PIB (*1.000.000)	%	% Rent. Famili. disp.	6/3	7/1	7/13	8/1	8/13	9/1	11/1
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)		(14)	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)	(20)	(21)
ASTURIAS	1089	920	2,9	19	59,8	0,81	102	11 832	400	5,8	403	1	1496	2,5	2,72	0,28	0,09	0,07	11	7,91	0,4	0,37
CANTABRIA	527	433	1,4	22,6	56,3	0,85	37	10531	800	4,1	144	1	751	1,2	1,3	0,61	0,07	0,05	20	14	1,5	0,27
EXTREMADURA	1066	841	2,6	28,6	57,5	0,46	50	7519	400	1,2	16	1	1139	1,9	2,07	0,18	0,05	0,04	7	6,6	0,4	0,02
C. VALENCIANA	3874	3178	10	22,6	55,9	12,8	494	73.874	8400	60,7	4.408	2	6137	10	10,18	1,28	0,13	0,08	19	12	2,2	1,14
ESPAÑA	38.872	31.919	100	22,7	61	100%	5320	1.132.350	48.000	958	76.160	39	60.926	100	100	1	0,14	0,09	29	18,6	1,2	1,96

Datos correspondientes a 1995

Fuentes: Instituto nacional de estadística
 Instituto de estudios turísticos
 Guía NEXOTOUR
 Guía oficial de hoteles en España
 Estadísticas de AENA
 Banco de España
 Elaboración propia

2.- INVESTIGACION DE LA SITUACION/MERCADO

Para determinar las necesidades formativas de las cuatro Comunidades Autónomas se ha llevado a cabo una investigación de mercado, basada en parte en una encuesta telefónica dirigida a la definición de las áreas de la gestión empresarial turística donde se dan las carencias o insuficiencias, a su cuantificación y ciertos aspectos de la línea pedagógica y perfiles del profesorado.

La investigación telefónica que abarcó los sectores de alojamientos (hoteles, hostales, etc.), transportes (aéreo y de carretera) y distribución (agencias de viajes), de acuerdo con una relación, para cada sector, basada en volúmenes mínimos de entidad o actividad de las empresas, fue realizada por una empresa especializada en el estudio de mercados. Se obtuvieron 202 respuestas válidas, que permitieron sacar consecuencias para el estudio.

Las conclusiones generadas de la encuesta, que vienen, en parte, a confirmar el conocimiento previo de la situación de los mercados, son las siguientes:

- El sector es dinámico y se espera de él un crecimiento sustancial en las cuatro Comunidades Autónomas.
- El crecimiento de la actividad, que será más acusado en las empresas de mayor tamaño irá acompañado de un crecimiento del empleo.
- Las líneas de conocimientos de las actividades en que ese crecimiento de empleo va a producirse son, fundamentalmente, las relacionadas con la gestión en general, la actividad comercial y la informática.
- Las áreas de formación que se consideran más interesantes son:
 - A nivel de ejecución: las relacionadas con la calidad, atención al cliente, ventas y relaciones públicas.
 - A nivel de mandos: la organización y gestión de la empresa, la calidad, la informática y la atención al cliente.

- No existe ningún interés por la formación teórica, sino esencialmente práctica, como transmisión de las experiencias reales, aunque con un nivel académico mínimo, impartida por profesorado preferentemente compuesto por personas dedicadas a la actividad empresarial.

La cuantificación del número de alumnos o participantes en cada Comunidad Autónoma para cada curso de los definidos en el apartado 4 de esta síntesis se ha llevado a cabo en función de los resultados de la propia encuesta, el análisis de los censos de las empresas turísticas de los diversos subsectores y la experiencia, a través de una fórmula que tiene en cuenta el número de empresas, la plantilla media afectada por cada curso, los deseos de formación manifestados, la evolución del empleo y ciertos coeficientes relacionados con la competencia y las iniciativas individuales. Todo ello para cada una de las cuatro Comunidades Autónomas.

Los resultados obtenidos pueden verse en las Tablas 14 y 15, que recogen el número de cursos, alumnos y horas lectivas a llevar a cabo.

El perfil de los potenciales participantes, puede preverse que será:

- En los cursos MASTER:

- Edad: entre 25 y 45 años.
- Sexo: mayoría masculina con alta participación femenina (35%).
- Estudios: la mayoría con titulación universitaria, (de grado medio y, sobre todo, alto) y una minoría (30%) sin titulación pero con estudios especializados
- Experiencia: una gran mayoría con experiencia amplia en la gestión de las actividades del subsector de que se trate como mandos intermedios ó altos ó directores de pequeñas empresas.

- En los cursos de Calidad e Informática:

- Edad: entre 20 y 40 años.
- Sexo: aproximadamente 50 / 50.
- Estudios: se darán todos los casos, siendo minoría los titulados, que serán en general, los más jóvenes.
- Experiencia: media - baja en general, en puestos de ejecución, y pocos en mando intermedio.

TABLA 14**Cursos a realizar (periodo - 3 años) y horas totales**

CC.AA	CURSO	MAV	MTA	MTC	MEH	MET	TOTAL	E-1	E-2	TOTAL	TOTAL
ASTURIAS	Curso - Horas	2-1252			2 - 1256	2 - 1722	6 - 4230	2-160	1-54	3-214	9-4444
CANTABRIA	Curso - Horas				2-1256	1-861	3-2117	1-80	1-54	2-134	5-2251
EXTREMADURA	Curso - Horas				1-628	1-861	2-1489	1-80	1-54	2-134	4-1623
C. VALENCIANA	Curso - Horas	7 - 4382	1-618	2-1148	7-4396	8-6888	25-17,432	10-800	6-324	41-18556	
TOTAL	Curso - Horas	9 - 5634	9-5634	1-618	2-1148	12-10332	36-25268	14-1120	9-486	23-1606	59-26874

Fuente: Elaboración propia

TABLA 15**Cursos a realizar (periodo - 3 años) Y alumnos**

CC.AA	CURSO	MAV	MTA	MTC	MEH	MET	TOTAL	E-1	E-2	TOTAL	TOTAL
ASTURIAS	Curso - Alumnos	2-50			2-50	2-50	6 - 150	2-50	1-25	3-75	9-225
CANTABRIA	Curso - Alumnos				2-50	1-25	3-75	1-25	1-25	2-50	5-125
EXTREMADURA	Curso - Alumnos				1-25	1-25	2-50	1-25	1-25	2-50	4-100
C. VALENCIANA	Curso - Alumnos	7 - 175	1-25	2-50	7 - 175	800-200	25-625	10-250	6 - 150	16-400	41-1025
TOTAL	Curso - Alumnos	9 - 225	1-25	2-50	12-300	12-300	36-900	14-350	9-225	23-575	59-1475

Fuente: Elaboración propia

3.- DEFINICIÓN DEL PROGRAMA FORMATIVO

Los resultados de la investigación determinaron, junto a otras consideraciones los tipos de cursos diferentes que se consideraron necesarios, que responden a un conjunto de contenidos que pueden resumirse en:

- Metodología y técnicas de gestión y su aplicación a las empresas turísticas.
- La industria del turismo.
- La gestión de los transportes de los alojamientos y de la distribución turística.
- Las tecnologías de la información aplicadas al turismo.
- La calidad en los servicios turísticos.
- Las actividades conexas (Informática, marco legal, ...).

El detalle de los mismos es el siguiente:

3.1. A nivel de ejecución

E.1 Curso de Calidad

Contenido:

- La calidad en el servicio, definiciones, satisfacción del cliente.
- El factor humano.
- La gestión de la calidad.
- La implantación de un sistema de calidad.
- Aplicación a las empresas del sector.

Duración: 80 horas

E.2. Curso básico de informática

Contenido:

- Descripción y manejo de un sistema operativo.
- Descripción y manejo de sistemas de tratamiento de textos, hoja de cálculo, bases de datos y gráficos.
- Particularidades del sector.

Duración: 54 horas

3.2. A nivel de mando

Se propone la creación de un conjunto de cursos modulares por los que se obtengan créditos individuales y que completados los créditos de los módulos imprescindibles den lugar a la concesión de un título MASTER EN EMPRESAS TURISTICAS en general ó MASTER EN EMPRESAS de los diversos subsectores .

Tal esquema, válido para las cuatro Comunidades Autónomas que nos ocupan, sería igualmente aplicable a todo el resto del territorio nacional y podría institucionalizarse como una enseñanza permanente o regular de la EOI.

Estaría estructurado de la siguiente forma:

Existirían una serie de Módulos Formativos que, considerados todos conjuntamente daría lugar a la obtención del diploma "MASTER EN EMPRESAS TURISTICAS", que sería el título más amplio y abarcaría todo el espectro de empresas turísticas posible y su gestión.

La obtención de diplomas "MASTER" en los aspectos individuales de la gestión de empresas de los diversos subsectores de la actividad turística más el de "MASTER EN MARKETING TURISTICO", se llevaría a cabo por la combinación de los módulos pertinentes. .

Los Módulos existentes aparecen relacionados a continuación así como las horas totales lectivas y de prácticas de cada uno de ellos.

MODULOS FORMATIVOS

	<u>HORAS</u>
M-1. -EL TURISMO Y LA INDUSTRIA TURISTICA. SU GESTION	54
M-2.- EL MARKETING TURISTICO	60
MB-3.- LA DISTRIBUCION EN EL TURISMO. LA AGENCIA DE VIAJES	66
MC-3.- LA DISTRIBUCION EN EL TURISMO. LA AGENCIA DE VIAJES	62
MB-4.1- EL TRANSPORTE AEREO	60
MC-4.1- EL TRANSPORTE AEREO	60
MB-4.2- EL TRANSPORTE POR FERROCARRIL	40
MC-4.2- EL TRANSPORTE POR FERROCARRIL	40
MB-4.3- EL TRANSPORTE POR CARRETERA	42
MC-4.3- EL TRANSPORTE POR CARRETERA	36
MB-4.4- EL TRANSPORTE MARITIMO/FLUVIAL	32
MC-4.4- EL TRANSPORTE MARITIMO/FLUVIAL	32
MB-5- EL ALOJAMIENTO. LOS HOTELES	60
MC-5.- EL ALOJAMIENTO. LOS HOTELES	70
MB-6.- PRACTICAS EN EMPRESAS	300

MC-6.- PRACTICAS EN EMPRESAS	150
M-7.- PROYECTO FINAL	64
M-8.- INFORMATICA BASICA (Opcional)	54
M-9.- LOS SISTEMAS INFORMATICOS EN LA DISTRIBUCION TURISTICA	22

M=MODULO

MB=MODULO BASICO

MC=MODULO COMPLEMENTARIO

Las prácticas (Módulos MB-6 y MC-6) podrán ser conmutadas, en función de la experiencia de los participantes, por la EOI, a propuesta de la dirección del curso correspondiente.

A continuación se reúnen los contenidos y duración de los diversos Módulos:

M-1	EL TURISMO Y LA INDUSTRIA TURISTICA	54 HORAS
------------	--	-----------------

El turismo, definición, historia, situación actual.

El funcionamiento de las empresas turísticas, el marco institucional, la competencia.

Las técnicas de dirección y organización de empresas, la planificación estratégica, las finanzas, los recursos humanos y su aplicación a las empresas turísticas.

La calidad total en los servicios turísticos.

M-2	EL MARKETING TURISTICO	60 HORAS
	<p>Esquema general, la demanda, la oferta, el producto / servicio. La economía del turismo, precios, resultados, etc... La distribución, venta, comunicación. El turismo del futuro en el mundo y en España.</p>	
MB.3	LAS AGENCIAS DE VIAJE. LA DISTRIBUCION EN EL TURISMO	66 HORAS
	<p>La historia, el marco legal e institucional La gestión: organización o planificación, economía de las AA de V.V. El marketing: demanda, productos, venta, etc...</p>	
MC.3	(COMPLEMENTARIO DE MB.3)	62 HORAS
	<p>Complementos al temario anterior.</p>	
MB- 4.1	EL TRANSPORTE AEREO	60 HORAS
	<p>La historia El mercado El diseño del producto: rutas, programas, vehículos. La operación La comercialización. La planificación estratégica.</p>	
MC- 4.1	(COMPLEMENTARIO DE MB-4.1)	60 HORAS
MB-4.2	EL TRANSPORTE POR FERROCARIL (contenido similar al MB- 4.1)	36 HORAS

MB-4.3	EL TRANSPORTE POR CARRETERA (contenido similar al MB- 4.1)	42 HORAS
MC- 4.3	(COMPLEMENTARIO DE MB- 4.3)	36 HORAS
MB-4.4	EL TRANSPORTE MARITIMO/FLUVIAL (contenido similar al MB- 4.1)	32 HORAS
MC-4.4	(COMPLEMENTARIO DE MB- 4.4)	32 HORAS
MB-5	EL ALOJAMIENTO. LOS HOTELES (contenido similar a MB- 4.1) .	60 HORAS
MC- 5	(COMPLEMENTARIO DE MB-5	60 HORAS
MB-6	PRACTICAS EN EMPRESAS	300 HORAS
MC-6	PRACTICAS COMPLEMENTARIAS	150 HORAS
M-7	PROYECTO FINAL	64 HORAS
M-8	AÚLA DE INFORMATICA	54 HORAS

RELACION DE "MASTERS"

<u>MAV-</u>	MASTER EN AGENCIAS DE VIAJES
<u>MTA-</u>	MASTER EN TRANSPORTE AEREO
<u>MTF-</u>	MASTER EN TRANSPORTE POR FERROCARRIL
<u>MTC-</u>	MASTER EN TRANSPORTE POR CARRETERA
<u>MTM-</u>	MASTER EN TRANSPORTE MARITIMO/FLUVIAL
<u>MEH-</u>	MASTER EN EMPRESAS HOTELERAS
<u>MMT-</u>	MASTER EN MARKETING TURISTICO
<u>MET-</u>	MASTER EN EMPRESAS TURISTICAS

En la Tabla 16 aparecen los Módulos que componen cada MASTER.

En la Tabla 17 se recogen las horas de cada MASTER y su distribución por Módulos.

Ambas se incluyen a continuación

TABLA 16

Módulos que componen cada MASTER

MASTERS	MODULOS	M-1	M-2	M-3		M-4.1		M-4.2		M-4.3		M-4.4		M-5		M-6		M-7	M-8	M-9
				B	C	B	C	B	C	B	C	B	C	B	C					
MAV		X	X	X	X											X		X	0	X
MTA		X	X			X	X									X		X	0	X
MTF		X	X					X	X							X		X	0	X
MTC		X	X							X	X					X		X	0	X
MTM		X	X									X	X			X		X	0	X
MEM		X	X											X	X	X		X	0	X
MMT		X	X														X	X	0	
MET (1)		X	X	X		X		X		X		X		X		X	X	X	0	X

(1) Sólo es necesario hacer 3 de los seis módulos de gestión de las empresas de los subsectores (Módulos 3 a 6 ambos inclusive)

Fuente: Elaboración propia

TABLA 17

Horas/módulos que componen cada MASTER

MASTERS	MODULOS	M-1	M-2	M-3		M-4.1		M-4.2		M-4.3		M-4.4		M-5		M-6		M-7	M-8	M-9	HORAS TOTALES
				B	C	B	C	B	C	B	C	B	C	B	C						
<i>MAV</i>		54	60	66	62										300			64		22	626
<i>MTA</i>		54	60			60	60								300			64		22	618
<i>MTF</i>		54	60					40	40						300			64		22	578
<i>MTC</i>		54	60							42	36				300			64		22	574
<i>MTM</i>		54	60									32	32		300			64		22	560
<i>MEM</i>		54	60											60	70	300		64		22	628
<i>MMT</i>		54	60													150		64			326
<i>MET (1)</i>		54	60	65		60		40		42		32		60		300	150	64		22	954 (2)

(1) 'Sólo es necesario hacer 3 de los seis módulos de gestión de las empresas de los subsectores (Módulos 3 a 6 ambos inclusive)

(2) 'El mínimo, correspondiente a estos módulos de los subsectores más cortos, serán de 768 horas. Para los cálculos que sean precisos se contara la media (861 horas)

Fuente: Elaboración propia

4.- LINEA PEDAGOGICA. PERFIL DEL PROFESORADO.

A la vista de los resultados de la investigación efectuada, en función de experiencias anteriores y teniendo en cuenta que, entre los objetivos principales de estas acciones formativas, destaca que el participante desarrolle su capacidad para detectar y plantear los problemas existentes en la vida real de la actividad, recoger información, analizar y sintetizar, asignar prioridades, evaluar alternativas tomando decisiones e implantándolas, no se piensa que entre los diversos métodos de enseñanza deba elegirse uno sólo, sino que una juiciosa combinación dará el mejor resultado.

Es por ello, que en función de las materias de cada Módulo ó curso, se emplearan con más intensidad unos ú otros de los distintos métodos, entre los que podemos citar:

- La disertación, la instrucción programada, sólo en casos aislados.
- El método del caso será ampliamente utilizado especialmente en los temas estratégicos, así como las especificaciones de rol.
- El desarrollo de temas y exposición por los alumnos.
- La promoción de una empresa, realizada por grupos de alumnos.
- La realización frecuente de simulaciones o ejercicios por los participantes.

En general se dará gran importancia a la transmisión de experiencias a través de las visitas a empresas, previamente planificadas en su contenido, duración, etc., las conferencias de expertos (individualidades de destacada personalidad en los diversos sectores) seguidas de coloquios, y las prácticas en empresas, planificadas, dirigidas y vigiladas por la dirección del curso y “tutores” específicos, y, muy especialmente, como consecuencia de la selección del profesorado, cuyo perfil se define a continuación.

Puede decirse, como resumen, que tendrá prioridad la transferencia de experiencias y vivencias reales sobre la pura transmisión de conocimientos, sobre la base de unos mínimos de rigor académico.

..

A la vista de todo lo expuesto, el perfil del profesorado responderá a las siguientes directrices:

Existirán dos tipos básicos de enseñantes:

- Los profesores propiamente dichos que impartirán la enseñanza de las diferentes materias o disciplinas.

- Los conferenciantes que serán individualidades destacadas, de significada personalidad en el sector/subsector de que se trate que pronunciarán una conferencia o comunicación, seguida de coloquio, de acuerdo con lo expuesto en el capítulo 3.

Estos últimos, que serán personas de alto nivel en la Administración/es y/u organismos internacionales o nacionales, o directivos de empresas públicas o privadas, profesores universitarios, etc. no necesitan mayor definición de su perfil.

Por lo que se refiere a los primeros, su perfil podría responder a las siguientes características:

Los conocimientos teóricos

Todos los profesores deberán poseer amplios conocimientos teóricos en la materia de que se trate; todos (quizá con alguna rara excepción, que confirme la regla) deberán tener titulación universitaria superior, en la propia materia o materias afines o de mayor amplitud.

En general, todos los profesores deberán acreditar que superan un nivel mínimo de experiencia académica, sea en la enseñanza oficial o pública o en la privada.

La capacidad de Comunicación

Todos los profesores deberán ser elegidos en general entre personas que, cumpliendo los otros requisitos, posean una aprobada, a juicio de la EOI, capacidad de comunicación, tanto para la transmisión de conocimientos como de experiencias.

La experiencia práctica

En general, todos los profesores deberán ser elegidos entre personas que, reuniendo los otros requisitos, posean amplia experiencia en la gestión de actividades turísticas y, muy particularmente, de las relacionadas con la materia de que se trate, por ocupar o haber ocupado posiciones de responsabilidad en las empresas, y/o administraciones públicas del Subsector de que se trate.

5.-SELECCIÓN Y EVALUACION DE LOS PARTICIPANTES

5.1. La selección

Los aspirantes a las enseñanzas objeto de este estudio podrán optar por la realización de Módulos individuales ó cursos completos (compuestos por módulos diversos tal como explicado en el capítulo 3).

Para ello, una vez publicada por la EOI la convocatoria de los mismos, los aspirantes podrán solicitar, dentro de los plazos que la propia convocatoria señale, su inclusión en los módulos o cursos que deseen, remitiendo o entregando en la EOI la “solicitud de inclusión/admisión”, acompañada de la documentación que se detalla en la misma.

La EOI fijará en la convocatoria un plazo para comunicar la aceptación ó no de las solicitudes recibidas o para convocar a los solicitantes a entrevista personal en los casos requeridos. Realizadas las entrevistas personales y/ó analizadas las solicitudes y documentación aportada la EOI comunicará a cada solicitante su admisión a los módulos o cursos deseados.

El proceso de selección será el siguiente:

- Preselección de solicitudes (a través del análisis de las mismas y de la documentación aportada y de su conformidad ó adecuación a las condiciones de la EOI para la participación en cada curso).
- Realización de entrevistas personales con los interesados preseleccionados.
- Pruebas de idiomas, en su caso.

Y será llevado a cabo por un Tribunal de Admisiones formado por:

- Un representante de la Dirección de la EOI (que actuará como Presidente).
- La dirección del programa de Formación Turística.
- El director del curso concreto.
- Un Psicólogo especializado en este tipo de selecciones.
- Profesores de idiomas (en su caso).

Que realizará la selección basándose en criterios de:

- Formación
- Expediente académico
- Experiencia
- Condiciones específicas del Módulo o Curso
- Resultado de la entrevista personal.
- Conocimiento de idiomas (en su caso).

Los aspirantes seleccionados, una vez recibida la comunicación de aceptación, dispondrán de un periodo de tiempo para formalizar una matrícula e inclusión en el curso, en las condiciones económicas y de otro tipo que la EOI haya incluido en las convocatorias y de acuerdo con la normativa general de la Escuela.

5.2.- La evaluación y acreditación de los participantes

Existirá un sistema de control del funcionamiento y marcha de cada curso que actuará de forma permanente y abarcará cuatro campos diferentes:

- Evaluación del desarrollo de los participantes.
- Evaluación de las prácticas.
- Evaluación del proyecto final.
- Acreditación.

En cuanto al primero de ellos se evaluará la asistencia y la puntualidad, el aprovechamiento de la enseñanza (de forma continua por los diferentes profesores la atención prestada, la participación activa y los trabajos realizados a lo largo del curso) y las visitas a empresas con lo que se obtendrá la evaluación de lo que podríamos llamar la enseñanza regular; a ello se añadirán las evaluaciones de las prácticas en empresas y el proyecto final y como resultado de las tres la evaluación final del alumno.

Para todo ello existirán los impresos y normas de evaluación correspondientes así como la ponderación de los diversos conceptos.

Por lo que se refiere a la acreditación de los participantes, éstos podrán recibir “créditos” parciales cuando lleven a cabo y superen Módulos individuales, que podrán ser acumulados a otros (dentro de un periodo de validez) para la obtención de los títulos de los diversos MASTERS.

6.- CONTROL DE LA ENSEÑANZA

Es necesario crear un sistema que permita valorar la calidad que se está proporcionando a los participantes cuya satisfacción final debe ser el objetivo primario, como en cualquier actividad de servicio.

Este servicio como tal abarca los siguientes aspectos:

- Las instalaciones:

- Comodidad del acceso
- Idoneidad para la enseñanza que se imparte
- Confort.
- Suministros

- Los medios materiales, relativos a:

- La comunicación escrita
- La audición/visión
- La reproducción (en tiempo) de documentación.

- La impartición de la enseñanza

- El contenido de las disciplinas
- El desempeño del profesorado
- La documentación aportada (amplitud, contenido y calidad)

- La realización de las prácticas

Deberá, pues, existir un sistema de evaluación que permita conocer, si todos estos aspectos se cubren con la debida amplitud y calidad y, especialmente, la opinión y satisfacción de los participantes.

El vehículo habitual para obtener esta información serán las encuestas, periódicas o no, oportunas y adecuadas a los diferentes extremos.

Los dos primeros aspectos, instalaciones y medios materiales serán objeto de encuestas periódicas cada 3 meses. Para aquellos cursos de duración inferior se realizarán al menos 2, la primera una vez transcurrido la mitad del curso , o un mes, lo que sea más largo y la segunda al finalizar el curso.

El tercer aspecto se refiere a los aspectos más estrechamente ligados a las enseñanzas propiamente dichas. Ya fue expuesto en el capítulo 5 sobre el perfil del profesorado que habrá dos clases de enseñantes, los conferenciantes y los profesores.

Los conferenciantes, por razones obvias no serán objeto de evaluación por los alumnos, siendo, exclusivamente, la Escuela asesorada por la dirección del curso quien juzgue sobre la conveniencia o no de la repetición de las distintas conferencias en sucesivos cursos.

Por lo que se refiere a las disciplinas o materias, propiamente dichas, su desarrollo y el desempeño del profesorado, es obvio decir que la EOI, a través de la dirección de cada curso vigilará la evaluación de las mismas de forma individual.

Pero, por otro lado, se organizará de forma sistemática la forma de obtener la opinión del alumnado sobre la enseñanza que están recibiendo, su contenido, el desempeño de profesores, la documentación aportada y, en general, la satisfacción de las expectativas previas a la realización de los cursos.

Para ello, los participantes, cumplimentarán una encuesta cada vez que termine el ciclo de una disciplina o un profesor.

Por lo que se refiere a la evaluación de la calidad de las prácticas, esta será llevada a cabo por la dirección del curso, basada y como consecuencia de los contactos tenidos por ésta con los “tutores” de las diversas empresas y con los propios alumnos a lo largo del período.

Se ha llevado a cabo la previsión de la documentación y los medios materiales necesarios par el desarrollo de los cursos, así como una selección de bibliografía básica del comienzo.

7.- CONCLUSIONES

Como resumen final de este estudio, y tal como se recoge en los diferentes capítulos, pueden extraerse las siguientes conclusiones generales:

- 7.1. - En las cuatro CC.AA (Asturias, Cantabria, Extremadura y Valenciana) estudiadas existen necesidades formativas en el Sector de las actividades turísticas, especialmente en relación con la gestión de nivel medio y alto, pero sin descartar algunos aspectos a nivel de ejecución.
- 7.2. - Estas necesidades no están actualmente suficientemente satisfechas con las ofertas existentes.
- 7.3. - Estas necesidades son notablemente más altas en una de las Comunidades Autónomas estudiadas (la Comunidad valenciana) en función de su superior población, entidad económica y sobre todo actividad turística, y, en líneas generales más que duplica a las de las otras tres regiones juntas.
- 7.4. - La Escuela de Organización Industrial está en condiciones de organizar la prestación o impartición de estos programas formativos.
- 7.5. - Se considera conveniente la entrada de la EOI en este campo para éstas cuatro CC.AA.
- 7.6. - Los tipos de cursos a impartir son de dos clases:
 - A nivel de ejecución: Los relativos a una enseñanza específica (la informática de usuario) y, especialmente, a la formación general para la calidad.

- A nivel de gestión medio y alto: Un conjunto de módulos formativos de acreditación individual independiente, cuyas agrupaciones pertinentes darían lugar a:
 - Masters en la gestión de Empresas de distintos subsectores.
 - Master en Marketing turístico
 - Master en Empresas turísticas

7.7. - La cuantificación de la actividad total en este campo puede medirse en horas de curso que alcanzaría un total de 25.000 en los tres años para el nivel de gestión y de casi 2.000 para el nivel de ejecución. La mayor parte de ellas (17.000 horas a nivel de gestión y 1.300 a nivel de ejecución) estarían localizadas en la Comunidad Valenciana.

7.8. - La ampliación al resto de la nación de las actividades de la EOI en este campo se considera más que conveniente y debería ser estudiada en corto plazo, muy particularmente en Madrid. Especialmente el esquema de los MASTERS'S como combinación del sistema de MODULOS, sería aplicable a todo el territorio nacional y podría institucionalizarse como una enseñanza regular o permanente de la E.O.I.

Podría también incluirse como conclusión general, las grandes posibilidades de expansión de la actividad turística de las tres Comunidades Autónomas (Asturias, Cantabria y Extremadura) que aparecen como más débiles ó poco desarrolladas en este campo, que a través de los planes estratégicos adecuados podrían modificar sustancialmente sus sus situaciones. Como sin la formación tales evoluciones no son factibles, los planes de formación constituirían parte sustancial de los mismos.

