

Sector turístico

107



<http://guias.bicgalicia.es>

Índice

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. Obxectivos do estudo	6
1.2. Metodoloxía	6
1.3. Características da guía de actividade empresarial	6
2. DESCRICIÓN DO SECTOR	7
3. PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS	11
4. EL SECTOR TURÍSTICO	13
4.1. Análise da demanda	16
4.1.1. Tamaño do mercado e a súa evolución.....	16
4.1.2. Procedencia dos visitantes	18
4.1.3. Principais destinos	20
4.1.4. Características xerais das viaxes.....	22
4.1.5. Tipo de aloxamento	24
4.1.6. Medio de transporte utilizado.....	25
4.1.7. Gasto do turismo	27
4.1.8. Outros aspectos	29
4.2. Análise da oferta	30
4.2.1. Número de empresas	30
4.2.2. Evolución na creación de empresas	31
4.2.3. Emprego	32
4.2.4. Empresas segundo condición xurídica	33
5. MERCADO	34
5.1. Análise da demanda	35
5.1.1. Tamaño do mercado	36
5.1.2. Procedencia dos visitantes	37
5.1.3. Principais destinos	40
5.1.4. Características xerais das viaxes.....	43
5.1.5. Tipo de aloxamento	44
5.1.6. Medios de transporte utilizados.....	45
5.1.7. Gasto do turismo	46
5.1.8. Estacionalidade do turismo.....	49
5.1.9. Canles de comercialización.....	50

5.2. Análise da oferta	52
5.2.1. Número de empresas	53
5.2.2. Evolución na creación de empresas	55
5.2.3. Emprego	56
5.2.4. Empresas segundo condición xurídica	58
5.3. Situación actual e previsións para o futuro	60
6. RECOMENDACIÓNS	65
6.1. Recomendacións	66
6.2. Identificación de oportunidades de negocio	67
7. VARIOS	69
7.1. Normas sectoriais de aplicación	69
7.2. Anteproxecto de Lei	74
7.3. Axudas	76
7.4. Organismos	78
7.4.1. Organismos oficiais e institucións	78
7.4.2. Asociacións profesionais	81
7.4.3. Centros de estudos	84
7.5. Páxinas útiles en Internet	92
7.6. Bibliografía	94
7.7. Glosario	95
7.8. Fontes	98
8. ANEXOS	99
8.1. Anexo de información estatística de interese	99
8.2. Anexo de provedores	110
8.3. Anexo de feiras	112
8.4. Anexo de formación	113
9. NOTA DE AUTORES	116

1. INTRODUCCIÓN

Como Utilizar esta Guía

O seguinte esquema amosa o percorrido que seguirás ó longo da lectura desta Guía e ten por finalidades facilitarche a comprensión da mesma. A información agrúpase en oito bloques na seguinte orde:

1 Introducción

Cáles son os obxectivos desta guía, o método que seguimos para a súa elaboración e o enfoque que se seguiu á hora de realizala.

2 Descrición do sector do turismo

Cal é o conxunto de actividades que comprende o sector do turismo.

3 Principais conclusións

Resumo da Guía coas principais conclusións que tira a lectura da mesma.

4 Análise do contexto sectorial

Análise do sector do turismo en España.

5 Mercado do turismo

Análise da demanda e da competencia do sector do turismo en Galicia.

6 Recomendacións

Inclúe unha serie de recomendacións xerais que se desprenden da análise do sector así como oportunidades de negocio identificadas.

7 Varios

Información sobre distintos aspectos das actividades: directorio de organismos, páxinas web, bibliografía, glosario, etc.

8 Anexos

Inclúe información estatística de interese, referencias para a busca de provedores, feiras, cursos, etc

1.1. Obxectivos do estudo

Os datos que o emprendedor necesita para facer unha primeira análise de viabilidade do seu proxecto empresarial, xeralmente, son estimados de forma intuitiva ou teñen natureza sectorial ou macroeconómica. Resulta evidente que, en ambos casos, a información da que se dispón é de pouca axuda para a elaboración do Plano de Empresa, ao non estar adaptada á realidade do contorno no que se vai desenvolver a actividade.

Por conseguinte, o obxectivo da presente Guía é o de proporcionar información relevante para facilitar a análise sobre a viabilidade da túa idea e a propia elaboración do teu Plano de Empresa.

1.2. Metodoloxía

Durante o proceso de elaboración desta Guía efectuouse un estudo de gabinete baseándose na información proporcionada por fontes secundarias (estadísticas, informes publicados, artigos de opinión, etc.) mediante o que se pretende definir as condicións obxectivas nas que se atopa este sector actualmente.

Para iso, recóllese información no ámbito europeo, español e galego, o que permite realizar unha análise comparativa e caracterizar con maior profundidade o turismo en Galicia.

1.3. Características da guía de actividade empresarial

A Guía do Sector Turístico é unha Guía Sectorial. Por tanto, trátase dunha Guía que analiza o conxunto de actividades (microactividades ou sectores) que comparten tecnoloxía ou modo de facer, con independencia dos colectivos aos que se dirixen.

Para obter máis información sobre a clasificación xeral dos tipos de guías, podes consultar a Guía de Recursos editada por BIC Galicia dentro desta colección "Guías de Actividade Empresarial", e dispoñible na web <http://guias.bicgalicia.es>. Esta Guía de Recursos é un instrumento de apoio ás guías de actividade xa que contén información xeral aplicable a todos os sectores. Debes consultala simultaneamente á guía específica relacionada coa túa actividade.

2. DESCRICIÓN DO SECTOR

A Organización Mundial de Turismo (OMT) define o termo turismo como as actividades das persoas que se desprazan a un lugar distinto do seu contorno habitual, por un período de tempo consecutivo inferior a un ano e por un motivo principal distinto ao de exercer unha actividade remunerada no lugar visitado. Este motivo principal pode ser lecer, traballo ou ben outros fins (saúde, estudos, visitas, etc).

Seguindo a definición da OMT e da Comisión de Estatísticas de Nacións Unidas, o Instituto de Estudos Turísticos de España distingue entre:

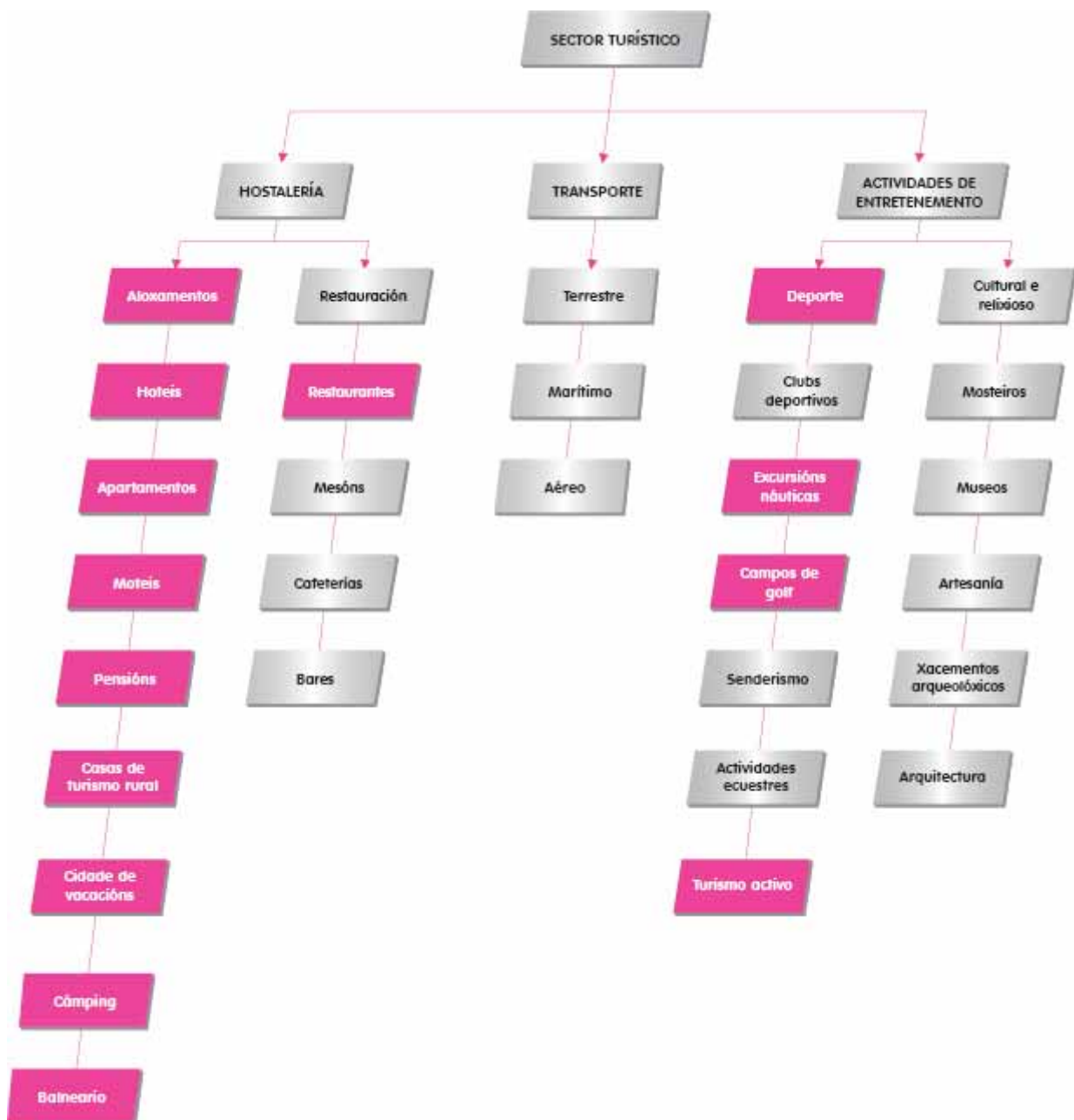
- Turismo interno: o dos visitantes residentes que viaxan dentro do territorio económico do país de referencia.
- Turismo receptor: o dos visitantes non residentes que viaxan dentro do territorio económico do país de referencia.
- Turismo emisor: o dos visitantes residentes que viaxan fóra do territorio económico do país de referencia.

A efectos estatísticos, a todos os viaxeiros relacionados co turismo denomínaselles "visitantes" e encádranse nas seguintes dúas grandes categorías:

- Turistas: son aqueles visitantes que permanecen polo menos unha noite nun medio colectivo ou privado do lugar visitado.
- Excursionistas: son aqueles visitantes que non se hospedan no lugar visitado.

Por outro lado, algunha das fontes estatísticas consultadas utiliza o termo "viaxeiro entrado" para referirse a toda persoa que realizara unha ou máis hospedaxes seguidas nun mesmo establecemento e que chegara durante o mes de referencia dos datos.

O sector turístico comprende un amplo conxunto de actividades económicas que, desde un punto de vista estatístico, pódense clasificar da seguinte maneira:



Dada a imposibilidade de abarcar todas estas actividades, esta guía centrarase especialmente naquelas que no gráfico anterior aparecen sinaladas en cor gris. Esta selección débese a unha das dúas causas seguintes: ou ben trátase de actividades turísticas cun gran peso específico en Galicia na actualidade, ou ben, prevense que adquiren un importante grao de desenvolvemento no futuro. Así mesmo, convén aclarar previamente que, debido á diversidade das fontes estatísticas utilizadas, non sempre é posible agrupar as actividades dunha forma homoxénea.

Na seguinte táboa recóllese o CNAE-93 (Clasificación Nacional de Actividades Económicas) e o SIC (Standard Industrial Classification) das actividades que se inclúen no sector turístico.

CNAE	SIC
HOSTALERÍA	
55.1 Hoteles	70 Hostalería
55.11 Hoteles, moteis, hostais e pensións con restaurante	58 Bares e restaurantes
55.12 Hoteles, moteis, hostais e pensións sen restaurante	
55.2 Cámping e outros tipos de hospedaxe de curta duración	
55.21 Albergues xuvenís e refuxios de montaña	
55.22 Cámping	
55.23 Outros tipos de hospedaxe	
55.30 Restaurantes	
TRANSPORTE	
63.30 Actividades de axencias de viaxes, comerciantes por xunto e comerciantes polo miúdo de turismo	47 Servizos para o transporte
ACTIVIDADES DE ENTRETENIMENTO	
92.6 Actividades deportivas	79 Servizos para entretemento e lecer
92.70 Actividades recreativas diversas	
92.72 Outras actividades recreativas	

Algunhas das actividades reflectidas nesta clasificación, relación que se mostra a continuación, foron tratadas xa con maior profundidade noutras guías:

- Aloxamentos en espazos rurais
- Turismo activo
- Turismo cultural
- Actividades náuticas
- Hoteis
- Axencia de viaxes especializada
- Restaurantes
- Empresas de tempo libre
- SPA
- Granxa escola
- Xestión cultural
- Xestión de patrimonio
- Pubs Café-Bar

Podes consultalas na páxina web: <http://guias.bicgalicia.es>

3. PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS

- O turismo supuxo en 2005 arredor do 11% do PIB español.
- España ocupa o segundo posto no ámbito mundial no número de chegadas internacionais.
- Durante 2006 entraron en España un total de 96.075.842 visitantes, o que supón un 3,8% máis que en 2005. Destes, o 60,8% eran turistas e o 39,2% restante, excursionistas, o que implica uns incrementos respecto ao ano anterior do 4,5% e do 2,7%, respectivamente.
- Os principais mercados emisores foron Reino Unido, Alemaña e Francia, representando máis do 60% dos turistas non residentes que viaxan a España.
- O número de empresas do sector turístico en España creceu máis dun 30% desde 2000 a 2007.
- O número de viaxeiros entrados en Galicia durante o ano 2006 ascende a máis de tres millóns e medio, o que supón un aumento de aproximadamente un 2% con respecto ao ano anterior.
- Arredor do 50% dos viaxeiros entrados proceden do resto de España, mentres que un 30% fano desde a propia comunidade autónoma. O 20% restante procede do estranxeiro, constituíndo os países da Unión Europea os principais mercados emisores, principalmente Portugal, Reino Unido e Francia, aínda que estes últimos en menor medida.
- A procura de tranquilidade e descanso é o motivo principal para preto do 30% dos turistas que visitan Galicia.
- O tipo de aloxamento utilizado de forma maioritaria polos turistas que visitan Galicia é o hotel, seguido das casas de familiares ou amigos e a casa propia ou segunda residencia.
- O gasto medio dos turistas sitúase arredor de 76 euros diarios en 2006, un 11% máis con respecto ao ano anterior, 16 euros menos que no ámbito español.
- Desde o 2000 ata o 2007 creáronse un total de 1.644 empresas turísticas en Galicia, o que supón un crecemento aproximado do 20%.
- A principal ameaza do sector atópase na dependencia que o turismo presenta fronte á conxuntura económica.
- Como oportunidade importante, debemos destacar os recursos cos que conta Galicia, tanto de tipo natural e paisaxístico, como históricos e monumentais.
- Tamén se detectou como oportunidade o maior coñecemento de Galicia no exterior, que foi propiciado mediante diferentes campañas de promoción durante os últimos anos.

- A alta porcentaxe de fidelidade dos turistas que elixen Galicia como destino turístico é un dos principais puntos fortes do sector.
- O aumento do número de prazas de aloxamento experimentado nos últimos anos viuse acompañado pola diversificación dos servizos ofertados.

4. EL SECTOR TURÍSTICO

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > **A IMPORTANCIA E AS PRINCIPAIS MAGNITUDES DO SECTOR TURÍSTICO A ESCALA EUROPEA E MUNDIAL.**
- > **A DIMENSIÓN ECONÓMICA DO SECTOR DO TURISMO EN ESPAÑA.**
- > **CARACTERÍSTICAS DA DEMANDA TURÍSTICA EN ESPAÑA.**
- > **CARACTERÍSTICAS DAS EMPRESAS QUE COMPOÑEN O SECTOR EN ESPAÑA.**

A análise deste apartado permitirache extraer as seguintes conclusións:

- Os ingresos por turismo internacional no mundo alcanzaron os 586.000 millóns de euros en 2006, aumentando en 41.000 millóns respecto a 2005.
- O turismo supuxo en 2005 arredor do 11% do PIB español.
- España ocupa o segundo posto no ámbito mundial no número de chegadas internacionais.
- Durante 2006 entraron en España algo máis de 96 millóns de visitantes, o que supón un 3,8% máis que en 2005. Destes, o 60,8% eran turistas e o 39,2% restante, excursionistas, o que implica uns incrementos respecto ao ano anterior do 4,5% e do 2,7%, respectivamente.
- Cataluña foi, en 2006, o destino preferente dos viaxeiros estranxeiros, mentres que os españois escolleron Andalucía como destino principal.
- Os principais mercados emisores foron Reino Unido, Alemaña e Francia, representando máis do 60% dos turistas non residentes que viaxaron a España.
- A categoría de “lecer, recreo e vacacións” constitúe o principal motivo da viaxe tanto para os turistas internacionais como para os nacionais, aínda que no caso destes últimos, a visita a familiares ou amigos rexistra maior importancia.

- **O gasto medio diario dos turistas que viaxaron a España en 2006 situouse en 91 euros, tres euros máis que no ano 2005.**
- **As empresas españolas do sector creceron máis dun 30% desde 2000 a 2007.**
- **O 80% do total das empresas contan con 5 ou menos asalariados, mentres que un 30% non rexistra ningún asalariado.**

O turismo é unha das principais actividades económicas a escala mundial. Segundo se recolle no documento Barómetro del Turismo Mundial. Volume 5 de xuño de 2007, publicado pola Organización Mundial do Turismo (OMT), os ingresos por turismo internacional no mundo alcanzaron os 586.000 millóns de euros en 2006, aumentando en 41.000 millóns respecto a 2005. Destes, Europa obtivo algo máis da metade (51% do total mundial).

Durante os primeiros anos do século XX sucedéronse diversas crises a escala planetaria como consecuencia dos diferentes ataques terroristas sufridos en todo o globo (destacando especialmente os ataques do 11-S en Estados Unidos), a sucesión de desastres naturais (como por exemplo o tsunami que asolou o este de Asia en 2004), os distintos episodios de inseguridades no ámbito sanitario (gripe aviar), os cíclicos aumentos do prezo do petróleo, as continuas fluctuacións nos tipos de cambio e as incertezas económicas e políticas. A pesar deste escenario global, en 2006 as chegadas de turistas internacionais no mundo alcanzaron os 842 millóns, logrando uns resultados nunca rexistrados con anterioridade. En termos relativos, o crecemento respecto a 2005 é de case un 5%, o que representa 36 millóns máis en termos absolutos.

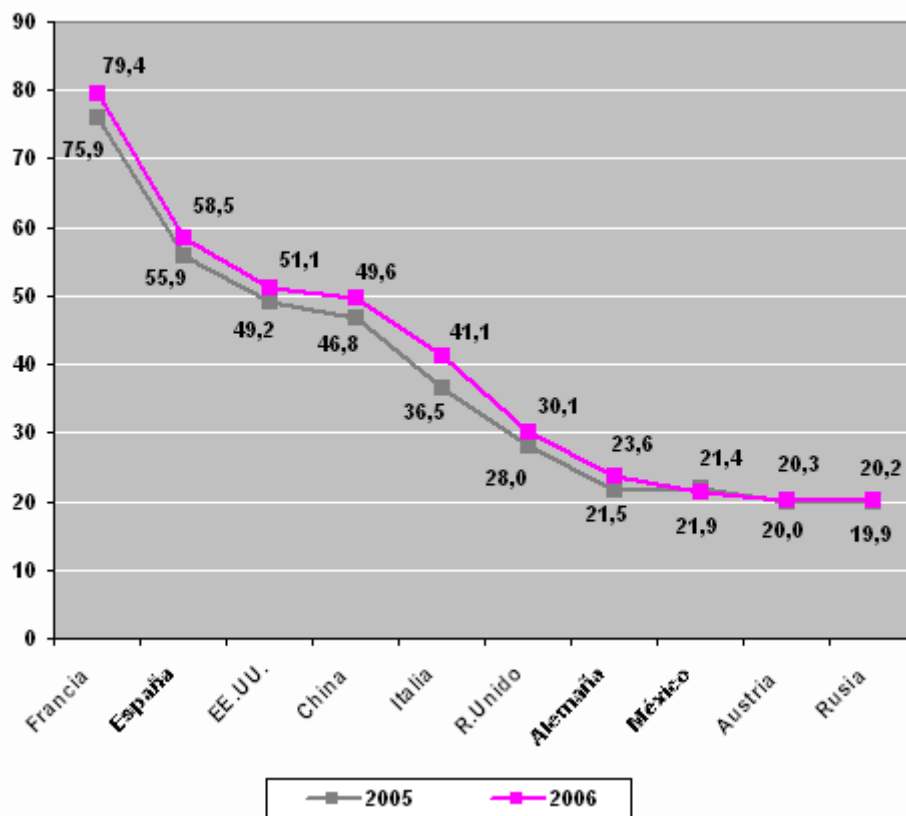
En canto ás previsións de futuro, a Organización Mundial do Turismo estima un crecemento destacado para os próximos anos e, na súa publicación Turismo: Panorama 2020, prognostica que as chegadas internacionais no mundo alcanzarán os 1.560 millóns para esa data. A desagregación por rexións desas chegadas turísticas indica que, en 2020, a primeira rexión receptora seguirá sendo Europa, con 717 millóns de turistas, aínda que perderá cota de mercado en beneficio doutras rexións minoritarias neste momento, como África, Oriente Medio ou a zona de Asia e o Pacífico.

Con relación ao número de establecementos de aloxamento existentes en Europa en 2005, a Unión Europea (25) contaba con 190.500 hoteis e establecementos similares. No apartado 4.2 Análise da Oferta trátase esta cuestión cunha maior profundidade.

Se nos centramos no caso español, podemos afirmar que o turismo constitúe un dos sectores económicos máis importantes. En efecto, segundo datos da Cuenta Satélite del Turismo de España do Instituto Nacional de Estadística (INE), o turismo supoñía en 2005 arredor do 11% do PIB español, unha porcentaxe moi similar á de anos anteriores. E, segundo datos de Eurostat, con 26.369 millóns de euros, foi o país de Europa que maior saldo positivo tivo en 2005.

A situación de España na clasificación de países máis visitados segue sendo privilexiada. Así, segundo datos da OMT, ocupaba no 2006 o segundo lugar do mundo en canto a destino de turistas internacionais, só superada por Francia, e por riba de Estados Unidos, China e Italia.

Cadro 1: Gráfico da clasificación de destinos turísticos segundo a chegada de turistas internacionais, Mundo, 2005-2006 (millóns)



Fonte: Organización Mundial de Turismo

4.1. Análise da demanda

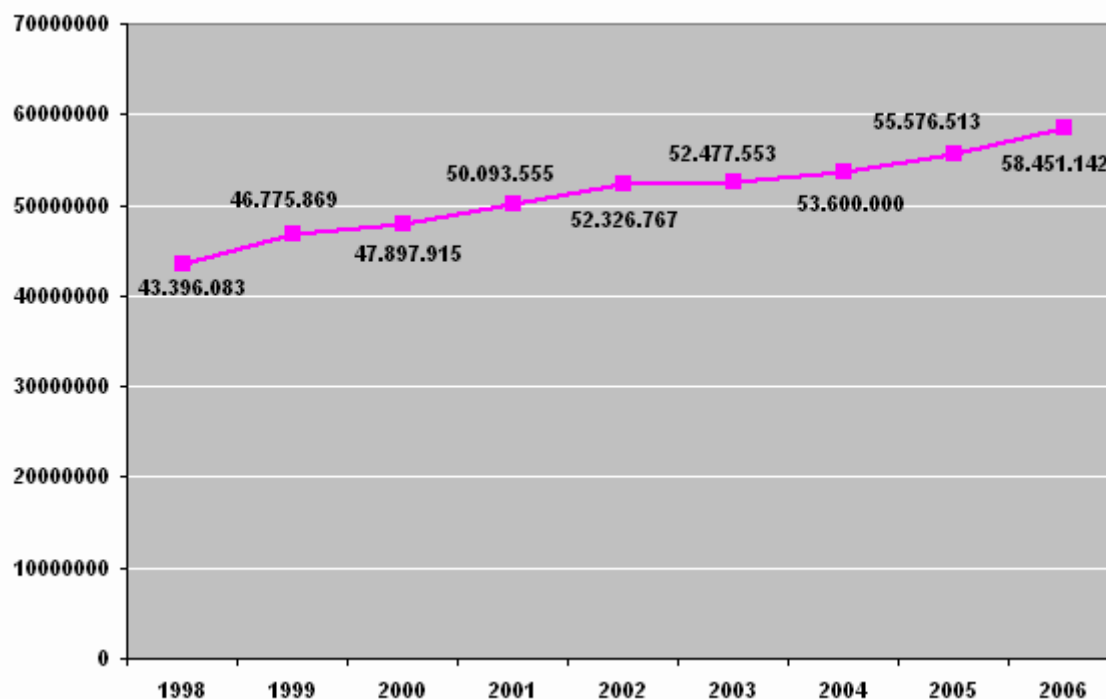
Para analizar a demanda do sector turístico en España imos considerar todo o turismo realizado dentro das fronteiras españolas, xa sexa polos propios residentes (turismo interno) ou por visitantes alleos ao país (turismo receptor).

4.1.1. Tamaño do mercado e a súa evolución

Segundo datos do Instituto de Estudios Turísticos (IET), a través da súa Estatística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR), durante 2006 entraron en España un total de 96.075.842 visitantes estranxeiros, o que supón un 3,8% máis que en 2005. Destes, o 60,8% eran turistas, é dicir, hospedáronse polo menos unha noite, e o 39,2% restante excursionistas, o que implica uns incrementos respecto ao ano anterior do 4,5% e do 2,7%, respectivamente.

Se nos centramos unicamente nos turistas, e se exceptuamos 2003, producíronse incrementos interanuais que oscilan entre o 3 e o 4,5%, ascendendo ao 6% en 2006. O aumento entre 2000 e 2006 sitúase no 22%.

Cadro 2: Gráfico da evolución da entrada de turistas estranxeiros, España, 1998-2006 (unidades)



Fonte: Instituto de Estudios Turísticos. FRONTUR (Movimientos Turísticos en Fronteras)

A evolución nos últimos anos, por tanto, foi positiva. O número de turistas estranxeiros que chegaron ao noso país incrementouse neste período en case un 34,69%, o que supón un aumento de máis de 15 millóns de turistas nos últimos 8 anos.

En canto ao turismo interno, este é especialmente importante nos casos nos que o turismo internacional sofre unha recesión, tal e como ocorreu nos últimos anos debido a crises internacionais como as sucedidas a raíz dos ataques terroristas do 11-S en Estados Unidos ou a posterior invasión de Iraq, entre outros. Tras acontecementos desta índole, e debido á situación de inestabilidade que se xera no ámbito internacional, os viaxeiros decántanse habitualmente por destinos máis próximos. Desta forma, o turismo interno actúa como un elemento compensador do turismo internacional.

En España este tipo de turismo é de grande importancia, pois representa no ano 2006 o 93,6% do total de viaxes realizadas. Ademais, dáse por igual en todos os segmentos: sol e praia, turismo rural, cultural, excursionismo de fin de semana, etc.

Ao falar da evolución das viaxes de residentes españois, temos que sinalar que en 2005 introducíronse cambios metodolóxicos na estatística Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR), tales como a renovación da base de mostraxe, a ampliación da mostra ou a mellora do sistema de estimación utilizando no cálculo das ponderacións a información estatística actualizada sobre a poboación inmigrante. Estas modificacións supuxeron unha discontinuidade dos datos, o que aconsella evitar a súa comparación directa con anos anteriores, polo que se evitará ofrecer variacións interanuais anteriores a 2005.

Unha vez realizadas estas matizacións, podemos comprobar que se produciu un lixeiro descenso entre 2005 e 2006. Os datos mostran que neste último ano rexistráronse un total de 155,7 millóns de viaxes realizadas por españois dentro das súas fronteiras, o que supón un descenso arredor do 3% con respecto aos 171,5 millóns contabilizados en 2005.

A causa deste descenso radica, principalmente, no aumento das viaxes dos residentes españois con destino ao estranxeiro, que en 2006 alcanzan unha cifra próxima aos 11 millóns, un 2% máis que en 2005.

4.1.2. Procedencia dos visitantes

Os principais mercados emisores de turistas foron Reino Unido, Alemaña e Francia, os cales representan máis do 60% dos turistas non residentes que viaxaron a España.

En canto á evolución da entrada de turistas entre 2005 e 2006, o máis destacable foi o incremento de turistas suízos (un 20,3% máis) e italianos (13,6%).

Cadro 3: Entrada de turistas segundo país de residencia, España, 2005-2006 (miles de turistas e %)

País de procedencia	2005	2006	2006(%)	Taxa de variación (%)
Reino Unido	16.109	16.179	27,7	0,6
Alemaña	9.928	10.146	17,4	2,3
Francia	8.765	9.152	15,7	3,1
Italia	3.004	3.359	5,7	13,6
Países Nórdicos	2.857	3.099	5,3	8,1
Resto Europa	2.678	3.006	5,1	10,7
Países Baixos	2.496	2.528	4,3	3,8
Portugal	2.041	2.200	3,8	10,4
Bélxica	1.734	1.903	3,3	4,5
Suíza	1.146	1.390	2,4	20,3
Resto Mundo	1.209	1.573	2,7	5,5
Irlanda	1.367	1.510	2,6	10,6
Resto América	1.360	1.475	2,5	9,3
Estados Unidos	882	931	1,6	5,3
Total países	55.577	58.451	100	4,5

Fonte: Instituto de Estudios Turísticos. FRONTUR (Movimientos Turísticos en Fronteras)

As principais Comunidades Autónomas emisoras de turismo interno, é dicir, as que rexistran maior número de viaxes dentro de España durante o ano 2006, son Madrid, Andalucía, Cataluña e Comunidade Valenciana, circunstancia que a penas variou en comparación co ano 2005. En conxunto, máis do 57% de turistas españois que viaxan dentro de España, proceden destas Comunidades Autónomas.

A pesar do leve descenso de Galicia en canto ao volume total de viaxes realizadas polos seus residentes, hai que destacar que rexistra un aumento do seu peso específico con relación ás restantes Comunidades Autónomas. Se en 2005 ocupaba a sexta posición, en 2006 sitúase como a quinta comunidade que máis turistas emite.

Cadro 4: Número de viaxes por comunidade autónoma de residencia segundo destino interno (unidades e %)

CC.AA. de residencia	Viaxes 2005	%	Viaxes 2006	%
Madrid (Comunidade de)	27.407.897	17	27.960.725	18
Andalucía	24.648.855	15,3	24.424.022	15,7
Cataluña	24.004.349	14,9	23.676.400	15,2
Comunidade Valenciana	16.330.550	10,1	13.902.114	8,9
Castela e León	11.143.061	6,9	9.851.765	6,3
Galicia	9.887.144	6,1	9.770.874	6,3
Castela A Mancha	7.721.460	4,8	9.090.394	5,8
País Vasco	9.194.391	5,7	8.567.986	5,5
Aragón	6.209.361	3,9	5.173.026	3,3
Estremadura	3.674.206	2,3	4.146.719	2,7
Asturias (Principado de)	3.986.582	2,5	3.935.824	2,5
Murcia (Rexión de)	3.979.531	2,5	3.804.008	2,4
Canarias	5.055.421	3,1	3.775.444	2,4
Baleares (Illas)	2.766.510	1,7	2.470.335	1,6
Navarra (Comunidade Foral de)	2.308.162	1,4	2.172.181	1,4
Cantabria	1.398.665	0,9	1.741.867	1,1
Rioxa (A)	1.364.432	0,8	1.197.342	0,8
Total	161.080.577	100	155.661.026	100

Fonte: Instituto de Estudios Turísticos. FAMILITUR (Movimientos Turísticos de los Españoles)

4.1.3. Principais destinos

Cataluña é a comunidade autónoma con maior número de turistas internacionais en 2006, seguido de Baleares, Canarias e Andalucía. Preto do 60% escolleu algunha destas comunidades como destino. Pola súa parte, Galicia, con algo máis do 2% dos turistas, ocupa a sétima posición.

Cadro 5: Turistas internacionais segundo Comunidade Autónoma de destino principal, España, 2006 (miles de turistas, %)

	Turistas	%
Cataluña	15.003	25,67%
Baleares (Illas)	10.107	17,29%
Canarias	9.608	16,44%
Andalucía	8.547	14,62%
Comunidade Valenciana	5.485	9,38%
Madrid (Comunidade de)	3.921	6,71%
Galicia	1.255	2,15%
Castela e León	1.246	2,13%
País Vasco	1.055	1,80%
Murcia (Rexión de)	577	0,99%
Aragón	401	0,69%
Cantabria	393	0,67%
Castela A Mancha	226	0,39%
Estremadura	216	0,37%
Asturias (Principado de)	206	0,35%
Navarra (Comunidade Foral de)	151	0,26%
Rioxa (A)	52	0,09%
Total	58.451	

Fonte: Instituto de Estudios Turísticos. FAMILITUR (Movimientos Turísticos de los Españoles)

A diferenza dos turistas internacionais, Andalucía é o principal destino para os españois, con preto de 28 millóns de viaxes en 2006. Séguenlle Cataluña, Comunidade Valenciana e Castela e León. Todas estas representan máis do 50% do total das viaxes.

Ao igual que no caso dos turistas internacionais, Galicia ocupa a sétima posición con relación ao destino escollido durante o 2006 polos españois.

Cadro 6: Viaxes dos residentes en España segundo comunidade autónoma de destino principal, España, 2006 (miles de viaxes, %)

CC.AA. de destino	Viaxes 2006	%
Andalucía	27.811	17,87%
Cataluña	21.972	14,12%
Comunidade Valenciana	17.214	11,06%
Castela e León	16.300	10,47%
Castela A Mancha	13.430	8,63%
Madrid (Comunidade de)	11.082	7,12%
Galicia	10.524	6,76%
Aragón	6.144	3,95%
Estremadura	4.955	3,18%
Canarias	4.457	2,86%
Asturias (Principado de)	4.200	2,70%
Cantabria	3.858	2,48%
Murcia (Rexión de)	3.705	2,38%
País Vasco	3.665	2,35%
Baleares (Illas)	2.864	1,84%
Navarra (Comunidade Foral de)	1.908	1,23%
Rioxa (A)	1.493	0,96%
Total	155.661	

Fonte: Instituto de Estudios Turísticos. FAMILITUR (Movimientos Turísticos de los Españoles)

4.1.4. Características xerais das viaxes

Dentro do estudo do sector turístico é importante analizar cales son as motivacións que levan ao consumidor a viaxar e, desta maneira, poder adecuar a oferta á demanda. A continuación amósase unha análise sobre as principais motivacións, tanto para os turistas estranxeiros como para os españois.

O lecer, recreo e vacacións é o principal motivo da viaxe para a gran maioría dos turistas internacionais en 2006, ademais de presentar unha evolución positiva con respecto ao 2005.

Aínda que cunha porcentaxe claramente inferior, o traballo, os negocios, as feiras e os congresos son o segundo motivo de maior importancia, supoñendo algo máis do 10% das viaxes.

Cadro 7: Turistas internacionais segundo motivo da viaxe, España, 2006 (miles de turistas, %)

	Nº de turistas	%	% Variación interanual
Lecer, Recreo, Vacacións	46.061	78,9	4,9
Traballo/Negocios/Feiras/Congresos	6.264	10,7	5,4
Persoal (Familiares, Saúde, Compras)	4.034	6,9	-3
Outros motivos	1.667	2,8	-1
Sen especificar	426	0,7	83,3
Total	58.451	100	4,5

Fonte: Instituto de Estudios Turísticos. FRONTUR (Movimientos Turísticos en Fronteras)

A pesar da importancia que segue tendo a motivación de lecer, recreo e vacacións para viaxar, os desprazamentos dos residentes en España presentan unha distribución máis equitativa. Así, a visita a familiares e amigos, que no caso dos turistas internacionais a penas cobraba importancia, representa máis do 30% das viaxes.

Cadro 8: Número de viaxes dos residentes en España por motivo segundo destino interno, España, 2005 e 2006 (miles e %)

	Nº de viaxes 2005	%	Nº viaxes 2006	%	% variación interanual
Lecer, recreo, vacacións	78.954,00	49,00	81.116	52,10	2,7
Visita a familiares/amigos	48.583,00	30,20	43.857	28,20	-9,7
Traballo/Negocios	19.503,00	12,10	18.952	12,20	-2,8
Estudios	8.128,00	5,00	7.743	5,00	-4,7
Outros motivos	5.912,00	3,70	3.994	2,60	-32,4
TOTAL	161.081,00	100,00	155.661	100,00	-3,4

Fonte: Instituto de Estudios Turísticos. FAMILITUR (Movimientos Turísticos de los Españoles)

É importante sinalar que o lecer, o recreo e as vacacións, ademais de ser a motivación principal, é a única que experimentou un crecemento interanual. Este incremento no número de viaxes por lecer pode ser debido á tendencia a realizar máis viaxes ao longo do ano, pero de menor duración.

Isto vese favorecido polas facilidades que as empresas están dando, cada vez máis, para fraccionar as vacacións en varios períodos e non centralas nun único mes como se viña facendo tradicionalmente. Así, en lugar de facer unha única viaxe de longa duración, téndese a realizar viaxes curtas, mesmo de fin de semana.

4.1.5. Tipo de aloxamento

Como poderás observar no cadro seguinte, existen claras diferenzas no tipo de aloxamento escollido polos turistas internacionais e nacionais. Así, mentres algo máis do 60% dos turistas internacionais escolleron hoteis ou similares durante 2006, só no 18% das viaxes realizadas polos españois foi esta a opción escollida.

Esta circunstancia responde, principalmente, ás maiores posibilidades dos españois para aloxarse na súa segunda residencia ou na vivenda de familiares ou amigos, tal e como se observa no cadro.

Cadro 9: Turistas internacionais e número de viaxes dos residentes segundo destino interno por tipo de aloxamento, España, 2006 (miles e %)

	Residentes	%	Turistas internacionais	%
Hoteis ou similares	28.011	18,0	36.611	62,6
Vivenda propia	35.499	22,8	5.306	9,1
Vivenda de familia/amigos	63.276	40,7	7.676	13,1
Vivenda alugada	14.146	9,1	4.740	8,1
Outros aloxamentos	14.730	9,5	4.119	7,0
TOTAL	155.661	100,0	58.451	100,0

Fonte: Instituto de Estudios Turísticos. FRONTUR (Movimientos Turísticos en Fronteras) e FAMILITUR (Movimientos Turísticos de los Españoles)

4.1.6. Medio de transporte utilizado

A vía de acceso elixida pola maioría de turistas internacionais é a aérea, que supuxo o 72,6% das chegadas internacionais en 2006. A estrada, que co 23,7% foi a segunda opción, é a que máis aumentou respecto a 2005 (5,6%).

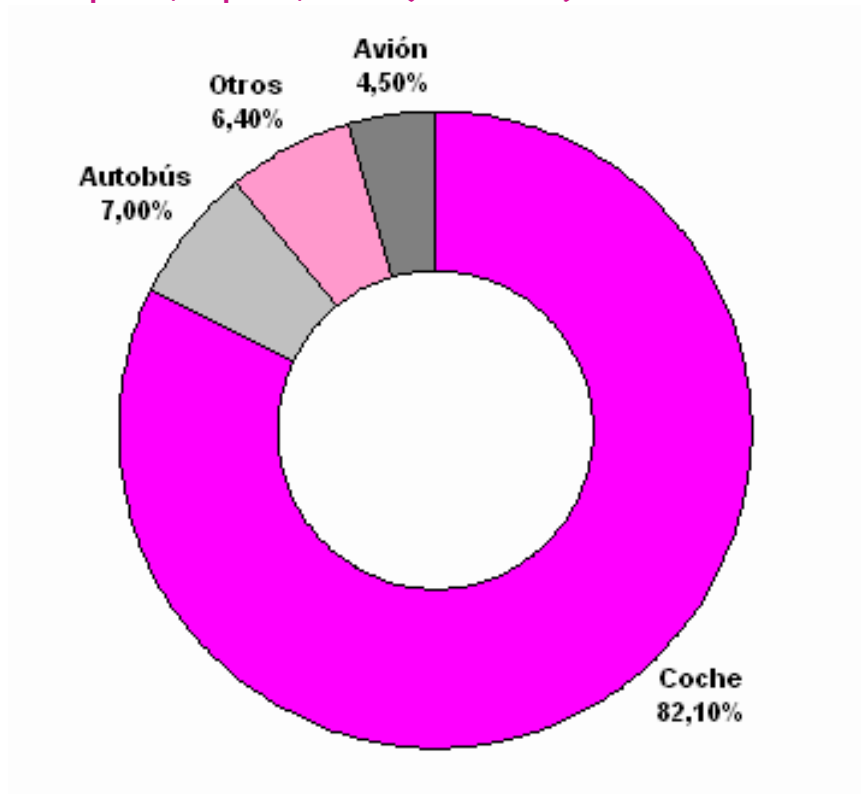
Cadro 10: Turistas internacionais segundo vía de acceso, España, 2005 e 2006 (miles e %)

	2005	2005(%)	2006	2006(%)	Variación interanual (%)
Aeroporto	40.730	72,8	42.445	72,6	4,2
Estrada	13.121	23,5	13.852	23,7	5,6
Tren	290	0,5	283	0,5	0,0
Barco	1.772	3,2	1.871	3,2	0,0
TOTAL	55.914	100,0	58.451	100,0	4,5

Fonte: Instituto de Estudios Turísticos. FRONTUR (Movimientos Turísticos en Fronteras)

En canto aos turistas españois, algo máis do 80% utilizaron o coche como medio de transporte principal na maioría das súas viaxes dentro de España no ano 2006. Séguelle en importancia o autobús, co 7%, mentres que o avión non chega ao 5% do total.

Cadro 11: Número de viaxes con destino interno segundo medio de transporte, España, 2006 (miles e %)



Fonte: Instituto de Estudios Turísticos. FAMILITUR (Movimientos Turísticos de los Españoles)

4.1.7. Gasto do turismo

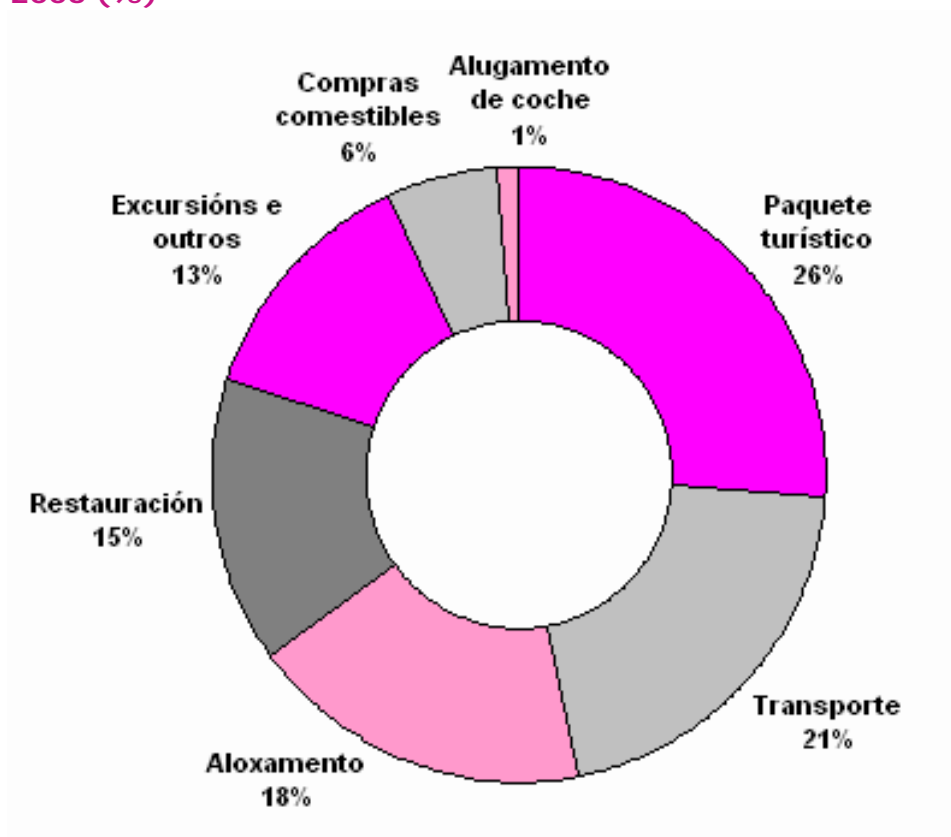
A continuación, presentámosche unha análise do gasto dos visitantes que viaxan a España. Debes ter en conta que non existen datos deste tipo para os visitantes residentes, polo que unicamente se examinará esta variable con respecto aos estranxeiros.

Tal e como se desprende da Enquisa de Gasto Turístico (EGATUR) do Instituto de Estudios Turísticos (IET), durante 2006 os visitantes internacionais realizaron un gasto turístico próximo aos 52.000 millóns de euros nas súas viaxes por España, o que supón un incremento de algo máis do 5% con respecto ao ano anterior.

Desta cifra, 48.000 millóns corresponderon aos turistas e 4.000 aos excursionistas. Aproximadamente, a metade do gasto total foi realizado por cidadáns de Reino Unido e Alemaña.

O gasto medio por viaxe dos turistas que viaxaron a España en 2006 foi de 857 euros. Pola súa parte, o gasto medio diario situouse en 91 euros, 3 euros máis que no ano 2005. No seguinte cadro poderás ver o modo en que se distribúe o gasto turístico.

Cadro 12: Distribución do gasto total dos turistas non residentes, España, 2006 (%)



Fonte: Instituto de Estudios Turísticos. EGATUR (Enquisa de Gasto Turístico)

Á hora de analizar a estrutura do gasto débese distinguir entre os turistas que contratan un paquete turístico e os que non, posto que dentro do paquete englobanse servizos de aloxamento, transporte, restauración, excursións e outros. Por tanto, e a efectos estatísticos, os turistas con paquete non realizarán gasto no resto de servizos principais.

Os paquetes turísticos xeran o maior volume de diñeiro pese a que están sufrindo unha tendencia á baixa no número de turistas que os contratan. A continuación sitúanse o transporte e o aloxamento, con porcentaxes de gasto similares e que varían en gran medida en función do tipo de turista e da forma de chegar a España: se acceden por estrada o gasto de aloxamento adoita adquirir unha maior importancia que o de transporte.

4.1.8. Outros aspectos

Nos últimos anos, o auxe de Internet supuxo un gran impacto para o sector turístico. A rede converteuse nunha das principais fontes de asesoramento para os usuarios que buscan informarse sobre algún destino ou servizo, posto que simplifica as tarefas á hora de localizar as mellores ofertas, comparalas e tomar decisións baseadas en datos actualizados.

Cadro 13: Porcentaxe de turistas que utilizan Internet para planificar a súa viaxe, España, 2006 (%)

	Utilizan Internet	Non Utilizan Internet
Residentes	12,5	87,5
Non residentes	43,2	56,8
Turismo Emisor	37,4	62,6

Fonte: Elaboración propia a partir de datos extraídos do Instituto de Estudios Turísticos. FRONTUR (Movimientos Turísticos en Fronteras) e FAMILITUR (Movimientos Turísticos de los Españoles)

Como podes observar, os turistas non residentes fan un maior uso de Internet á hora de viaxar. Pola súa parte, os turistas españois asesóranse máis pola rede se viaxan ao estranxeiro.

Por outra parte, segundo datos de FRONTUR en 2006 o número de turistas non residentes que usou Internet aumentou nun 15,4%, o que confirma a tendencia ao alza do uso deste medio. Ademais, un 32,6% fixeron reservas e un 29,3% pagou algún servizo a través da rede.

Se se analizan estas mesmas variables para os españois que usaron Internet para planificar a súa viaxe por España, pódese observar que un 48% utilizou a rede para efectuar unha reserva e soamente un 16,8% para realizar o pago final.

Por outra parte, todas as previsións apuntan a que a utilización de Internet en relación co turismo seguirá aumentando nos próximos anos.

4.2. Análise da oferta

4.2.1. Número de empresas

Segundo o Instituto Nacional de Estadística (INE), o número de empresas do sector turístico existentes en España, segundo os códigos CNAE considerados no apartado 2 Descrición da Actividade, é de 131.086. Como podes observar no seguinte cadro, Cataluña, Andalucía e Madrid concentran máis do 40% do total, mentres que Galicia sitúase na sétima posición.

Cadro 14: Distribución do número de empresas turísticas segundo CC.AA., España, 2007 (unidades, %)

CC.AA.	Número	%
Cataluña	21.742	16,59%
Andalucía	18931	14,44%
Madrid (Comunidade de)	15.745	12,01%
Comunidade Valenciana	15.562	11,87%
Canarias	10.891	8,31%
Baleares (Illas)	7.917	6,04%
Galicia	7.596	5,79%
País Vasco	6.188	4,72%
Castela e León	5.981	4,56%
Castela-A Mancha	3.927	3,00%
Asturias (Principado de)	3.666	2,80%
Aragón	3.375	2,57%
Murcia (Rexión de)	2.695	2,06%
Cantabria	2.000	1,53%
Extremadura	1.943	1,48%
Navarra (Comunidade Foral de)	1.835	1,40%
A Rioxa	779	0,59%
Ceuta e Melilla	313	0,24%
Total nacional	131.086	

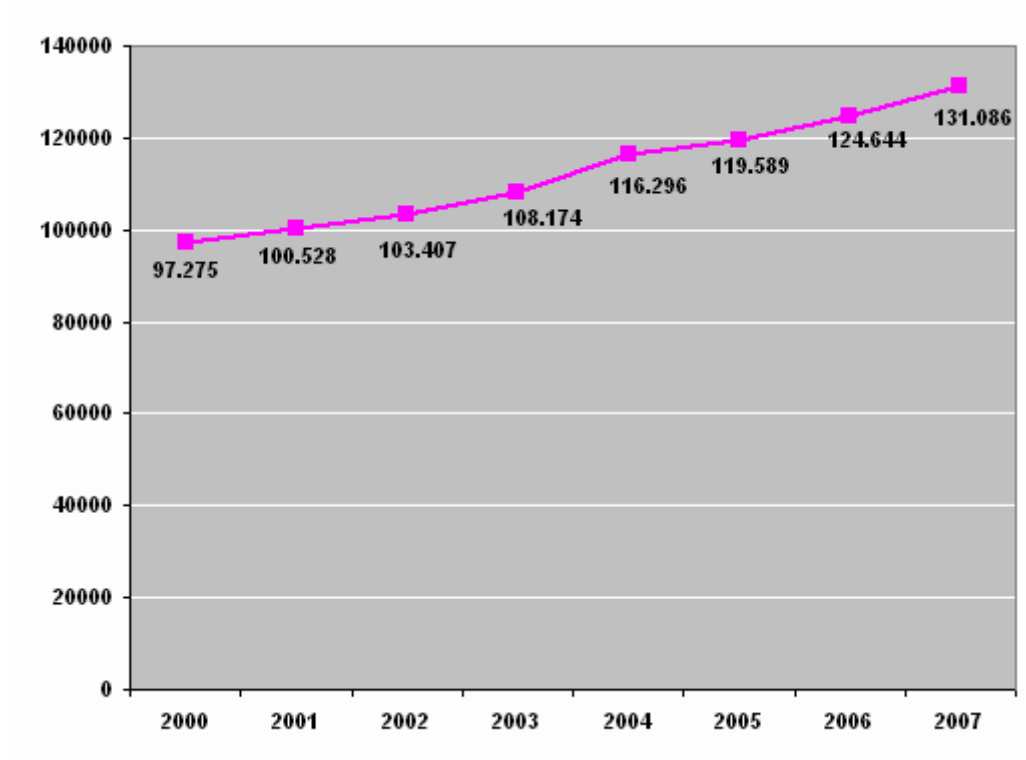
Fonte: Elaboración propia a partir dos datos extraídos do INE. Directorio Central de Empresas

Se desexas obter máis información, no apartado 8.1 Anexo de Información Estatística de Interese encontrarás un cadro coa información desagregada segundo código CNAE para cada unha das CC.AA.

4.2.2. Evolución na creación de empresas

Un dos síntomas do dinamismo dun mercado é a aparición de novas empresas. Como podes observar na seguinte gráfica, o número de empresas do sector turístico experimenta un crecemento de aproximadamente un 34% desde 2000 a 2007, ano no que rexistra un total de 131.086 empresas.

Cadro 15: Gráfico da evolución na creación de empresas do sector turístico, España, 2000-2007 (unidades)



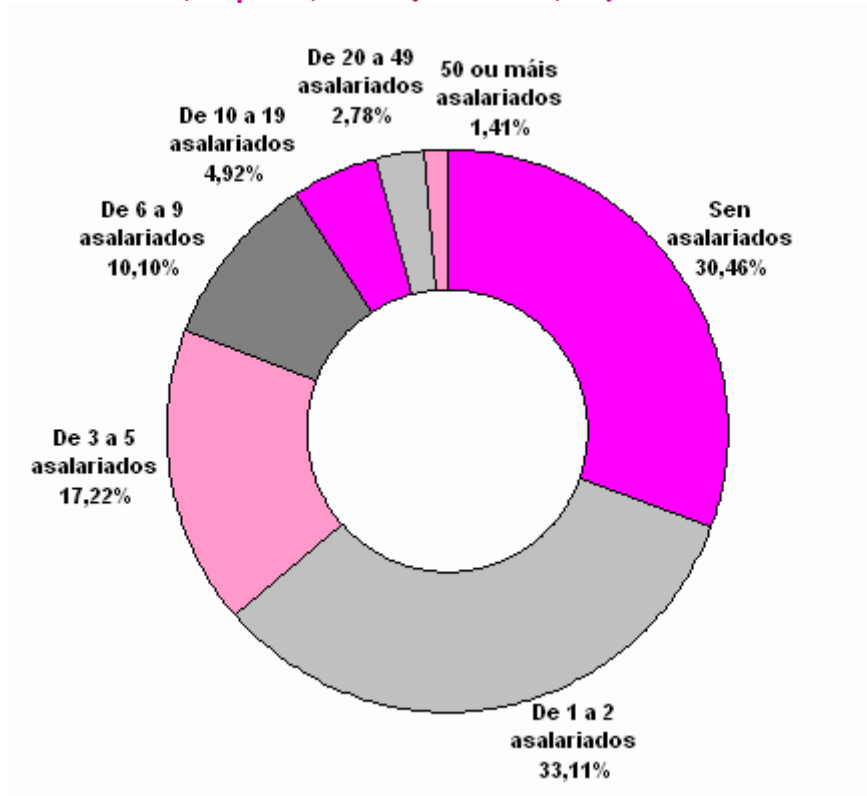
Fonte: Elaboración propia a partir de datos extraídos do INE. DIRCE (Directorio Central de Empresas)

No apartado 8.1 Anexo de Información Estadística de Interese, podes ver a evolución que presenta cada unha das actividades consideradas na análise segundo o código CNAE. Os cámpings e outros tipos de hospedaxes de curta duración, dentro das cales inclúense as casas de turismo rural, presentan un crecemento claramente superior ao resto de actividades. Tamén cómpre destacar o importante aumento das axencias de viaxes, como consecuencia dunha maior preocupación polo lecer e o tempo libre e unha maior predisposición e posibilidades de viaxar actualmente.

4.2.3. Emprego

A continuación realízase unha análise das empresas do sector segundo o seu estrato de asalariados. No gráfico seguinte podes observar os datos no ámbito español segundo os códigos CNAE considerados.

Cadro 16: Gráfica da distribución das empresas segundo o número de asalariados, España, 2007 (unidades, %)



Fonte: Elaboración propia a partir dos datos extraídos do INE. Directorio Central de Empresas

O sector turístico está composto principalmente por pequenas empresas, xa que como podes observar no anterior gráfico, arredor do 80% do total contan con 5 ou menos asalariados, mentres que un 30% non rexistra ningún asalariado.

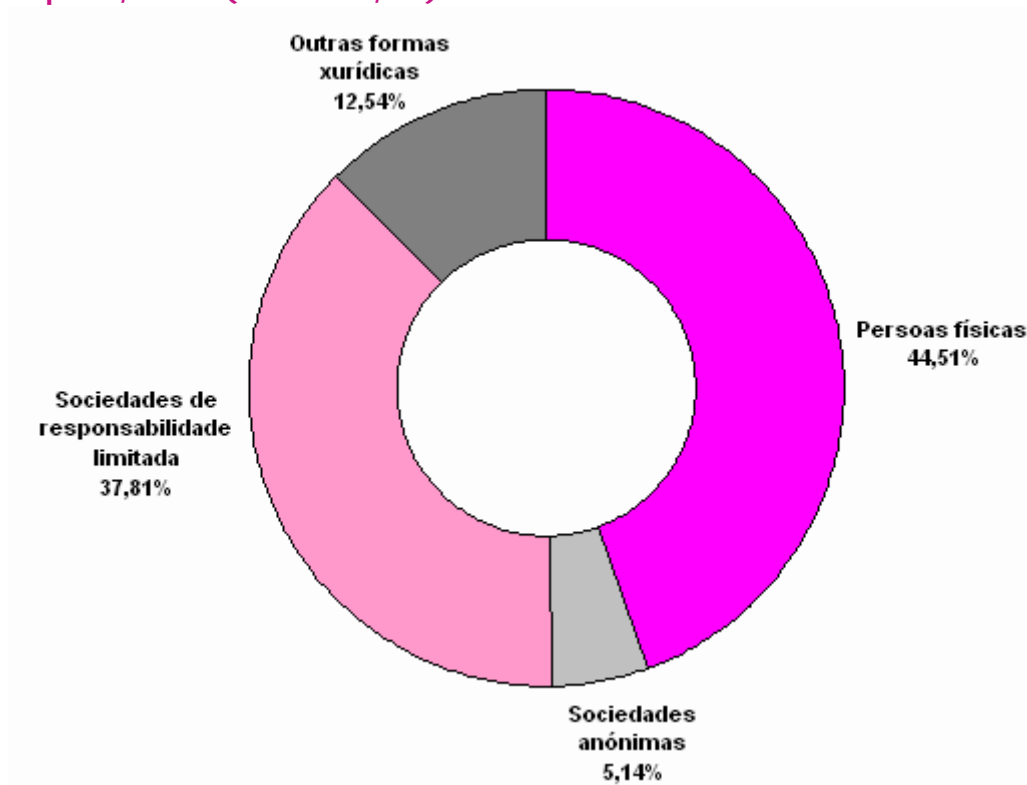
No Apartado 8.1 Anexo de Información Estatística de Interese podes consultar un cadro con información sobre o estrato de asalariados que presentan as empresas segundo o código CNAE.

Como poderás observar, a actividade “cámping e outros tipos de hospedaxe de curta duración” concentran o maior número de empresas sen asalariados, mentres que os hotéis e restaurantes contan con maior número de empresas nos estratos máis altos.

4.2.4. Empresas segundo condición xurídica

Móstranse seguidamente datos sobre a condición xurídica que adoptan as empresas do sector en España.

Cadro 17: Gráfica da forma xurídica das empresas do sector turístico, España, 2007 (unidades, %)



Fonte: Elaboración propia a partir de datos do INE. DIRCE (Directorio Central de Empresas)

Como podes observar, máis do 80% das empresas optan pola forma xurídica de autónomo ou a de sociedade de responsabilidade limitada. En xeral, as compañías dadas de alta como autónomos son as máis numerosas, representando aproximadamente un 45% do total, pero isto non se pode extrapolar a todas as actividades do sector. Entre os hoteis, as axencias de viaxes e as actividades deportivas existen máis empresas rexistradas como sociedades de responsabilidade limitada que como autónomos. No apartado 8.1 Anexo de Información Estatística de Interese podes consultar máis información sobre a condición xurídica segundo o código CNAE.

5. MERCADO

5.1. Análise da demanda

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > O TEU MERCADO, A SÚA ESTRUCTURA E A SÚA EVOLUCIÓN.
- > PROCEDENCIA DOS VISITANTES, PRINCIPAIS DESTINOS E MOTIVACIÓNS.
- > TIPOS DE ALOXAMENTO ESCOLLIDO E MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO.
- > GASTO DO TURISMO.
- > CANLES DE COMERCIALIZACIÓN.

A análise da demanda permitirache deducir as seguintes conclusións:

- O número de viaxeiros entrados en Galicia durante o ano 2006 ascende a máis de tres millóns e medio, o que supón un aumento de aproximadamente 2 puntos porcentuais con respecto ao ano anterior.
- Arredor do 50% dos viaxeiros entrados proceden do resto de España, mentres que un 32% fano desde a propia comunidade autónoma.
- O principal mercado emisor son os países da Unión Europea, principalmente Portugal, Reino Unido e Francia, aínda que estes últimos en menor medida.
- A procura de tranquilidade e descanso é o motivo principal para preto do 30% dos turistas.
- O tipo de aloxamento utilizado de forma maioritaria polos turistas que visitan Galicia é o "Hotel", seguido de "Familiares ou amigos" e "Casa propia".
- O gasto medio dos turistas sitúase arredor de 76 euros diarios en 2006, un 11% máis con respecto ao ano anterior, dez e seis euros menos que no ámbito español.

5.1.1. Tamaño do mercado

A pesar de que a análise do tamaño do mercado no ámbito español realizouse mediante a consulta das estatísticas de Movimientos Turísticos de los Españoles do Instituto de Estudios Turísticos (IET), a falta de información relevante para a análise no ámbito galego fai necesario recorrer á Enquisa de Ocupación Hoteleira (EOH) realizada polo Instituto Galego de Estatística (IGE).

Dita enquisa presenta algunhas diferenzas metodolóxicas que debes ter en conta. Por exemplo, o volume de turistas considerado non reflicte a excursionistas nin a viaxeiros que optaran por un aloxamento diferente ao do establecemento hoteleiro.

Esta circunstancia dificultará as comparacións obxectivas entre España e Galicia, se ben permitirá afondar na análise desta última pola existencia de maior información.

Por outro lado, desde o ano 2004 a metodoloxía utilizada para a EOH en Galicia foi adaptada á utilizada en todo o territorio nacional, que á súa vez segue as liñas marcadas por Eurostat. Esta circunstancia impide analizar a información recollida por dita enquisa en anos anteriores.

Por último, ao igual que no apartado referido ao sector turístico en España e Europa, para realizar a análise da demanda no ámbito galego considérase todo o turismo realizado dentro de Galicia, é dicir, tanto polos non residentes (turismo receptor) como polos residentes (turismo interno).

Segundo a EOH, o número de viaxeiros entrados durante o ano 2006 ascende a máis de tres millóns e medio, o que supón un crecemento do 1,95% con respecto ao ano anterior.

Cadro 18: Número de viaxeiros entrados, Galicia, 2003-2006 (unidades,%)

	Nº	% variación
2003	3.018.870	-
2004	3.675.989	21,77%
2005	3.529.903	-3,97%
2006	3.599.222	1,96%

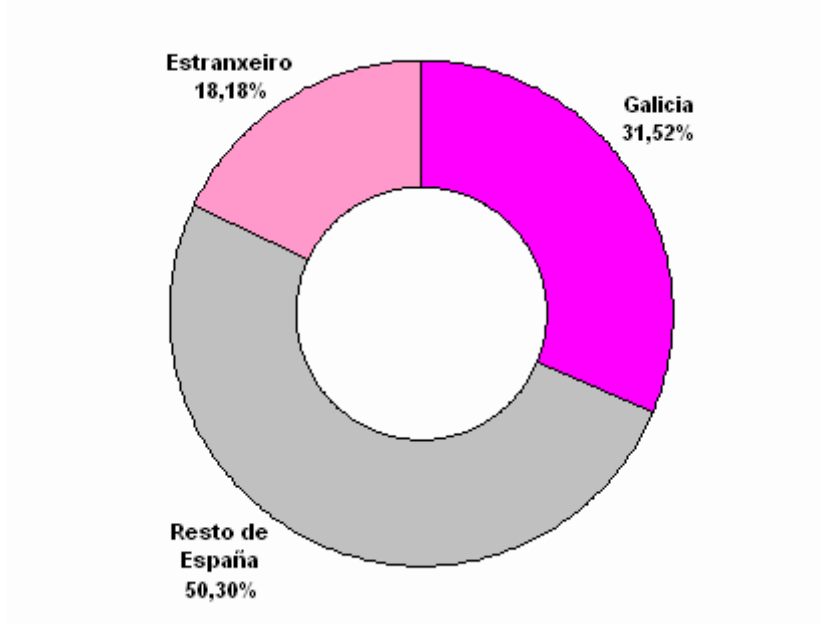
Fonte: Elaboración propia a partir de datos extraídos do IGE. Enquisa de ocupación hoteleira

Cómpre destacar o pronunciado aumento en 2004 con respecto a 2003 (arredor do 21%), debido á celebración do "Ano Santo". Esta circunstancia explica o descenso pronunciado de 2005, dato que non debe encubrir a tendencia positiva experimentada nos últimos anos, como se confirma na "Memoria de actividade `05" elaborada por Turgalicia. Neste documento rexístrase un crecemento no número total de visitantes do 16,5% entre 2003 e 2005, cun total de 5.146.766 turistas para este último ano.

5.1.2. Procedencia dos visitantes

Segundo a Enquisa de Ocupación Hoteleira, arredor do 50% dos viaxeiros entrados en Galicia en 2006 procedían doutras Comunidades Autónomas, o 18% do estranxeiro, mentres que o 32% eran residentes en Galicia.

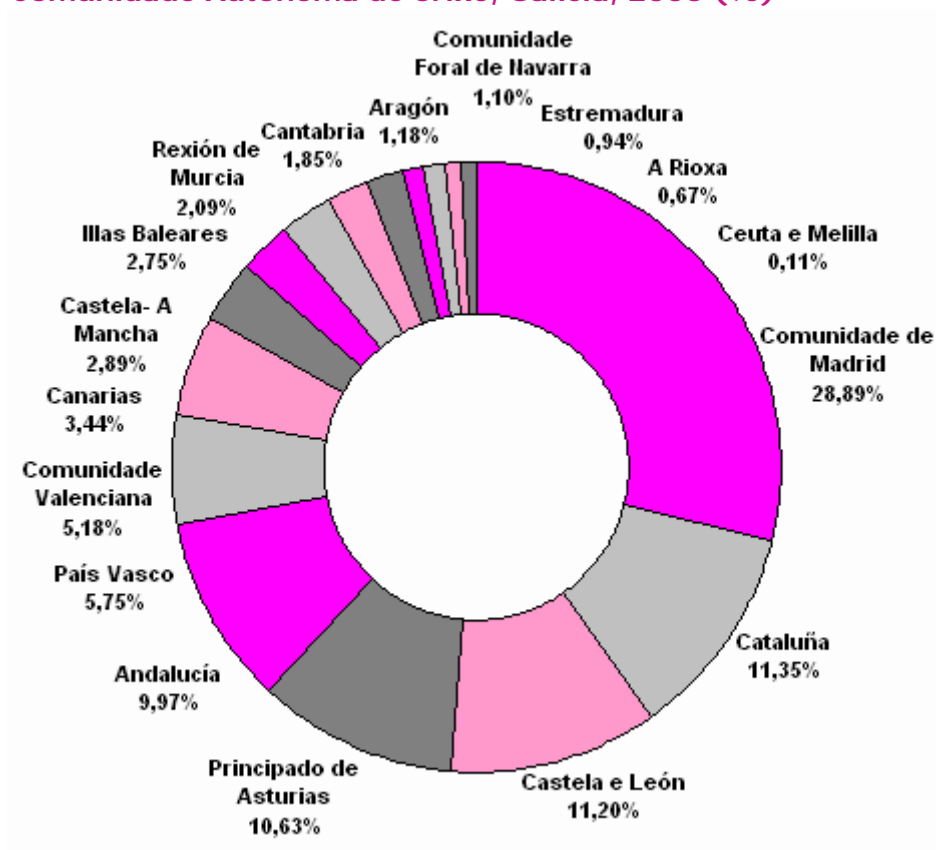
Cadro 19: Procedencia dos viaxeiros entrados, Galicia, 2006 (unidades, %)



Fonte: Elaboración propia a partir de datos extraídos do IGE. Enquisa de ocupación hoteleira

Por outra parte, Madrid é a comunidade de residencia da maioría dos viaxeiros entrados en Galicia, con preto do 20% do total. Séguenlle a bastante distancia Cataluña, Castela e León e Principado de Asturias.

Cadro 20: Distribución dos viaxeiros do resto de España entrados por Comunidade Autónoma de orixe, Galicia, 2006 (%)

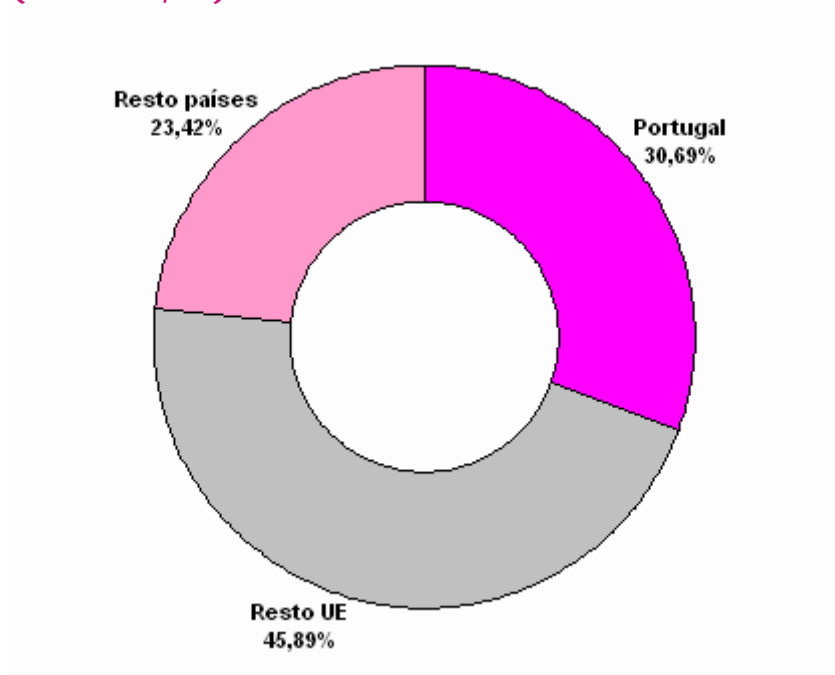


Fonte: IGE. Estatística do gasto de turismo que se hospeda en establecementos hoteleiros

A proximidade de Portugal explica que este país sexa o principal mercado emisor en canto ao turismo estranxeiro, representando algo máis do 30% do total de viaxeiros entrados.

Por outro lado, hai que destacar a importancia dos turistas procedentes doutros países da Unión Europea, que supoñen preto do 46% do total.

Cadro 21: Procedencia dos viaxeiros entrados estranxeiros, Galicia, 2006 (unidades, %)



Fonte: Elaboración propia a partir de datos extraídos do IGE. Enquisa de Ocupación Hoteleira

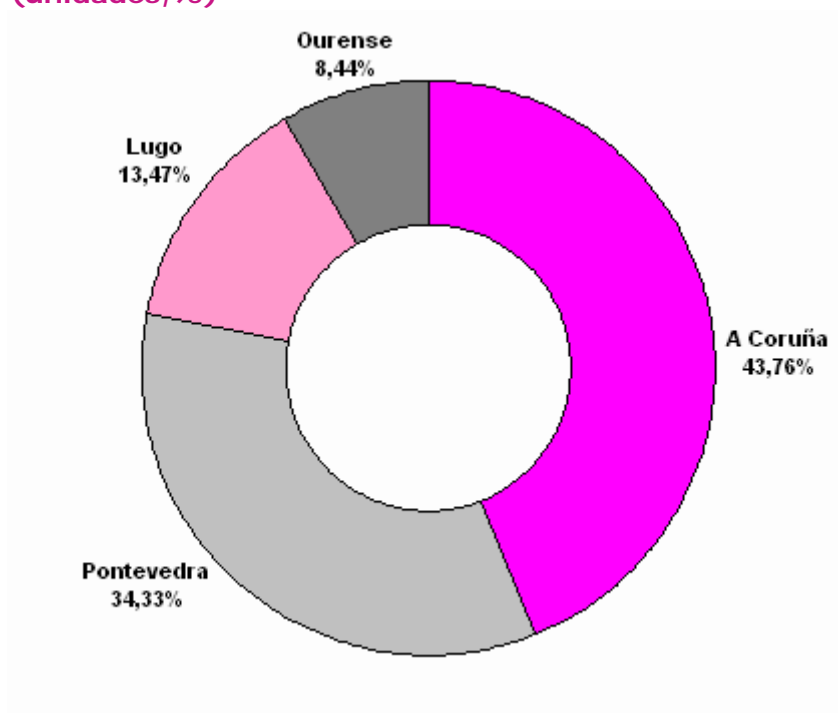
No apartado 8.1 Información Estatística de Interese recóllese información do número de viaxeiros entrados segundo países. Cómpre destacar a diversidade existente, xa que ningún deles representa un segmento o suficientemente grande como para merecer ser destacado. Non obstante, cómpre mencionar países como Reino Unido e Francia, xunto con outros latinoamericanos. Ten en conta que a baixa porcentaxe que representa Portugal con relación aos datos do cadro 20 débese fundamentalmente ao cambio na fonte de información, xa que a utilizada neste caso, a Estatística do Gasto do Turismo do IGE só reflicte o número de viaxeiros que se hospedan en establecementos hoteleiros de tres e máis estrelas, polo que non se está considerando unha boa parte dos visitantes portugueses.

Por último, segundo a Estatística do Gasto do Turismo o 78% dos viaxeiros que visitaron Galicia en 2006 xa coñecían a Comunidade Autónoma, o que proba un alto grao de fidelidade á rexión galega como destino.

5.1.3. Principais destinos

Como podes observar na seguinte táboa, A Coruña e Pontevedra concentran gran parte do mercado galego do turismo, con preto do 80% dos case 3,6 millóns de viaxeiros entrados en 2006.

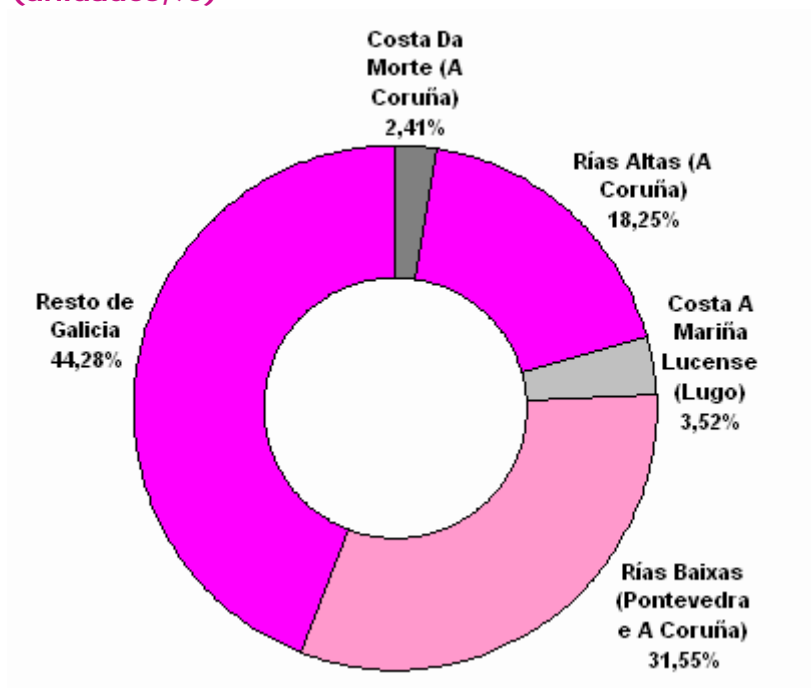
Cadro 22: Viaxeiros entrados segundo provincias, Galicia, 2006
(unidades,%)



Fonte: Elaboración propia a partir dos datos extraídos do IGE. Enquisa de ocupación hoteleira

Debes ter en conta que existen determinadas zonas turísticas de gran importancia en Galicia, principalmente as Rías Baixas e as Rías Altas. Ambas concentran preto do 50% dos viaxeiros entrados. Existen outras zonas claramente delimitadas, pero con menor peso, como son a Costa Da Morte ou a Mariña Lucense. No seguinte cadro preséntanse datos relativos a cada unha destas zonas.

Cadro 23: Viaxeiros entrados por zonas turísticas, Galicia, 2006 (unidades,%)



Fonte: Elaboración propia a partir dos datos do INE. Enquisa continua de ocupación hoteleira

En canto á distribución por provincias dos turistas procedentes de fóra de Galicia, A Coruña e Pontevedra seguen concentrando gran parte deste mercado. Porén, como se pode observar no seguinte cadro, no caso dos turistas procedentes doutras CC.AA. o número de turistas distribúese máis equitativamente a favor de Ourense e Lugo, principalmente desta última, que rexistra máis do 14% dos viaxeiros.

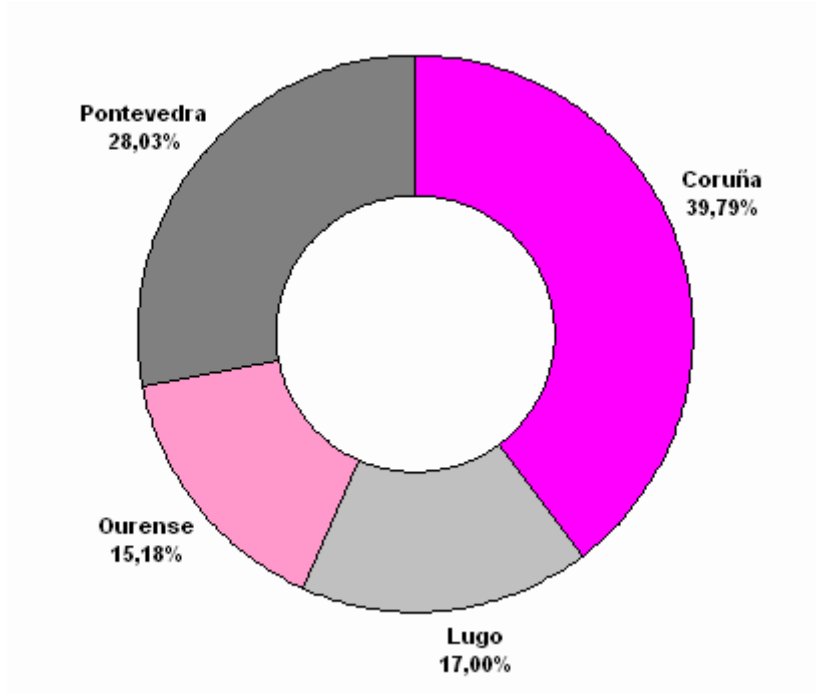
Cadro 24: Viaxeiros entrados non residentes, Galicia, 2006 (unidades, %)

	España		Estranxeiro		Total non residentes	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
A Coruña	74.441	45,11%	13.663	45,71%	88.104	45,20%
Lugo	23.260	14,10%	1.483	4,96%	24.743	12,69%
Ourense	17.967	10,89%	1.678	5,61%	19.645	10,08%
Pontevedra	49.352	29,91%	13.066	43,71%	62.418	32,02%
Galicia	165.020		29.890		194.910	

Fonte: Elaboración propia a partir dos datos extraídos do IGE. Enquisa de Ocupación Hoteleira

En canto ao turismo interno, a distribución dos turistas galegos entre as catro provincias no 2006 é a que se mostra no cadro seguinte:

Cadro 25: Gráfica da distribución do turismo interno por provincia de destino, Galicia, 2006 (%)



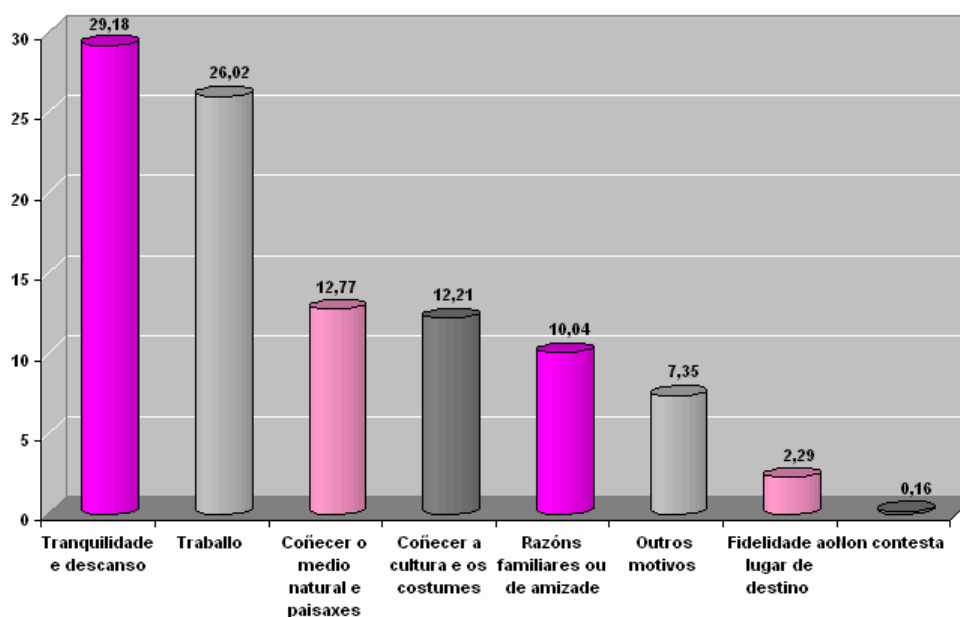
Fonte: Elaboración propia a partir dos datos ofrecidos polo IGE. Enquisa continua de ocupación hoteleira

As provincias da Coruña e Pontevedra seguen sendo o destino maioritario para os turistas de orixe galego, aínda que a diferenza dos turistas non residentes, o peso relativo de Ourense e Lugo aumenta considerablemente.

5.1.4. Características xerais das viaxes

O seguinte cadro mostra a distribución porcentual segundo os motivos da viaxe considerados na Estatística do Gasto do Turismo en Galicia, se ben debes ter en conta que para a realización da mesma só foron considerados aqueles turistas aloxados en establecementos hoteleiros de 3 ou máis estrelas.

Cadro 26: Principais motivos da viaxe, Galicia, 2006 (%)



Fonte: IGE. Estatísticas do Gasto de Turismo en Galicia

Partindo deste suposto, a procura de tranquilidade e descanso é o motivo principal para preto do 30% dos turistas enquisados. Séguenlle o traballo, coñecer o medio natural e as paisaxes, así como a cultura e os costumes.

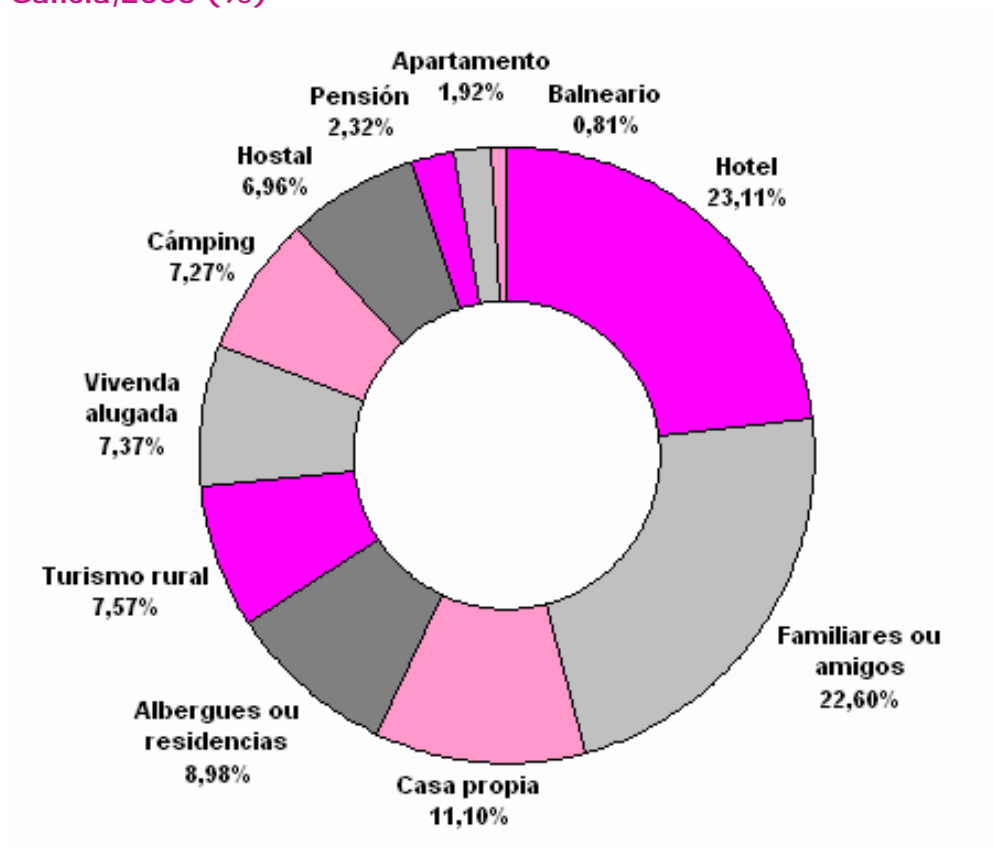
Segundo os datos recollidos por Turgalicia na "Memoria de Actividade `05", o grao de satisfacción global dos turistas mantense en 3,54 puntos sobre 4, ao igual que no ano 2004. Do mesmo modo, tras a súa estancia en Galicia os turistas valoran por riba das súas expectativas iniciais as praias, a gastronomía, as paisaxes e os monumentos.

Sobre a base dos datos ofrecidos polo IGE na Estatística do gasto de turismo que se hospeda en establecementos hoteleiros, o 68,31 % dos turistas que visitaron Galicia en 2006 teñen entre 19 e 50 anos; están casados nun 67,94% dos casos e un 48,31% teñen estudos superiores.

5.1.5. Tipo de aloxamento

Segundo a Memoria de Actividade ´05 de Turgalicia, o tipo de aloxamento utilizado de forma maioritaria polos turistas que visitan Galicia é o hotel, seguido das casas de familiares ou amigos e a casa propia ou segunda residencia.

Cadro 27: Gráfica da distribución do tipo de aloxamento utilizado, Galicia, 2005 (%)



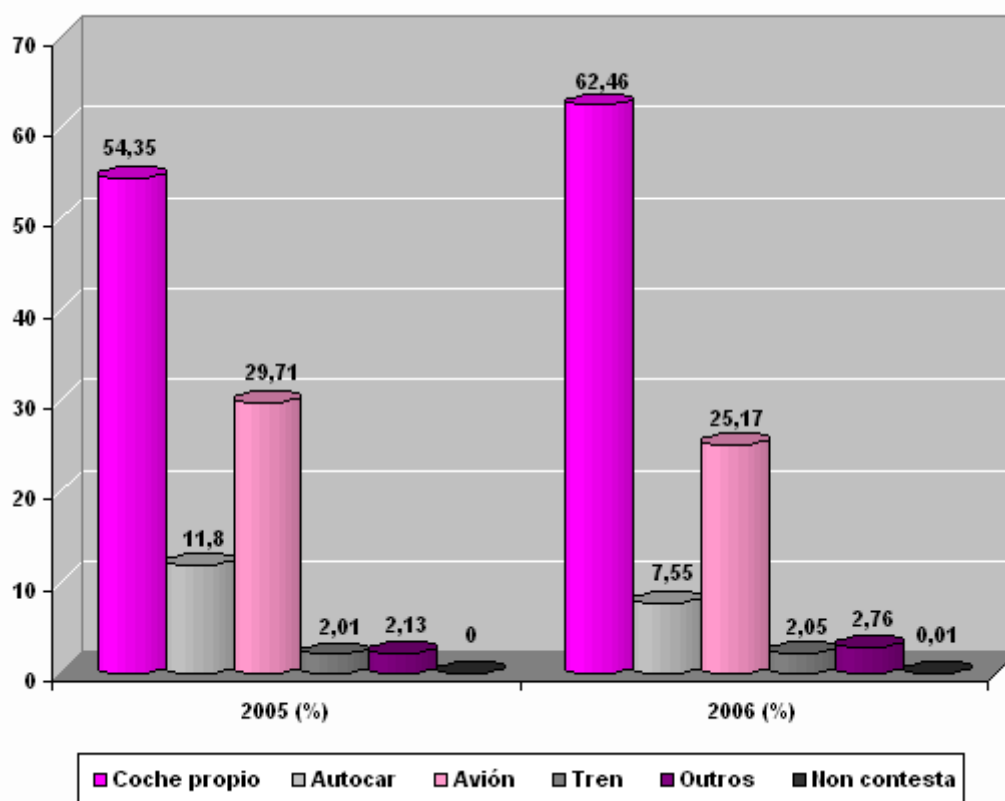
Fonte: Turgalicia. Memoria de Actividade ´05

Por outra parte, e segundo os datos recollidos na Enquisa Estival de 2006 publicada por Turgalicia, a pesar de que o balneario constitúe un dos tipos de aloxamento menos elixido polos turistas, no período de 2005 a 2006, experimentou un crecemento de 1,7 puntos porcentuais. No caso contrario atopámonos co aloxamento en casa propia, que presenta un descenso de 3,39 puntos porcentuais con relación ao ano anterior.

5.1.6. Medios de transporte utilizados

Na maioría das viaxes realizadas en 2006 a Galicia (62,46%), os viaxeiros estranxeiros e do resto de España utilizaron o coche propio como medio de transporte principal.

Cadro 28: Distribución dos viaxeiros non galegos segundo o medio de transporte utilizado, Galicia, 2005-2006 (%)



Fonte: IGE. *Estadística do gasto de turismo que se hospeda en establecementos hoteleiros*

A importancia que rexistra o coche propio como medio de transporte débese principalmente á elevada porcentaxe que representan os turistas do resto de España en Galicia. Segundo o estudo Familitur, o 82,1% dos españois utilizan o coche propio para desprazamentos dentro de España.

Por outra parte, a crecente importancia no ámbito español das compañías aéreas de baixo custo aínda non é notable na rexión galega, xa que segundo Frontur (Movimientos Turísticos en Fronteras), o número de pasaxeiros chegados a Galicia por vía aérea repártense por igual entre compañías tradicionais e as chamadas de baixo custo.

5.1.7. Gasto do turismo

A “Memoria de Actividade `05” editada por Turgalicia recolle o informe da Dirección Xeral de Turismo, no que se presenta un gasto turístico total rexistrado durante 2005 de 3.702 millóns de euros, un 25,6% superior ao dato de 2003. Neste sentido, cómpre destacar que o gasto medio por turista pasou dos 71 euros de 2003 aos 76 do exercicio de 2005.

Debido á inexistencia de datos que reflicten o gasto anual desagregado por conceptos de gasto utilizáronse os datos da Enquisa Estival en Galicia correspondente ao ano 2006, elaborada polo departamento de Estatística e Investigación Operativa da Facultade de Matemáticas da Universidade de Santiago de Compostela e publicada por Turgalicia no Noticiero Turístico de febreiro de 2007.

O seguinte cadro reflicte a distribución do gasto medio por parte dos viaxeiros para os anos 2005 e 2006:

Cadro 29: Gasto medio do turista en verano, Galicia, 2006 (euros)

Conceptos	Gasto medio (euros) 2005	Gasto medio (euros) 2006	Variación 2005/2006
Comida	22,96	24,44	6,44%
Aloxamento	15,23	18,55	21,8%
Desprazamento interior	7,19	8,16	13,49%
Compras	10,65	11,6	9,85%
Lecer	10,51	10,59	0,8%
Outros	2,25	3,21	42,67%
TOTAL	68,79	76,63	11,4%

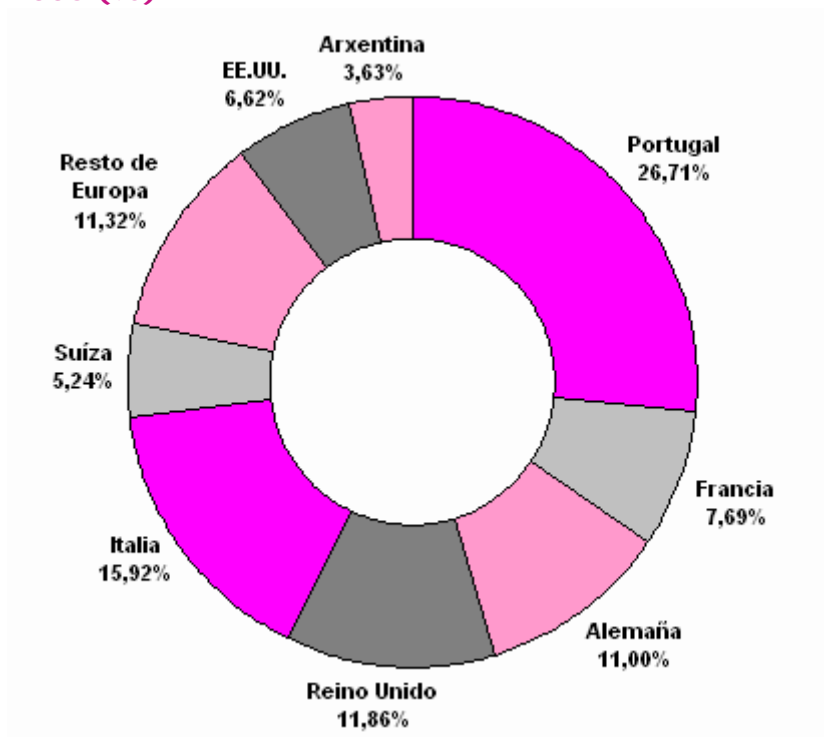
Fonte: Turgalicia. Enquisa Estival 2006

O gasto medio dos turistas sitúase arredor de 76 euros diarios en 2006, un 11% máis con respecto ao ano anterior e 16 euros menos que no ámbito español.

Como se pode observar no cadro anterior, o aloxamento é unha das partidas de gasto máis elevadas para os turistas, ademais de presentar un dos maiores incrementos no último ano. Así mesmo, o gasto en desprazamento interior ve aumentada a súa importancia relativa no mesmo período, probablemente grazas á mellora en infraestruturas e vías de comunicación que se está producindo en Galicia.

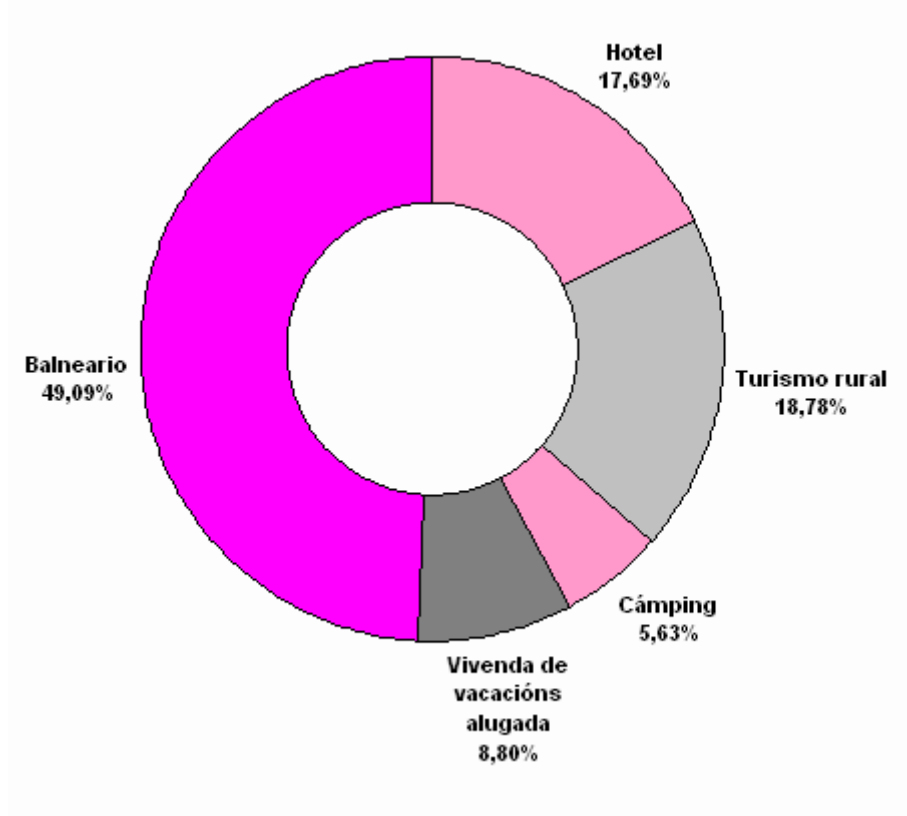
Segundo os datos reflectidos na Enquisa Estival de 2006, se se analiza o gasto medio efectuado polos turistas segundo o seu lugar de procedencia, o maior gasto correspondeu aos de Baleares (113,82 euros) e, por comarcas, os destinos que rexistraron maior gasto medio foron Betanzos (142,85 euros) e O Morrazo (140,15 euros), mentres que o menor gasto produciuse en Melide (33,40 euros). Entre os turistas estranxeiros, o maior gasto medio correspondeu aos cidadáns estadounidenses (91,35 euros) e o menor aos alemáns (57,34 euros). A distribución do gasto medio dos turistas estranxeiros por lugar de procedencia para o ano 2006 é a seguinte:

Cadro 30: Distribución do gasto medio de turistas estranxeiros, Galicia, 2006 (%)



Fonte: Turgalicia, Enquisa Estival 2006

En función do tipo de aloxamento, o maior gasto prodúcese en caso de estancia en balneario, fundamentalmente polo maior prezo dos servizos que estes ofertan. A continuación amosámosche como se distribúe o gasto medio en función do tipo de establecemento:

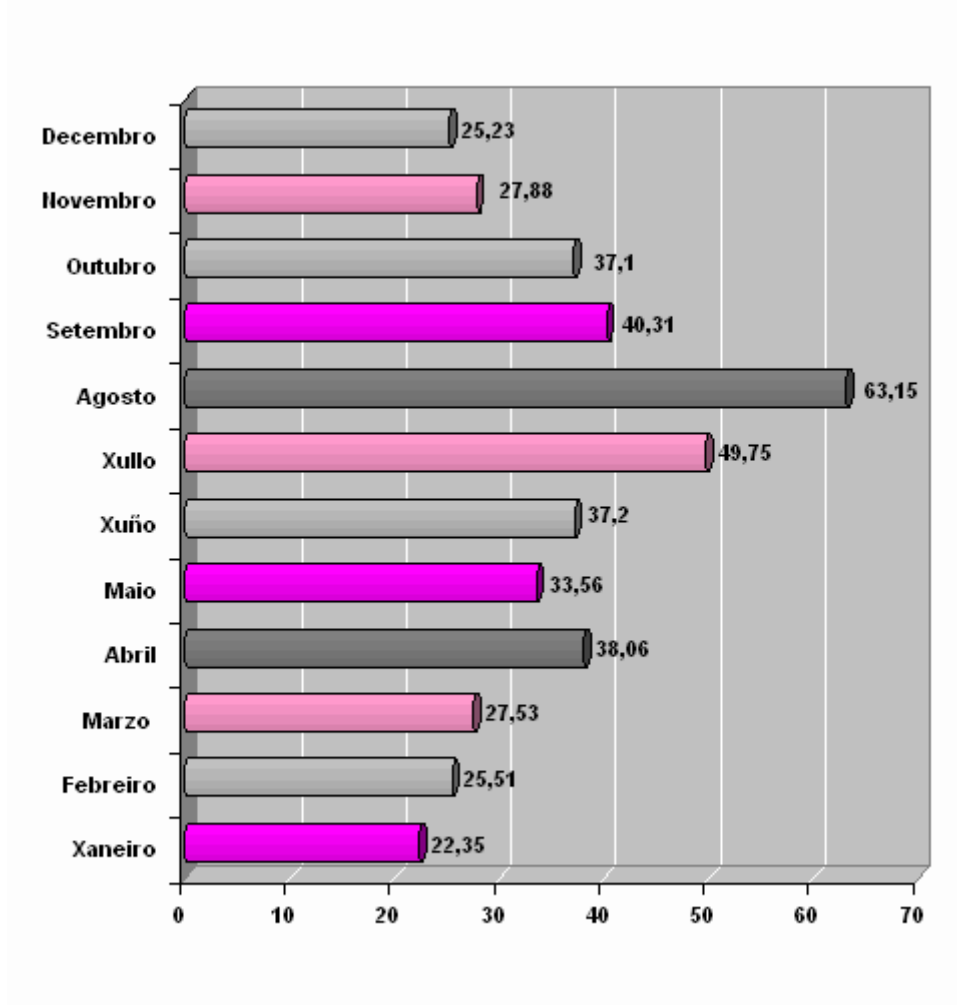
Cadro 31: Gasto medio en aloxamento, Galicia, 2006 (euros)

Fonte: Turgalicia, Enquisa Estival 2006

5.1.8. Estacionalidade do turismo

A continuación analízase o fenómeno da estacionalidade en relación ao sector turístico. Para iso inclúese un gráfico con datos do Instituto Galego de Estatística (IGE) sobre o grao de ocupación por meses en Galicia durante o ano 2006.

Cadro 32: Grao de ocupación no sector turístico, Galicia, 2006 (%)



Fonte: IGE. Enquisa Continua de Ocupación Hoteleira

O grao de ocupación máis baixo de todo o 2006 dáse no mes de xaneiro, a partir de aí a porcentaxe incrementábase progresivamente, cun repunte en abril, mes que coincide co período de Semana Santa.

As maiores porcentaxes danse nos meses tipicamente estivais, cun maior grao de ocupación no mes de agosto, que se corresponde coas vacacións de boa parte da poboación traballadora.

No último cuadrimestre do ano a ocupación hoteleira descende paulatinamente, aínda que os índices de ocupación seguen sendo elevados nos meses de setembro e outubro.

Nos períodos correspondentes aos meses de outono e primavera, os turistas galegos aproveitan as fins de semana e pontes para realizar excursións ou actividades relacionadas co turismo activo, balnearios ou casas rurais.

5.1.9. Canles de comercialización

Segundo aparece recollido na actual Lei da C.A. de Galicia 10/2004, do 2 de novembro, de ordenación e promoción do turismo en Galicia, a mediación turística é realizada por aqueles que se dedican, profesional e comercialmente, ao exercicio de actividades de mediación e organización de servizos turísticos, podendo utilizar para iso medios propios.

Convén distinguir as canles de comercialización existentes no mercado da distribución turística co propósito de diferenciar as características de cada un deles.

As axencias de viaxes de comerciantes por xunto (ver glosario) son axencias de viaxes que editan e distribúen a través da rede de axencias de viaxes polo miúdo (ver glosario), as cales teñen un trato directo co público. As axencias de viaxes por xunto ceden ás axencias de viaxes polo miúdo unha comisión de mediación pola venda do produto.

O comerciante por xunto distínguese doutras fórmulas de contratación pola especialización sobre un produto concreto, a cal lle permite ser máis eficiente na prestación dos servizos turísticos.

As axencias de viaxes polo miúdo son os intermediarios que teñen contacto directo co consumidor final. A axencia de viaxes de comerciantes polo miúdo non asume ningún risco en canto á contratación de aloxamento ou transporte, realizando tan só o labor de mediación na distribución e venda.

As centrais de reserva son departamentos de reserva e promoción creados para a comercialización dun produto de estancias para os consumidores finais.

Na lei vixente establécese que os paquetes turísticos unicamente poden ser comercializados por axencias de viaxes. Porén, é importante que consideres o anteproxecto da Lei de Turismo de Galicia publicado en xuño do 2007, no que se fai referencia a un cambio na clasificación das empresas de mediación. En dito anteproxecto distínguese entre:

- Axencia de viaxes

- Centrais de reserva

Aínda que non se poden establecer consecuencias definitivas derivadas desta nova clasificación, por non aparecer definidos nin os seus conceptos nin as diferenzas que existen entre ambas, é importante que teñas en conta este aspecto en desenvolvementos posteriores da lei.

As axencias de viaxes de comerciantes por xunto venden a totalidade dos seus paquetes turísticos ás axencias de viaxes polo miúdo, xa que teñen prohibido por lei contratar directamente co cliente final. Esta normativa pode ser consultada na Guía de actividade empresarial: Axencia de viaxes especializada.

Existen axencias que teñen unha dobre licenza, para funcionar como axencia de viaxes de comerciantes por xunto e como axencia de viaxes de comerciantes polo miúdo.

A este respecto, hai que sinalar que o número de axencias de viaxes en España, e concretamente en Galicia, veu experimentando un crecemento nos últimos anos, o que pode ser interpretado como unha mellora nos servizos prestados aos consumidores finais.

Segundo os datos ofrecidos por Turgalicia para o ano 2005, dos turistas que utilizan as axencias de viaxe como intermediarios, o 3,7% faino para contratar un paquete turístico, o 12,1% para o aloxamento e o 3,6% para o transporte. Non obstante, arredor do 45% dos turistas viaxan sen reservar previamente o aloxamento e o 64% sen contratar o transporte.

Un novo concepto que aparece nas canles de distribución é o da aplicación das novas tecnoloxías. Internet é un medio de contratación para o consumidor final e é unha ferramenta de traballo para as empresas de comercialización dos servizos turísticos.

Por outra parte, as canles de comercialización poden ser curtas ou longas, segundo o número de intermediarios que exista entre a produción e o consumo. Tomando como exemplo unha casa de turismo rural podes establecer distintas canles de comercialización. Existen varias alternativas:

A canle curta ofrece dúas posibilidades: que o turista acuda directamente á casa de turismo rural, o que é máis frecuente no caso de turismo interno ou ben, contrate o servizo por Internet, suposto que se dá tanto no turismo interno como no internacional.

O turista pode solicitar o seu aloxamento a través dunha central de reservas, unha axencia de viaxes ou comprar un paquete completo xestionado por unha axencia de comerciantes por xunto ou un touroperador (ver glosario), utilizando nestes casos unha canle de distribución longa.

Observa todos as canles de comercialización á hora de crear unha empresa dedicada ao sector turístico, pois son unha peza fundamental na distribución do teu produto, xa sexa aloxamento, lecer ou transporte. A empresa de turismo que ti escollas debe intentar introducir e mellorar os servizos que ofertan as empresas existentes de Galicia, sen restar calidade e ofrecer servizos especializados a cada cliente, pois este está diversificando os seus gustos. Non te podes esquecer de introducir no teu negocio o uso das novas tecnoloxías, como pode ser a creación dun páxina web ou a venda on-line, pois Internet é un medio de contratación de servizos en período de crecemento, ademais dun importante escaparate para a túa empresa.

5.2. Análise da oferta

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

> A DIMENSIÓN DO SECTOR TURÍSTICO EN GALICIA E A SÚA DISTRIBUCIÓN XEOGRÁFICA.

> COMO SON AS EMPRESAS, A SÚA ESTRUTURA XURÍDICA E LABORAL, ASÍ COMO A SÚA DIMENSIÓN.

Segundo vaias profundando na lectura deste epígrafe, chegarás ás seguintes conclusións básicas:

- **Ademais das comarcas correspondentes ás sete cidades galegas, a comarca do Salnés conta cunha grande actividade turística.**
- **Desde o 2000 ata o 2007 creáronse un total de 1.644 empresas turísticas, o que supón un crecemento aproximado do 27%.**
- **A forma xurídica máis habitual nas empresas do sector turístico é as de autónomos.**
- **Arredor do 68% das empresas teñen 2 ou menos empregados.**

5.2.1. Número de empresas

Cantas empresas hai e onde están situadas?

Como están distribuídas?

Para a análise do número de empresas do sector turístico recorreuse tanto ao Instituto Galego de Estatística (IGE) como ao Instituto Nacional de Estadística (INE).

Debes ter en conta que a metodoloxía utilizada polo INE non inclúe as empresas que, aínda traballando na CC.AA., teñan a sede fóra, polo que a información non coincide exactamente co achegado polo IGE.

Segundo o Directorio Central de Empresas do INE, e segundo os códigos CNAE considerados, o número de empresas turísticas en 2007 é de 7.596.

Para a análise da distribución xeográfica do número de empresas extraéronse os datos pertinentes do IGE, xa que a pesar de non dispoñer de información posterior a 2006, permite desagregala por municipios.

Como podes observar no seguinte cadro, ademais das comarcas correspondentes ás principais cidades galegas, existen outras que, con menor importancia no número de habitantes, rexistran unha grande actividade turística, como é o caso do Salnés.

Cadro 33: Distribución do número de empresas turísticas segundo comarcas principais, Galicia, 2006 (unidades, %)

Ámbito xeográfico	Nº	%
Vigo	1.221	15,01%
A Coruña	1.168	14,36%
Santiago	762	9,37%
O Salnés	486	5,97%
Pontevedra	397	4,88%
Ourense	386	4,74%
Lugo	374	4,60%
Ferrol	313	3,85%
O Morrazo	204	2,51%
Barbanza	175	2,15%
Terra de Lemos	112	1,38%
O Carballiño	106	1,30%
Betanzos	102	1,25%

Cadro 33: Distribución do número de empresas turísticas segundo comarcas principais, Galicia, 2006 (unidades, %)

Ámbito xeográfico	Nº	%
A Mariña Occidental	102	1,25%
Sarria	97	1,19%
Terra Chá	90	1,11%
Fisterra	82	1,01%
Valdeorras	55	0,68%
Resto de Galicia	1.904	23,40%
Total	8.136	100

Fonte: Elaboración propia a partir de datos do IGE. Directorio de empresas

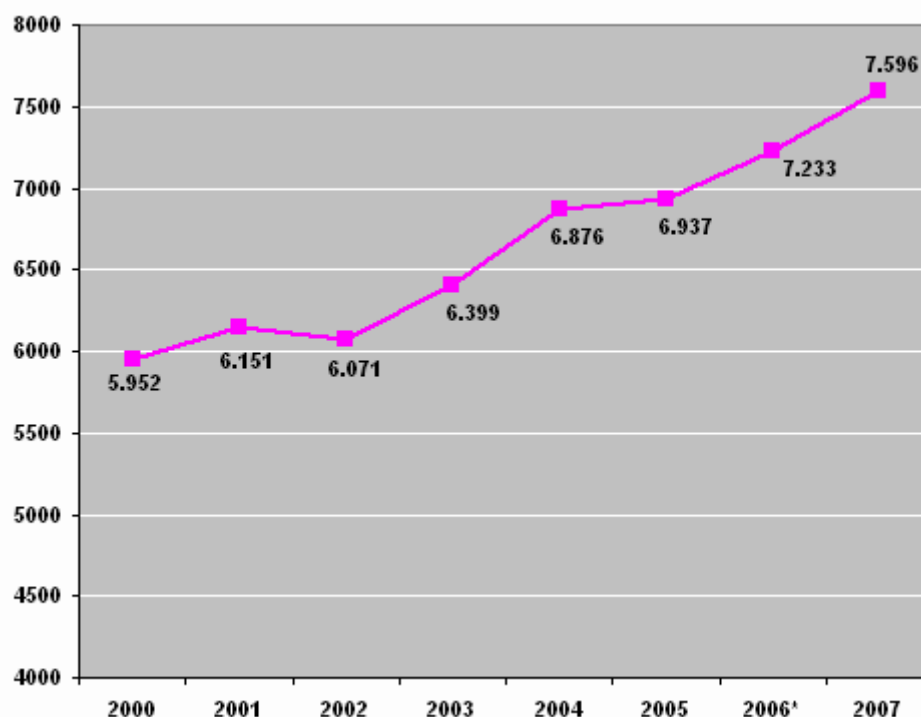
No apartado 8.1 Anexo de Información Estatística de Interese, podes observar a distribución xeográfica segundo códigos CNAE. As principais urbes galegas, comarcas de Vigo e A Coruña, rexistran o maior número de empresas en todas as actividades agás no referente a hoteis. Neste caso a maior concentración encóntrase na comarca do Salnés, con aproximadamente o 13% do total, o que é un claro indicador da importancia do turismo nesta zona.

Por outro lado, as actividades de cámping e outros tipos de hospedaxe de curta duración, na que se encontran englobadas as casas de turismo rural, rexistran a maior porcentaxe na categoría "o resto de Galicia", o que reflicte unha maior dispersión por toda a comunidade, independentemente da importancia da poboación da área xeográfica.

5.2.2. Evolución na creación de empresas

Como podes observar na seguinte gráfica, o número de empresas do sector turístico experimenta un crecemento continuo desde o 2000 ao 2007, ano no que rexistra un total de 7.596 segundo o INE, tal e como se comentou anteriormente.

Cadro 34: Gráfico da evolución na creación de empresas do sector turístico, Galicia, 2000-2007 (unidades)



**Esta cifra non coincide coa extraída do IGE debido ás diferenzas metodolóxicas apuntadas ao comezo do anterior apartado Fonte: Elaboración propia a partir de datos extraídos do INE. DIRCE (Directorio Central de Empresas)*

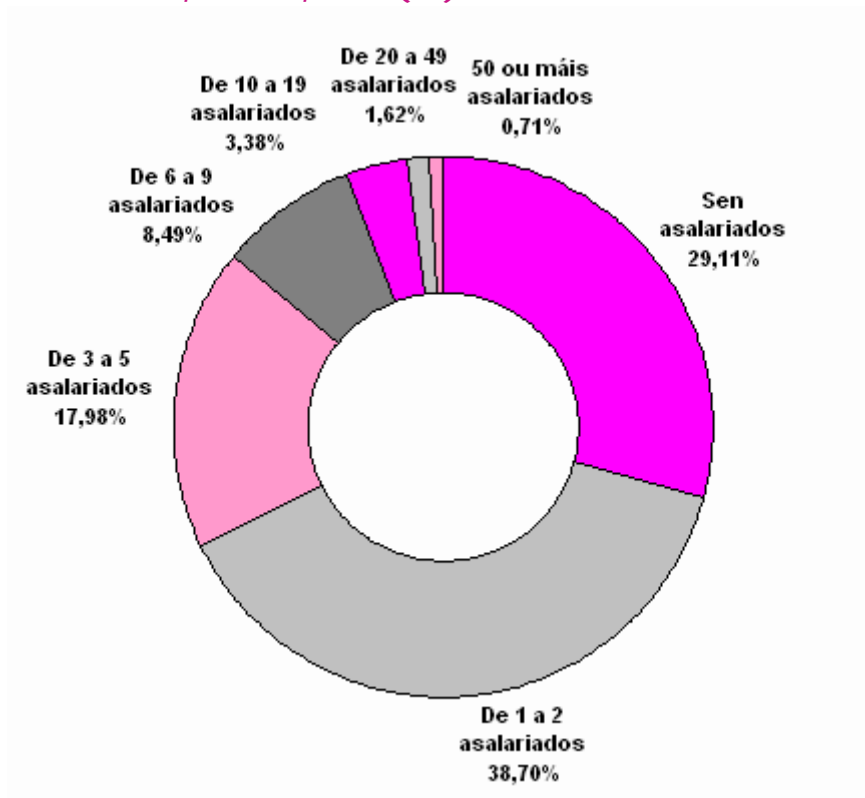
Se se observa a tendencia xeral dos últimos anos, apréciase que desde 2000 ata 2007 créanse un total de 1.651 empresas turísticas, o que supón un crecemento aproximado do 20%.

No apartado 8.1 Anexo de Información Estatística de Interese, podes ver a evolución que presenta cada unha das actividades consideradas na análise segundo o código CNAE. Os cámpings e outros tipos de hospedaxes de curta duración son o tipo de actividade que máis creceron entre 2000 e 2007, e o fixeron por riba da media española. Cómpre destacar o gran crecemento do número de axencias de viaxe, o que contribúe a unha mellora na prestación de servizos aos consumidores.

5.2.3. Emprego

A seguinte gráfica reflicte a distribución das empresas do sector turístico en función do número de asalariados:

Cadro 35: Gráfica da distribución das empresas segundo o número de asalariados, Galicia, 2007(%)



Fonte: Elaboración propia a partir de datos extraídos de INE. DIRCE (Directorio Central de Empresas)

Se ben o sector do turismo caracterízase pola pequena dimensión das empresas que o conforman, tal e como se comentou no apartado 4.2.2 Emprego en relación con España, no caso de Galicia esta circunstancia agrávase, xa que máis do 85% das empresas contan con 5 ou menos empregados, cinco puntos porcentuais máis que a media española.

No apartado 8.1 Anexo de Información Estatística de Interese, poderás encontrar información desagregada segundo o código CNAE correspondente. En xeral, todas as actividades presentan unha distribución das empresas segundo o número de empregados similar, concentrando máis da metade nos estratos de 2 ou menos. Cómpre destacar, non obstante, a cantidade de cámpings e outros tipos de hospedaxe de curta duración que non contan con ningún asalariado. Por outro lado, os hotéis e os restaurantes rexistran unha maior concentración nos estratos máis amplos.

Do mesmo modo, e segundo a OIT, as características do sector turístico en relación co emprego (que poden ser extrapolados a Galicia) son:

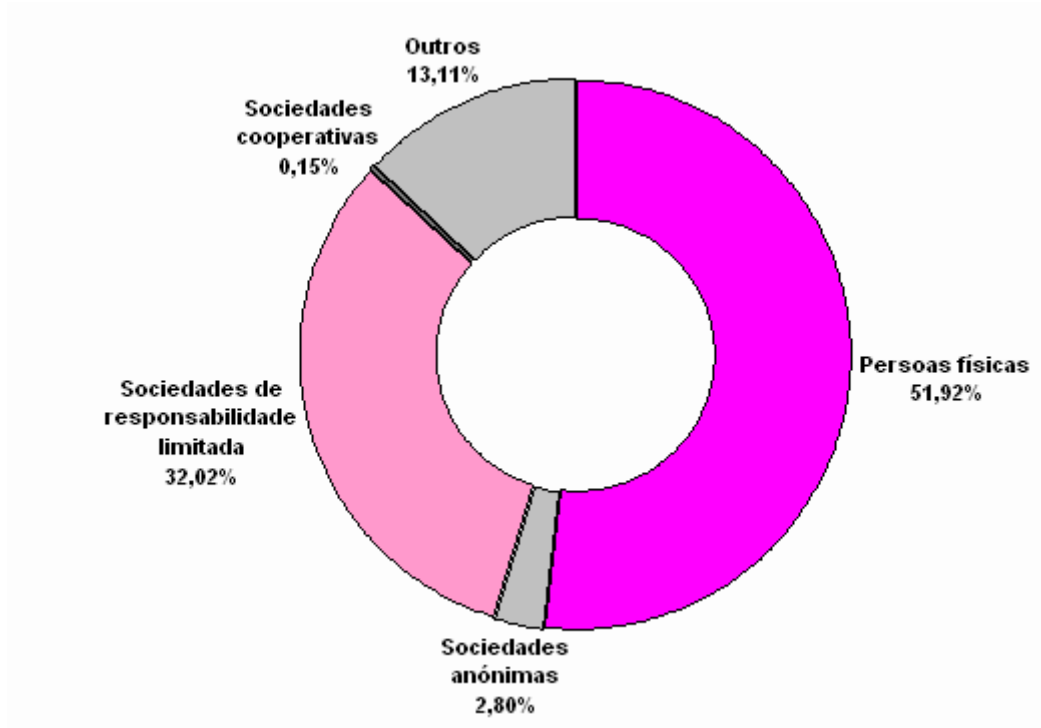
- Elevada porcentaxe de traballadores temporais e ocasionais.
- Elevada porcentaxe de traballadores a tempo parcial
- Escaso número de mulleres en cargos de responsabilidade.
- Crecente presenza de traballadores estranxeiros.
- Importante presenza de traballadores novos con escasa cualificación en hostalería e restauración, ou estudantes empregados no sector esporadicamente.
- Maior número de horas semanais de traballo para os empregados do sector, con horarios e quendas de traballo especiais.

Estas condicións repercuten no sector, producindo unha elevada taxa de rotación dos empregados, factor que inflúe negativamente na calidade dos servizos prestados.

5.2.4. Empresas segundo condición xurídica

A forma xurídica está estreitamente relacionada coa dimensión en termos económicos e de persoal. No gráfico que se mostra a continuación pódese observar as formas xurídicas adoptadas maioritariamente polas empresas do sector:

Cadro 36: Gráfica da forma xurídica das empresas do sector turístico, Galicia, 2006 (%)



Fonte: Elaboración propia a partir de datos extraídos do IGE. Directorio de empresas

Máis do 50% das empresas do sector turístico teñen a forma xurídica de autónomo (persoas físicas), cifra lixeiramente superior á media española. As sociedades limitadas representan a segunda forma xurídica en importancia, seguido das sociedades anónimas, estas últimas en menor medida.

No apartado 8.1 Anexo de Información Estatística de Interese podes encontrar información desagregada segundo códigos CNAE. Podes observar que a distribución é similar, aínda que existen certas diferenzas que cómpre destacar, como a maior importancia dos autónomos entre os cámpings e outros tipos de hospedaxes de curta duración, así como entre os restaurantes.

Se escolles como forma de constitución do teu negocio establecerte como Autónomo, debes saber que a personalidade xurídica da empresa é a mesma que a do titular, quen responde de todas as obrigacións que contraia a empresa. Neste caso, non necesitas un proceso previo de constitución, senón que os trámites iníciense unha vez comezada a actividade. Esta é a forma idónea de funcionamento para empresas de tamaño pequeno, aínda que a Sociedade Limitada presenta a vantaxe de que os socios só responden das débedas da empresa ata o límite do investimento que fixeran ao negocio.

Podes atopar máis información sobre os trámites necesarios para a constitución da túa empresa, as formas xurídicas que podes adoptar e as obrigacións que terás como empresario nas MEMOFichas editadas por BIC Galicia (www.bicgalicia.es).

5.3. Situación actual e previsións para o futuro

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

> OS PRINCIPAIS OBSTÁCULOS AO DESENVOLVEMENTO DO MERCADO.

> AS OPORTUNIDADES QUE SE PRESENTAN PARA POTENCIAR O MERCADO.

> AS CAPACIDADES E RECURSOS QUE CONSTITÚEN AS PRINCIPAIS VANTAXES COMPETITIVAS DO SECTOR TURÍSTICO.

> OS ASPECTOS INTERNOS DAS EMPRESAS QUE LIMITAN, REDUCEN OU FREAN O DESENVOLVEMENTO DAS SÚAS CAPACIDADES.

A Análise DAFO é unha ferramenta analítica que che permite coñecer o contorno do mercado actual e previsións futuras da evolución dun negocio. A través da DAFO obtemos unha visión interna e externa da nosa actividade respecto ao mercado no que imos operar. Ademais facilita a toma de decisións futuras de carácter estratéxico.

Baséase en catro puntos fundamentais: no nivel externo á empresa, é dicir, o contorno socioeconómico no que opera, analízanse as posibilidades futuras da empresa (Oportunidades) e hándicaps actuais e futuros (Amezas).

Por outro lado, no nivel interno da empresa existen vantaxes competitivas (Fortalezas) e carencias esenciais (Debilidades).

Se pensaches en crear unha empresa dentro do sector turístico debes ter presente o seguinte cadro co fin de aumentar ou manter os puntos fortes, permanecer atento ás oportunidades de negocio que se che ofrecen e eliminar ou mellorar os puntos febles para afrontar as ameazas que o mercado che presente.

AMEAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> > Dependencia da economía e de factores conxunturais. > Competencia doutras rexións de España. > Destinos turísticos emerxentes como Bulgaria ou Turquía. > Estacionalidade na demanda nalgúns subsectores turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> > Recursos naturais, paisaxísticos, históricos, monumentais e gastronómicos de gran valor. > Aumento do lecer e renda per cápita. > Apoio institucional. > Climatoloxía. > As posibilidades que ofrecen as novas tecnoloxías. > Fraccionamento dos períodos de vacacións. > Preocupación crecente pola saúde, no caso do turismo de balnearios e similares. > Establecemento de compañías de transporte aéreo de baixo custo nos aeroportos galegos. > Maior coñecemento de Galicia no exterior. > Euro-rexión Galicia-Norte de Portugal e a marca turística "España Verde". > Mellora das comunicacións internas e externas.
PUNTOS FORTES	PUNTOS FEBLES
<ul style="list-style-type: none"> > Incremento e diversificación da oferta. > Camiño de Santiago e outros territorios cunha marca turística desenvolvida. > Boa relación calidade/prezo. > Fidelización do turista. > Turismo interno. > Posibilidade de ampliar a carteira de servizos. 	<ul style="list-style-type: none"> > Reducido tamaño das empresas do sector. > Falta de profesionalización do persoal. > Desequilibrio territorial.

A principal ameaza do sector atópase na dependencia que o turismo presenta fronte á conxuntura económica. Isto supón, por exemplo, que en épocas de recesión económica a demanda de servizos turísticos véxase fortemente diminuída, posto que se destina menos renda familiar ao lecer. Así mesmo, certos acontecementos internacionais que poden xerar inestabilidade ou incerteza tamén supoñen que se viaxe menos, o que afecta á demanda deste tipo de servizos.

Outra ameaza que se presenta para o turismo en Galicia é a competencia doutras zonas de España, nas que existen unhas infraestruturas e vías de comunicación mellores que as galegas, o que lles reporta unha importante vantaxe competitiva.

O fenómeno da globalización implica unha maior competencia entre rexións turísticas de diferentes partes do mundo, o que supón outra ameaza para o sector en Galicia. Existen mercados turísticos emerxentes que poden ofertar produtos turísticos a un prezo máis reducido, como por exemplo Bulgaria, Croacia ou Turquía, países que nos últimos anos están logrando atraer un gran número de turistas dos mercados emisores máis importantes, principalmente de Alemaña.

Tamén se debe citar como unha importante ameaza para algúns subsectores a estacionalidade na demanda de determinados servizos, como aqueles vinculados ao turismo de sol e praia ou ao turismo deportivo. Para paliar as súas consecuencias pódense poñer en marcha políticas de prezos, ofertas, convenios con empresas, programar actividades complementarias, etc., así como buscar sectores de poboación que poidan viaxar en temporadas baixas, como por exemplo os xubilados.

Como oportunidade importante, debemos destacar os recursos cos que conta a Comunidade, tanto de tipo natural e paisaxístico, como históricos e monumentais. A explotación destes recursos está conseguindo que Galicia sexa cada vez máis competitiva en determinados subsectores turísticos, sobre todo coa potenciación das súas peculiaridades, o que permite realizar unha oferta diferenciada que transmita uns valores propios e dificilmente imitables por outros destinos turísticos.

Unha segunda oportunidade que presenta o sector turístico é o aumento do nivel de renda e do tempo de lecer. A maior disposición de tempo libre e de recursos económicos incide positivamente sobre a demanda de actividades de lecer.

Ademais, hai que destacar o apoio institucional que recibe o sector turístico en Galicia, tanto no referente a axudas para a creación de empresas, como en materia de promoción e comercialización dos produtos turísticos galegos.

Con respecto á climatoloxía, pese a que pode supoñer unha ameaza en certos subsectores (como o de turismo de sol e praia) tamén é unha oportunidade, posto que moita da xente que visita Galicia faino buscando un clima suave. Ademais, outorga unha paisaxe autóctona singular moi apreciado polos visitantes.

Pola súa parte, as novas tecnoloxías, se se utilizan de forma correcta e eficiente, poden resultar de grande utilidade para o sector. Internet ofrece a posibilidade de publicar unha grande cantidade de información á que poden acceder directamente os viaxeiros. Como xa puidiches comprobar no Apartado 4.2 Análise da Oferta, cada vez son máis os turistas que utilizan a rede para planificar as súas viaxes. Outra tecnoloxía que presenta un amplo abano de posibilidades é o bluetooth. Na actualidade xa son varios os concellos galegos que fan uso dela para ampliar o seu servizo de información turística. Mediante unha aplicación informática o turista pode consultar no seu teléfono móbil, teléfonos de emerxencias, mapas e información útil en varios idiomas...

A tendencia á fragmentación dos períodos de vacacións supón outra oportunidade, posto que axuda a diminuír a ameaza da estacionalidade do sector, xerando épocas altas en máis días ao ano: fins de semana, Semana Santa, Entroido, festivos, pontes...

Do mesmo modo, considérase que a crecente preocupación pola saúde pode ser unha oportunidade para o desenvolvemento do sector turístico, dado que crea unha maior demanda de determinados servizos, como actividades deportivas, terapéuticas (turismo termal e talasoterapia), de descanso, etc.

Varias compañías de voos de baixo custo comezaron a operar nos aeroportos galegos, o cal supón outra oportunidade para o sector, xa que permite abrirse a novos mercados internacionais, debido a que este tipo de voos conta cunha gran demanda por parte dun segmento significativo dos turistas.

Tamén se detectou como oportunidade o maior coñecemento de Galicia no exterior, que foi propiciado mediante diferentes campañas de promoción durante os últimos anos.

A Euro-rexión Galicia–Norte de Portugal supón outra oportunidade para o sector turístico galego posto que, dadas as similitudes culturais, paisaxísticas e gastronómicas de ambas rexións, pódense levar a cabo campañas de promocións conxuntas. Igualmente, nos últimos anos xa se realizaron campañas publicitarias para promover a marca turística “España Verde”, que engloba as comunidades autónomas de Galicia, Asturias, Cantabria e País Vasco.

Finalmente, a mellora das infraestruturas e vías de comunicación que se está producindo en Galicia facilita que un maior número de visitantes de zonas distantes a elixan como o seu destino turístico.

Como principal punto forte do sector destaca o importante incremento no número de prazas de aloxamento, que se viu acompañado pola diversificación dos servizos ofertados polas distintas empresas, tanto no que se refire á prestación de diversas actividades por unha mesma empresa, como á creación de compañías en subsectores novos como, por exemplo, o turismo de congresos ou o turismo activo.

Un segundo punto forte vén dado pola gran relevancia e fama internacional do Camiño de Santiago, o cal atrae a Galicia a un número moi importante de visitantes. Ademais, aínda que en menor medida, cada vez son máis os turistas que viaxan a Galicia co fin de coñecer outros territorios cunha imaxe de marca turística, como as Rías Baixas ou a Costa da Morte.

Tamén destacamos como punto forte a axeitada relación entre calidade e prezo. A oferta de servizos e prezos en Galicia é moi variada, o que fainos accesibles a un amplo segmento de poboación.

A alta porcentaxe de fidelidade dos turistas que elixen Galicia como destino turístico tamén é un punto forte, posto que permite manter os indicadores de afluencia turística de maneira estable.

A importancia do turismo interno no ámbito galego preséntase como outra fortaleza para o sector. Os propios galegos representaron en 2005, aproximadamente, o 22% dos turistas que viaxaron pola comunidade.

Por último, outro punto forte que presentan as empresas turísticas galegas é a posibilidade de ampliar a súa carteira de servizos, de maneira que unha mesma empresa pode incluír actividades ou servizos de distintos subsectores turísticos e ampliar, desta forma, os segmentos de mercado aos que se pode dirixir. É o caso, por exemplo, dos balnearios rurais, que engaden aos servizos de balneario outras actividades vinculadas co contorno rural, como rutas de sendeirismo, distintos deportes, rutas a cabalo, etc. O mesmo sucede coas casas de turismo rural, que cada vez tenden máis a complementar o servizo de aloxamento coa oferta de produtos gastronómicos tradicionais e de calidade, ademais de distintas actividades.

O reducido tamaño da maioría das empresas turísticas galegas é un dos principais puntos febles do sector, xa que lles impide en moitas ocasións realizar investimentos que melloren a calidade do servizo. Recoméndase que, dentro do posible, intenten ampliar a túa estrutura empresarial para facela máis operativa. Un sistema de xestión desenvolvido, con persoal debidamente cualificado, así como o uso de novas tecnoloxías, poden facer máis operativo o teu servizo, ademais de permitirte evolucionar con máis facilidade e competir en mercados máis amplos.

A falta de profesionais é outro punto feble importante do sector. Os postos de maior responsabilidade encóntranse en mans de persoas altamente cualificadas, pero non sucede o mesmo cos postos intermedios e os básicos, que frecuentemente son atendidos por persoal inexperto, non especializado e que traballa por períodos curtos de tempo. En moitas ocasións estes empregados non contan coa preparación axeitada para prestar un servizo de calidade a unha clientela cada vez máis esixente.

Para finalizar, percíbese como outro punto feble o desequilibrio territorial na oferta de servizos turísticos, que se traduce na concentración de empresas turísticas en determinadas zonas da Comunidade en detrimento doutras. Isto supón unha sobreoferta nalgúns subsectores, mentres que outras áreas co suficiente potencial aínda non desenvolveron plenamente a súa oferta turística.

6. RECOMENDACIÓNS

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

> UNHA SERIE DE RECOMENDACIÓNS QUE SERÁN MOI ÚTILES PARA DESENVOLVER CON ÉXITO UNHA INICIATIVA DENTRO DO SECTOR TURÍSTICO.

> UNHA RELACIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS IDENTIFICADAS COMO OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN GALICIA, BASEÁNDOSE NA ANÁLISE DA EVOLUCIÓN QUE DESCRIBIU O SECTOR NOUTRAS ECONOMÍAS CUN ELEVADO NIVEL DE DESENVOLVEMENTO TURÍSTICO.

6.1. Recomendacións

- O emprendedor debe coñecer e distinguir todas as canles de comercialización, para saber como e onde colocar o seu produto, tendo en conta que o uso das novas tecnoloxías, como pode ser a creación dunha páxina web ou a venda on-line, son un medio de contratación directa de servizos en crecemento.
- É recomendable que o concepto de negocio non se centre exclusivamente nunha única actividade. Así, resulta interesante que contemples a prestación de servizos complementarios, xa que deste modo o teu negocio chegará a un segmento máis amplo de mercado. Unha boa oportunidade de negocio para as empresas turísticas consiste na potenciación das peculiaridades do contorno, o desenvolvemento de actividades directamente vinculadas ao medio natural e unha oferta gastronómica baseada en produtos tradicionais e de calidade.
- Á hora de buscar unha localización para a túa empresa debes ter en conta diversos factores, como as infraestruturas e vías de comunicación das que dispón a zona, o atractivo turístico que poida ter ou a proximidade doutros servizos que complementen a túa actividade, potenciando os elementos diferenciados da túa empresa fronte a outras.
- Potenciar a calidade en todas as fases do proceso de prestación do servizo outorgarache unha vantaxe competitiva fronte a outras empresas.
- Resulta de grande importancia contratar a traballadores cualificados e con experiencia, posto que leva un mellor servizo.
- Deberás intentar paliar a estacionalidade do teu servizo, tomando as medidas oportunas: por exemplo implantando políticas de prezos, programas e alternativas para épocas baixas, paquetes turísticos integrados, etc., así como buscar clientes que poidan viaxar en temporadas baixas (determinados sectores de poboación, empresas, institucións...).
- A Xunta de Galicia atópase inmersa no proceso de elaboración dunha nova lexislación sobre turismo (da cal xa se publicou un anteproxecto) e preveuse que sexa aprobada a finais do ano 2007. Esta normativa substituirá á Lei 10/2004, do 21 de agosto, de ordenación e promoción do turismo en Galicia, que á súa vez modifica a Lei 9/1997. No Apartado 7.2 Anteproxecto de Lei amosámosche as principais novidades que se establecen no anteproxecto de lei.

6.2. Identificación de oportunidades de negocio

Co fin de potenciar o sector turístico en Galicia estanse desenvolvendo actividades alternativas que transmiten uns valores propios e non imitables, para así transmitir unha imaxe de Galicia global, homoxénea e forte. A continuación mostrámosche algunha das máis importantes.

- Rutas agroalimentarias e gastronómicas: Galicia conta cunha oferta gastronómica ampla e de calidade. Nalgúns lugares da xeografía galega estanse potenciando os produtos tradicionais co establecemento de rutas gastronómicas. Nas mesmas, aparte de degustacións dos alimentos, amósase aos visitantes o proceso tradicional que se segue para a súa elaboración.
- Turismo náutico: o litoral galego ofrece oportunidades para o desenvolvemento de actividades náuticas de todo tipo como, por exemplo: windsurf, surf, submarinismo, piragüismo, vela lixeira, etc. A Xunta de Galicia, a través do “Plano Director de Náutica Deportiva”, pretende dar un forte impulso ao turismo náutico. O plano prevé triplicar o número de portos deportivos e prazas de amarre na costa galega no ano 2020, pasando dos 11.500 atraques actuais a 31.000.
- Turismo activo: posúe un gran potencial e unha base sólida de partida no sendeirismo, montañismo, etc.
- Turismo de cruceiros: as cidades galegas do litoral intentan converterse en puntos de escala habitual nas rutas de cruceiros internacionais. A chegada de grandes transatlánticos supón unha forte inxección económica para as cidades que os reciben. Algúns estudos realizados ao respecto indican que cada viaxeiro dun cruceiro realiza, aproximadamente, un gasto de 100 euros por escala.
- Turismo de saúde: os balnearios, SPA, hoteis medicinais e centros de talasoterapia son produtos turísticos cun presente adulator e un gran futuro en Galicia. Ademais, cómpre destacar o elevado nivel de profesionalidade e calidade no servizo que se pode atopar nos establecementos galegos deste tipo.
- Actividades vinculadas ao turismo mariñeiro e a recuperación de recursos e edificacións tradicionais relacionadas co mar, converténdooas en establecementos turísticos.
- Turismo no medio rural: na actualidade existe unha ampla oferta de casas de turismo rural que, xeralmente, non se ve acompañada pola prestación doutro tipo de servizos turísticos. Desde a administración galega preténdese impulsar a creación de actividades complementarias, para así poder brindar unha oferta integral de turismo no espazo rural e que esta non se limite unicamente ao aloxamento.

Outra fonte para identificar oportunidades de negocio é observar as tendencias máis alá das nosas fronteiras. A este respecto, os expertos entrevistados sinalan que, de forma maioritaria, os turistas prefiren experiencias distintas e orixinais; atópanse inmersos nun proceso de “procura do auténtico”.

Seguidamente, presentámosche algúns exemplos de tendencias que se presentan como exitosas noutras rexións e países:

- Hoteis de baixo custo: este tipo de establecementos, que ofrecen aloxamento a moi baixo prezo, xa están operando con éxito en Estados Unidos, Inglaterra e Francia.
- Enoturismo, rutas de viño e visitas a bodegas: este tipo de turismo, que se encontra moi desenvolvido en países como EE.UU. ou Alemaña, xa comezou a dar os seus primeiros pasos en Galicia.
- Turismo de luxo ou alto standing: caracterízase polos seus hoteis en contornos íntimos, exclusivos e luxosos que ofrecen servizos personalizados. Este tipo de turismo acostuma estar relacionado co shopping ou turismo de compras.
- Turismo de competicións deportivas: os grandes eventos deportivos supoñen un gran foco de atención para as cidades que os organizan, que ven incrementada notablemente a súa afluencia de visitantes durante o acontecemento.
- Turismo sénior: o envellecemento da poboación implica que xurdan produtos turísticos pensados exclusivamente para este segmento da poboación.
- Turismo de idiomas: a motivación para viaxar dun número importante de turistas é aprender unha nova lingua.
- Rutas literarias e fílmicas: visitas a zonas de rodaxe de películas e a lugares nos que transcorren os eventos narrados nunha obra literaria.
- Agroturismo: este tipo de turismo, no que o usuario participa nas tarefas agrícolas, gandeiras e artesanais cotiás do lugar, atópase moi desenvolvido nalgúns países europeos, destacando especialmente a súa grande implantación en Francia.

7. VARIOS

7.1. Normas sectoriais de aplicación

A creación dunha empresa dedicada a actividades turísticas está suxeita aos trámites ordinarios de constitución dun negocio que podes consultar na Guía de Recursos, que pertence a esta mesma colección e está dispoñible en formato web (<http://guias.bicgalicia.es>).

A normativa aplicable debe ser consultada polo emprendedor á hora de crear a súa empresa. A continuación menciónanse unha serie de normas aplicables a esta actividade.

O sector turístico abarca multitude de actividades, polo que é imposible mostrar toda a lexislación existente e que afecte a cada unha delas. A continuación aparece unha relación de normas correspondentes a cada actividade:

- **Hoteis:**

ESTADO ESPAÑOL

- Decreto 3787/70, do 19 de decembro, polo que se ditan normas sobre os requisitos mínimos de infraestrutura en aloxamentos turísticos. BOE do 18 de xaneiro de 1971.
- Real Decreto 1634/83, do 15 de xuño, polo que se establecen as normas de clasificación dos establecementos hoteleiros. BOE do 17 de xuño de 1983.
- Real Decreto 2877/1982, do 15 de outubro, sobre ordenación de apartamentos e vivendas de vacacións. BOE do 9 de novembro de 1982.
- Real Decreto 1587/82, do 25 de xuño, polo que se modifica a Norma Básica de Edificación NBE-CPI-81, sobre condicións de protección contra incendios nos edificios. BOE do 21 de xullo de 1982.
- Real Decreto 2059/81, do 10 de abril, polo que se aproba a norma básica de edificación. BOE do 18 e 19 de setembro de 1981.
- Orde do 14 de febreiro de 1992, sobre libros-rexistro e partes de entrada de viaxeiros en establecementos de hostalería e outros análogos. BOE do 19 de febreiro de 1992.
- Orde do 31 de marzo de 1980, pola que se modifica a do 25 de setembro de 1979 sobre prevención de incendios en establecementos turísticos. BOE do 10 de abril de 1980.
- Orde do 4 de Outubro de 1979, sobre réxime de prezos e reservas en aloxamentos turísticos.
- Orde do 25 de setembro de 1979, sobre prevención de incendios en establecementos turísticos. BOE do 20 de outubro de 1979.

- Orde do 15 de setembro de 1978 sobre réxime de prezos e reservas en aloxamentos turísticos. BOE do 20 de setembro de 1978.
- Orde do 19 de xuño de 1968, pola que se ditan normas sobre a clasificación dos establecementos hoteleiros. BOE do 7 de agosto de 1968.

GALICIA

- Decreto 66/2001, do 22 de marzo, polo que se determina a documentación relativa á xustificación do cumprimento da normativa de accesibilidade e de prevención e protección contra incendios que deberán achegar os interesados nos procedementos de autorizacións turísticas. DOG do 2 de abril de 2001.
- Decreto 267/1999, do 30 de setembro, polo que se establece a ordenación dos establecementos hoteleiros. DOG do 18 de outubro de 1999.

- Axencias de viaxes:

ESTADO ESPAÑOL

- Lei 39/2002 do 28 de outubro, pola que se modifica o artigo 13 e engádese un artigo 14 á Lei 21/95 reguladora das viaxes combinadas. BOE do 29 de outubro de 2002.
- Lei 21/95, do 6 de xullo, reguladora das viaxes combinadas. BOE do 7 de xullo de 1995.
- Real Decreto 271/1988, do 25 de marzo, polo que se regula o exercicio das actividades propias das axencias de viaxes. BOE do 29 de marzo de 1988.
- Orde ministerial do 14 de abril de 1988, pola que se aproban as normas reguladoras das Axencias de Viaxe. BOE do 22 de abril de 1988.

GALICIA

- Lei 9/1997, do 21 de agosto, de ordenación e promoción do turismo en Galicia. DOG do 1 de setembro de 1997.
- Decreto 42/2001, do 1 de febreiro, de refundición en materia de axencias de viaxes, guías de turismo e turismo activo. DOG do 20 de febreiro de 2001.
- Decreto 82/1987, do 26 de marzo, polo que se crea o rexistro de empresas e actividades turísticas da Comunidade Autónoma de Galicia. DOG do 29 de abril de 1987. Corrección de erros no DOG de 4 de xuño de 1987.

- Turismo activo:

ESTADO ESPAÑOL

- Real Decreto 1913/1997 do 19 de decembro, polo que se configuran como ensinanzas de réxime especial as conducentes á obtención de titulacións de técnicos deportivos, apróbanse as directrices xerais dos títulos e das correspondentes ensinanzas mínimas. BOE do 23 de xaneiro de 1997.

GALICIA

- Lei 9/1997, do 21 de agosto, de ordenación e promoción do turismo en Galicia. DOG do 1 de setembro de 1997.
- Decreto 42/2001, do 1 de febreiro, de refundición en materia de viaxes, guías de turismo e turismo activo. DOG do 20 de febreiro -de 2001.
- Decreto 116/1999, do 23 de abril, polo que se regulamenta a actuación das empresas relacionadas coa organización de actividades de turismo activo. DOG do 6 de maio de 1999.
- Decreto 82/1987, do 26 de marzo, polo que se crea o Rexistro de Empresas e Actividades Turísticas da Comunidade Autónoma de Galicia. DOG do 29 de abril de 1987.

- Turismo rural:

GALICIA

- Decreto 142/2006, do 27 de xullo, polo que se modifica o Decreto 191/2004 do 29 de xullo, de establecemento de turismo rural. DOG do 7 de setembro de 2006.
- Decreto 191/2004, do 29 de xullo, de establecementos de turismo rural. DOG do 10 de marzo de 2004.
- Orde do 24 de febreiro de 2004, pola que se convocan subvencións para a reforma, adaptación e mellora de establecementos de turismo rural. DOG do 10 de marzo de 2004.
- Orde do 27 de decembro de 2002, pola que se anuncian subvencións para a creación de establecementos de turismo rural. DOG do 23 de xaneiro de 2003.
- Orde do 7 de maio de 1996, pola que se modifica a do 2 de xaneiro de 1995, pola que establece a ordenación dos establecementos do turismo rural. DOG do 23 de maio de 1996.
- Orde do 2 de xaneiro de 1995, pola que se establece a ordenación dos establecementos de turismo rural. DOG do 22 de febreiro de 1995.

- Turismo termal:

GALICIA

- Lei 5/95, do 7 de xuño, de regulación das augas minerais, termais, de mananciais e dos establecementos balnearios da Comunidade Autónoma de Galicia. DOG do 21 de xuño de 1995.
- Decreto 401/1996, do 31 de outubro, polo que se crea a Comisión Coordinadora de Axudas a Establecementos Balnearios e Explotacións de Augas Minerais, Termais e de Manancial, e régúlase a súa composición e funcións. DOG do 19 de novembro de 1996.
- Decreto 402/1996, do 31 de outubro, polo que se aproba o Regulamento de aproveitamento de augas mineromedicinais, termais e dos establecementos balnearios da Comunidade Autónoma de Galicia. DOG do 19 de novembro de 1996.
- Decreto 147/84, do 13 de setembro, sobre autorización de centros, servizos e establecementos sanitarios. DOG do 6 de outubro de 1984.
- Decreto 99/84, do 7 de xuño, sobre centros, servizos e establecementos sanitarios. DOG do 23 de xuño de 1984.

- Turismo cultural:

ESTADO ESPAÑOL

- Lei 21/95, do 6 de xullo, reguladora das viaxes combinadas. BOE do 7 de xullo de 1995.

GALICIA

- Lei 8/1995, do 30 de outubro, para a regulación do patrimonio cultural de Galicia. DOG do 8 de novembro de 1995.
- Decreto 42/2001, do 1 de febreiro, de refundición en materia de axencias de viaxes, guías de turismo e turismo activo. DOG do 20 de febreiro de 2001.
- Decreto 82/1987, do 26 de marzo, polo que se crea o Rexistro de Empresas e Actividades Turísticas da Comunidade Autónoma de Galicia. DOG do 29 de abril de 1987.

- Campamentos de turismo:

ESTADO ESPAÑOL

- Orde do 28 de xuño de 1966, pola que se aproba a ordenación turística dos Campamentos de Turismo. BOE do 10 de agosto de 1966.

GALICIA

- Decreto 11/2007, do 10 de xaneiro, polo que se modifica o Decreto 143/2006, do 27 de xullo, polo que se establece a ordenación dos campamentos de turismo en Galicia. DOG do 6 de febreiro de 2007.
- Decreto 143/2006, do 27 de xullo, polo que se establece a ordenación dos campamentos de turismo en Galicia. DOG do 7 de setembro de 2006.

- Restaurantes e cafeterías:

ESTADO ESPAÑOL

- Orde do 18 de marzo de 1965, sobre ordenación turística de cafeterías. BOE do 29 de marzo de 1965.
- Orde Ministerial do 17 de marzo de 1965, sobre ordenación turística de restaurantes. BOE do 29 de marzo de 1965.

GALICIA

- Decreto 8/2007, do 10 de xaneiro, polo que se modifica o decreto 108/2006, de 15 de xuño, polo que se establece a ordenación turística dos restaurantes e das cafeterías da Comunidade Autónoma de Galicia. DOG do 1 de febreiro de 2007.
- Decreto 108/2006, do 15 de xuño, polo que se establece a ordenación turística dos restaurantes e as cafeterías da Comunidade Autónoma de Galicia. DOG do 11 de xullo de 2006.

En canto á normativa de calidade, hai que mencionar que o Instituto para a Calidad Turística Española (ICTE) é unha entidade de certificación de sistemas de calidade, creada para empresas turísticas, polo que, se queres obter algunha certificación para o teu negocio debes acudir a este organismo.

As empresas do sector turístico, igual que calquera outra empresa están obrigadas a cumprir a lexislación existente en materia de Prevención de Riscos Laborais. Podes consultar a Lei de Prevención de Riscos Laborais e algunhas normas posteriores que a desenvolven, na Guía de Recursos, que pertence a esta mesma colección, e que se encontra dispoñible en formato web (<http://guias.bicgalicia.es>).

7.2. Anteproxecto de Lei

A Xunta de Galicia atópase inmersa no proceso de elaboración dunha nova lexislación sobre turismo, da cal xa se publicou un anteproxecto, e que se prevé que sexa aprobada a finais do ano 2007. Esta normativa substituirá á Lei 10/2004, do 21 de agosto, de Ordenación e Promoción do Turismo en Galicia, que á súa vez modifica a Lei 9/1997.

Entre as razóns que se argumentan para o cambio de lexislación destaca a consideración do turismo como sector estratéxico para a economía galega, o que fai necesario que o marco normativo que o regule sexa flexible e propicie a creación dun contorno competitivo que favoreza a actividade empresarial e a creación de emprego. A continuación presentámosche as principais novidades normativas que se establecen no anteproxecto de lei.

Preténdese dotar a Galicia dunha imaxe global, clara e unitaria, creando para iso unha marca turística de calidade que aproveite as vantaxes diferenciadas da oferta turística galega. Os esforzos en canto a promoción turística da administración galega irán encamiñados cara á consecución deste obxectivo.

No campo da promoción tamén se proxecta fomentar a realización de accións conxuntas de promoción turística con outras comunidades autónomas, coa Administración do Estado e con outras euro-rexións, en especial con Portugal no marco da Eurorexión Galicia – Norte de Portugal.

Co obxecto de delimitar competencias inclúense varios artigos dedicados a establecer as atribucións en turismo dos concellos e outros entes locais.

No ámbito das sancións crease unha nova infracción moi grave: vulnerar o dereito á intimidade dos clientes.

Establécese a creación dunha Rede Galega de Oficinas de Turismo, integrada polas oficinas de turismo dependentes da Xunta de Galicia e aquelas de titularidade pública ou privada que se integren voluntariamente nela. Todas as oficinas da rede cumprirán os mesmos requisitos en canto á realización de actividades, prestación de servizos e identidade de imaxe.

O Consello Regulador de Turismo de Galicia recibirá novas competencias, entre as que destaca a regulamentación de marcas turísticas de calidade, coas que se pretende outorgarlle unha maior relevancia da que tivo no pasado.

Preténdese limitar a categoría de turismo rural a aqueles establecementos que estean situados en “asentamentos tradicionais de menos de 500 habitantes ou en solo de núcleo rural ou rústico”. As casas rurais que xa estean en funcionamento e non entren na categoría redefinida de turismo rural, poderán acollerse a outras denominacións.

Algúns dos cambios máis significativos establécense na clasificación das empresas, estas son as novidades que o anteproxecto presenta ao respecto:

- Suprímese a categoría dos aloxamentos en réxime de uso a tempo compartido.

- Dentro do turismo rural se distingue catro categorías:

 - Hoteis rurais

 - Casas grandes e pazos

 - Casas de aldea

 - Outros fixados regularmente

- As empresas de restauración pásanse a dividir en dous grupos: restaurantes e bares-cafeterías.

- Entre os intermediarios créase a figura das centrais de reserva, que se suma á xa existente das axencias de viaxe. Ponse unha especial atención nas entidades que presten eses servizos por Internet.

- Faise referencia aos complexos turísticos, figura non contemplada na normativa anterior.

- Crease a figura dos albergues, que pasan a ter unha clasificación e regulación propias. A lei anterior considerábaos como pensións.

7.3. Axudas

No presente apartado aparecen recollidas aquelas axudas de carácter específico ás que poden optar os emprendedores que pretendan crear unha empresa dedicada a actividades turísticas. As axudas de tipo xenérico poden ser consultadas na Guía de Recursos que pertence a esta mesma colección e que está dispoñible en formato electrónico (<http://guias.bicgalicia.es>).

Unha vez que definas totalmente o teu Plano de Empresa, poderás analizar as axudas posibles existentes e descartar aquelas que non sexan útiles para as túas necesidades ou que sexan incompatibles entre si.

Con carácter específico para a túa actividade, actualmente a Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo, a Consellería de Presidencia, Relacións Institucionais e Administración Pública e o Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, teñen aberta unha convocatoria de subvencións a empresas vinculadas ao sector turístico:

- Real Decreto 1579/2006, do 22 de decembro, polo que se establece o réxime de axudas e o sistema de xestión do Programa de apoio á innovación das pequenas e medianas empresas 2007-2013.
- Orde do 24 de xullo de 2007 pola que se modifica a do 2 de marzo, na que se establecen as bases reguladoras para a concesión, en réxime de concorrencia competitiva, das subvencións a empresas turísticas para o fomento do turismo no medio rural e se procede á súa convocatoria para o ano 2007 (IN983G).
- Orde do 24 de xullo de 2007 pola que se modifica a do 2 de marzo, na que se establecen as bases reguladoras para a concesión, en réxime de concorrencia competitiva, das subvencións para a mellora de establecementos turísticos, e procédese á súa convocatoria para o ano 2007.

En todo caso, para que che sirva de orientación amosámosche as seguintes axudas convocadas pola Xunta.

- Orde do 19 de abril de 2007 pola que se establecen as bases reguladoras para a concesión, en réxime de concorrencia competitiva, das subvencións a empresas turísticas para o fomento do turismo no medio rural. DOG do 3 de maio de 2007.
- Orde do 19 de abril de 2007 pola que se establecen as bases reguladoras para a concesión, en réxime de concorrencia competitiva, das subvencións a empresas turísticas para o fomento do turismo no medio rural. DOG do 3 de maio de 2007.

- Orde do 2 de marzo de 2007 pola que se establecen as bases reguladoras para a concesión, en réxime de concorrencia competitiva, de subvencións para a mellora de establecementos de cafeterías, cafés, bares e restaurantes. DOG do 13 de marzo de 2007.
- Orde do 27 de xullo de 2007 pola que se establecen as bases reguladoras para a concesión en réxime de concorrencia competitiva, de subvencións a empresas turísticas para o fomento do turismo no medio rural. DOG do 4 de agosto de 2006.

7.4. Organismos

Na Guía de recursos podes consultar un listado máis amplo de organismos a nivel galego e nacional.

7.4.1. Organismos oficiais e institucións

IGAPE

San Lázaro, s/n
15703 Santiago de Compostela A Coruña
Tel.: 902 300 903
Fax: 981 54 11 90
Páxina web: www.igape.es

CONSELLERÍA DE INNOVACIÓN E INDUSTRIA

Edifícios Administrativos San Caetano
San Caetano, s/n
15704 Santiago de Compostela
Tel.: 981 545 400
Fax: 981 544 949
Páxina web: www.conselleriaiei.org

CONSELLERÍA DE TRABALLO

Complexo Administrativo San Lázaro, s/n
15781 Santiago de Compostela
E-mail: web.traballo@xunta.es
Páxina web: <http://traballo.xunta.es/>

CONSELLERÍA DE CULTURA E DEPORTE

Edifícios Administrativos San Caetano
San Caetano, s/n
15704 Santiago de Compostela
Tel.: 981 545 400
Fax: 981 544 802
Páxina web: <http://culturaedeporte.xunta.es>

TURGALICIA

Santiago-Noia km. 3 (A Barcia)
15896 Santiago de Compostela
Tel.: 981 542 500 / 902 200 432
Fax: 981 542 659
E-mail: cir.turgalicia@xunta.es
Páxina web: www.turgalicia.es

DIRECCIÓN XERAL DE TURISMO

Praza de Mazarelos 15 1º
15703 Santiago de Compostela
Tel.: 981 546 351
Fax: 981 546 356
E-mail: secretaria.turismo@xunta.es

SERVIZO PROVINCIAL DE TURISMO DA CORUÑA

Praza Luís Seoane, s/n
15008 A Coruña
Tel.: 981 184 500 / 981 184 680
Fax: 981 184 678

SERVIZO PROVINCIAL DE TURISMO DE LUGO

Doutor García Portela 7-B
27002 Lugo
Tel.: 982 222 070 / 982 222 072
Fax: 982 296 702

SERVIZO PROVINCIAL DE TURISMO DE OURENSE

Avda. da Habana 105 4º
32004 Ourense
Tel.: 988 386 040
Fax: 988 386 043

SERVIZO PROVINCIAL DE TURISMO DE PONTEVEDRA

Xeral Mola 3
36001 Pontevedra
Tel.: 986 844 662

DIRECCIÓN XERAL DE PATRIMONIO CULTURAL

Edificios Administrativos San Caetano
San Caetano, s/n
15704 Santiago de Compostela
Tel.: 981 544 877
Fax: 981 544 830

PADROADO DE TURISMO RÍAS BAIXAS

Avda. Monteiro Ríos, s/n
Pontevedra
Tel.: 986 810 100

OFICINA MUNICIPAL DE TURISMO DA CORUÑA

Sol, s/n
15003 A Coruña
Tel.: 981 184 344
Fax: 981 184 345
E-mail: infoturismo@aytolacoruna.es
Páxina web: www.turismocoruna.com

OFICINA MUNICIPAL DE TURISMO DE SANTIAGO

Dársena Xoán XXIII
15701 Santiago de Compostela
Tel.: 981 555 129
Páxina web: www.santiagoturismo.com

OFICINA MUNICIPAL DE TURISMO DE OURENSE

Burgas 12 - Baixo
32005 Ourense
Tel.: 988 366 064
Fax: 988 253 343
E-mail: turismo@ourense.es

OFICINA MUNICIPAL DE TURISMO DE VIGO

Teófilo Llorente 5
36202 Vigo
Tel.: 986 224 757
E-mail: ofiturismo@vigo.org
Páxina web: www.turismodevigo.org

INSTITUTO PARA LA CALIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA

Xeral Yagüe 11 - Entreplanta
28020 Madrid
Tel.: 91 417 64 70
Fax: 91 597 09 45
E-mail: info@icte.es
Páxina web: www.icte.es

INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS

José Lázaro Galdiano 6
28036 Madrid
Tel.: 91 343 37 61
Fax: 91 343 38 01
Páxina web: www.iet.tourspain.es

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

Paseo da Castellana 160
28071 Madrid
Tel.: 902 446 006
Fax: 91 457 80 66
Páxina web: www.mityc.es

7.4.2. Asociacións profesionais

Neste apartado facilitámosche unha lista das distintas asociacións relacionadas co sector turístico que hai na Comunidade Autónoma de Galicia e en España:

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTALERÍA DA CORUÑA

Novoa Santos 6-8 1º
15006 A Coruña
E-mail: hosteleriabeatriz@infonegocio.com

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTALERÍA DE FERROL

Real 73-75
15315 Ferrol
Tel.: 981 350 892
Fax: 981 350 888
E-mail: hoteferrol@teleline.es

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSPEDAXE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

República Arxentina 38 - Entrechán Esq.
15706 Santiago de Compostela
Tel.: 981 592 700
Fax: 981 598 099
E-mail: asoch@corevia.com

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSPEDAXE DE PONTEVEDRA (ASEHOSPO)

García Barbón 104 1º
36201 Vigo
Tel.: 986 439 611
Fax: 986 434 822
E-mail: cep@cep.es

ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE HOSPEDAXE (HOSPECO)

Praza de Luís Seoane, Torre 1 – Entrechán
15008 A Coruña
Tel.: 981 133 702
Fax: 981 132 598

FEDERACIÓN COMARCAL DE EMPRESARIOS DE HOSTALERÍA DE VILAGARCÍA DE AROUSA

Arcebispo Lago 17 – Entrechán
36600 Vilagarcía (Pontevedra)
Tel.: 986 501 300
Fax: 986 506 475
E-mail: afytsl@cinsl.es

FEDERACIÓN PROVINCIAL DE HOSTALERÍA DE LUGO

Ramón Montenegro 15 – Entrechán
27002 Lugo
Tel.: 982 226 912
Fax: 982 244 256

FEDERACIÓN PROVINCIAL DE EMPRESARIOS DE HOSTALERÍA DE PONTEVEDRA

García Barbón 90 1º
36201 Vigo
Tel.: 986 432 400
Fax: 986 430 601
E-mail: secretaria@feprohos.com

CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTALERÍA DE GALICIA

Xoaquín Lorenzo Fernández "Xocas" 3 - Entreplanta
32003 Ourense
Tel.: 988 231 952
Fax: 988 252 869
E-mail: f.hosteleria.ou@terra.es

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (FEHR)

Camino de las Huertas 18 1ª Planta
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel.: 91 352 91 56
Páxina web: www.fehr.es

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE TURISMO RURAL DO EUME

15600 Pontedeume (A Coruña)
Tel.: 981 434 070
Fax: 981 433 997
Páxina web: www.eumeturismo.org

**ASOCIACIÓN DE DESENVOLVEMENTO RURAL PORTODEMOUROS.
CENTRO DE INFORMACIÓN E ACOLLIDA TURÍSTICA**

Pastoriza 3
15810 Arzúa (A Coruña)
E-mail: ocamino@ocamino.com
Páxina web: www.ocamino.com

ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE TURISMO RURAL DA RIBEIRA SACRA OURENSÁ

Lugar de Alberguería 31
32164 Nogueira de Ramuín (Ourense)
Tel.: 988 201 474
E-mail: info@turisacra.org
Páxina web: www.turisacra.org

ASOCIACIÓN DE TURISMO RURAL DO SUR DE PONTEVEDRA (AGARIMO)

Real, s/n
36860 Pontearreas (Pontevedra)
Tel.: 986 661 429
E-mail: agarimo@agarimo.com
Páxina web: www.agarimo.com

SOCIEDADE XESTORA PAZOS DE GALICIA

Torre – Sísamo 1
15293 Carballo (A Coruña)
Tel.: 902 197 613
Páxina web: www.pazosdegalicia.com

**FEDERACIÓN GALEGA DE ASOCIACIONES DE TURISMO RURAL
(FEGATUR)**

Recinto Feiral 15

36450 Silleda (Pontevedra)

Tel.: 986 580 050

Fax: 986 580 162

E-mail: secretaria@ecoturismogalicia.com

Página web: www.ecoturismogalicia.com/fegatur.htm

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE TURISMO RURAL (ASETUR)

Angustias 4

47003 Valladolid

Tel.: 983 301 830 / 902 197 972

Fax: 983 392 082

E-mail: asetur@ecoturismorural.com

Página web: www.ecoturismorural.com

**FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE
VIAJES**

Avda. Bonn 23

28028 Madrid

Tel.: 91 355 64 16

Página web: www.feaav.org

7.4.3. Centros de estudos

Na Guía de Recursos, dispoñible en formato electrónico (<http://guias.bicgalicia.es>), podes consultar un listado de programas formativos xenéricos que poden ser de interese para ti á hora de crear unha empresa pertencente ao sector turístico.

A continuación aparece unha relación dalgúns centros de Galicia e de España onde se poden cursar os estudos relacionados coa túa actividade:

CENTRO DE INICIATIVAS TURÍSTICAS DE RIBADAVIA (TURANCO)

Praza Maior 7
32400 Ribadavia (Ourense)
Tel.: 988 471 275

CENTRO SUPERIOR DE HOSTALERÍA DE GALICIA

Estrada Santiago - Noia km 1 (A Barcia)
15896 Santiago de Compostela
Tel.: 981 542 519
Fax: 981 542 590
Páxina web: www.turgalicia.es/cshg
E-mail: cshg@xunta.es

ESCOLA DE HOSTALERÍA SAN JAVIER

Maxistrado Manuel Artime 10
15004 A Coruña
Tel.: 981 258 889

ESCOLA DE RESTAURACIÓN E HOSTALERÍA VILAMARÍN

Borulce, s/n
32101 Vilamarín (Ourense)
Tel.: 988 286 022

ESCUELA DE HOSTELERÍA DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

Campo San Francisco
33007 Oviedo
Tel.: 985 271 456
E-mail: ehpa@asturias.org

ESCUELA DE HOSTELERÍA Y TURISMO DE VALENCIA

Correjería 28
46001 Valencia
Tel.: 963 155 250
Fax: 963 155 925
E-mail: ehv@fevet.com
Páxina web: www.fevet.com

ESCUELA DE RESTAURACIÓN Y HOSTELERÍA DE BARCELONA

Taulat 243
08019 Barcelona
Tel.: 93 453 29 04
Fax: 93 323 74 23
E-mail: escola@ferhb.com
Páxina web: www.ferhb.com

ESCUELA SUPERIOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO DE MADRID

Avda. del Ángel, s/n
28011 Madrid
Tel.: 91 463 11 00
Fax: 91 564 76 92

UNIVERSIDADE DE NEBRIJA

Máster Oficial en Empresas e Mercados Turísticos
Campus da Dehesa de la villa – Escola de Negocios
Pirineos 55
Madrid
Tel.: 91 452 11 00/01
Fax: 91 452 11 10/11
Páxina web: www.nebrija.com/escuela-negocios/programas-master/master-oficiais-postgrado/master-empresas-mercados-turisticos/index.htm

CEPADE - UNIVERSIDADE POLITÉCNICA DE MADRID

Máster en Administración de Empresas de Turismo e Lecer
Doctor Federico Rubio e Gali 11
28039 Madrid
Tel.: 91 456 27 95
Fax: 91 553 55 63
E-mail: infocepade@cepade.es
Páxina web: www.cepade.es

CICLOS FORMATIVOS DE GRAO MEDIO E SUPERIOR DA XUNTA DE GALICIA

Actualmente impártense os seguintes ciclos que poden ser englobados propiamente dentro do sector turístico:

Ciclo medio de cociña

IES Paseo das Pontes

Paseo das Pontes, s/n
15004 A Coruña
Tel.: 981 160 196
Fax: 981 274 093
E-mail: ies.paseodaspontes@edu.xunta.es

IES Fraga do Eume

Ricardo Sánchez 3
15600 Pontedeume (A Coruña)
Tel.: 981 432 004
Fax: 981 432 004
E-mail: ies.fraga.eume@edu.xunta.es

CIFP Compostela

Lamas de Abade, s/n
15702 Santiago de Compostela
Tel.: 981 523 140
Fax: 981 523 290
E-mail: cifp.compostela@edu.xunta.es

**GUIAS DE ACTIVIDADE EMPRESARIAL
SECTOR TURÍSTICO**

IES de Foz

Castelao, s/n
27780 Foz (Lugo)
Tel.: 982 141 544
Fax: 982 132 839
E-mail: ies.foz@edu.xunta.es

IES Sanxillao

Ronda das Fontiñas 171
27002 Lugo
Tel.: 982 252 016
Fax: 982 251 652
E-mail: ies.sanxillao@edu.xunta.es

CPR Belarmino Fernández Iglesias

Ribas
27466 Sober (Lugo)
Tel.: 982 460 469
Fax: 982 460 616
E-mail: cpr.belarmino@edu.xunta.es

IES de Vilamarín

Borulfe, s/n
32140 Vilamarín (Ourense)
Tel.: 988 286 013
Fax: 988 286 150
E-mail: ies.vilamarin@edu.xunta.es

CIFP Carlos Oroza

Montecelo, s/n
36161 Pontevedra
Tel.: 986 847 002
Fax: 986 847 003
E-mail: cifp.carlos.oroza@edu.xunta.es

IES Manuel Antonio

Avda. de Madrid, s/n
36214 Vigo
Tel.: 986 273 800
Fax: 986 253 907
E-mail: ies.manuel.antonio@edu.xunta.es

CPR Aloya

Couto 2
36203 Vigo
Tel.: 986 420 722
Fax: 986 410 857
E-mail: cpr.aloya@edu.xunta.es

Ciclo medio de servizos de restaurante e bar

IES Paseo das Pontes

Paseo das Pontes, s/n
15004 A Coruña
Tel.: 981 160 196
Fax: 981 274 093
E-mail: ies.paseodaspontes@edu.xunta.es

IES Fraga do Eume

Ricardo Sánchez 3
15600 Pontedeume (A Coruña)
Tel.: 981 432 004
Fax: 981 432 004
E-mail: ies.fraga.eume@edu.xunta.es

CIFP Compostela

Lamas de Abade, s/n
15702 Santiago de Compostela
Tel.: 981 523 140
Fax: 981 523 290
E-mail: cifp.compostela@edu.xunta.es

IES de Foz

Castelao, s/n
27780 Foz (Lugo)
Tel.: 982 141 544
Fax: 982 132 839
E-mail: ies.foz@edu.xunta.es

IES Sanxillao

Ronda das Fontiñas 171
27002 Lugo
Tel.: 982 252 016
Fax: 982 251 652
E-mail: ies.sanxillao@edu.xunta.es

IES de Vilamarín

Borulfe, s/n
32140 Vilamarín (Ourense)
Tel.: 988 286 013
Fax: 988 286 150
E-mail: ies.vilamarin@edu.xunta.es

CIFP Carlos Oroza

Montecelo, s/n
36161 Pontevedra
Tel.: 986 847 002
Fax: 986 847 003
E-mail: cifp.carlos.oroza@edu.xunta.es

Ciclo superior de axencias de viaxes

IES Eusebio da Guarda

Praza de Pontevedra 20
15003 A Coruña
Tel.: 981 223 513
Fax: 981 227 611
E-mail: ies.eusebio.guarda@edu.xunta.es

IES Sofía Casanova

Avda. Ramón y Cajal, s/n
15403 Ferrol
Tel.: 981 311 500
Fax: 982 313 146
E-mail: ies.sofia.casanova@edu.xunta.es

IES Rosalía de Castro

San Clemente 3
15705 Santiago de Compostela
Tel.: 981 569 650
Fax: 981 586 271
E-mail: ies.rosalia.castro@edu.xunta.es

CIFP A Farixa

Finca Farixa, s/n
32005 Ourense
Tel.: 988 236 552
Fax: 988 236 501
E-mail: cifp.farixa@edu.xunta.es

CIFP Valentín Paz Andrade

Estrada vella de Madrid 160
36214 Vigo
Tel.: 986 270 904
Fax: 986 270 908
E-mail: cifp.paz.andrade@edu.xunta.es

Ciclo superior de aloxamento

CIFP Compostela

Lamas de Abade, s/n
15702 Santiago de Compostela
Tel.: 981 523 140
Fax: 981 523 290
E-mail: cifp.compostela@edu.xunta.es

CIFP Carlos Oroza

Montecelo, s/n
36161 Pontevedra
Tel.: 986 847 002
Fax: 986 847 003
E-mail: cifp.carlos.oroza@edu.xunta.es

Ciclo superior de información e comercialización turísticas

IES Francisco Aguiar

Avda. da Coruña
15300 Betanzos (A Coruña)
Tel.: 981 772 451
Fax: 981 770 753
E-mail: ies.francisco.aguiar@edu.xunta.es

IES Eusebio da Guarda

Praza de Pontevedra 20
15003 A Coruña
Tel.: 981 223 513
Fax: 981 227 611
E-mail: ies.eusebio.guarda@edu.xunta.es

IES Rosalía de Castro

San Clemente 3
15705 Santiago de Compostela
Tel.: 981 569 650
Fax: 981 586 271
E-mail: ies.rosalia.castro@edu.xunta.es

CIFP A Farixa

Finca Farixa, s/n
32005 Ourense
Tel.: 988 236 552
Fax: 988 236 501
E-mail: cifp.farixa@edu.xunta.es

CIFP Carlos Oroza

Montecelo, s/n
36161 Pontevedra
Tel.: 986 847 002
Fax: 986 847 003
E-mail: cifp.carlos.oroza@edu.xunta.es

CIFP Valentín Paz Andrade

Estrada vella de Madrid 160
36214 Vigo
Tel.: 986 270 904
Fax: 986 270 908
E-mail: cifp.paz.andrade@edu.xunta.es

Ciclo superior de restauración

IES Paseo das Pontes

Paseo das Pontes, s/n
15004 A Coruña
Tel.: 981 160 196
Fax: 981 274 093
E-mail: ies.paseodaspontes@edu.xunta.es

IES Fraga do Eume

Ricardo Sánchez 3
15600 Pontedeume (A Coruña)
Tel.: 981 432 004
Fax: 981 432 004
E-mail: ies.fraga.eume@edu.xunta.es

CIFP Compostela

Lamas de Abade, s/n
15702 Santiago de Compostela
Tel.: 981 523 140
Fax: 981 523 290
E-mail: cifp.compostela@edu.xunta.es

IES de Foz

Castelao, s/n
27780 Foz (Lugo)
Tel.: 982 141 544
Fax: 982 132 839
E-mail: ies.foz@edu.xunta.es

IES Sanxillao

Ronda das Fontiñas 171
27002 Lugo
Tel.: 982 252 016
Fax: 982 251 652
E-mail: ies.sanxillao@edu.xunta.es

IES de Vilamarín

Borulfe, s/n
32140 Vilamarín (Ourense)
Tel.: 988 286 013
Fax: 988 286 150
E-mail: ies.vilamarin@edu.xunta.es

CIFP Carlos Oroza

Montecelo, s/n
36161 Pontevedra
Tel.: 986 847 002
Fax: 986 847 003
E-mail: cifp.carlos.oroza@edu.xunta.es

IES Manuel Antonio

Avda. de Madrid, s/n
36214 Vigo
Tel.: 986 273 800
Fax: 986 253 907
E-mail: ies.manuel.antonio@edu.xunta.es

CPR Aloya

Couto 2
36203 Vigo
Tel.: 986 420 722
Fax: 986 410 857
E-mail: cpr.aloya@edu.xunta.es

Ciclo superior de animación turística

IES Rosalía de Castro

San Clemente 3
15705 Santiago de Compostela
Tel.: 981 569 650
Fax: 981 586 271
E-mail: ies.rosalia.castro@edu.xunta.es

Para obter máis información podes consultar as seguintes páxinas web:

Consellería de Educación e Ordenación Universitaria:

- www.edu.xunta.es/webcentros (consulta de centros)
- www.edu.xunta.es/fp (información sobre Formación Profesional da Xunta de Galicia).

Ministerio de Educación y Ciencia:

- www.mec.es/fp (toda a información sobre a Formación Profesional na páxina do Ministerio)

7.5. Páxinas útiles en Internet

Na Guía de Recursos aparece unha relación de páxinas web que se vinculan de forma directa coa túa futura actividade. A continuación cítanse unha serie de páxinas web temáticas de interese:

Asociacións e temáticas

- Asociación de Turismo Rural do Sur de Pontevedra (Agarimo): www.agarimo.com
- Asociación Empresarial de Turismo Rural da Ribeira Sacra Ourenzá: www.turisacra.org
- Asociación de Empresarios de Turismo Rural do Eume: www.eumeturismo.org
- Asociación Galega de Turismo Rural (Agatur): www.agatur.org
- Asociación Grupo Local Portodemouros: www.ocamino.com
- Agroturismo: www.agroturismo.net
- Canal de Turismo de Asturias: <http://mas.lne.es/turismo/>
- Club Rural: www.clubrural.com
- Comarca de la Sidra: www.comarcasidra.com
- El viajero: www.elviajero.net
- Galinor: www.galinor.es
- Guía Galega de Turismo: www.agalicia.com
- Guía de Turismo Rural en España: www.toprural.com
- Magia Rural: www.magiarural.com
- Mesa del Turismo: www.mesadelturismo.com
- Paradores: www.parador.es
- Paraíso natural: www.paraisonatural.com
- Santiago Turismo: www.santiagoturismo.com
- Spain info: www.spain.info
- Turis Valencia: www.turisvalencia.es
- Turismo Activo: www.turismoactivo.com

- Turismo Activo y Deporte de Aventura: www.turismoruralyaventura.com
- Turismo de Aragón: www.turismodearagon.com
- Turismo de Ourense: www.turismourense.com
- Turismo de Vigo: www.turismodevigo.org
- Turismo en la Comunidad de Madrid: www.turismomadrid.es
- Turismo en Málaga: www.turismoenmalaga.es
- Turismo Galicia: www.galiciaenpie.com
- Turismo Rural Alternativo: www.ruralter.com
- Turismo y Ocio: www.turismoyocio.net
- Xacobeo: www.xacobeo.es

Instituciones

- Turgalicia: www.turgalicia.es
- Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias: www.gobiernodecanarias.org/turismo
- Instituto de Estudios Turísticos: www.iet.tourspain.es
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio: www.mityc.es
- Consello Mundial de Viaxes e Turismo: www.wttc.org
- Organización Mundial de Turismo: www.world-tourism.org
- Turismo Cultural: Sector de Cultura da UNESCO: <http://portal.unesco.org/culture/es>

7.6. Bibliografía

- BULL, A.: "La economía del sector turístico", Madrid, Alianza Editorial, D.L. 1994
- MARTÍN ROJO, I.: "Dirección y gestión de empresas del sector turístico", Madrid, Pirámide, 2000
- MILIO BALANZÁ, ISABEL: "Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales", Madrid, Thomson Paraninfo, 2004
- MUÑOZ OÑATE, FERNANDO: "Marketing Turístico", Madrid, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, 1994
- Lei 9/1997, do 21 de agosto, de Ordenación e Promoción do Turismo en Galicia. Santiago de Compostela: Secretaría Xeral para o Turismo, 1997
- Lei 10/2004, do 2 de novembro, de Ordenación e Promoción del Turismo en Galicia. Santiago de Compostela: Dirección Xeral de Turismo, 2004
- Anteproxecto de Lei del turismo de Galicia. Santiago de Compostela: Dirección Xeral de Turismo, 2007

7.7. Glosario

Na Guía de Recursos, que pertence a esta mesma colección, e que se atopa dispoñible en formato web (<http://guias.bicgalicia.es>), podes consultar un glosario específico sobre a creación de empresas que pode ser de interese para comprender adecuadamente os distintos conceptos empregados ao longo desta guía.

Agroturismo: Tipo de turismo baseado no aloxamento en casas rurais e onde o usuario participa nas tarefas cotiás do lugar: agrícolas, gandeiras, artesanais...

Bluetooth: Tecnoloxía de acceso sen fíos á información con menor alcance e capacidade de transferencia que o Wi-Fi. Acostuma utilizar para conectar sen cables pequenos dispositivos, como axendas electrónicas, teléfonos móbiles, etc. A súa maior vantaxe é non necesitar de ningún tipo de configuración por parte do usuario. Ademais, os distintos dispositivos Bluetooth poden interactuar uns con outros sen necesidade dun ordenador que controle o proceso.

Bono de axencia: Documento emitido por unha axencia de viaxes no que se pide ao provedor a prestación dos servizos indicados, cuxo importe queda cuberto polo mesmo, a non ser que sexa un bono de presentación.

Capacidade de acollida: Nivel de uso dunha zona por parte dos seus visitantes que se pode tolerar con niveis elevados de satisfacción e impacto escaso.

Capacidade ofertada: A capacidade ofertada estímase a partir da mostra e indica o volume de prazas que realmente están a disposición dos viaxeiros cada mes. Nesta variable téñense en conta todos aqueles casos que fan que un establecemento non oferte, durante todo ou parte do mes, a totalidade das súas prazas.

Certificación Q de Calidade Turística: Esta certificación outorga a Marca de Calidade Turística Española aos establecementos que cumpren unha serie de requisitos recollidos nas Normas de Calidade de Servizo, relativas á xestión, o servizo e as instalacións de ditos establecementos.

Cheque de viaxe: Documento emitido por unha entidade financeira que pode trocarse por diñeiro noutro país ou servir de medio de pago.

Circuíto: Itinerario turístico, xeralmente en autocar, que contén como punto final de destino o mesmo que o de orixe.

Cruceiro: Viaxe realizada por vía acuática no que o barco se converte nun hotel flotante.

Ecoturismo: Conxunto de actividades turísticas que implican viaxar de forma responsable cara a áreas naturais, conservando o ambiente e mellorando o benestar das comunidades locais.

Enoturismo: Tipo de turismo cuxo centro de interese é a cultura do viño: visitas a bodegas e viñedos, cata de viños, etc.

Estacionalidade: Tendencia da demanda turística a concentrarse en determinadas épocas do ano ou en determinadas zonas xeográficas.

Excursionista: Tamén chamado “visitante de día”, é aquel visitante que non pasa a noite no país visitado. Inclúe os pasaxeiros dun cruceiro, que regresan ao barco para pasar a noite.

Guía: Persoa que se dedica de forma habitual e retribuída á prestación de servizos de información, orientación e/ou asistencia a grupos de persoas en excursións que inclúan algunha visita a lugares de interese cultural, histórico, etnolóxico, xeográfico ou ecolóxico.

Guía – intérprete: Persoa que realiza as mesmas funcións que un guía, pero no idioma propio dos turistas aos que informa.

Hostal: Tipo de establecemento turístico desaparecido na maioría das Comunidades Autónomas, que se caracteriza por non estar fisicamente illado nin ocupar a totalidade do edificio no que se encontran.

Hotel: Establecemento que, ofrecendo aloxamento (con ou sen servizos complementarios) ocupa a totalidade dun edificio ou parte independizada del, constituíndo un todo homoxéneo, con entrada, ascensores e escaleiras de uso exclusivo. O seu símbolo é a letra H.

Hospedaxe: Cada unha das noites que un viaxeiro permanece ou está rexistrado nun establecemento de aloxamento colectivo ou nun aloxamento turístico privado, sendo innecesaria a súa presenza física.

Itinerario: Descrición e dirección dun camiño, expresando os lugares e pousadas por onde se transita.

Media pensión: Tipo de facturación hoteleira que comprende o aloxamento, o almuerzo e unha comida. Tamén se denomina MAP (Modified American Plan).

Motel: Tipo de aloxamento turístico caracterizado por estar próximo a estradas e ofrecer aloxamento e garaxe ou aparcamento independente para estancias de curta duración. O seu símbolo é a letra M.

Paquete turístico: Produto que se comercializa de forma única e que contén dous ou máis servizos de carácter turístico (aloxamento, manutención e transporte), polo que se abona un prezo, dentro do cal o consumidor non é capaz de establecer un prezo individual para cada servizo que se lle presta.

Pensión: establecemento que, ofrecendo aloxamento turístico en habitacións, con ou sen comedor, ou outros servizos complementarios, non alcanzan os niveis mínimos esixidos para pertencer ao grupo dos hotéis. O seu símbolo é a letra P.

Pensión completa: Tipo de facturación hoteleira que inclúe aloxamento e as tres comidas. Tamén se denomina AP (American Plan).

Produto Turístico: conxunto de compoñentes tanxibles e intanxibles que ofrecen beneficios capaces de atraer a grupos determinados de turistas, porque satisfagan as súas expectativas relacionadas co seu tempo libre.

Resort: Complexo residencial turístico autónomo.

SPA: Siglas de “Salus Per Aquam”, locución latina que significa saúde por medio da auga. É un establecemento que dispón dun espazo de benestar onde se aplican tratamentos que se realizan con auga. Busca conseguir relax, vitalidade e saúde, dispoñendo de gabinete de estética e beleza.

Talasoterapia: Uso terapéutico dos baños ou do aire de mar.

Termalismo: Utilización de zonas con augas mineromedicinais para o tratamento de diversas enfermidades ou con fins estéticos e de relaxación, e sobre a base dunha infraestrutura turística xa existente como produto turístico.

Tour operador: Gran axencia de viaxes caracterizada por producir e vender unha gran cantidade de viaxes todo incluído na oferta.

Turista: Visitante que permanece unha noite polo menos nun medio de aloxamento colectivo ou privado nun lugar visitado.

Visitante: Toda persoa que viaxa por un período non superior a doce meses a un lugar distinto daquel no que ten a súa residencia habitual, pero fóra do seu contorno habitual, e cuxo motivo principal da visita non é o de exercer unha actividade que se remunere no país visitado. Divídense á súa vez en turistas e excursionistas.

Viaxeiro entrado: toda persoa que realiza unha ou máis hospedaxes seguidas nun mesmo establecemento e que chegou durante o mes de referencia dos datos (segundo metodoloxía utilizada na Enquisa de Ocupación Hoteleira do IGE).

7.8. Fontes

- Eurostat. Tourism statistics
- Instituto de Estudios Turísticos. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur) 2006
- Instituto Galego de Estatística (IGE)
- Instituto Nacional de Estadística (INE).
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Balance del turismo en España en 2006.
- Enquisa de Gasto Turístico (EGATUR) 2006
- España en Europa: "El comportamiento turístico de los residentes en la Unión Europea". Año 2005.
- Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR) Año 2006
- Organización Mundial de Turismo. Barómetro 2006.
- Código Ético Mundial para o Turismo.
- Datos Esenciales del Turismo. Edición 2006
- TURESPAÑA. Documento para la elaboración del plan de objetivos para la promoción exterior del turismo 2007.

8. ANEXOS

8.1. Anexo de información estadística de interese

0400. O Sector Turístico en España e Europa

Cadro 0400.1 Distribución do número de empresas turísticas segundo código CNAE e CC.AA, España, 2007 (unidades, %)

CC.AA.	551 Hoteles		552 Cámping e outros tipos de hospedaxe de curta duración		553 Restaurantes		633 Actividades das axencias viaxes, por xunto e polo miúdo de turismo		926 Actividades deportivas		927 Actividades recreativas diversas	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Andalucía	1.815	14,85%	973	10,04%	8.290	13,29%	1.853	18,75%	1.970	13,71%	4.030	17,89%
Aragón	460	3,76%	361	3,73%	1.301	2,09%	175	1,77%	351	2,44%	727	3,23%
Asturias (Principado de)	494	4,04%	756	7,80%	1.251	2,00%	167	1,69%	324	2,25%	674	2,99%
Baleares (Illas)	989	8,09%	645	6,66%	4588	7,35%	480	4,86%	603	4,20%	612	2,72%
Canarias	547	4,48%	1.355	13,99%	6.295	10,09%	772	7,81%	797	5,54%	1.125	4,99%
Cantabria	378	3,09%	291	3,00%	742	1,19%	92	0,93%	184	1,28%	313	1,39%
Castela e León	735	6,01%	839	8,66%	2.098	3,36%	368	3,72%	688	4,79%	1.253	5,56%

Cadro 0400.1 Distribución do número de empresas turísticas segundo código CNAE e CC.AA, España, 2007 (unidades, %)

CC.AA.	551 Hoteles		552 Cámping e outros tipos de hospedaxe de curta duración		553 Restaurantes		633 Actividades das axencias viaxes, por xunto e polo miúdo de turismo		926 Actividades deportivas		927 Actividades recreativas diversas	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Castela-A Mancha	430	3,52%	501	5,17%	1.455	2,33%	234	2,37%	446	3,10%	861	3,82%
Cataluña	2.046	16,74%	1.428	14,74%	10.971	17,58%	1.605	16,24%	2.515	17,50%	3.177	14,11%
Comunidade Valenciana	724	5,92%	651	6,72%	8.901	14,27%	946	9,57%	1.498	10,42%	2.842	12,62%
Extremadura	232	1,90%	211	2,18%	553	0,89%	143	1,45%	226	1,57%	578	2,57%
Galicia	899	7,36%	507	5,23%	3.697	5,92%	342	3,46%	823	5,73%	1.328	5,90%
Madrid (Comunidade de)	1.202	9,84%	538	5,55%	6.405	10,26%	2.131	21,56%	2.248	15,64%	3.221	14,30%
Murcia (Rexión de)	142	1,16%	122	1,26%	1307	2,09%	149	1,51%	368	2,56%	607	2,70%
Navarra (Comunidade Foral de)	542	4,44%	85	0,88%	619	0,99%	72	0,73%	213	1,48%	304	1,35%
País Vasco	472	3,86%	340	3,51%	3502	5,61%	280	2,83%	966	6,72%	628	2,79%

Cadro 0400.1 Distribución do número de empresas turísticas segundo código CNAE e CC.AA, España, 2007 (unidades, %)

CC.AA.	551 Hoteles		552 Cámping e outros tipos de hospedaxe de curta duración		553 Restaurantes		633 Actividades das axencias viaxes, por xunto e polo miúdo de turismo		926 Actividades deportivas		927 Actividades recreativas diversas	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
A Ríoxa	88	0,72%	82	0,85%	311	0,50%	36	0,36%	96	0,67%	166	0,74%
Ceuta e Melilla	25	0,20%	2	0,02%	111	0,18%	40	0,40%	58	0,40%	77	0,34%
Total nacional	12.220		9.687		62.397		9.885		14.374		22.523	

Fonte: Elaboración propia a partir de datos extraídos do INE. Directorio Central de Empresas

Cadro 0400.2: Evolución na creación de empresas turísticas segundo códigos CNAE, España, 2000-2007 (unidades, %)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	% variación 2000-2007
551 Hoteles	10.772	10.885	10.896	11.306	11.988	11.850	11.694	12.220	13,44%
552 Cámping e outros tipos de hospedaxe de curta duración	5.100	5.797	6.442	7.131	7.866	8.439	8.968	9.687	89,94%
553 Restaurantes	50.400	52.257	53.121	55.082	59.893	60.148	61.030	62.397	23,80%
633 Actividades das axencias de viaxes, por xunto e polo miúdo de turismo e outras actividades	5.748	6.313	6.646	7.131	7.751	8.181	8.880	9.885	71,97%
926 Actividades deportivas	9.818	9.255	9.763	10.411	11.417	12.056	13.012	14.374	46,40%
927 Actividades recreativas diversas	15.437	16.021	16.539	17.113	17.381	18.915	21.060	22.523	45,90%
Total	97.275	100.528	103.407	108.174	116.296	119.589	124.644	131.086	34,76%

Fonte: Elaboración propia a partir de datos extraídos do INE. Directorio Central de Empresas

Cuadro 0400.3: Empresas del sector turístico según códigos CNAE y estrato de asalariados, España, 2007 (unidades, %)

	551 Hoteles		552 Camping y otros tipos de hospedaje de corta duración		553 Restaurantes		633 Actividades de las agencias viajes, mayoristas y minoristas de turismo		926 Actividades deportivas		927 Actividades recreativas diversas	
	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%
Sin asalariados	3.278	26,82%	4.835	49,91%	12.537	20,09%	4.167	42,15%	5.458	37,97%	9.657	42,88%
De 1 a 2 asalariados	3.231	26,44%	2.671	27,57%	20.754	33,26%	3.442	34,82%	4.341	30,20%	8.962	39,79%
De 3 a 5 asalariados	1.565	12,81%	1.025	10,58%	14.728	23,60%	1.245	12,59%	1.798	12,51%	2.207	9,80%
De 6 a 9 asalariados	1.369	11,20%	587	6,06%	9.300	14,90%	447	4,52%	850	5,91%	681	3,02%
De 10 a 19 asalariados	997	8,16%	310	3,20%	3.104	4,97%	337	3,41%	1.104	7,68%	600	2,66%
De 20 a 49 asalariados	978	8,00%	172	1,78%	1.541	2,47%	142	1,44%	523	3,64%	294	1,31%
50 ó más asalariados	802	6,56%	87	0,90%	433	0,69%	105	1,06%	300	2,09%	122	0,54%
Total	12.220		9.687		62.397		9.885		14.374		22.523	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del INE. DIRCE (Directorio Central de Empresas)

Cadro 0400.4: Empresas do sector turístico segundo códigos CNAE e condición xurídica, España, 2007 (unidades, %)

	551 Hotéis		552 Cámping e outros tipos de hospedaxe de curta duración		553 Restaurantes		633 Actividades das axencias viaxes, por xunto e polo miúdo de turismo		926 Actividades deportivas		927 Actividades recreativas diversas	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Persoas físicas	4.558	37,30%	4.328	44,68%	29.038	46,54%	3.122	31,58%	3.747	26,07%	13.553	60,17%
Sociedades anónimas	1.690	13,83%	540	5,57%	1.342	2,15%	1.584	16,02%	549	3,82%	1.038	4,61%
Sociedades de responsabilidade limitada	5.045	41,28%	3.590	37,06%	24.704	39,59%	4.809	48,65%	4.926	34,27%	6.488	28,81%
Outras formas xurídicas	927	7,59%	1.229	12,69%	7.313	11,72%	370	3,74%	5.152	35,84%	1.444	6,41%
Total	12.220		9.687		62.397		9.885		14.374		22.523	

Fonte: Elaboración propia a partir de datos extraídos do INE. DIRCE (Directorio Central de Empresas)

0500. O Sector Turístico en Galicia

Cadro 0500.1: Distribución dos viaxeiros estranxeiros entrados por país de orixe, Galicia, 2006 (%)

País	%
Resto Europa	7,36
Hispanoamérica	2,12
Reino Unido	1,77
Outros países	1,34
Francia	1,25
Alemaña	1,12
Portugal	0,45

Fonte: IGE. Estatística do gasto de turismo que se hospeda en establecementos hoteleiros

Cadro 0500.2: Distribución do número de empresas turísticas segundo comarcas principais e códigos CNAE, Galicia, 2006 (unidades, %)

	55.1 Hotéis		55.2 Cámping e outros tipos de hospedaxe de curta duración		55.3 Restaurantes		63.3 Actividades das axencias de viaxes, operadores turísticos e outras actividades de apoio turístico		92.6 Actividades deportivas		92.7 Actividades recreativas diversas	
	N�	%	N�	%	N�	%	N�	%	N�	%	N�	%
Barbanza	21	1,95%	20	2,60%	85	2,03%	7	2,34%	21	2,53%	21	2,18%
Betanzos	11	1,02%	16	2,08%	53	1,26%	1	0,33%	7	0,84%	14	1,45%
A Coruña	92	8,55%	59	7,67%	636	15,15%	52	17,39%	152	18,31%	177	18,34%
Ferrol	28	2,60%	16	2,08%	144	3,43%	11	3,68%	64	7,71%	50	5,18%
Fisterra	15	1,39%	12	1,56%	44	1,05%	2	0,67%	4	0,48%	5	0,52%
Santiago	122	11,34%	81	10,53%	387	9,22%	46	15,38%	69	8,31%	57	5,91%
Lugo	46	4,28%	27	3,51%	200	4,77%	10	3,34%	43	5,18%	48	4,97%
A Mariña Occidental	22	2,04%	10	1,30%	51	1,22%	1	0,33%	4	0,48%	14	1,45%
Sarria	12	1,12%	22	2,86%	43	1,02%	2	0,67%	7	0,84%	11	1,14%
Terra Chá	14	1,30%	6	0,78%	54	1,29%	1	0,33%	5	0,60%	10	1,04%
Terra de Lemos	12	1,12%	18	2,34%	56	1,33%	1	0,33%	8	0,96%	17	1,76%
O Carballiño	12	1,12%	8	1,04%	67	1,60%	2	0,67%	8	0,96%	9	0,93%
Ourense	42	3,90%	27	3,51%	176	4,19%	16	5,35%	40	4,82%	85	8,81%
Valdeorras	13	1,21%	5	0,65%	24	0,57%	0	0,00%	5	0,60%	8	0,83%
O Morrazo	18	1,67%	23	2,99%	105	2,50%	9	3,01%	24	2,89%	25	2,59%
Pontevedra	56	5,20%	27	3,51%	202	4,81%	12	4,01%	58	6,99%	42	4,35%
O Salnés	137	12,73%	48	6,24%	211	5,03%	19	6,35%	33	3,98%	38	3,94%
Vigo	107	9,94%	58	7,54%	684	16,30%	55	18,39%	154	18,55%	163	16,89%
Resto de Galicia	296	27,51%	286	37,19%	975	23,23%	52	17,39%	124	14,94%	171	17,72%
Total	1.076		769		4197		299		830		965	

Fonte: Elaboración propia a partir dos datos extraídos do IGE. Directorio de Empresas

Cadro 0500.3: Evolución na creación de empresas segundo códigos CNAE, Galicia, 2000-2007 (unidades, %)

Actividade	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	% Variación 2000- 2007
551 Hoteles	855	877	803	846	973	912	895	899	5,15%
552 Cámping e outros tipos de hospedaxe de curta duración	251	306	357	384	428	452	480	507	101,99%
553 Restaurantes	3.264	3.305	3.247	3.390	3.616	3.586	3.645	3.697	13,27%
633 Actividades das axencias viaxes, por xunto e polo miúdo de turismo	200	208	203	219	257	268	296	342	71,00%
926 Actividades deportivas	519	524	530	586	628	651	741	823	58,57%
927 Actividades recreativas diversas	863	931	931	974	974	1.068	1.176	1.328	53,88%
Total	5.952	6.151	6.071	6.399	6.876	6.937	7.233	7.596	27,62%

Fonte: Elaboración propia a partir de datos extraídos do INE. DIRCE (Directorio Central de Empresas)

Cadro 0500.4: Empresas do sector turístico segundo códigos CNAE e estrato de asalariados, Galicia, 2007 (unidades, %)

	551 Hotéis		552 Cámping e outros tipos de hospedaxe de curta duración		553 Restaurantes		633 Actividades das axencias viaxes, por xunto e polo miúdo de turismo		926 Actividades deportivas		927 Actividades recreativas diversas	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sen asalariados	281	31,26%	240	47,34%	771	20,85%	109	31,87%	273	33,17%	537	40,44%
De 1 a 2 asalariados	264	29,37%	198	39,05%	1.463	39,57%	142	41,52%	284	34,51%	589	44,35%
De 3 a 5 asalariados	132	14,68%	41	8,09%	894	24,18%	57	16,67%	111	13,49%	131	9,86%
De 6 a 9 asalariados	104	11,57%	17	3,35%	421	11,39%	14	4,09%	65	7,90%	24	1,81%
De 10 a 19 asalariados	60	6,67%	8	1,58%	90	2,43%	12	3,51%	59	7,17%	28	2,11%
De 20 a 49 asalariados	42	4,67%	3	0,59%	42	1,14%	5	1,46%	22	2,67%	9	0,68%
50 ou máis	16	1,78%	0	0,00%	16	0,43%	3	0,88%	9	1,09%	10	0,75%
Total	899		507		3697		342		823		1.328	

Fonte: Elaboración propia a partir de datos extraídos do INE. DIRCE (Directorio Central de Empresas)

Cadro 0500.5: Empresas do sector turístico segundo códigos CNAE e condición xurídica, Galicia, 2007 (unidades, %)

	55.1 Hotéis		55.2 Cámping e outros tipos de hospedaxe de curta duración		55.3 Restaurantes		63.3 Actividades das axencias de viaxes, operadores turísticos e outras actividades de apoio turístico		92.6 Actividades deportivas		92.7 Actividades recreativas diversas	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Persoas físicas	502	46,65%	491	63,85%	2372	56,52%	79	26,42%	268	32,29%	512	53,06%
Sociedades anónimas	45	4,18%	8	1,04%	35	0,83%	47	15,72%	35	4,22%	58	6,01%
Sociedades de responsabilidade limitada	451	41,91%	201	26,14%	1268	30,21%	154	51,51%	191	23,01%	340	35,23%
Sociedades cooperativas	0	0,00%	3	0,39%	2	0,05%	2	0,67%	5	0,60%	0	0,00%
Outros	78	7,25%	66	8,58%	520	12,39%	17	5,69%	331	39,88%	55	5,70%
Total	1.076		769		4.197		299		830		965	

Fonte: Elaboración propia a partir de datos extraídos do INE. DIRCE (Directorio Central de Empresas)

8.2. Anexo de provedores

A continuación proporcionáanse unha serie de referencias, a título orientador, identificadas nas entrevistas e nas fontes secundarias consultadas, e que poden ser un punto de partida na procura de provedores para o teu negocio.

1. Comprobase que nos directorios comerciais tales como QDQ e Páxinas Amarelas, tanto en soporte electrónico como en papel, podes encontrar provedores situados na túa zona:

- Páxinas Amarelas: Encontrarás produtores e provedores nos epígrafes correspondentes. Ademais podes acceder ao formato electrónico na páxina web www.paginasamarillas.es.
- QDQ: podes consultar tamén a versión electrónica www.qdq.com.
- Europages: é un directorio comercial de negocios no que podes encontrar empresas de provedores para todas as actividades e de case todos os países. A versión electrónica é www.europages.com.
- Plusdata: www.plusdata.es: Portal que permite procuras de provedores de todo o mundo

Tamén podes localizar provedores nas seguintes páxinas web galegas:

- Páxinas Galegas: www.paxinasgalega.es
- Vieiros: www.vieiros.com
- Galicia City. O buscador galego: www.galiciacity.com

2. Publicacións especializadas:

- Boletín turístico: publicación electrónica en español, dirixida ao sector turístico profesional: www.boletin-turistico.com
- Hosteltur: revista especializada en turismo.
- Turismo y Aventura. Revista sobre turismo activo, rural e na natureza.
- Equipamento hotelero: revista na que podes atopar todos o necesario para o teu establecemento hoteleiro. Existe unha versión na Internet: www.equipamientohotelero.com
- Oficina de Xustificación da Difusión: Podes encontrar outras revistas especializadas de interese na páxina web da OJD (www.ojd.es), dedicada ao control da difusión de medios de comunicación.

3. Asociacións (da propia actividade ou de profesionais): nelas podes informarte dos provedores para o teu negocio. Podes consultar as que se enumeraron no apartado 7.3.2. Ademais, a páxina web do ICEX (www.icex.es) conta cunha base de datos na que se clasifican por sectores as asociacións que existen en España.

F.E.A.L.C.: Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias afines: www.felac.com

AFEHC: Asociación de Fabricantes Españoles Exportadores de Equipamientos para Hostelería y colectividades: www.afehc.com

AEDAVE: Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas: www.aedave.es

FEAAV: Federación Española de Agencias de Viajes: www.feaav.org

EURO-TOQUES: Comunidad Europea de Cocineros: www.euro-toques.es

ANET: Asociación Nacional de Estaciones Termales: www.balnearios.org

4. Portais:

- www.solomantenimiento.com: guía de empresas e servizos de mantemento: climatización, refrixeración, limpeza, etc.
- www.todohotel.com: portal especializado no que se poden encontrar un gran número de provedores do sector.
- www.turismorural.com: portal específico sobre aloxamentos rurais en España, Portugal e outros países de Europa.
- www.ruralia.com: portal que contén información sobre casas e aloxamento rural no norte de España.
- www.piedrasobrepiedra.com: trata temas relacionados coa montaña, publicación de artigos, manuais, rutas de sendeirismo, fotografía de montaña, etc.

5. Bases de datos: existen varias bases de datos de empresas clasificadas por sectores, como son as da Cámara de Comercio (www.camaras.org), Ardán (consorcio da Zona Franca de Vigo, www.ardan.es) e outras bases de datos privadas.

8.3. Anexo de feiras

Neste apartado inclúese unha lista dos eventos máis significativos en España como en Galicia e a nivel internacional relacionados co sector do turismo.

NOME	LOCALIDADE	DESCRIPCIÓN
EXPO GALAECIA	Vigo	Turismo, gastronomía e artesanía
SALÓN HOSTELERÍA/ALIMENTACIÓN	Vigo	Hostalería, alimentación, hotel, catering
TURISPORT	Silleda (Pontevedra)	Feira de Turismo e Deportes de Galicia
AGROTUR	Barcelona	Salón do Turismo Rural
EXPONATURAL	Madrid	Feira Nacional de Turismo Rural, Deporte de Natureza e Aventura
EXPOVACACIONES	Bilbao	Feira de Turismo e Tempo Libre
FERANTUR	Sevilla	Feira Andaluza de Turismo e Desenvolvemento Rural
FITUR	Madrid	Feira Internacional de Turismo
INTUR	Valladolid	Feira Internacional de Turismo de Interior
TURISMO-SITC	Barcelona	Salón Internacional de Turismo en Cataluña
TVC	Valencia	Feira Internacional do turismo
BTL	Lisboa	Feira Internacional do Turismo de Lisboa
EXPOTURIS	Portugal	Feira de Turismo e Lecer
LOISIREXPO	París	Salón Profesional da Diversión de Grupo

Para obter información sobre feiras españolas e internacionais podes consultar, entre outras, as seguintes páxinas de internet:

- www.plusdata.es
- www.buscaferias.com
- www.buscaeventos.com

8.4. Anexo de formación

A continuación proporciónase información sobre os planos de formación FIP e FORCEM:

Plano FIP

A Subdirección Xeral de Formación Ocupacional e Continua, dentro da Dirección Xeral de Formación e Colocación, dependente da Consellería de Traballo, é a responsable da xestión do Plano Nacional de Formación e Inserción Profesional (Plano FIP). O obxectivo da formación profesional ocupacional, que vai dirixida a desempregados, é cualificalos para a súa integración no mercado laboral. En relación coa actividade á que se refire esta guía, a familia profesional ofrece as seguintes especialidades.

CÓDIGO	NOME DO CURSO
AGAA10	AUXILIAR DE TURISMO ECUESTRE
HOTA10	RECEPCIONISTA DE HOTEL
HOTA20	GOBERNANTE/A DE HOTEL
HOTA30	CAMAREIRO/A DE PISOS
HOTF10	AZAFATA/AUXILIAR DE CONGRESOS
HOTG10	EMPREGADO/A DE AXENCIA DE VIAXE
HOTG20	GUÍA DE RUTA
HOTI 10	TÉCNICO EN INFORMACIÓN TURÍSTICA
HOTI 20	AXENTE DE DESENVOLVEMENTO TURÍSTICO
HOTN10	ANIMADOR TURÍSTICO
HOTR10	XEFE DE ECONOMATO E BODEGA
HOTR20	COCIÑEIRO
HOTR30	XEFE DE COCINA
HOTR40	CAMAREIRO/A DE RESTAURANTE-BAR
HOTR50	XEFE DE SALA/MAÎTRE
HOTR60	SUMILLER
HOTR70	AXUDANTE DE COCINA

Fonte: Dirección Xeral de Formación e Colocación

De modo complementario existe unha programación de accións formativas con carácter experimental, de grande utilidade para o desenvolvemento desta actividade, tamén impartidas a través da Subdirección Xeral de Formación Ocupacional e Continua.

CÓDIGO	NOME DO CURSO
XXHOTG00	GUÍA DE RESERVAS NATURAIS

Fonte: Dirección Xeral de Formación e Colocación

Plano FORCEM

A Fundación para a Formación Continua FORCEM ten como principais funcións as de impulsar e difundir a Formación Continua entre os traballadores e as empresas, xestionar as axudas á formación continua, e o seu seguimento e control técnico.

As iniciativas de Formación que son obxecto da actuación de FORCEM poden adoptar as seguintes modalidades:

- Planos de Formación.
- Permisos Individuais de Formación.
- Accións Complementarias e de Acompañamento á Formación.

A Fundación para a Formación Continua (FORCEM) recibe as solicitudes en función das necesidades formativas detectadas, valora tecnicamente esas solicitudes de axudas e xestiona o seu seguimento e control técnico.

O 1 de xaneiro de 2004 entrou en vigor o novo Sistema de Formación Profesional Continua, regulado polo Real Decreto 1046/2003, do 1 de agosto. Elaborouse un Plano Amigo para difundir o Novo Modelo, no que se realiza unha descrición das distintas Iniciativas de Formación Continua:

- Accións de Formación Continua nas empresas (inclúe Permisos Individuais de Formación).
- Contratos programa para a formación de traballadores.
- Accións Complementarias e de Acompañamento á Formación.

Ata que non se constituía a Fundación Estatal para a Formación no Emprego será a Fundación Tripartita a que asuma de maneira transitoria as actividades que lle son encomendadas no Novo Modelo.

A continuación preséntase a relación dos organismos que xestionan o programa FORCEM e nos que podes obter información sobre distintos cursos relacionados coa túa actividade:

1. FOREM (Fundación Formación e Emprego)

Tel.: 981 555 052

Páxina web: www.forem.es

Este é o centro de formación do sindicato Comiións Obreiras. No número de teléfono poderás conseguir a información necesaria sobre os cursos que imparten actualmente.

2. FORGA (Fundación para a Orientación Profesional, Emprego e Formación en Galicia)

Tel.: 902 102 181 (central de chamadas)

Páxina web: www.forga.es

Este é o centro de formación do sindicato CIG. A información necesaria sobre os cursos que organiza pódela conseguir no número de teléfono que che facilitamos.

3. IFES (Instituto de Formación e Estudos Sociais)

Tel.: 981 569 200

Páxina web: www.ifes.es

O centro de formación de UXT denomínase IFES. Mediante unha consulta telefónica podes informarte dos cursos que imparte este sindicato a nivel de Galicia no teu ámbito de actividade.

4. CEG (Confederación de Empresarios de Galicia)

Tel.: 981 555 888

Páxina web: www.ceg.es

Dispón dun Centro de Orientación, Formación e Emprego (COFE), que ofrece un amplo abano de cursos especializados nas áreas de formación continua, ocupacional e de autoemprego.

9. NOTA DE AUTORES

As referencias nominais subministradas nesta Guía, tales como centros de estudo, asociacións, institucións, feiras, páxinas web, etcétera, que o lector pode atopar ao longo da lectura deste documento non pretenden ser unha enumeración exhaustiva senón unha mostra orientadora das entidades detectadas durante a elaboración deste estudo. É posible que existan outras referencias, similares ás citadas, que non foron incluídas por non constituír tales relacións o obxectivo principal da presente Guía.

Todos os datos relacionados con estatísticas, lexislación, cursos, axudas e calquera outra información susceptible de ser actualizada, foron obtidos durante a realización da presente Guía.

Santiago, outubro de 2007