

Hoteis

*Plan de Desenvolvemento Integral de Ferrol, Eume e Ortegal

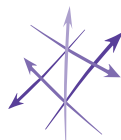
12*





HOTEIS

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN FERROL, EUME E ORTEGAL



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	7
1.1. Introducción e forma de uso.	7
2. DESCRICIÓN DA ACTIVIDADE E PERFIL DA EMPRESA-TIPO	11
3. PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS	17
4. ANÁLISE DO MERCADO	21
4.1. Os servizos hoteleiros	22
5. O MERCADO DA REFORMA	29
5.1. Referencias estatísticas xenéricas	30
5.1.1. Análise da oferta	30
5.1.2. Análise da demanda	38
5.1.3. Definición dun método de cálculo xenérico do tamaño do mercado	41
5.2. Márketing	43
5.2.1. Produto	43
5.2.2. Prezo	45
5.2.3. Forza de vendas	46
5.2.4. Promoción	47
5.3. Análise económico-financeira	48
5.3.1. Investimentos	49
5.3.2. Gastos	50
5.3.3. Previsión de ingresos	51
5.3.4. Estrutura da conta de resultados	53
5.3.5. Financiamento	53
5.4. Recursos humanos	54
5.4.1. Perfil profesional	54
5.4.2. Estrutura organizativa	55
5.4.3. Servizos exteriores	56
5.4.4. Convenios colectivos aplicables	56
6. VARIOS	59
6.1. Réximes fiscais preferentes	59
6.2. Normas sectoriais de aplicación	60
6.3. Axudas	61
6.4. Organismos	62
6.4.1. Organismos oficiais	62
6.4.2. Asociacións profesionais	62
6.4.3. Centros de estudo	63
6.5. Páxinas útiles na Internet	65
6.6. Bibliografía	66
6.7. Glosario	67
7. ANEXOS	71
7.1. Anexo de información estatística de interese	71
7.2. Anexo de feiras	83
7.3. Anexo sobre modalidades de contratación	84
7.4. Anexo de formación	85
7.5. Anexo de provedores	88
7.6. Anexo de páxinas web de interese	90
7.7. Reflexións para a realización do estudo de mercado	91
8. NOTA DOS AUTORES	93

1. Introducción





1. INTRODUCCIÓN

1.1. Introducción e forma de uso

Bic Galicia e a UPD Coordina Local, no marco do **Plan de Desenvolvemento Integral de Ferrol, Eume e Ortegal**, desenvolveu un estudo sobre as oportunidades de negocio neste territorio no que se analizan 21 actividades empresariais.

As comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal suman 20 concellos en total, distribuídos entre Ferrol (Ares, As Somozas, Cedeira, Fene, Ferrol, Mugar dos, Moeche, Narón, Neda, San Sadurniño e Valdoviño), Ortegal (Mañón, Cariño, Cerdido e Ortigueira) e Eume (Cabanas, A Capela, As Pontes de García Rodríguez, Pontedeume e Monfero).

A elección das actividades realizouse en colaboración cos/as axentes de emprego e desenvolvemento local, priorizando aqueles sectores vinculados cos novos viveiros de emprego que non se atopan suficientemente explotados na zona.

Para realizar o estudo, aplicouse o **Sistema de Detección de Oportunidades de Negocio** de Bic Galicia, actualizando e adaptando a información contida neste, ás bisbarras de Ferrol, Eume e Ortegal.

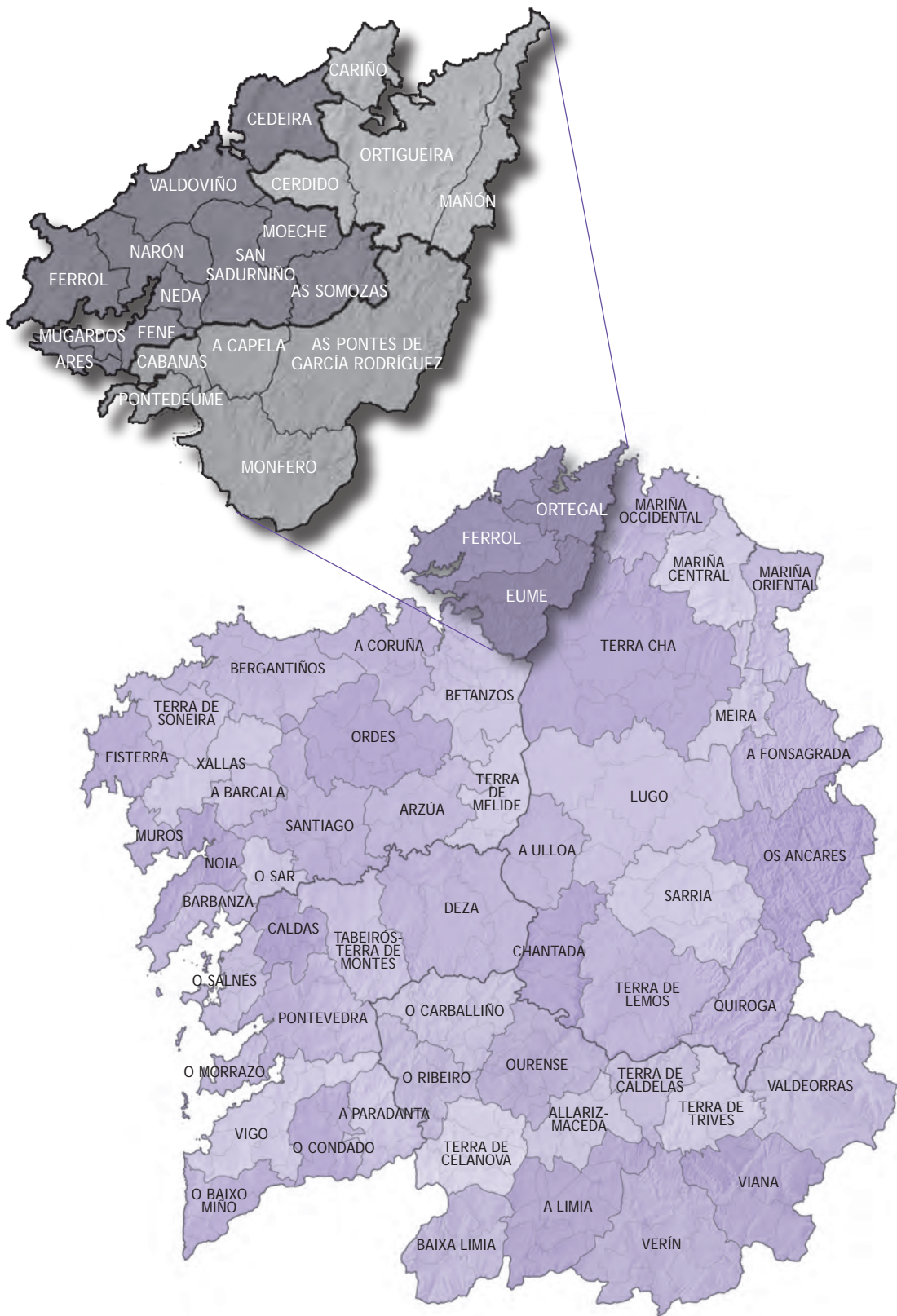
Un dos obxectivos prioritarios deste sistema é facilitar aos técnicos que traballan no apoio á creación e consolidación de empresas, -en distintos organismos e asociacións do territorio-, así como aos propios emprendedores, a metodoloxía necesaria para analizar o potencial dunha idea de negocio e estudar a súa viabilidade.

A selección das 21 oportunidades de negocio non significa, obviamente, que moitas outras das 142 actividades analizadas a través do Sistema de Detección de Oportunidades de Negocio non supoñan unha oportunidade empresarial para as persoas emprendedoras das comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal.

Esta publicación é de ámbito comarcal. Para obter información a nivel galego e estatal sobre a actividade, debe consultarse a guía de referencia autonómica **Hoteis** dentro do propio Sistema de Detección de Oportunidades de Negocio. Desta forma rendibilizarase ao máximo o propio sistema e optimizarase o seu uso.

A colección completa de Oportunidades de Negocio pode consultarse e descargarse en formato electrónico no portal web: <http://guias.bicgalicia.es>





2. DESCRICIÓN DA ACTIVIDADE E PERFIL DA EMPRESA-TIPO





2. DESCRICIÓN DA ACTIVIDADE E PERFIL DA EMPRESA-TIPO

Os hoteis son empresas de aloxamento turístico que prestan un servizo de hospedaxe e que, adicionalmente, poden ofrecer servizos de carácter complementario. Este servizo de hospedaxe ten un carácter temporal e leva unha contraprestación económica.

A actividade turística de aloxamentos pódese clasificar nas seguintes modalidades:

- Establecementos hoteleiros.
- Apartamentos e vivendas turísticas.
- Campamentos de turismo.
- Establecementos de turismo rural.
- Albergues turísticos.
- Calquera outra que se fixe regulamentariamente.

Os establecementos hoteleiros clasifícanse nos seguintes grupos e categorías:

- Hoteis: poden ser de cinco, catro, tres, dúas e unha estrela.
- Residencias turísticas.

Nesta guía de actividade, ocuparémonos de analizar a oferta de hoteis, coñecer as características do seu funcionamento e o tipo de mercado en que desenvolven a súa actividade.

Os hoteis, segundo se recolle na Lei 14/2008, do 3 de decembro, de turismo de Galicia (DOG do 19/12/2008, con entrada en vigor o 19/01/2009), son aqueles establecementos que ofrecen aloxamento, con ou sen comedor e outros servizos complementarios, que ocupan a totalidade dun ou varios edificios ou unha parte independizada deles, cuxas dependencias constitúan unha explotación homoxénea, con entradas, escaleiras e ascensores de uso exclusivo, e que reúnan os requisitos mínimos que se establezan en función da súa categoría.

Os establecementos hoteleiros poden obter o recoñecemento de especialización, que será complementario á clasificación do establecemento. As especialidades que se poderán solicitar son as seguintes (segundo o Decreto 267/1999, do 30 de setembro, polo que se establece a ordenación dos establecementos hoteleiros):

- Hoteis apartamentos.
- Moteis.
- Hoteis balnearios.
- Hoteis deportivos.
- Hoteis clubs.



- Hoteis familiares.
- Hoteis de cidade.
- Hoteis de praia.
- Hoteis de montaña.
- Hoteis de natureza.
- Hoteis gastronómicos.
- Hoteis de tempada.
- Hoteis paradores.
- Hoteis pousadas.
- Hoteis rústicos.
- Hoteis monumento.
- Albergues turísticos.

Na Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) deberás darte de alta no grupo que recolle a actividade hoteleira. Como sabes, existe outro sistema de clasificación das actividades empresariais menos utilizado, chamado SIC (Standard Industrial Classification). De acordo con este sistema, a actividade encádrase dentro da epígrafe 70.11.



12

CNAE-93	SIC
55 Hostalaría	70 Hostalaría
55.1 Hoteis	70.11 Hoteis
55.11 Hoteis, moteis, hostais e pensións con restaurante (con entrada libre para calquera persoa, aínda que non estean aloxadas no establecemento)	70.21 Pensións e casas de hóspedes
55.12 Hoteis, moteis, hostais e pensións sen restaurante	
CNAE-2009	
55.10 Hoteis e aloxamentos similares	

Analizamos as empresas dedicadas á hotelaría na zona, a través dos datos facilitados por Turgalicia e pola Dirección Xeral de Turismo. A continuación ofrecémosche as características básicas do tipo de establecemento hoteleiro máis habitual na zona:

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DO HOTEL-TIPO	
CNAE-93 / CNAE-2009	55.11 / 55-10
SIC	70.11
IAE	681
Condición xurídica	Sociedade limitada
Facturación	563.820 euros/ano
Localización	Zona de influencia dunha cidade
Persoal e estrutura organizativa	Nove persoas: un/unha xerente, dous administrativos-as/recepcionistas, dous camareiros/as de piso, un cociñeiro/a, un/unha pinche e dous camareiros/as
Instalacións	Trinta cuartos, restaurante, cafetería e dúas salas de reunións
Clientela	Turistas e empresas
Carteira de produtos	Aloxamento-Restauración-Congresos
Valor do inmovilizado/investimento	488.500 euros
Importe de gastos	400.858 euros
Resultado bruto (%)	28,90%

3. PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS





3. PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS

- Galicia non é unha comunidade receptora de turismo internacional, senón de viaxeiros/as españois e dos propios galegos que deciden viaxar pola comunidade autónoma.
- En Galicia, cos datos da Memoria de Actividade de 2007 de Turgalicia, contabilízanse 767 hoteis, entre os cales predominan os hoteis dunha estrela. Con todo, produciuse un aumento apreciable na creación de hoteis de gama alta (catro estrelas), o que responde ao feito de que os usuarios/as se decantan cada vez máis por este tipo de establecementos.
- Na zona existen 35 hoteis que teñen unha capacidade media de 60 prazas e 33 cuartos.
- Dependendo da localización e da especialidade do establecemento, podes determinar o teu nicho de mercado. Unha forma de diferenciarse é a través da calidade no servizo. En Galicia, o Instituto para a Calidade Turística Española só lles outorgou o Q de calidade turística a 33 establecementos. Dous deles están na nosa zona de análise.
- Dentro do emprego xerado pola actividade, moitos hoteis pequenos teñen unha estrutura familiar e empregan unha ou dúas persoas. O volume de persoas contratadas aumenta en función da categoría do hotel e a calidade de servizo que se pretenda ofertar.
- Existen uns requisitos mínimos especiais para os hoteis, independentemente da categoría e da oferta de servizos. Ademais, en función da especialización do establecemento e da categoría en que se instale, deben dispor de certas instalacións ou servizos adicionais.
- Os investimentos requiridos para iniciarse na actividade son moi elevados, debido aos custos de terreo e construción. Aínda así, recoméndase a xestión en réxime de propiedade.
- Os servizos complementarios ofrecidos son moi variables; oscilan en función da localización do centro, da súa especialización e do nivel de calidade que teña o establecemento.
- Ao comezo da actividade é normal estar varios meses sen hóspedes, ata que a clientela coñeza a empresa. Cómpre prever esta situación nos investimentos para poder afrontar os gastos fixos.
- Os métodos publicitarios e promocionais son moi variados, pero o máis efectivo é a publicidade gratuíta realizada por un cliente/a satisfeito co servizo recibido. En canto á forza de vendas, a pesar do uso da Internet, o máis habitual é a reserva telefónica ou presencial.



4. O CONTEXTO SECTORIAL





4. O CONTEXTO SECTORIAL

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > *OS CONCEPTOS BÁSICOS RELACIONADOS CO SECTOR TURÍSTICO.*
- > *OS DIFERENTES TIPOS E DEFINICIÓNS DE TURISMO.*
- > *A EVOLUCIÓN DO SECTOR DURANTE OS ÚLTIMOS ANOS.*
- > *A ORIXE DO VIAXEIRO/A QUE VISITA A NOSA COMUNIDADE.*
- > *AS PREVISIÓN QUE SE BARALLAN PARA O FUTURO.*

A análise do contexto sectorial achega as seguintes conclusións básicas:

- Dende 1995, o sector turístico en Galicia segue un crecemento progresivo, consolidándose unha afluencia anual de visitantes por encima dos cinco millóns de persoas.
- Dos máis de cinco millóns e medio que elixiron Galicia como destino turístico no ano 2007, máis de tres millóns e medio estiveron aloxados en hoteis.
- Galicia non é unha comunidade receptora de turismo internacional. Os movementos son orixinados, por unha banda, por residentes doutras comunidades españolas (principalmente durante a época estival) e, por outra, polos propios galegos e galegas que optan por viaxar dentro da súa comunidade.



4.1. Os servizos hoteleiros

¿Que entendemos por servizos hoteleiros?

¿Cal é a situación dos hoteis en Galicia?

¿Que factores determinaron o aumento na demanda de servizos hoteleiros?

¿Cal é o volume de emprego que xera esta actividade en Galicia?

Os hoteis son unha parte fundamental do sector turístico e case unha das primeiras industrias a nivel mundial. Para que te fagas unha idea, na nosa comunidade, segundo o estudo Afluencia turística a Galicia no ano 2007, de Turgalicia, dos/das 5.726.827 turistas chegados, 3.648.013 aloxáronse en hoteis.

A Organización Mundial do Turismo (OMT) define o turismo como “aquelas actividades que realizan as persoas durante as súas viaxes a lugares distintos da súa contorna habitual, por un período de tempo consecutivo inferior a un ano, con fins de lecer, por negocios ou outros motivos”.

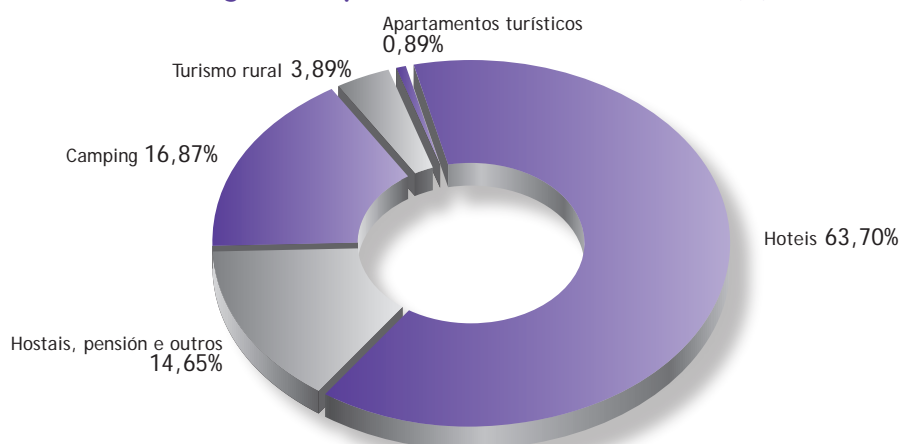
En relación con este contexto sectorial marcado polo turismo, hai que sinalar unha característica desta actividade: a estacionalidade. Dadas as condicións dos clientes/as principais deste tipo de establecementos, que son turistas, estas empresas non teñen uns ingresos estables ao longo do ano.

En canto á ocupación hoteleira, os datos de Turgalicia apuntan que en Galicia, ao longo dos doce meses do ano 2007, o grao de ocupación se situou nunha media do 55,15%, algo superior á do ano anterior (53,94%).

Mantense na mesma porcentaxe o número de turistas estranxeiros/as que visitan Galicia. No verán de 2000 representaron o 13,5% do turismo que nos visitou. Durante o ano 2006 chegouse ata o 15,7%, e en 2007 mantense a mesma porcentaxe.

A continuación, mostrámosche un gráfico que clasifica os/as turistas que visitaron Galicia segundo o tipo de aloxamento:

Cadro 1: Gráfico de turistas segundo o tipo de aloxamento, Galicia, 2007 (%)



Fonte: Afluencia turística a Galicia. Turgalicia



O tipo de aloxamento utilizado pola maior parte dos/das turistas chegados a Galicia foi o aloxamento hoteleiro, ao que recorreron un 63,70%, seguido polos/polas que pasan a noite en hostais, pensións e outros aloxamentos turísticos (14,65%).

En Galicia, no ano 2008, segundo datos do Rexistro de Empresas e Actividades Turísticas (REAT), hai 785 hoteis de diferentes categorías repartidos polas catro provincias, que ofertan un total de 50.369 prazas. O tamaño medio destes establecementos hoteleiros sitúase entre os vinte e os corenta cuartos (entre individuais e dobres), cunha capacidade media de sesenta e catro prazas.

A provincia que alberga máis establecementos hoteleiros é A Coruña, seguida de Pontevedra. A certa distancia están Lugo e Ourense. A categoría de hotel predominante é o dunha estrela, e o número de establecementos ofertados diminúe a medida que aumenta de categoría. As únicas provincias en que existen establecementos de cinco estrelas son A Coruña e Pontevedra. A continuación mostrámosche un cadro coa porcentaxe de establecementos por provincia e categoría:

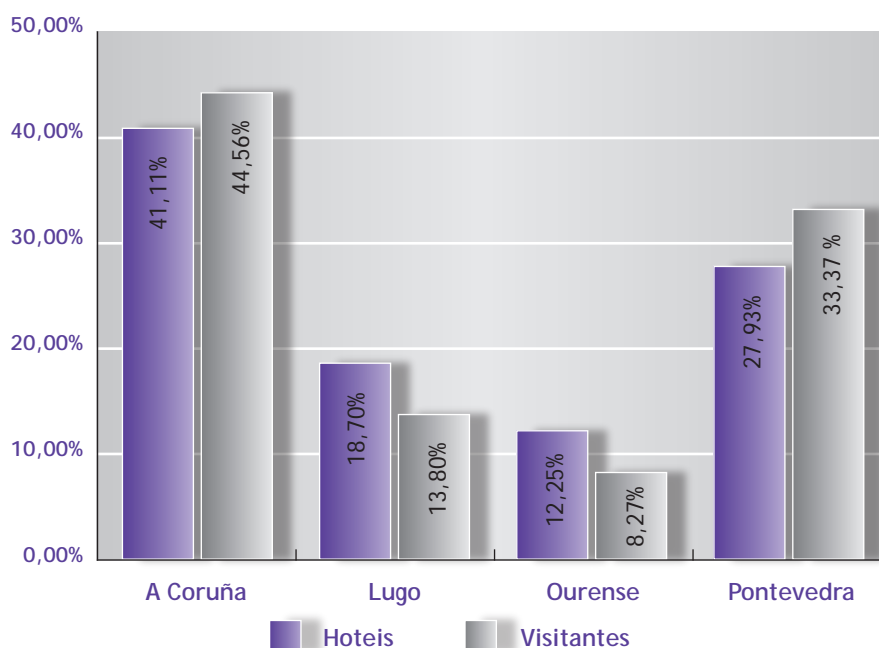
Cadro 2: Hoteis por categoría e provincia, Galicia, 2008 (porcentaxes)

	A Coruña	Lugo	Ourense	Pontevedra
CINCO ESTRELAS	2,65	0	0	0,52
CATRO ESTRELAS	12,39	13,84	8,47	8,35
TRES ESTRELAS	17,70	13,84	15,25	18,54
DÚAS ESTRELAS	29,20	28,40	18,64	35,24
UNHA ESTRELA	38,05	45,87	57,64	37,35

Fonte: Servizo de Ordenación Turística. Xunta de Galicia. Turgalicia

No seguinte gráfico podes comparar a oferta provincial en relación coa demanda:

Cadro 3: Gráfico comparativo de oferta e demanda, Galicia, 2007 (%)



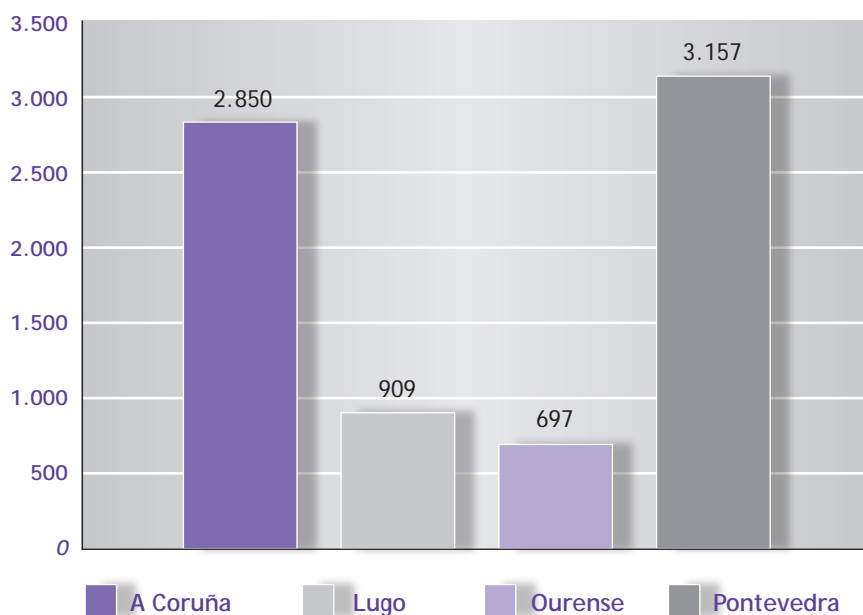
Fonte: Enquisa de Ocupación Hoteleira. INE



Como podes observar, A Coruña é a provincia que conta con máis hoteis, concentrando o 41,11% da oferta. Tamén acollen a maior parte dos/das visitantes. O resto das persoas que viaxan acode maioritariamente á provincia de Pontevedra, onde se atopa o 27,93% da oferta hoteleira galega.

En canto ao emprego, segundo os datos da Enquisa de Ocupación Hoteleira do INE, ao longo dos doce meses de 2007, en Galicia houbo 7.613 persoas empregadas nos establecementos hoteleiros (hostais e pensións incluídos), 742 máis que no ano 2006. A continuación mostrámosche un gráfico cos datos do persoal empregado por provincia:

Cadro 4: Gráfico do persoal empregado en establecementos hoteleiros, Galicia, 2007 (persoas)



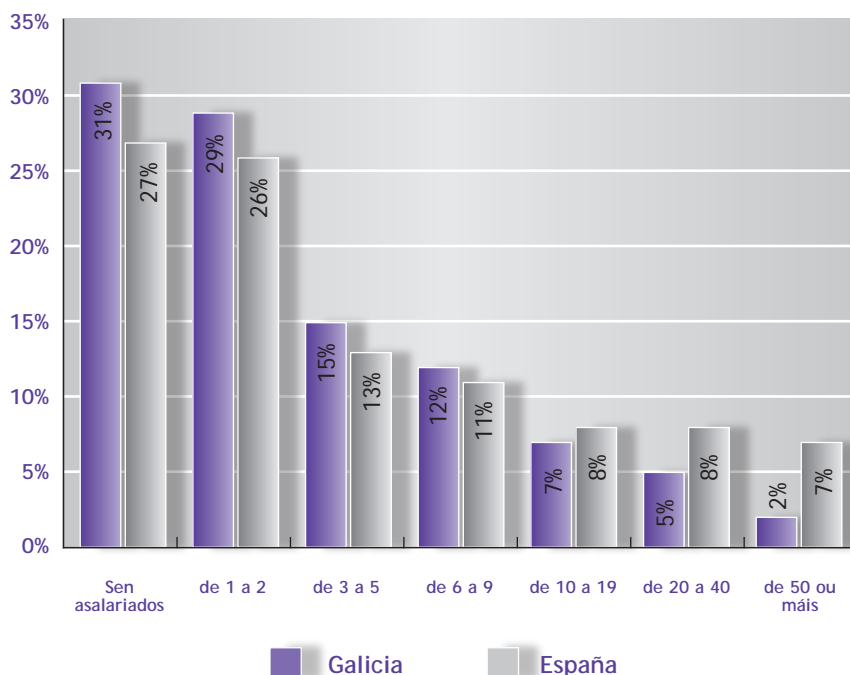
Fonte: Enquisa de Ocupación Hoteleira. INE

Como podes observar no gráfico, en Galicia, durante o ano 2007 houbo 7.613 persoas ocupadas en establecementos hoteleiros (hoteis e hostais), que representan o 3,84% de total español (con 198.191 persoas empregadas). Con respecto ao ano anterior, o crecemento do emprego en Galicia no sector hoteleiro foi do 2,78%, algo inferior ao experimentado a nivel nacional, que foi do 3,64%. É importante destacar que máis do 80% destes postos están xerados polos hoteis, especialmente aqueles establecementos de maior tamaño e categoría, xa que requiren dun maior tramo de empregados/as para facer fronte á variedade de servizos complementarios que ofertan.

A continuación mostrámosche uns gráficos coa distribución das empresas hoteleiras en función do número de asalariados/as:



Cadro 5: Gráfico de distribución de establecimientos por número de empregados/as, Galicia-España, 2007 (%)



Fonte: Directorio Central de Empresas (DIRCE). INE

Como podes observar, tanto a nivel estatal como autonómico, as empresas que concentran o maior volume de emprego son as pequenas, é dicir, aquelas que teñen menos de dez persoas empregadas. Ademais, hai que sinalar que as empresas con maior número de empregados/as son os hotéis de tres e catro estrelas, cun 70% de empregados/as sobre o total, debido fundamentalmente a que estes establecementos teñen que prestar un maior número de servizos complementarios, polo que necesitan máis persoal.

Outro dato que podemos destacar da análise do gráfico é a maior concentración en Galicia dos establecementos con menor número de empregados/as. A proporción de hotéis con menos de dez empregados/as é maior na nosa comunidade, pero os hotéis grandes predominan en menor porcentaxe que no resto de España.

Como conclusión a este punto, temos que destacar o compoñente estacional no emprego nesta actividade, que depende das tempadas de maior ocupación do establecemento.

Hai que sinalar que o contexto sectorial dos establecementos hoteleiros non se compón só das viaxes turísticas, senón tamén de viaxes de negocios, congresos, convencións, etc. Por parte da comunidade galega estanse realizando diversas accións (como os congresos e exposicións comezados hai algúns anos) co fin de dar a coñecer, especialmente ás grandes empresas, a infraestrutura existente para o desenvolvemento deste tipo de eventos. Neste sentido, destaca o labor levado a cabo por Turgalicia, como elemento promotor das empresas hoteleiras galegas.



5. ANÁLISE DO MERCADO





5. ANÁLISE DO MERCADO

A lectura deste capítulo permitirá coñecer:

- > *OS ASPECTOS RELACIONADOS COA OFERTA: SITUACIÓN DOS HOTEIS NA ZONA, EVOLUCIÓN NA CREACIÓN DE EMPRESAS E VOLUME DE EMPREGO XERADO.*
- > *OS ASPECTOS RELACIONADOS COA DEMANDA: GASTO MEDIO E PERFIL DA CLIENTELA.*
- > *MÉTODO DE CÁLCULO XENÉRICO DO TAMAÑO DE MERCADO DOS HOTEIS.*

A lectura deste capítulo permitirache obter as seguintes conclusións básicas:

- Nesta zona, a evolución na creación de hoteis foi continuada ao longo do tempo, e predominan os hoteis dunha e tres estrelas. En termos relativos, os establecementos que máis creceron nos últimos anos son os dunha e catro estrelas.
- O gasto medio por cliente/a neste tipo de establecemento varía considerablemente en función da categoría do establecemento.
- Case o 50% da poboación sae algunha vez a xantar ou cear fóra. Dela, o 15% sae a xantar ou cear fóra varias veces ao mes, o 8% faino unha ou dúas veces por semana, o 4% sae a diario a xantar, e a cear tan só o fai o 1%.



5.1. Referencias estatísticas xenéricas

¿Cal é a situación dos hoteis na zona?

¿Cantos hoteis hai na zona?

¿Como están distribuídos?

¿Cantas persoas empregan?

O número de hoteis nas comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal en outubro de 2008 é de 35, dos cales 22 están situados na comarca de Ferrol, 6 na comarca de Eume e 7 na comarca de Ortegal. O total de cuartos ofertados ascende a 1.158, e o número de prazas é de 2.094.

Para que poidas avaliar as características desta actividade, ofrecémosche a continuación unha serie de datos estatísticos, que se completan no punto

5.1.1. Análise da oferta

5.1.1.1. Número de empresas e a súa distribución territorial

¿Cantos hoteis hai?

¿Como están distribuídos?



30

De acordo cos datos extraídos do Rexistro de Empresas e Actividades Turísticas (REAT) e de Turgalicia, nestes momentos existen 35 hoteis de diferentes categorías, repartidos polas comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal, que ofertan un total de 2.094 prazas. O tamaño medio destes establecementos hoteleiros sitúase entre os vinte e os corenta cuartos (entre individuais e dobres), chegando nalgúns casos a exceder amplamente esta cantidade.

Tal e como se pode observar nos cadros, a comarca de Ferrol é a que aglutina o maior número de hoteis e, xa que logo, a que oferta o maior número de prazas, probablemente por ser esta a comarca máis densamente poboada. A categoría predominante é a dunha estrela, seguida polos hoteis de tres estrelas. Non existe, con todo, ningún establecemento con categoría máxima. A continuación mostrámosche uns cadros co número de establecementos por categoría, municipio e comarca.

Cadro 6: Número de hoteis por categoría e comarca na zona, 2008 (unidades)

	Cinco estrelas	Catro estrelas	Tres estrelas	Dúas estrelas	Unha estrela	Total
Total comarca Ferrol	0	4	4	2	12	22
Total comarca Ortegal	0	0	0	2	5	7
Total comarca Eume	0	0	3	2	1	6
Total	0	4	7	6	18	35

Fonte: REAT

A continuación mostrámosche os datos do número de hoteis por categoría e municipio:

Cadro 7: Número de hoteis por categoría, municipio e comarca na zona, 2008 (unidades) falta parte da táboa

	Cinco estrelas	Catro estrelas	Tres estrelas	Dos estrelas	Unha estrela	Total
Ares	0	0	0	0	0	0
Cedeira	0	0	1	0	0	1
Fene	0	0	0	0	0	0
Ferrol	0	2	2	1	4	9
Moeche	0	0	0	0	0	0
Mugardos	0	0	0	0	1	1
Narón	0	2	1	1	4	8
Neda	0	0	0	0	0	0
San Sadurniño	0	0	0	0	1	1
Somozas (As)	0	0	0	0	0	0
Valdoviño	0	0	0	0	2	2
Total comarca Ferrol	0	4	4	2	12	22
Cariño	0	0	0	0	1	1
Cerdido	0	0	0	1	1	2
Mañón	0	0	0	1	1	2
Ortigueira	0	0	0	0	2	2
Total comarca Ortegá	0	0	0	2	5	7
Cabanas	0	0	1	0	0	1
Capela (A)	0	0	1	0	0	1
Monfero	0	0	0	0	1	1
Pontedeume	0	0	1	1	0	2
Pontes de García Rodríguez (As)	0	0	0	1	0	1
Total comarca Eume	0	0	3	2	1	6
Total	0	4	7	6	18	35

Fonte: REAT

No punto 7.1 (Anexo de información estatística de interese) podes consultar a oferta de cuartos e prazas por municipio e comarca.



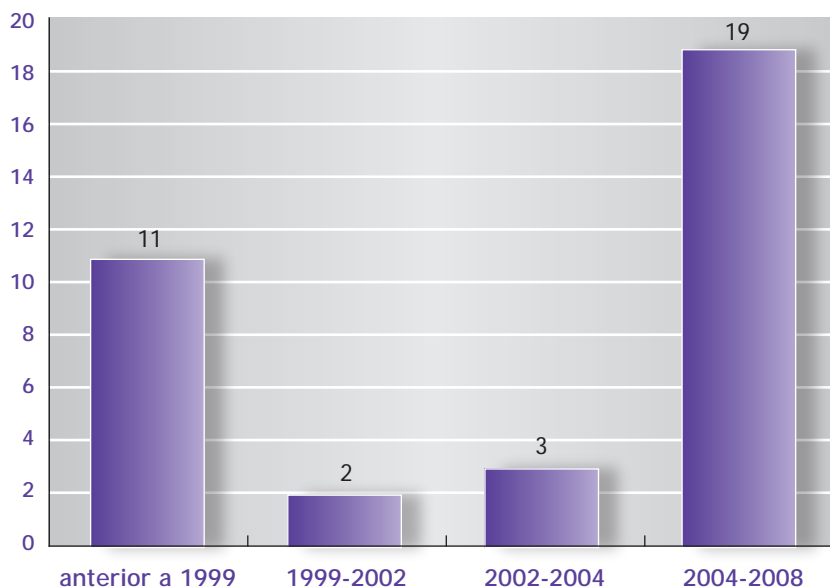
5.1.1.2. Evolución na creación de empresas

¿Resulta atractivo o mercado dos hotéis para a creación de novas empresas?

A tendencia seguida na creación de empresas hoteleiras na zona foi crecente nos últimos anos.

A continuación mostrámosche un gráfico cos datos da evolución na creación de hotéis nas tres comarcas obxecto de estudo:

Cadro 8: Gráfico da evolución na creación de empresas na zona, 1999-2008 (unidades)



Fonte: Turgalicia



Entre 2004 e 2008 creáronse 19 novos hotéis na zona de estudo. Once deles situados na comarca de Ferrol, seis na de Ortegal e dous na de Eume. Entre os novos establecementos non atopamos ningún de categoría máxima; con todo, é importante destacar que entre os anos 2004 e 2008 se crearon catro hotéis de catro estrelas.

O aumento no número de establecementos supón, á súa vez, o aumento no número de cuartos e de prazas, sobre todo na comarca de Ferrol, onde o número de cuartos se incrementou nun 65,45% e o número de prazas nun 57,63%. Porcentualmente, o incremento foi maior na comarca de Ortegal. Así, supuxo un incremento do 333,34% respecto do número de cuartos e do 276% respecto do número de prazas.

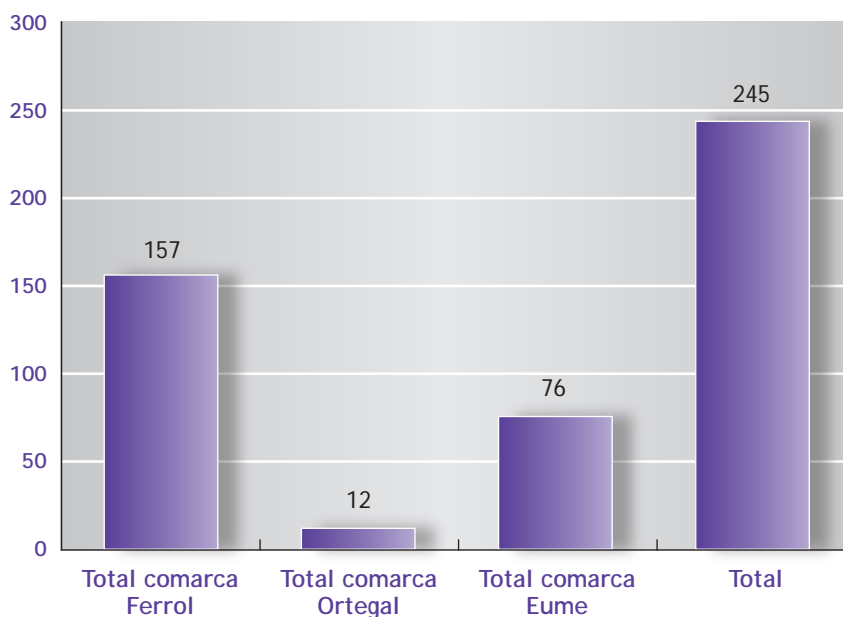
No punto 7.1 (Anexo de información estatística de interese) mostrámosche varios cadros coa oferta por categorías, por número de cuartos e por número de prazas.

5.1.1.3. Volume de emprego xerado

¿Cantas persoas empregan os hoteis?

No ano 2004, o total de persoas empregadas nos hoteis de Ferrol, Eume e Ortegal ascendía a 245. O 64% traballaba en hoteis situados na comarca de Ferrol, onde se atopan non só o maior número de hoteis da zona, senón tamén os establecementos de maior tamaño e categoría, que, xa que logo, requiren un maior número de persoas empregadas. Non dispomos de datos máis actuais sobre este tema, pero é de supor que o número de empregados/as aumente considerablemente en relación co número de hoteis creados dende esa data.

Cadro 9: Gráfico do persoal empregado nos hoteis da zona, 2004 (unidades)



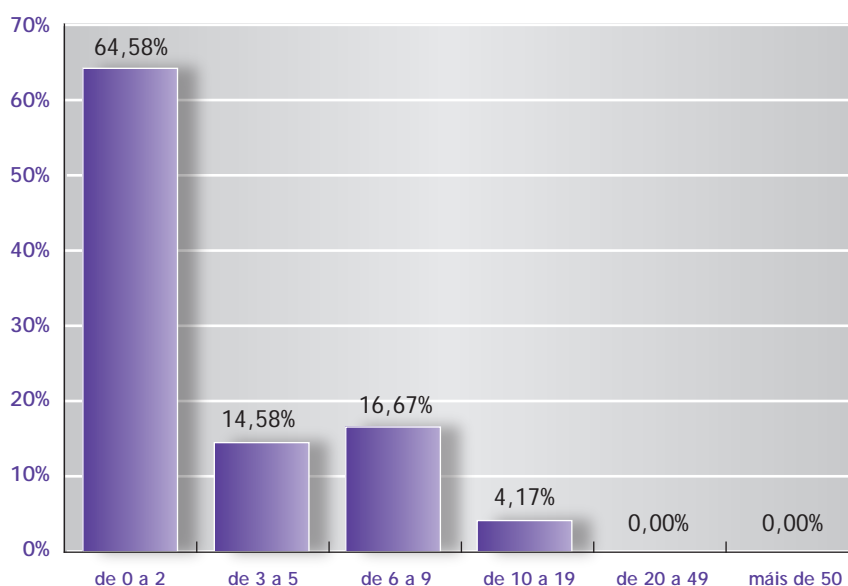
Fonte: Elaboración propia a través de entrevistas



O emprego nos establecementos hoteleiros ten un marcado compoñente estacional debido, principalmente, ás características propias de funcionamento dos hoteis, que todos os anos teñen que aumentar o número de empregados/as na tempada alta.

A continuación mostrámosche un gráfico coa distribución das empresas hoteleiras en función do número de asalariados/as:

Cadro 10: Gráfico da distribución dos hoteis por tramo de empregados/as na zona, 2007 (unidades)



Fonte: IGE

Da análise do gráfico, podemos destacar que máis do 64% dos hoteis da zona empregan menos de 3 traballadores/as. Os hoteis que empregan entre 3 e 5 traballadores/as e entre 6 e 9 traballadores/as presentan unha porcentaxe similar (ao redor do 15% cada un dos intervalos). Os hoteis da zona que empregan o maior número de traballadores/as só son un 4%.

En canto á forma xurídica das empresas, o 50% dos hoteis da zona están constituídos como sociedades limitadas (S.L.), o 40% como persoas físicas (autónomo/a) e o 10% baixo outras modalidades.

Como conclusión a este punto, temos que destacar o compoñente estacional no emprego nesta actividade, que depende das tempadas de maior ocupación do establecemento.

5.1.1.4. Aspectos comúns dos establecementos dedicados á hostalaría

¿Que aspectos comúns debo considerar á hora de montar un hotel?

Dadas as características variables destes establecementos, o Decreto 267/1999, do 30 de setembro, polo que se establece a ordenación dos establecementos hoteleiros (publicado no DOG núm. 201, do 18 de outubro de 1999), regula os requisitos comúns a todos os hoteis no referente aos cuartos e sinala os requisitos mínimos en función da súa categoría. Ademais, hai dúas correccións de erros, publicadas no DOG do 24 de novembro de 1999 e no do 29 de marzo de 2000. Esta é a normativa que establece a ordenación dos establecementos hoteleiros, mentres non se desenvolva regulamentariamente a Lei 14/2008, do 3 de decembro, de turismo de Galicia.



En primeiro lugar, debes ter en conta que a calidade das instalacións ten que estar en relación directa coa categoría do establecemento.

O dito decreto establece varios requisitos xerais para os establecementos hoteleiros:

1) Requisitos técnicos xerais: todos os establecementos hoteleiros deben cumprir a normativa vixente nas seguintes materias:

- a) Construción e edificación.
- b) Instalación e funcionamento da maquinaria.
- c) Sanidade e consumo.
- d) Seguridade e hixiene.
- e) Prevención e extinción de incendios.
- f) Abastecemento de auga, saneamento e depuración e medio ambiente.

2) Requisitos dos cuartos: os hoteis deberán ofertar tanto cuartos dobres como individuais. Naqueles establecementos onde só dispoñan de cuartos dobres, o 10% destes deben ser de uso individual, e aqueles que oferten máis de 50 cuartos deberán dispor de cuartos para persoas con necesidades especiais. Os cuartos dos hoteis deberán contar, polo menos, co seguinte mobiliario:

- a) Unha cama individual ou dobre, ou dúas camas individuais.
- b) Unha ou dúas mesiñas de noite.
- c) Unha cadeira de brazos, butaca ou cadeira por hóspede e unha mesa escritorio con iluminación propia.
- d) Un portamaletas.
- e) Un armario.
- f) Unha ou dúas alfombras de pé de cama, agás que haxa moqueta.
- g) Unha ou dúas lámpadas ou apliques de cabeceiro.
- h) Unha chave de luces xunto ao cabeceiro da cama.

3) Requisitos de comedores, servizos, cociñas e servizos hixiánicos: as cociñas deberán ter capacidade e instalacións suficientes para preparar simultaneamente comidas como mínimo para o 40% das prazas de comedor e, en todo caso, a súa superficie gardará relación directa coa superficie correspondente aos comedores. Disporán de ventilación ao exterior, directa ou asistida.

En canto aos cuartos de baño ou aseos, terán ventilación directa ou asistida, con renovación de aire, e deberán estar equipados, ademais de cos elementos sanitarios, con:

- a) Punto de luz e espello encima do lavabo.
- b) Soportes para obxectos de toucador cerca do lavabo ou da ducha.
- c) Toma de corrente.
- d) Anteparos ou cortinas nas bañeiras e duchas.
- e) Alfombra de baño.
- f) Un xogo de toallas por cada hóspede para baño ou ducha, lavabo e bidé.



Os hoteis de catro e cinco estrelas deberán dispor de regulador de temperatura na ducha.

Ademais destes requisitos xerais, o decreto regula tamén as condicións dos hoteis en función da categoría que teñan e da súa especialidade. No caso do hotel-tipo considerado neste estudo (de tres estrelas), serían os seguintes:

Instalacións
Climatización (calor e frío)
Auga quente
Calefacción
Teléfono nos cuartos
Teléfono de uso xeral (en cabina insonorizada)

Comunicacións
Escaleiras, accesos e saídas de clientes/as
Escaleiras, accesos e saídas de servizo
Escaleiras, accesos e saídas de incendios
Ascensor
Montacargas
Montapratos



Zona de clientes/as
Vestíbulo (superficie mínima 50 m2)
Cuartos de uso individual (superficie mínima 8 m2)
Cuartos dobres (superficie mínima 15 m2)
Baños nos cuartos (superficie mínima 4 m2)
Información do establecemento (directorio de servizos e teléfonos)
Rolo de papel hixiénico en soporte e outro de reposto e bolsa hixiénico-sanitaria
Xabón, xel de baño e xampú
Vaso (un por praza)
Salón social
Bar ou cafetería
Servizos sanitarios xerais
Servizo de recepción e conserxaría
Mantemento e limpeza dos cuartos
Garaxe ou aparcadoiro cuberto (con prazas non inferiores ao 10% do número de cuartos)
Caixa de seguridade individual
Caixa de seguridade xeral
Custodia de diñeiro e obxectos de valor
Depósito de equipaxes custodiado e pechado

Zona de servizos
Entrada de persoal (diferente á entrada principal de clientes/as)
Vestiarios de persoal
Servizos sanitarios de persoal
Comedor-estar do persoal
Dormitorios do persoal
Cociña (se o establecemento ten comedor)
Cuartos fríos (se o establecemento ten comedor)
Cámaras frigoríficas independentes para carnes e peixes (se o establecemento ten comedor)
Adegas (se o establecemento ten comedor)
Despensas (se o establecemento ten comedor)
Oficios en todas as plantas
Almacén de roupa limpa
Lavado de roupa e pasada de ferro (servizo propio ou contratado)

Adicionalmente, por ser un hotel situado na zona de influencia dunha cidade, debe reunir unhas condicións específicas: dispor dun servizo de información relativa ao horario dos medios de transporte, lugares de interese turístico da cidade, restaurantes e as súas especialidades, planos da cidade á disposición da clientela e rúeiro. Ademais, han de asegurarse as xestións de cambio de moeda, servizos médicos, servizos de tradución e servizos de mensaxaría. Tamén deben estar dotados cunha sala de reunións ou de conferencias e despachos para o uso da clientela con servizos ofimáticos, fax, ordenadores e conexión á Internet.

No punto 7.1: Anexo de información estatística de interese (cadro 05114.1) ofrecémosche os requisitos mínimos necesarios para cada hotel en función da categoría e da súa especialidade.



5.1.1.5. Análise das entidades provedoras

¿Cales son as características principais dos teus provedores?

¿Que aspectos debes valorar para elixir unha ou outra entidade provedora?

¿Cales son os prazos de pagamento a provedores no mercado?

Dadas as características deste tipo de empresas, debes ter en conta que necesitarás traballar con varios tipos de provedores: de maquinaria, de mobiliario, de alimentos e bebidas, de artigos de limpeza, etc.

Ademais, en función dos servizos que ofrezca o teu establecemento, necesitarás provedores de equipamentos deportivos, equipos informáticos, alimentos dietéticos, etc.

Baseándose nas entrevistas realizadas, observamos que a calidade e o prezo dos produtos proporcionados son os principais factores á hora de seleccionar provedor. O ideal é conseguir aprovisionamentos de calidade, no mínimo tempo posible e cun prezo razoable.

Polo xeral, os prazos de pagamento a provedores adoitan ser a mes vencido; isto supón que a conta de provedores actúa como unha fonte de financiamento. Nos hotéis de menor tamaño e categoría, con todo, é máis habitual o pagamento en man. Ademais, neste tipo de empresas pequenas, moitas das compras necesarias son realizadas de xeito persoal pola xerencia nun mercado ou zona comercial próxima.

É recomendable, no posible, conseguir ampliar os prazos de pagamento co fin de ter unha xestión de tesouraría máis eficiente.

No punto 7.6 (Anexo de provedores) proporcionámosche unha serie de referencias que te orientarán na procura de provedores para o teu negocio.

5.1.2. Análise da demanda

5.1.2.1. Gasto medio por usuario/a

¿Cal é o gasto medio por habitante dedicado aos hotéis?

¿Segue unha tendencia ascendente?



Non puidemos conseguir datos do gasto medio por usuario/a dedicado aos hotéis na zona, xa que, como comentamos anteriormente, a maioría das oficinas de turismo permanecen abertas só na tempada estival, e algunhas carecen de información deste tipo.

38

De todos os xeitos, achegaremos datos sobre o gasto medio na comunidade galega, así como o gasto nos hotéis de tres ou máis estrelas na provincia da Coruña.

Segundo o estudo Afluencia turística a Galicia no ano 2007, de Turgalicia, o gasto medio dos viaxeiros/as estivais que visitan a nosa comunidade era de 77,78 euros diarios, cifra inferior ao gasto medio de 2006, que era de 79,49 euros diarios. O gasto medio en aloxamentos hoteleiros era de 40,19 euros, cifra tamén inferior á rexistrada no ano 2006, que ascendía a 43,40 euros. En calquera caso, hai que ter en conta que os gastos varían en función do hotel, onde as tarifas oscilan en función da categoría e a carta de servizos.

No caso dos usuarios/as de hotéis de tres ou máis estrelas, o gasto medio diario aumenta significativamente en relación coa media total.

Non podemos ofrecer un estudo comparativo sobre o gasto medio diario nos hotéis das cinco categorías, posto que non atopamos ningunha estatística oficial de carácter público que nos proporcione este dato. A continuación mostrámosche un cadro co gasto medio por provincia das persoas hospedadas en hotéis de maior categoría, referido ao ano 2005, que é o último do que atopamos datos desagregados a nivel provincial:

Cadro 11: Gasto medio do usuario de hotéis de tres ou máis estrelas, Galicia, 2005 (euros/día)

	A Coruña	Lugo	Ourense	Pontevedra	Galicia
Aloxamento	48,54	41,41	49,99	48,83	48,20
Comida	41,91	36,72	34,95	42,81	41,48
Compras non alimentarias	13,52	7,93	5,78	16,12	13,72
Desprazamentos	6,40	8,65	6,94	7,54	7,09
Lecer e outros gastos	12,45	10,88	11,35	17,30	14,30
Gasto total persoa/día	122,83	105,59	109,01	132,60	124,78

Fonte: IGE

Como podes observar, en Pontevedra o gasto medio diario é o máis alto, debido principalmente á existencia dun maior número de hotéis de tres, catro e cinco estrelas.

Segundo Turgalicia, no ano 2007 o gasto medio do/da turista de verán en Galicia foi de 77,78 euros, dos cales se dedican a comida 26,19 euros, a aloxamento 20,83 euros, 7,65 euros a desprazamentos interiores, 9,34 euros a compras e 13,77 euros a lecer e outros gastos.

En canto aos/ás visitantes que recibe Galicia, tratándose de visitantes estivais, segundo o informe de Turgalicia citado anteriormente, a súa estancia media é de máis de 15 días. De todos os xeitos, a duración da estancia máis frecuente é dunha semana.

5.1.2.2. Perfil da clientela

¿Cal é o tipo de clientela que acode aos hotéis galegos?

Do total de turistas que visitan Galicia, o 15,70% son estranxeiros/as, e o 84,30% son españois/españolas. O 24,90% dos/das turistas españois que nos visitan son de Galicia e séguenlles, por orde de preferencia, os de Madrid e Cataluña. En canto ao turismo externo, os principais países de procedencia dos estranxeiros/as son Portugal, Francia e Alemaña.

En canto ao perfil do turismo estival:

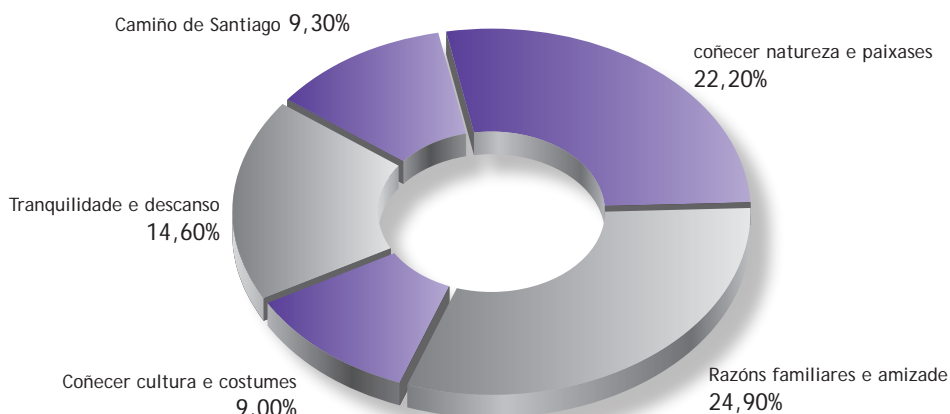
- O 76,10% teñen entre 19 e 50 anos.
- A estancia media é de 15 días.
- A maior parte do turismo é itinerante: percorre Galicia pola súa conta.
- A maioría viaxa en coche propio.
- O nivel de estudos é superior e medio nun 46,50%.
- Unha porcentaxe elevada de turistas viaxa sen efectuar reserva previa (o 50% faino sen reserva de aloxamento e o 73,9% sen reserva de transporte).

Ademais, a valoración que fan da oferta turística é alta, xa que supón unha media de 3,4 puntos nunha escala de un a catro.



A continuación mostrámosche un gráfico cos motivos polos que se desprazan os/as españois/ españolas e que terás que elaborar con relación á túa zona para clasificar os clientes/as potenciais da túa empresa:

Cadro 12: Gráfico representativo da motivación principal dos/das visitantes á hora de coñecer Galicia, 2007 (%)



Fonte: Afluencia turística a Galicia. Turgalicia

Os/as turistas que escollen a nosa comunidade autónoma como destino son, por norma xeral, fieis: o 73,6% dos/das turistas entrevistados xa coñecían Galicia, segundo o estudo Afluencia turística a Galicia en 2007, de Turgalicia.



40

Hai que destacar que neste último ano hai unha lixeira caída na motivación tranquilidade e descanso, xa que no ano 2006 era do 16,1% e baixa ata o 14,60% en 2007. Pola contra, sitúanse como principal motivación as razóns familiares ou de amizade, que pasan dun 21,90% en 2006 a un 24,9% en 2007, seguidas do interese por coñecer a natureza e a paisaxe (22,20%).

Non se pode ter en conta só os/as turistas como clientes/as dos hoteis galegos, posto que nos últimos anos aumentaron as viaxes de negocios que inclúen pernoitas en establecementos hoteleiros. Isto débese ás campañas levadas a cabo polos organismos oficiais de turismo para promover Galicia como sede de congresos e de convencións de empresa.

5.1.3. Definición dun método de cálculo xenérico do tamaño do mercado

5.1.3.1. Método de cálculo do tamaño do mercado dun hotel

¿Como podo calcular o tamaño do mercado?

O primeiro que deberás analizar é a localización do hotel en caso de que a localización sexa un aspecto importante para o tipo de negocio que tes pensado. Por exemplo: hotel situado nos arredores de Ferrol. A continuación propómosche un modelo para realizar esta análise.

O modelo que che propomos consiste en:

1. Identificar cales son as variables que determinan a idoneidade dunha localización.

Exemplo: valoración localización

Variables	Ponderación	Valor (1 a 10)		
		Narón	Fene	Ares
Comunicacións (liñas autobús, etc.)				
Acceso				
Distancia a lugares de interese				
TOTAL				

2. Ponderar entre 0 e 100 a importancia dos factores.

Exemplo: valoración localización

Variables	Ponderación	Valor (1 a 10)		
		Narón	Fene	Ares
Comunicacións (liñas autobús, etc.)	30			
Acceso	50			
Distancia a lugares de interese	20			
TOTAL	100			



3. Puntuar entre 1 e 10 cada unha das variables para cada zona. Valoración localización.

Exemplo: valoración localización

Variables	Ponderación	Valor (1 a 10)		
		Narón	Fene	Ares
Comunicacións (liñas autobús, etc.)	30	9	5	9
Acceso	50	8	5	9
Distancia a lugares de interese	20	8	9	6
TOTAL	100			

4. Multiplicar o valor dado a cada variable polo factor de ponderación e sumar os valores de cada zona. Exemplo: Narón: $(30 \times 9) + (50 \times 8) + (20 \times 8) = 830$.

Exemplo: valoración localización

Variables	Ponderación	Valor (1 a 10)		
		Narón	Fene	Ares
Comunicacións (liñas autobús, etc.)	30	9	5	9
Acceso	50	8	5	9
Distancia a lugares de interese	20	8	9	6
TOTAL	100	830	580	840

5. A mellor localización neste caso sería Ares.

O outro factor a ter en conta é a cantidade de clientes/as potenciais para o teu hotel. Para estimar o mercado, continuando co exemplo anterior, propómosche os seguintes pasos:

1. Definir quen é o teu público obxectivo para cada un dos servizos que vas ofrecer. Exemplo: empresas.

2. Estimar o mercado potencial total para a mellor das situacións.

a. Exemplo: o total de turistas que acoden á zona é de 100.000.

b. Se o 20% puidesen ser os teus clientes/as, o hotel podería chegar a ter 20.000 hóspedes.

3. Analizar cantos clientes/as son necesarios para cubrir os gastos de funcionamento do hotel.

4. Se o número de clientes/as necesario é próximo a 20.000, o proxecto é moi arriscado, porque a oferta é moi ampla e é difícil que un só establecemento acolla o 20% da demanda. Nese caso, deberíamos facer unha análise, a través de entrevistas, doutros hoteis similares noutras cidades e aprender da súa experiencia.

5. Se o número de clientes/as necesario é pequeno -por exemplo, 5.000-, é probable que teñamos éxito, porque 20.000 é un número moi elevado de persoas que manifestaron interese en comparación coas 5.000 que necesitamos para garantir a viabilidade do negocio.

Podemos concluir dicindo que o tamaño de mercado dun hotel non é fácil de calcular, independentemente do tipo de servizo que vaias prestar e da clientela potencial que exista para acudir a el. O éxito do teu negocio radica nunha boa promoción e calidade.



5.2. Márketing

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > CALES SON OS SERVIZOS XERALMENTE OFERTADOS.
- > OS PREZOS MEDIOS OU ORIENTATIVOS NOS ESTABLECEMENTOS.
- > AS CARACTERÍSTICAS DA FORZA DE VENDAS.
- > AS PRINCIPAIS ACCIÓNS PROMOCIONAIS UTILIZADAS POLAS EMPRESAS.

Como reflexión deste apartado apuntaremos as seguintes conclusións:

- Ademais do servizo de aloxamento, é habitual ofertar outro tipo de servizos complementarios para diferenciarse en función da categoría e da especialización do hotel.
- Un xeito de diferenciarse en prezo e servizo é conseguir o Q de calidade, para o que é necesario cumprir a normativa do ICTE.
- A promoción máis favorable é a realizada polos propios clientes/as que quedan satisfeitas co servizo, polo que se lle debe conceder importancia á calidade neste sentido.



5.2.1. Produto

¿Que produtos lle podo ofrecer á miña clientela?

Os hoteis da zona ofrecen distintos servizos en función da súa categoría, especialización e localización.

Aínda que a maioría destes servizos adoitan ser comúns nos hoteis da mesma categoría, tamén existen servizos destinados a satisfacer a demanda dun determinado tipo de cliente/a: piscina, piscina climatizada, aluguer de bicicletas, golf e salóns para a celebración de convencións.

Os servizos máis habituais nos hoteis da zona son:

- Calefacción
- Televisión
- Teléfono
- Pagamento con tarxeta de crédito
- Bar-cafetaría
- Restaurante

- Minibar
- Ascensor
- Garaxe e/ou aparcadoiro

Ademais, existen outros servizos complementarios que supoñen un importante elemento diferenciador sobre os nosos competidores/as potenciais e, nalgúns casos, unha fonte complementaria de ingresos, xa que non todos estes servizos están incluídos no prezo da cuarto.

Entre os servizos complementarios atopámonos con:

- Instalacións e cuartos adaptados a persoas con mobilidade reducida
- Aire acondicionado nos cuartos
- Antena parabólica
- Vídeo nos cuartos
- Cuarto con salón-suite
- Internet nos cuartos
- Secador de pelo nos cuartos
- Xardín/Terraza
- Servizo de cuartos 24 horas
- Caixa forte individual
- Servizo médico
- Discoteca
- Salóns para convencións
- Golf
- Admisión de cans
- Piscina e piscina climatizada
- Aluguer de bicicletas



44

É importante sinalar que os hoteis que entre os seus servizos complementarios inclúen os salóns para a celebración de convencións ofertan, ademais, servizos complementarios para o desenvolvemento deste tipo de actividades.

Estes servizos inclúen:

- Área de recepción
- Fax
- Fotocopiadora
- Megafonía
- Encerado de papel
- Podios
- Proxectores
- Salóns divisibles
- Servizo postal
- Taboleiros de anuncios

- Teléfono
- Vídeo
- Acceso á Internet
- Gardarroupa
- Pasarela-Desfile
- Servizo de seguridade
- Tradución simultánea
- Relacións públicas
- Gravación de son

No momento de iniciarte na actividade, unha vez que estudaches a túa competencia e os servizos que vas ofrecer no hotel, debes determinar cales son as instalacións necesarias. En función da especialidade do establecemento e do nicho de mercado que escollas, deberás pensar o xeito de captar clientes/as, ben a través de xornadas deportivas, de descanso, xornadas gastronómicas, turísticas, etc.

Unha forma de diferenciación e de aposta polo bo servizo é a obtención do Q de calidade; para iso cómpre pasar unha auditoría que confirme o cumprimento da normativa exixida polo ICTE.

Nas comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal atopamos dous hoteis co Q de calidade turística (un de catro estrelas e un de tres estrelas).

5.2.2. Prezo

¿Que aspectos debo ter en conta para establecer un prezo?

¿Debo modificar o prezo pola estacionalidade?

O prezo dos hoteis é libre, é dicir, non hai ningunha normativa que estableza uns máximos e mínimos recomendables, polo que é establecido polos propietarios/as dos establecementos. Neste sentido, debes ter en conta que o prezo óptimo é aquel que, sendo razoable para a economía da túa clientela potencial, permite absorber os custos da explotación e, ademais, obter un beneficio.

Recorda que no prezo vai incluído o dereito a gozar dunha serie de instalacións, pero hai outros servizos complementarios que se poden facturar á parte: minibar, restaurante, salas de reunións, etc. Os prezos dos servizos complementarios adoitan ser constantes ao longo do ano, a diferenza do prezo do cuarto, que acostuma estar condicionado pola estacionalidade nos ingresos da empresa.

En hostalaría distínguense principalmente dúas tempadas: unha alta (a de maior ocupación), na cal os hoteis soben as tarifas, e outra baixa, na que se reduce o prezo para atraer a clientela. Deste xeito, o prezo da tempada baixa convértese nun elemento de promoción. Nalgúns casos, ademais, atopamos hoteis que dispoñen dunha tempada intermedia (Nadal, Semana Santa, Entroido, etc.) na que establecen un prezo medio entre as tarifas das dúas tempadas anteriores.

Cómpre ter en conta que nesta actividade o prezo pode sufrir oscilacións tamén en función do tipo de cliente/a, posto que é habitual que os/as profesionais e as empresas gocen de prezos bonificados. Debes informarte sobre as tarifas aplicadas ás empresas ou grupos preparados, que adoitan viaxar con desconto, ou a posibilidade de contratar un servizo de talonarios de viaxe. Este sistema de



talonarios supón a compra duns billetes con desconto (variable en función da empresa que os emita) que lles permite aos clientes/as aloxarse en calquera hotel adscrito a ese servizo. Estes bonos son concertados por empresas especializadas, de carácter público (“A escapada galega”, de Turgalicia) ou privado e son interesantes para atraer clientela en tempada baixa.

A continuación ofrecémosche unha táboa cos prezos medios segundo o tipo de cuarto, a tempada e a categoría do establecemento:

Cadro 13: Prezos estimados medios segundo hotel por noite na zona, 2007 (euros)

	Tempada alta		Tempada baixa		Diferenza %	
	Cuarto dobre	Cuarto individual	Cuarto dobre	Cuarto individual	Cuarto dobre	Cuarto individual
Catro estrelas	136,05	110,53	58,07	58,07	77,98	52,46
Tres estrelas	126,05	90,65	82,56	59,71	43,49	30,94
Dúas estrelas	60,50	48,60	58,90	43,55	1,60	5,05
Unha estrela	58,35	45,00	43,58	32,89	14,77	12,11

Fonte: Turgalicia

Á hora de fixar o prezo do produto, debes considerar a categoría do teu hotel e a túa competencia. Neste sentido, as tarifas aplicadas van ser moi variables e debes elixir o teu posicionamento en función da túa estratexia comercial (cun prezo máis alto ou máis baixo).

Outro elemento que debes ter en conta á hora de fixar os teus prezos é a calidade dos teus servizos. Por norma xeral, os clientes/as entenden que un servizo de calidade ten un prezo maior que aquel que non a ten, polo que se o cliente/a percibe que o servizo que se lle está prestando é de boa calidade poderalle repercutir no prezo.



5.2.3. Forza de vendas

¿Como se produce a venda do servizo?

Cómpre ter en conta que na procura de aloxamento, na maior parte dos casos, a venda se produce por medio dunha reserva telefónica, aínda que tamén hai ocasións en que se utiliza a participación dun intermediario (axencia de viaxes, empresa, familiar, etc.). Neste sentido, e segundo manifestou o empresariado entrevistado, as páxinas web funcionan, polo momento, como método publicitario pero non serven para realizar a venda.

Unha das medidas que se destaca para conseguir clientes/as, especialmente ao principio, é a presentación da empresa a axencias de viaxes a través de catálogos ou presentacións persoais (dependendo da localización) co fin de que se coñeza e poida ser incluída en certos paquetes turísticos organizados polas propias axencias.

5.2.4. Promoción

¿De que ferramentas dispoño para dar-me a coñecer?

Unha das actividades imprescindibles para os hotéis é a promoción dos seus servizos e instalacións, ao principio para darse a coñecer e despois para diferenciarse e gañar clientela.

Unha forma de promocionarse de xeito pouco custoso é utilizar o sistema de Turgalicia, empresa financiada pola Dirección Xeral de Turismo, que apoia as empresas galegas por medio de presentacións da oferta turística. Deste xeito, a súa páxina web preséntanos as diferentes empresas que conforman a oferta turística galega, onde aparece información sobre os diferentes establecementos hoteleiros, a súa localización, servizos, tarifas, etc. Este servizo é de carácter gratuito e permite a reserva de cuartos dende a páxina web.

A inscrición nos rexistros de Turgalicia realízase unha vez superada a inspección realizada pola Dirección Xeral de Turismo. Cubrirase o formulario que para ese efecto fornece o organismo coas características do establecemento, os servizos ofrecidos, prezos orientativos, etc. Tamén este organismo lle facilita de xeito gratuito ao establecemento un fax para comunicación directa.

Así mesmo, outra posibilidade de promoción indirecta é a que ofrecen as asociacións de empresarios/as, os padroados de turismo, a Xunta a través da Dirección Xeral de Turismo, etc. Este tipo de organismos poden ter un alcance ou ámbito de actuación amplo, e o soporte habitual que utilizan é unha guía turística na que se inclúen os establecementos que ofertan servizos relacionados co turismo (hotéis, restaurantes, tendas de souvenirs, etc.). A inclusión neste medio de promoción é gratuíta para os socios/as destes organismos.

As fórmulas de comunicación directa publicitaria son variadas dependendo do grao de formación da xerencia, tamaño do establecemento, capacidade financeira, etc. Basicamente, as dúas vías publicitarias máis utilizadas son as tarxetas de visita e as guías-catálogo. Outras fórmulas habituais son os anuncios en paneis publicitarios.

No momento de apertura, para mellorar a publicidade e potenciar a imaxe do hotel, adóitanse enviar catálogos ou correos ás axencias de viaxe a nivel nacional e internacional. No ámbito local ou comarcal o habitual é invitar a os/as representantes das axencias ao hotel para que o coñezan e poidan promovelos.

Con todo, polas propias características desta actividade como servizo, o mellor xeito de darse a coñecer é o feito de que o cliente/a se vaia satisfeito. Neste sentido, á hora de gañar clientela é esencial a calidade e o trato no servizo, que ademais funciona como elemento diferenciador da competencia.

Cabe citar aquí como outra posible ferramenta de promoción os plans de excelencia turística que desenvolven algúns concellos de Galicia en colaboración coas tres administracións públicas. Por medio destes plans podes dar a coñecer o teu negocio e, ao mesmo tempo, beneficiarte das facilidades deste plan: promoción turística, turismo idiomático, formación para persoas relacionadas directa ou indirectamente coa actividade turística, así como unha campaña de sensibilización da poboación, e diferentes actividades dentro da propia cidade, todo isto subvencionado pola Administración.



5.3. Análise económico-financeira

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > *UNHA ESTIMACIÓN DOS INVESTIMENTOS NECESARIOS PARA O INICIO DA TÚA ACTIVIDADE.*
- > *AS PARTIDAS DE GASTOS MÁIS IMPORTANTES NO DESENVOLVEMENTO DA TÚA ACTIVIDADE.*
- > *ESTRUTURA DA CONTA DE RESULTADOS.*
- > *AS FONTES DE FINANCIAMENTO MÁIS UTILIZADAS ENTRE OS ESTABLECEMENTOS.*

Este punto resultarache especialmente importante á hora de avaliar de xeito aproximado o investimento necesario para iniciar a túa actividade. Basicamente poderás extraer as seguintes conclusións:

- Destaca o forte investimento a realizar, principalmente na compra do terreo e a súa edificación, así como a obtención de permisos e licenzas.
- Dependendo do tipo de hotel e da súa localización, a marxe de contribución mantense, ben porque os ingresos son estables ao longo do ano, ben porque a tempada estival compensa a falta de ingresos da tempada baixa.
- As vías de financiamento principais adoitan ser o autofinanciamento e o financiamento alleo. Ademais, pódese optar por solicitar unha subvención oficial, cuxa porcentaxe varía en función do investimento e das características da súa concesión.



Nesta epígrafe trataremos de facilitarche un esquema para determinar a marxe ou beneficio da actividade, aínda que para iso debemos fixar un tipo de establecemento e unhas condicións que consideramos que se dan con bastante asiduidade dentro da actividade.

O modelo que tomamos como referencia é un hotel situado nos arredores dunha cidade, que posúe trinta cuartos, servizo de cafetería, restaurante e dúas salas de reunións con capacidade para vinte persoas.

Ten en conta que a normativa urbanística condiciona o tamaño do terreo e da propia construción e, ademais, esta normativa varía en cada concello.

5.3.1. Investimentos

¿Que desembolso teño que facer para iniciar a actividade?

Recolle os elementos do patrimonio destinados a servir de forma duradeira na actividade da empresa.

A estrutura financeira nas empresas hoteleiras é moi variable en función de diversos aspectos: dimensións do local, localización xeográfica ou categoría do hotel. Ademais, existen tamén diferenzas con relación ao réxime de explotación, é dicir, en propiedade, en arrendamento, en franquía, etc.

Imos considerar como empresa-tipo un establecemento hoteleiro de tres estrelas, en réxime de propiedade e situado nunha zona de influencia da cidade, con trinta cuartos.

O investimento está moi condicionado pola categoría que teña o teu hotel. Cada categoría presenta diferentes requirimentos (tamaño dos cuartos, calidade dos materiais, etc.), o que ten o seu efecto sobre o investimento. Para máis información, podes consultar o punto 6.2 (normas sectoriais de aplicación).

No seguinte cadro recollemos as partidas máis importantes para iniciar esta actividade:

Cadro 14: Investimentos mínimos necesarios (euros)

CONCEPTO	IMPORTE
Terreos	60.000
Construcións	300.000
Mobiliario e decoración	60.000
Equipamento	30.000
Equipamento informático	2.500
Gastos de constitución	6.000
Fondo de manobra	30.000
TOTAL	488.500

Fonte: Elaboración propia

Cómpre destacar que a superficie do terreo pode variar en función da normativa urbanística. Estas son cantidades orientativas, xa que poden variar en función da situación do soar e da calidade dos materiais de construción.

En canto ao mobiliario, determinamos uns cuartos dotados dos servizos mínimos ademais de televisión, teléfono e minibar. Tamén hai que sumar a cociña, a cafetaría, o comedor e as dúas salas de reunións.

Nos gastos de posta en marcha consideramos as necesidades publicitarias da apertura, así como os requisitos burocráticos e notariais.



5.3.2. Gastos

¿Cales son os gastos anuais medios da actividade?

Referímonos aos desembolsos necesarios para o exercicio da actividade. Debes saber que, durante un certo tempo, é posible que os ingresos non compensen os gastos. Debes facer un exercicio de previsión sobre o número de meses que pode producirse a situación exposta e, en consecuencia, contar con fontes de financiamento suficientes para afrontar o desfasamento económico temporal entre ingresos e gastos.

Cadro 15: Estimación de gastos (euros)

Aprovisionamentos	90.000
Soldos + Seguridade Social	153.426
Subministracións (luz, auga, combustible e comunicacións)	24.360
Mantemento	15.000
Servizos profesionais independentes	3.000
Traballos realizados por outras empresas	21.600
Seguros	2.000
Gastos financeiros	35.172
Amortizacións	25.700
Outros (publicidade, drogaría, oficina, etc.)	30.000
Tributos	600
TOTAL	400.858

Fonte: Elaboración propia



50

No caso dos gastos de persoal, imos considerar a seguinte estrutura: un cociñeiro/a, un axudante/a de cociña contratado a media xornada, dous camareiros/as fixos e un discontinuo/a, dous camareiros/as de piso, dous administrativos-as/recepcionistas e un/unha xerente.

Nos gastos de subministracións estamos considerando un gasto anual de luz (8.400 €), combustible (9.600 €), auga (3.000 €) e comunicacións (3.360 €).

Consideramos que os aprovisionamentos (alimentos e bebidas) para o servizo do comedor e os consumibles teñen unha natureza variable. Outros gastos como a enerxía e o combustible, en principio de carácter variable, non o son tanto neste tipo de negocio, xa que a variación no consumo de ter un cliente a ter o establecemento totalmente ocupado non faría variar excesivamente os importes por estes conceptos.

Dentro dos servizos profesionais independentes estamos considerando os de asesoría fiscal e contable (250 €/mes).

Na epígrafe traballos realizados por outras empresas incluímos os custos de lavandaría industrial. Neste suposto estimamos que supón 1.800 €/mes.

Dentro das amortizacións incluímos a amortización da construción, que consideramos que se realiza en 20 anos. Aínda que o habitual para este tipo de partida é de 50 anos, o uso que se lle dá a estas instalacións xustifica o argumento de tratar de amortizalas nun período menor ao habitual. Respecto ao mobiliario, decoración e equipamento (aparells de aire acondicionado e calefacción e teléfonos nos cuartos), consideramos que se amortiza en 10 anos, e os gastos de establecemento e o equipamento informático, en 5 anos.

5.3.3. Previsión de ingresos

¿Como podo realizar unha previsión de vendas?

Agora debemos estimar os ingresos que esperamos obter. Para iso necesitamos dúas variables fundamentais: prezo do cuarto e estimación do grao de ocupación que esperamos ter durante o exercicio. Debes ser prudente, sobre todo á hora de avaliar os días de ocupación.

Prezos cuartos:

20 cuartos dobres: 90 €

10 cuartos individuais: 70 €

Neste caso tivemos en conta unha tarifa media dos cuartos ao ano, pero debes recordar que nesta actividade os prezos oscilan considerablemente en función de diversos factores: a tempada na que nos atopemos (alta-media-baixa), prezos especiais para grupos, ofertas a empresas, etc.

Días de ocupación anual:

Para achar o número de clientes/as que poden visitarte cada ano, tes que estimar unha porcentaxe de ocupación sobre o total. Así, por exemplo, neste caso imos supor como obxectivo desexable unha ocupación anual do 60%. Neste caso, o hotel consta de trinta cuartos:

30 cuartos x 365 días = 10.950 persoas

Estas 10.950 persoas serían o número de clientes/as anuais no caso de que a ocupación do teu hotel alcanzase o 100%. Con todo, posto que consideramos unha ocupación obxectivo do 60%, o hotel terá ao ano unha media de 6.570 hóspedes:

10.950 persoas x 60% = 6.570 persoas

Ingresos por aloxamento:

En función dos datos obtidos nas entrevistas e dadas as características do hotel (pola súa situación), neste caso é aconsellable buscar un posicionamento entre a clientela de empresas, de maneira que constitúan o 80% dos/das hóspedes. Deste xeito, consegues unha ocupación máis equitativa durante todo o ano e evitas a estacionalidade nos ingresos (posto que nos meses de xullo a outubro as persoas hospedadas son, principalmente, turistas vacacionais).

Para calcular os ingresos por aloxamento, imos supor que un 60% dos/das hóspedes utilizan un cuarto individual e o resto un cuarto dobre:

6.570 (40%) = 2.628 x 90 € = 236.520 €

6.570 (60%) = 3.942 x 70 € = 275.940 €



Total ingresos por aloxamento:

$$236.520 + 275.940 = 512.460 \text{ €}$$

En canto aos ingresos por restauración, supuxemos un prezo medio do menú de 18 € por persoa.

Ingresos por comedor:

Para o cálculo deste punto consideramos unha media de 40 persoas/semana que utilicen o servizo de comedor:

$$40 \times 4 = 160 \text{ persoas/mes}$$

$$160 \times 12 = 1.920 \text{ persoas/ano}$$

$$1.920 \times 18 = 34.560 \text{ €/ano}$$

Ingresos por aluguer de salas:

O aluguer das salas ten un prezo variable en función do tempo de ocupación:

Media xornada: 120 €

Xornada completa: 180 €

Imos considerar que as salas de reunións están alugadas por unha media de 100 días ao ano e o 80% das reservas son por día completo:

$$100 (80\%) = 80 \times 180 = 14.400 \text{ €}$$

$$100 (20\%) = 20 \times 120 = 2.400 \text{ €}$$

$$\text{Total: } 14.400 + 2.400 = 16.800 \text{ €}$$

Total ingresos por servizos complementarios:

$$34.560 + 16.800 = 51.360 \text{ €}$$

$$\text{Total ingresos: } 512.460 + 51.360 = 563.820 \text{ euros}$$



5.3.4. Estrutura da conta de resultados

A continuación presentámosche unha sinxela conta de explotación onde rexistramos os ingresos e gastos da actividade. Evidentemente, a este resultado habería que deducirlle o correspondente imposto.

Cadro 16: Estrutura da conta de resultados (euros)

INGRESOS	563.820
Aloxamento	512.460
Servizos complementarios	51.360
GASTOS	400.858
Aprovisionamentos	90.000
Soldos + Seguridade Social	153.426
Subministracións (luz, auga, combustible e comunicacións)	24.360
Mantemento	15.000
Servizos profesionais independentes	3.000
Traballos realizados por outras empresas	21.600
Seguros	2.000
Gastos financeiros	35.172
Amortizacións	25.700
Outros (publicidade, drogaría, oficina, etc.)	30.000
Tributos	600
RESULTADO BRUTO DA EXPLOTACIÓN	162.962
% Sobre as vendas	28,90%

Fonte: Elaboración propia



5.3.5. Financiamento

O perfil de financiamento inicial máis común neste tipo de empresas atende principalmente a tres aspectos:

- Subvencións
- Autofinanciamento
- Financiamento alleo

Unha vez estudados os investimentos necesarios en función do modelo de establecemento, servizos e actividades complementarias que se van ofertar, etc., así como os gastos iniciais de posta en marcha, a estrutura financeira ampárase, inicialmente, nas achegas dos emprendedores/as e, en caso de non seren suficientes, recórrese aos fondos alleos. Convén que te informes sobre a posibilidade de obter algunha subvención, que se destina a amortizar parte do préstamo.

No balance, os fondos propios representan un 10% do investimento inicial previsto. Solicítase un préstamo de 439.650 euros a un tipo de xuro do 8% e a 15 anos.

Para rematar, a persoa emprendedora debe lembrar que, por regra xeral, a subvención oficial (en caso de concederse) se demora no tempo. O desfacemento temporal entre o pagamento do investimento e o cobramento da subvención debe ser previsto, ata os posibles xuros que derivasen de ter que acudir a un crédito bancario.

5.4. Recursos humanos

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > *O PERFIL PROFESIONAL REQUIRIDO PARA O DESENVOLVEMENTO DA ACTIVIDADE.*
- > *A ESTRUCTURA ORGANIZATIVA E OS SERVIZOS EXTERIORES MÁIS HABITUAIS.*
- > *O CONVENIO COLECTIVO APLICABLE Á ACTIVIDADE E QUE CONSTITÚE A NORMA BASE PARA A REGULACIÓN DA RELACIÓN EMPRESA-TRABALLADOR/A (SALARIO, XORNADA, VACACIÓNS, ETC.).*

As principais conclusións que poderás obter coa lectura deste punto resúmense a continuación:

- Os establecementos pequenos e de pouca categoría son atendidos case en exclusividade polos propietarios/as, axudados polos membros da unidade familiar.
- Nas escolas de hostalaría hai titulacións específicas para os postos desempeñados nos establecementos hoteleiros. Nos postos en que non haxa formación profesional específica, hai cursos organizados por organismos públicos e asociacións de empresarios/as.
- As principais áreas que se ceden para ser levadas no exterior son as referentes a contabilidade, fiscalidade e publicidade, en mans de asesorías. Nos establecementos de maior tamaño e capacidade financeira tamén se externalizan os servizos de lavandaría.



5.4.1. Perfil profesional

¿Que calidades debe ter a persoa responsable da actividade?

¿Cal é o perfil profesional dos teus empregados/as?

Este tipo de establecementos require os seguintes profesionais: xerente, cocineiro/a, axudante/a de cociña, administrativo/a, recepcionista, camareiro/a de piso e camareiro/a.

A xerencia deste tipo de establecementos adoita estar desempeñada por un técnico/a superior en hostalaría ou unha persoa diplomada en turismo, posto que require certos coñecementos específicos de funcionamento do sector. Tamén cabe a posibilidade de realizar un curso especializado en xestión de establecementos hoteleiros organizado por algunha asociación ou organismo.

Para o posto de cocineiro/a, axudante/a de cociña ou camareiro/a, é imprescindible, principalmente, a formación en escolas de hostalaría, aínda que tamén son válidos os cursos promovidos pola Xunta no Plan FIP ou por asociacións de empresarios/as.

Nos postos de administrativo/a requirese, basicamente, un técnico/a administrativo. No caso do posto de recepcionista, un factor importante a ter en conta é o trato co público, polo que é importante a formación en atención ao cliente/a ou servizo telefónico.

En canto aos postos de camareiro/a de piso, neste caso non se adoita exixir unha formación profesional específica, aínda que é aconsellable coñecer e participar en cursos de organismos públicos ou asociacións para coñecer a actividade a desempeñar. Nalgunhas ocasións, a formación impártese no propio establecemento hoteleiro por parte dun encargado/a.

O persoal que traballa neste tipo de establecemento deberá estar en posesión do carné de manipulador/a, por ser unha actividade que require a manipulación de alimentos.

É recomendable que as persoas traballadoras deste tipo de empresa dominen idiomas (inglés, francés e alemán, preferiblemente), sobre todo aqueles/as que tratan directamente coa clientela. Así mesmo, é cada vez máis frecuente a utilización de persoal en prácticas procedente das escolas de hostalaría. Isto permitirache abaratar custos e dispor de persoal formado especificamente.

No punto 7.5 (Anexo de formación) atoparás información máis detallada sobre os cursos e centros nos que se imparten.

5.4.2. Estrutura organizativa

¿Como debe estar organizada a empresa?

A estrutura simple dun hotel similar ao establecido como tipo nesta guía (trinta cuartos) ten nove empregados/as e desagregase do seguinte xeito:

• Xerente (1)	Dirección, aprovisionamentos e supervisión do servizo
• Cociñeiro/a (1)	Elaboración da comida e xefe/a de cociña
• Axudante/a de cociña/ pinche (1)	Colabora na elaboración dos menús a media xornada
• Camareiros/as (2)	Un/unha de comedor e un/unha de bar, mentres que en tempada alta adóitase contratar outra persoa media xornada
• Administrativo/a/ recepcionista (2)	Contabilidade e recepción de clientela
• Camareiro/a de piso (2)	Persoa que se encarga da limpeza de cuartos e baños

A estrutura organizativa do hotel considerado na análise económico-financeira está composta por un/unha xerente, labor desempeñado xeralmente polo propietario/a ou un dos socios/as, axudado por dúas persoas en administración/recepción, unha persoa en comedor, dúas en limpeza de cuartos, dúas na cociña e un camareiro/a para atender a cafetería.

Nos establecementos pequenos e cunha marcada estrutura familiar, a xerencia é desempeñada polo dono ou dona do hotel e as tarefas principais repártense entre os membros da familia. En determinados casos, contrátanse unha ou dúas persoas, pero non é o habitual.

Nos establecementos de maior categoría e principalmente naqueles que apostan pola calidade, a xerencia é desempeñada por unha ou dúas persoas (o dono/a ou algunha das persoas socias) que se encargan da captación da clientela, negociación con provedores/as e a revisión dos servizos ofertados.



O persoal dun hotel pódese ver incrementado en función da categoría e do número de prazas do establecemento, xa que, en ocasións, se contrata persoal eventual para servizos diversos: reunións, celebracións, banquetes, etc., ademais das épocas do ano en que se incrementan notablemente as vendas (verán, Semana Santa, Nadal).

En relación coa calidade no servizo, á hora de diferenciarte da competencia debes ter en conta a contratación de profesionais cunha alta cualificación. O teu hotel podería dispor, ademais das mínimas persoas necesarias, dun maítre, un botón e dun número de camareiros/as e limpadores/as de piso máis ou menos numeroso en función da atención que se lle queira ofrecer á clientela. Deberás considerar que todo este persoal incrementará os gastos de funcionamento do negocio.

Tratándose dun establecemento de maior dimensión e/ou con servizos especiais (celebracións de reunións, conferencias, congresos, convencións, etc.), as necesidades de persoal ampliáanse. En tal caso, poderíamos falar dun persoal formado por unha persoa encargada das relacións públicas; varias azafatas, que deberán dominar polo menos dous idiomas estranxeiros; técnicos/as electricistas, etc.

Neste sentido, a estacionalidade é un factor importante, pois nas épocas de maior demanda incrementáse o volume de contratos temporais e a tempo parcial, sobre todo en hoteis de praia ou zonas máis turísticas.

5.4.3. Servizos exteriores

¿Que funcións se delegan a empresas externas?



Entre os establecementos hoteleiros é habitual que certas funcións administrativas sexan subcontratadas. Estes servizos exteriores adoitan consistir en asistencia laboral contable e fiscal. Ademais, nestes negocios é habitual subcontratar tamén o servizo de lavandaría.

56

5.4.4. Convenios colectivos aplicables

¿Existe algún convenio colectivo específico que regule a actividade en materia laboral?

En materia laboral, existe un convenio colectivo de hostalaría, que ten por ámbito territorial a provincia da Coruña.

- Convenio Colectivo de Hostalaría, publicado no Boletín Oficial da Provincia do 29 de setembro de 2007, e que ten vixencia ata o 31 de decembro de 2010. Hai ademais publicada unha revisión salarial (BOP 15/03/2008) e unha corrección de erros (BOP 06/05/2008).

Por outra banda, existen diversos convenios de empresa. É dicir, específicos para cada un dos hoteis.

6. VARIOS





6. VARIOS

6.1. Réximes fiscais preferentes

O réxime fiscal para a declaración de resultados depende, en primeiro lugar, da condición xurídica adoptada pola empresa.

- As empresas con forma de sociedade declaran os seus resultados nun imposto específico, o imposto sobre sociedades (IS).
- Os empresarios/as individuais declaran os resultados do negocio no imposto sobre a renda das persoas físicas (IRPF).

Como sabemos, neste segundo caso o cálculo do resultado empresarial pode realizarse de tres xeitos:

- Estimación directa simplificada, cando o importe neto da cifra de negocios non supere os 601.012 €.
- Estimación directa normal, cando o importe neto da cifra de negocios supere os 601.012 €.
- Estimación obxectiva por módulos, baseándose nuns parámetros determinados. A este tipo de estimación só poden acollerse os hoteis con categoría dunha ou dúas estrelas.

No referente ao IVE, cando te dás de alta nunha actividade de hostalaría, Facenda inclúete directamente na epígrafe correspondente a ese sector, quedando incluídos no réxime simplificado de IVE. O IVE que se aplica neste tipo de establecementos é o 7%, con independencia do tipo de servizo prestado (cafetería, minibar, instalacións, cuartos, etc.) e mesmo da categoría deste. Pero podes renunciar a el e acollerte ao réxime xeral, aínda que este exige cumprir bastantes obrigas formais, como:

- Levar un libro de rexistro das facturas recibidas polas adquisicións ou importacións de bens.
- Conservar os xustificantes de pagamento dos índices ou módulos aplicados.
- Conservar, por orde de data, as facturas e os documentos correspondentes á liquidación do imposto por adquisicións intracomunitarias, investimento do suxeito pasivo e importacións.



6.2. Normas sectoriais de aplicación

A regulación deste tipo de establecementos compete á Dirección Xeral de Turismo, pertencente á Consellería de Innovación e Industria, mediante a aplicación e vixilancia do cumprimento da normativa estatal e local publicada a este respecto. Mentres non se desenvolva regulamentariamente a Lei 14/2008, do 3 de decembro, de turismo de Galicia, a normativa aplicada a esta actividade recóllese no Decreto 267/1999, do 30 de setembro, polo que se establece a ordenación dos establecementos hoteleiros (DOG 201, do 18 de outubro de 1999). Hai ademais publicadas dúas correccións de erros (DOG 24-11-1999 e DOG 28-03-2000).

Esta actividade require moito papelorio, debido a que a autorización de apertura dun hotel exige diversos trámites legais que se xestionan nos organismos correspondentes.

Estes establecementos deben cumprir toda unha serie de normas en materia de hixiene e seguridade. Así mesmo, están suxeitos ás normas que, sobre seguridade de locais públicos, teñen os diferentes concellos.

O Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) é unha entidade de certificación de sistemas de calidade especialmente creada para empresas turísticas. As súas funcións básicas resúmense na creación dunhas normas de calidade turística, unha certificación conforme o establecemento cumpre un sistema de calidade e as súas correspondentes normas.

Os sistemas de calidade desenvolvidos polo ICTE están orientados de forma específica ao sector turístico español e responden a unha metodoloxía común, pero adaptada a cada un dos subsectores ou produtos. Están orientados á mellora da calidade competitiva, podendo exhibirse o símbolo de calidade do instituto (Q). Os seus métodos son adaptables á política de calidade de cada establecemento e compatibles coa norma ISO 9000.

No referente á avaliación do local, requírese que o dono/a faga unha análise do seu negocio pero tamén é imprescindible realizar unha auditoría externa que asegure o cumprimento das normas exixidas polo plan. Os establecementos acollidos a este sistema contan coa posibilidade de recibir asistencia técnica completa ou nun grao parcial, en función das súas necesidades.

As asociacións galegas adheridas ao ICTE, así como unha maior información sobre a calidade turística e normativa, pódese obter consultando a súa páxina web: www.ictes.es.



6.3. Axudas

Existen varias posibilidades de obter axudas para a posta en marcha do teu establecemento. 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>).

Con relación aos hoteis, citámosche a continuación as publicadas o ano 2008 para que poidas consultalas:

- Orde do 18 de marzo de 2008 pola que se establecen as bases reguladoras para a concesión, en réxime de concorrencia competitiva, das subvencións a empresas privadas para a creación e mellora de establecementos turísticos, e se procede á súa convocatoria para o ano 2008 (IN983G). (DOG 08/04/2008).
- Orde do 18 de marzo de 2008 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 e se procede á súa convocatoria para o ano 2008 (IN983E). (DOG 08/04/2008).

Especificamente para a zona de Ferrol, Eume e Ortegal existen axudas, tanto do IGAPE como do Ministerio de Industria, Turismo e Comercio:

- IGAPE: apoio financeiro aos establecementos turísticos, hostalaría e comercio polo miúdo nas comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal (DOG 05/10/2007, DOG 26/12/2007 e DOG 26/06/2008), (<http://app.igape.es/.axudas/>).
- Ministerio de Industria, Turismo e Comercio: axudas dirixidas a corrixir desequilibrios ligados á actividade industrial que especificamente se dan nas comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal. (BOE 03/11/2008), (<http://www.mityc.es/ReindusFerrol/>).



6.4. Organismos

6.4.1. Organismos oficiais

TURGALICIA

Dirección Xeral de Turismo
Estrada Santiago-Noia, km 3 (A Barcia)
15896 Santiago de Compostela
Tel.: 981 54 25 00
Fax: 981 54 26 59
E-mail: cir.turgalicia@xunta.es

DIRECCIÓN XERAL DE TURISMO

Praza de Mazarelos, 15
15703 Santiago de Compostela
Tel.: 981 54 63 77
Fax: 981 54 63 58

SUBDIRECCIÓN XERAL DE ORDENACIÓN DO TURISMO

Tel.: 981 54 63 53
Fax: 981 54 63 56

SERVIZO DE INSPECCIÓN DO TURISMO

Tel.: 981 54 63 80
Fax: 981 54 63 81

SERVIZO DE ORDENACIÓN DO TURISMO

Tel.: 981 54 63 65
Fax: 981 54 63 71

SERVIZO PROVINCIAL DE TURISMO DA CORUÑA

Praza Luís Seoane, s/n
15008 A Coruña
Tel.: 981 18 46 74
Fax: 981 18 46 78

INSTITUTO PARA LA CALIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA

Raimundo Fernández Villaverde, 57
28003 Madrid
Tel.: 91 533 10 00
Fax: 91 597 09 45
E-mail: info@icte.es

6.4.2. Asociacións profesionais

Existen diversas asociacións e federacións hoteleiras por toda a xeografía española, de ámbito local, comarcal, rexional, etc. A continuación detallamos as máis significativas para a actividade de hostalaría:

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (FEHR)

Camino de las Huertas, 18 - 1ª planta
28233 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel.: 91 352 91 56
Fax: 91 352 90 26



ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTALARÍA DA CORUÑA

Novoa Santos 6-8, 1º
15006 A Coruña
Tel.: 981 29 54 00

ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE HOSPEDAXE DA CORUÑA (HOSPECO)

Praza de Luís Seoane, torre I-entrepiano
15008 A Coruña
Tel.: 981 13 37 02
Fax: 981 132 598
Correo electrónico: información.empresa@cec.es

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTALARÍA

Rúa Real, 73-75
15315 Ferrol
Tel.: 981 35 08 92
Fax: 981 36 92 23

6.4.3. Centros de estudo

A continuación citamos algúns dos existentes:

CENTRO SUPERIOR DE HOSTALARÍA DE GALICIA

Estrada Santiago-Noia, km 1. A Barcia
15896 Santiago de Compostela
Tel.: 981 54 25 19
Fax: 981 54 25 90
E-mail: cshg@xunta.es

CICLOS FORMATIVOS DE GRAO MEDIO E SUPERIOR

Impartidos nos centros de Formación Profesional dentro da rama de hostalaría e turismo:

IES Fraga do Eume (Pontedeume), ofrece ciclos formativos de: servizos de restaurante e bar, restauración, así como de cociña e gastronomía.

IES Sofía Casanova (Ferrol), ofrece o ciclo formativo de axencias de viaxes.

IES Rosalía de Castro (Santiago), ofrece ciclos formativos de: axencias de viaxes, información e comercialización turísticas e animación turística.

CIFP Compostela (Santiago), ofrece ciclos formativos de: servizo de restaurante e bar, aloxamento, restauración, cociña e gastronomía.

ESCOLA DE HOSTALARÍA SAN JAVIER

Maxistrado Manuel Artime, 10
15004 A Coruña
Tel.: 981 25 88 89
Fax: 981 16 03 29

CENTRO DE ESTUDIOS HOSTELEROS

Félix Acevedo, 5
15008 A Coruña
Tel.: 981 17 32 56
Fax: 981 17 09 03



FUNDACIÓN BELARMINO FERNÁNDEZ

Pazo de Ribas, 66. Sober
27466 Lugo
Tel.: 982 46 04 69

CENTRO DE FORMACIÓN DE HOSTALARÍA

Marcelo Macías, 132 baixo
32002 Ourense
Tel.: 988 24 06 89

ESCOLA DE HOSTALARÍA DE VIGO HARINA BLANCA

Estrada Vella de Madrid, 74. Vigo
36214 Pontevedra
Tel.: 986 26 48 22



6.5. Páxinas útiles na Internet

No punto 7.7 (Anexo de páxinas web de interese) relacionamos aquelas páxinas web que consideramos vinculadas de forma directa ou indirecta coa túa futura actividade.



6.6. Bibliografía

- *Encuesta de presupuestos familiares* - INE.
- Directorio Central de Empresas (DIRCE) - INE.
- *Encuesta de ocupación hotelera*. Ministerio de Comercio y Turismo. Secretaría General de Turismo-Turespaña. Dirección General de Política Turística.
- Instituto de Estudios Turísticos: Frontur y Familitur.
- Instituto Galego de Estatística.
- Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).
- *Afluencia turística a Galicia no ano 2007*. Dirección Xeral de Turismo de Turgalicia.



6.6. Glosario

Ameazas: Forzas do contorno que impiden a implantación dunha estratexia, reducen a súa efectividade, incrementan os riscos desta ou os recursos necesarios, ou reducen a rendibilidade ou os ingresos esperados.

Amortización: Tratamento contable que recolle a perda de valor dos activos fixos, é dicir, de bens da empresa tales como vehículos, maquinaria, mobiliario, etc.

Barreiras á entrada: Mecanismos que dificultan ou evitan por completo a entrada de nova competencia no mercado.

Barreiras á saída: Factores de tipo económico, estratéxico ou emocional que fan que unha empresa siga competindo nun negocio, aínda cando os seus resultados sexan insatisfactorios ou mesmo negativos.

Beneficio sobre investimento: Porcentaxe que resulta de dividir o beneficio entre o importe que representan os investimentos necesarios para o arranque.

Beneficio sobre vendas: Porcentaxe que resulta de dividir o beneficio entre os ingresos obtidos polas vendas.

Condición xurídica: Estrutura legal que pode adoptar unha empresa.

Contexto sectorial ou sector industrial: Conxunto de empresas que comparten unha mesma tecnoloxía.

Forza de vendas: Conxunto de persoas que se ocupan de todas as tarefas relacionadas directamente coa venda dos produtos fabricados ou distribuídos pola empresa.

IAE (imposto de actividades económicas): Tributo que grava o exercicio das actividades empresariais, profesionais ou artísticas, exérganse ou non en local determinado. É obrigatorio para toda sociedade, empresario/a ou profesional e fórmulase separadamente por cada actividade. O prazo é de dez días hábiles antes do inicio da actividade e a validez é dun ano natural. Renóvase automaticamente.

Marxe bruta: Diferenza entre os ingresos por vendas e os custos directos necesarios para a súa obtención.

Marxe comercial: Diferenza entre o prezo de venda e o prezo de custo do produto. Adóitase expresar en termos de porcentaxe respecto do prezo de venda.

Mercado: Conxunto de consumidores/as capaces de comprar o produto ou o servizo que se vai ofrecer a través da nova empresa.

Oportunidades: Todo aquilo que poida supor unha vantaxe competitiva para a empresa ou represente unha posibilidade para mellorar a cifra de negocios ou a rendibilidade.

Plan de empresa: Documento no que se analiza o contido do proxecto empresarial e no que se describen todos os elementos da empresa.

Produtos substitutivos: Produtos que satisfán as mesmas necesidades.



Público obxectivo: Segmento ou segmentos de mercado aos que a empresa dirixe a súa oferta comercial.

Puntos débiles: Capacidades, recursos, posicións alcanzadas, etc., que constitúen vantaxes competitivas que poden servir para explotar oportunidades ou superar ameazas.

Puntos fortes: Aspectos que limitan ou reducen a capacidade de desenvolvemento da estratexia e constitúen unha ameaza para a organización.

Segmentos do mercado: Divisións dun mercado segundo características comúns.

Vantaxe competitiva: Característica ou atributo que posúe un produto ou unha marca que lle dá unha certa superioridade sobre os seus competidores/as inmediatos.

Viabilidade económica: Calidade dun proxecto, unha vez que alcanza a súa capacidade de produción plena e deducidos todos os seus custos, de obter un excedente (beneficio) suficiente para facer fronte ao custo da súa débeda, á remuneración dos seus/súas accionistas e o financiamento dunha parte do seu crecemento.

Plan de empresa: Documento no que se analiza o contido do proxecto empresarial e no que se describen todos os elementos da empresa.

Produtos substitutivos: Produtos que satisfán as mesmas necesidades que os que oferta a nova empresa.

Puntos fortes: Capacidades, recursos, posicións alcanzadas, etc., que constitúen vantaxes competitivas que poden servir para explotar oportunidades e/ou superar ameazas.

Puntos débiles: Aspectos que limitan ou reducen a capacidade de desenvolvemento da estratexia e que constitúen unha ameaza para a organización.

Público obxectivo: Segmento ou segmentos de mercado aos que a empresa dirixe a súa oferta comercial.

Segmentos do mercado: Divisións dun mercado segundo características comúns.

VAB (valor engadido bruto): Diferenza entre o valor dos bens e servizos producidos pola empresa e o importe dos gastos para producir eses bens e servizos.

Vantaxe competitiva: Característica dun produto ou marca que outorga certa superioridade sobre os seus competidores inmediatos.

Viabilidade económica: Calidade dun proxecto do que obtemos un excedente (beneficio) suficiente que permite facer fronte ao custo da súa débeda, á remuneración dos seus accionistas e ao financiamento dunha parte do seu crecemento, unha vez que alcanza a súa capacidade de produción plena e despois de deducir todos os seus custos.



7. ANEXOS





7. ANEXOS

7.1. Anexo de información estadística de interese

0400 - Contexto sectorial

A continuación reproducimos un cuadro que recolle os cuartos existentes por provincias, segundo a clasificación por categoría:

Cadro 0400.1: Número de cuartos, Galicia, 2008 (unidades)

	A Coruña	Lugo	Ourense	Pontevedra	Galicia
CINCO ESTRELAS	701	0	0	252	953
CATRO ESTRELAS	2.737	830	525	2.549	6.641
TRES ESTRELAS	2.285	526	452	3.262	6.525
DÚAS ESTRELAS	1.693	732	365	4.410	7.200
UNHA ESTRELA	1.778	955	832	2.870	6.435
TOTAL	9.194	3.043	2.174	13.343	27.754

Fonte: Rexistro de Empresas e Actividades Turísticas (REAT), Dirección Xeral de Turismo



O seguinte cuadro móstrache o número de prazas existentes en total e por categoría do establecemento:

Cadro 0400.2: Número de prazas por provincia, Galicia, 2008 (unidades)

	A Coruña	Lugo	Ourense	Pontevedra	Galicia
CINCO ESTRELAS	1.353	0	0	485	1.838
CATRO ESTRELAS	5.067	1.625	959	4.940	12.591
TRES ESTRELAS	4.124	1.001	926	6.115	12.166
DÚAS ESTRELAS	2.829	1.314	644	7.592	12.379
UNHA ESTRELA	3.122	1.698	1.442	5.072	11.334
TOTAL	16.495	5.638	3.971	24.204	50.308

Fonte: Rexistro de Empresas e Actividades Turísticas (REAT), Dirección Xeral de Turismo

No seguinte cuadro podemos observar o número de persoas empregadas en cada provincia nos establecementos hoteleiros e comparalo coa cifra española, comprobando que a comunidade galega achega un 3,66% do total de persoas empregadas na actividade hoteleira.

Cadro 0400.3: Persoal empregado, Galicia-España, 2007 (persoas)

A Coruña	2.850
Lugo	909
Ourense	697
Pontevedra	3.157
Galicia	7.614
España	198.191

Fonte: Enquisa de Ocupación Hoteleira. INE

A continuación mostrámosche un cadro coa distribución das empresas por número de empregados/as en Galicia e España:

Cadro 0400.4: Distribución das empresas por número de empregados/as. Galicia-España, 2007 (unidades)

	Galicia	España
Sen asalariados/as	281	3.278
De 1 a 2	264	3.231
De 3 a 5	132	1.565
De 6 a 9	104	1.369
De 10 a 19	60	997
De 20 a 49	42	978
Máis de 50	16	802
TOTAL	899	12.220

Fonte: Directorio Central de Empresas (DIRCE). INE



Cadro 0400.5: Distribución dos establecementos hoteleiros por tramo de empregados/as e condición xurídica. España, 2007 (unidades)

	TOTAL	Sen asalariados/as	De 1 a 2	De 3 a 5	De 6 a 9	De 10 a 19	De 20 a 49	Máis de 50
Persoas físicas	4.558	2.357	1.502	428	201	51	19	0
SA	1.690	78	230	163	186	207	378	448
SL	5.045	643	1.186	803	859	669	544	341
Outras	927	200	313	171	123	70	37	13
Total	12.220	3.278	3.231	1.565	1.369	997	978	802

Fonte: Directorio Central de Empresas (DIRCE). INE

Neste cadro aparecen as cifras de empresas hoteleiras xeradoras de emprego, en función da súa condición xurídica a escala nacional. As empresas conformadas como sociedades limitadas son as que, en proporción, xeran un maior volume de emprego. Os datos reflectidos aparecen nunha estatística do INE e non se poden facilitar os datos referentes á comunidade autónoma, en particular, porque ata o momento non se atopou ningunha referencia publicada.

05111 Número de empresas e a súa distribución territorial

A continuación presentamos un cadro que recolle os cuartos existentes por municipio e comarca, segundo a clasificación por categoría:

Cadro 05111.1: Número de hoteis na zona, 2008 (unidades)

	Cinco estrelas	Catro estrelas	Tres estrelas	Dúas estrelas	Unha estrela	Total
Ares	0	0	0	0	0	0
Cedeira	0	0	1	0	0	1
Fene	0	0	0	0	0	0
Ferrol	0	2	2	1	4	9
Moeche	0	0	0	0	0	0
Mugardos	0	0	0	0	1	1
Narón	0	2	1	1	4	8
Neda	0	0	0	0	0	0
San Sadurniño	0	0	0	0	1	1
Somozas (As)	0	0	0	0	0	0
Valdoviño	0	0	0	0	2	2
Total comarca Ferrol	0	4	4	2	12	22
Cariño	0	0	0	0	2	2
Cerdido	0	0	0	0	1	1
Mañón	0	0	0	1	1	2
Ortigueira	0	0	0	1	1	2
Total comarca Ortegál	0	0	0	2	5	7
Cabanas	0	0	1	0	0	1
Capela (A)	0	0	1	0	0	1
Monfero	0	0	0	0	1	1
Pontedeume	0	0	1	1	0	2
Pontes de García Rodríguez (As)	0	0	0	1	0	1
Total comarca Eume	0	0	3	2	1	6
Total	0	4	7	6	18	35

Fonte: REAT



O seguinte cadro mostra o número de prazas existentes en total e por categoría do establecemento:

Cadro 05111.2: Número de prazas na zona, 2008 (unidades)

	Cinco estrelas	Catro estrelas	Tres estrelas	Dúas estrelas	Unha estrela	Total
Ares	-	-	-	-	-	0
Cedeira	-	-	31	-	-	31
Fene	-	-	-	-	-	0
Ferrol	-	309	121	67	233	730
Moeche	-	-	-	-	-	0
Mugardos	-	-	-	-	41	41
Narón	-	120	160	50	130	460
Neda	-	-	-	-	-	0
San Sadurniño	-	-	-	-	12	12
Somozas (As)	-	-	-	-	-	0
Valdoviño	-	-	-	-	69	69
Total comarca Ferrol	0	429	312	117	485	1343
Cariño	-	-	-	-	44	44
Cerdido	-	-	-	-	21	21
Mañón	-	-	-	9	48	57
Ortigueira	-	-	-	20	46	66
Total comarca Ortegai	0	0	0	29	159	188
Cabanas	-	-	282	-	-	282
Capela (A)	-	-	45	-	-	45
Monfero	-	-	-	-	12	12
Pontedeume	-	-	114	56	-	170
Pontes de García Rodríguez (As)	-	-	-	54	-	54
Total comarca Eume	0	0	441	110	12	563
Total	0	429	753	256	656	2.094

Fonte: REAT



O seguinte cadro mostra o número de cuartos existentes en total e por categoría do establecemento:

Cadro 05111.3: Número de cuartos na zona, 2008 (unidades)

	Cinco estrelas	Catro estrelas	Tres estrelas	Dúas estrelas	Unha estrela	Total
Ares	-	-	-	-	-	0
Cedeira	-	-	16	-	-	16
Fene	-	-	-	-	-	0
Ferrol	-	193	71	43	131	438
Moeche	-	-	-	-	-	0
Mugardos	-	-	-	-	20	20
Narón	-	62	83	29	76	250
Neda	-	-	-	-	-	0
San Sadurniño	-	-	-	-	6	6
Somozas (As)	-	-	-	-	-	0
Valdoviño	-	-	-	-	41	41
Total comarca Ferrol	0	255	170	72	274	771
Cariño	-	-	-	-	26	26
Cerdido	-	-	-	-	12	12
Mañón	-	-	-	6	24	30
Ortigueira	-	-	-	12	24	36
Total comarca Ortegá	0	0	0	18	86	104
Cabanas	-	-	115	-	-	115
Capela (A)	-	-	26	-	-	26
Monfero	-	-	-	-	6	6
Pontedeume	-	-	60	37	-	97
Pontes de García Rodríguez (As)	-	-	-	39	-	39
Total comarca Eume	0	0	201	76	6	283
Total	0	255	371	166	366	1.158

Fonte: REAT



05112 Evolución na creación de empresas

No cadro 05112.1 podemos observar a evolución na creación de hoteis nos últimos anos, desagregados por municipio e comarca.

Cadro 05112.1: Evolución na creación de empresas na zona, 2007 (unidades)

	< 1999	1999-2001	2002-2004	2005-2007	Total
Ares	-	-	-	-	0
Cedeira	-	-	-	1	1
Fene	-	-	-	-	0
Ferrol	7	-	1	1	9
Moeche	-	-	-	-	0
Mugardos	-	-	-	1	1
Narón	-	1	2	5	8
Neda	-	-	-	-	0
San Sadurniño	-	-	-	1	1
Somozas (As)	-	-	-	-	0
Valdoviño	-	-	-	2	2
Total comarca Ferrol	7	1	3	11	22
Cariño	-	-	-	1	1
Cerdido	-	-	-	1	1
Mañón	-	-	-	2	2
Ortigueira	1	-	-	1	2
Total comarca Ortegal	1	0	0	5	6
Cabanas	1	-	-	-	1
Capela (A)	-	1	-	1	2
Monfero	-	-	-	1	1
Pontedeume	2	-	-	-	2
Pontes de García Rodríguez (As)	-	-	-	1	1
Total comarca Eume	3	1	0	3	7
Total	11	2	3	19	35

Fonte: REAT

O cadro 05112.2 móstranos a evolución na creación de hoteis na zona de estudo segundo a categoría. Ata o ano 2002 non houbo ningún establecemento hoteleiro de catro estrelas e actualmente non existe ningún de categoría máxima.



Cadro 05112.2: Evolución dos establecementos hoteleiros por categoría na zona, 2007 (unidades)

	< 1999	1999-2001	2002-2004	2005-2007	Total
Cinco estrelas	-	-	-	-	0
Catro estrelas	-	-	2	2	4
Tres estrelas	5	1	-	1	7
Dúas estrelas	2	-	1	3	6
Unha estrela	4	1	-	13	18
Total	11	2	3	19	35

Fonte: REAT

A continuación, os cadros 05112.3 e 05112.4 móstrannos a evolución que provoca a creación de establecementos na oferta global de cuartos e prazas por municipio e comarca:

Cadro 05112.3: Evolución na creación de cuartos de hoteis na zona, 2007 (unidades)

	< 1999	1999	2000	2001	2002	2003	2004-2007	Total
Ares	-	-	-	-	-	-	-	0
Cedeira	-	-	-	-	-	-	16	16
Fene	-	-	-	-	-	-	-	0
Ferrol	308	-	-	-	95	-	35	438
Moeche	-	-	-	-	-	-	-	0
Mugardos	-	-	-	-	-	-	20	20
Narón	-	20	-	-	29	14	187	250
Neda	-	-	-	-	-	-	-	0
San Sadurniño	-	-	-	-	-	-	6	6
Somozas (As)	-	-	-	-	-	-	-	0
Valdoviño	-	-	-	-	-	-	41	41
Total comarca Ferrol	308	20	0	0	124	14	305	771
Cariño	-	-	-	-	-	-	26	26
Cerdido	-	-	-	-	-	-	12	12
Mañón	-	-	-	-	-	-	30	30
Ortigueira	24	-	-	-	-	-	12	36
Total comarca Ortegala	24	0	0	0	0	0	80	104
Cabanas	73	-	-	-	-	-	42	115
Capela (A)	-	-	-	26	-	-	-	26
Monfero	-	-	-	-	-	-	6	6
Pontedeume	97	-	-	-	-	-	-	97
Pontes de García Rodríguez (As)	-	-	-	-	-	-	39	39
Total comarca Eume	170	0	0	26	0	0	87	283
Total	502	20	0	26	124	14	472	1.158

Fonte: REAT



Cadro 05112.4: Evolución na creación de prazas na zona, 2007 (unidades)

	< 1999	1999	2000	2001	2002	2003	2004-2007	Total
Ares	-	-	-	-	-	-	-	0
Cedeira	-	-	-	-	-	-	31	31
Fene	-	-	-	-	-	-	-	0
Ferrol	549	-	-	-	170	-	11	730
Moeche	-	-	-	-	-	-	-	0
Mugardos	-	-	-	-	-	-	41	41
Narón	-	44	-	-	58	31	327	460
Neda	-	-	-	-	-	-	-	0
San Sadurniño	-	-	-	-	-	-	12	12
Somozas (As)	-	-	-	-	-	-	-	0
Valdoviño	-	-	-	-	-	-	69	69
Total comarca Ferrol	549	44	0	0	228	31	491	1.343
Cariño	-	-	-	-	-	-	44	44
Cerdido	-	-	-	-	-	-	21	21
Mañón	-	-	-	-	-	-	57	57
Ortigueira	50	-	-	-	-	-	16	66
Total comarca Ortegaleira	50	0	0	0	0	0	138	188
Cabanas	273	-	-	-	-	-	9	282
Capela (A)	-	-	-	45	-	-	-	45
Monfero	-	-	-	-	-	-	12	12
Pontevedra	157	-	-	-	-	-	13	170
Pontes de García Rodríguez (As)	-	-	-	-	-	-	54	54
Total comarca Eume	430	0	0	45	0	0	88	563
Total	1.029	44	0	45	228	31	717	2.094

Fonte: REAT



05113 Volume de emprego xerado

A continuación mostrámosche un cadro coa distribución das empresas por número de empregados/as nos municipios que integran a zona de estudo.

Cadro 05113.1: Distribución das empresas por tramo de empregados/as e comarca, 2007 (unidades)

	0-2	3-5	6-9	10-19	20-49	50-99	100-249	250 ou máis
Total comarca Ferrol	19	5	6	1	0	0	0	0
Total comarca Ortegaleira	8	0	0	0	0	0	0	0
Total comarca Eume	4	2	2	1	0	0	0	0
Total	31	7	8	2	0	0	0	0

Fonte: IGE

Cadro 05113.3: Persoal ocupado en hoteis, por meses, 2003-2007 (unidades)

	2003	2004	2005	2006	2007
Xaneiro	4.755	5.097	5.388	5.839	6.005
Febreiro	5.042	5.315	5.677	6.008	6.096
Marzo	5.120	5.697	6.313	6.315	6.622
Abril	5.585	6.282	6.470	7.053	7.241
Maio	5.855	6.589	6.903	7.249	7.310
Xuño	6.452	7.367	7.572	7.915	8.025
Xullo	7.940	8.702	9.151	9.469	9.471
Agosto	8.390	9.238	9.621	9.900	9.835
Setembro	7.550	8.383	8.498	8.609	9.006
Outubro	6.209	7.044	7.238	7.379	7.882
Novembro	5.740	6.344	6.630	6.739	7.078
Decembro	5.314	5.687	6.321	6.424	6.795

Fonte: INE

05114 Aspectos comúns dos establecementos

Cadro 05114.1: Requisitos dos hoteis en función da súa categoría. Galicia, Decreto 267/1999, do 30 de setembro

	5*****	4****	3***	2**	1*
INSTALACIÓNS					
Climatización	SI	SI	SI		
Auga quente	SI	SI	SI	SI	SI
Calefacción				SI	SI
Teléfono cuartos	SI	SI	SI	SI	SI
Baño	SI				
Xeral	SI	SI	SI	SI	SI
COMUNICACIÓNS					
De clientes/as	SI	SI	SI	SI	SI
De servizo	SI	SI	SI		
De incendios	SI	SI	SI	SI	SI
Ascensores	SI	SI	SI	SI	SI
Montacargas	SI	SI	SI		
Montapratos	SI	SI	SI		



ZONA DE CLIENTES/AS					
Cuartos de uso individual	SI	SI	SI		SI
Dobres	SI	SI	SI	SI	SI
Suites	SI			SI	
Baños en cuartos	SI	SI	SI		
Baños ou aseos en cuartos				SI	SI
Artigos de recollida e hixiene dos cuartos					
Información do establecemento	SI	SI	SI	SI	SI
Soporte de papel hixiénico	SI	SI	SI	SI	SI
Xabóns , xel e xampú	SI	SI	SI	SI	SI
Vaso	SI	SI	SI	SI	SI
Esponxa	SI	SI			
Artigos de afeitado	SI	SI			
Gorro de baño, colonia...	SI	SI			
Albornoz e zapatillas	SI				
Minibar	SI	SI			
Salóns sociais					
Salón social	SI	SI	SI	SI	SI
Bar ou cafetería	SI	SI	SI		
Servizos sanitarios xerais	SI	SI	SI	SI	SI
SERVIZOS A CLIENTES/AS					
Servizo de recepción e conserxaría	SI	SI	SI	SI	SI
ZONA DE SERVICIOS					
Entrada de persoal diferenciada	SI	SI	SI		
Vestuarios de persoal	SI	SI	SI	SI	SI
Servizos sanitarios de persoal	SI	SI	SI	SI	SI
Sala-comedor de persoal	SI	SI	SI	SI	SI
Dormitorios de persoal	SI	SI	SI	SI	SI
Almacén de roupa limpa	SI	SI	SI	SI	SI
Servizo de lavandería	SI	SI	SI	SI	

Fonte: Decreto 267/1999. DOG 201, do 18 de outubro de 1999

No cadro anterior podes comprobar os requisitos mínimos exixidos aos hoteis en función da súa categoría. Terás que dirixirte á Consellería de Innovación e Industria (Dirección Xeral de Turismo) para obter a categoría do teu hotel, que se asignará en función dos requisitos que se establecen para cada unha delas, tal e como recolle o RD 267/1999.

Tamén te podes informar na mesma normativa dos requisitos específicos, ademais dos propios da categoría, que deberán cumprir os denominados hoteis alternativos (hoteis rústicos, con encanto, gastronómicos, etc.) e así avaliar a posibilidade de establecer o teu hotel como unha destas categorías. Ademais desta diferenciación por categoría, o mesmo decreto establece unhas condicións mínimas en función da especialidade de cada hotel:



- Hoteis-apartamentos: Non precisan salón social, pero si un comedor xeral. A limpeza efectúase cada tres días.
- Moteis: Os departamentos de aloxamento han de ser independentes ou ter a súa propia saída ao exterior. Ademais, deben dispor dun garaxe individual por departamento, un servizo de cafetería xeral durante 24 horas e un comedor. No exterior dos establecementos debe indicarse a existencia ou non de prazas libres.
- Hoteis balnearios: Deben dispor dunha sala de lectura, unha sala de xogos, unha sala de ximnasia, equipamento médico e fisioterapéutico, menús dietéticos e espazos exteriores de paseo.
- Hoteis deportivos: Deben contar con monitores deportivos, material adecuado para a práctica de deportes, organización de competicións, sauna e sala de masaxes, menús dietéticos, etc.
- Hoteis familiares: Deben estar dotados de xardíns, parques infantís, sala de televisión, sala de xogos, instalacións deportivas, piscina, servizo de gardarías, servizo de animación infantil, menú infantil e berces gratuítos.
- Hoteis de cidade: Deben dispor dun servizo de información relativa ao horario dos medios de transporte, lugares de interese turístico da cidade, restaurantes e as súas especialidades, planos da cidade a disposición da clientela e rúeiro. Ademais, deben asegurarse as xestións de cambio de moeda, servizos médicos, servizos de tradución e servizos de mensaxaría. Deben estar dotados tamén dunha sala de reunións ou de conferencias e de despachos para o uso dos clientes/as con servizos ofimáticos, fax, ordenadores e conexión á Internet.
- Hoteis de praia: Deben estar equipados cunha terraza nos cuartos e xardíns comúns.
- Hoteis de montaña: Os cuartos destes establecementos contarán co mobiliario necesario para gardar o equipo que se precisa para a práctica dos deportes da zona.
- Hoteis de natureza: Deben dispor de espazos exteriores de lecer, servizo de información das actividades turísticas e mobiliario adecuado para gardar os equipos deportivos.
- Hoteis gastronómicos: Terán que prestar un servizo de restauración non só á clientela, senón ao público en xeral. Deben dispor dunha carta de viños ampla.



0512 Análise da demanda

O seguinte cadro permíteche observar a variación do número de viaxeiros/as que recibe Galicia con respecto a España durante un período de tres anos consecutivos. Ademais, permíteche comparar o número de pernoitas que se realizan en territorio galego e español. Todos estes datos veñen detallados en función da orixe da persoa que viaxa para determinar a relación entre o turismo interno (FAMILITUR) e o de fronteiras (FRONTUR):

Cadro 05121.1: Evolución do número de visitantes e pernoitas, Galicia-España, 2000-2007 (persoas)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
VIAXEIROS/AS								
Residentes en España								
España	32.132.992	32.892.301	33.258.122	35.282.771	39.211.403	41.600.339	47.444.139	48.640.687
Galicia	2.078.835	2.063.188	2.138.407	2.519.486	3.089.136	2.903.271	2.944.779	3.007.817
Estranxeiro								
España	27.149.531	27.012.001	26.610.690	27.248.609	27.619.865	29.028.686	34.411.761	35.782.746
Galicia	449.601	456.808	474.049	531.900	586.852	626.632	654.442	731.705
PERNOITAS								
Residentes en España								
España	83.381.971	85.260.967	86.718.386	91.295.422	100.043.549	106.875.321	115.088.253	116.596.706
Galicia	4.947.402	4.963.858	5.309.603	5.481.060	6.736.018	6.393.445	6.524.667	6.598.418
Estranxeiro								
España	143.761.600	143.420.603	135.836.394	136.865.485	134.653.618	138.761.838	151.939.606	155.092.775
Galicia	901.181	887.720	953.971	999.241	1.137.940	1.201.338	1.233.378	1.426.560

Fonte: Enquisa de Ocupación Hoteleira. INE



7.2. Anexo de feiras

Aquí detallámosche unha relación dos eventos máis significativos a nivel nacional e internacional relacionados coa hostalaría. As datas varían duns anos a outros e ata algunha exposición pode non celebrarse no ano.

LOCALIDADE	NOME	EVENTO
Madrid	FITUR	EVENTO
Barcelona	SITC	Feira Internacional de Turismo
Tenerife	EXPOHOSTEL	Salón do Turismo en Cataluña
Valladolid	INTUR	Equipamento e Servizos para a Hostalaría
Cotogrande (Vigo)	SHA	Feira Internacional do Turismo de Interior
Madrid	HOREQ	Salón da Hostalaría do Atlántico
Elx (Alacant)	Meditur Hostelería	Semana da Hostalaría e o Equipamento
Silleda (Pontevedra)	Salimat	Salón de Hostalaría, Equipamento e Subministracións para Restauración. Ambito nacional, outubro (anual)
Barcelona	HOSTELCO	Salón de Alimentación do Atlántico. Ámbito internacional 04/10-08/10 (anual)
Sevilla	Feria de la Tapa	Salón Internacional do Equipamento para a Restauración, Hostalaría e Colectividades
Elx (Alacant)	Firalacant	Feira da Restauración Tradicional. Ámbito rexional 16/11-19/11 (anual)
Porto (Portugal)	EXPOTURIS	Feira Alacantina de Bens de Consumo. Ámbito rexional, decembro (anual)
París (Francia)	Loisirexpo	Feira do Turismo e do Ocio
Bilbao	Eurohostelería	Salón Profesional do Turismo e do Divertimento de Grupo



Para obter máis información sobre estas e outras feiras nacionais, podes consultar, entre outros, o portal da Internet www.afe.es

7.3. Anexo sobre modalidades de contratación

Na Guía de recursos, dispoñible en formato electrónico (<http://guias.bicgalicia.es>), podes consultar os tipos de contrato máis habituais. Tamén podes consultar a páxina web do INEM (www.inem.es), onde atoparás un índice que recolle os distintos contratos e a través do que podes acceder a cada modelo de contrato, coñecer o seu contido, descargar o impreso correspondente en formato pdf e cubri-lo.



7.4. Anexo de formación

A continuación incorporamos unha relación de distintos organismos que se dedican á formación en materia de hostalaría.

Programa FIP

Os cursos que ofrece a Consellería de Traballo impartidos en centros que prestan colaboración a esta consellaría. Se consultas a páxina web desta consellaría (<http://traballo.xunta.es>) podes acceder á información sobre os cursos que, en materia de restauración, se imparten dentro do Plan FIP. A continuación, citamos algúns dos cursos que se imparten na actualidade, todos eles con contidos teóricos e prácticos:

NOME CURSO
Cociñeiro/a
Xefe/a de cociña
Axudante de cociña
Camareiro/a de restaurante-bar
Camareiro/a de pisos
Xefe/a de sala/Maitre
Gobernante/a de hotel
Recepcionista de hotel

A Dirección Xeral de Formación e Colocación da Consellería de Traballo, na familia profesional de Hostalaría e turismo ofrece as seguintes especialidades relacionadas coas actividades hostaleiras. A programación de cursos para o ano 2008 é a seguinte:

NOME CURSO	A Coruña	Fene	Ferrol	Narón
Cociñeiro/a	SI	SI	-	-
Xefe/a de cociña	SI	SI	-	-
Axudante de cociña	-	-	-	-
Camareiro/a de restaurante-bar	SI	SI	-	-
Camareiro/a de pisos	-	-	SI	-
Xefe/a de sala/Maitre	SI	-	-	-
Gobernante/a de hotel	-	-	-	-
Recepcionista de hotel	-	-	-	SI

Fonte: Dirección Xeral de Formación e Colocación



Fundación Tripartita para a Formación no Emprego

A Fundación Tripartita para a Formación no Emprego (www.fundaciontripartita.org) é un dos órganos que compoñen a estrutura organizativa e de participación institucional do subsistema de formación profesional para o emprego. Ten carácter tripartito e o seu padroado está constituído pola Administración pública e polas organizacións empresariais e sindicais máis representativas.

As súas responsabilidades desenvólvense no marco do Real decreto 395/2007, do 23 de marzo, que regula o subsistema de formación profesional para o emprego. En resumo son:

- Asistir tecnicamente o Servizo Público de Emprego Estatal e colaborar con el.
- Contribuír ao impulso e difusión da formación profesional para o emprego entre empresas e traballadores.
- Prestar apoio técnico ás administracións públicas e ás organizacións empresariais e sindicais presentes nos órganos de participación do sistema.

Os recursos que financian o subsistema de formación profesional para o emprego proceden da recadación da cota de formación profesional que realiza a Seguridade Social, das axudas do Fondo Social Europeo e das achegas específicas establecidas no orzamento do Servizo Público de Emprego Estatal.

O Fondo Social Europeo participa no cofinanciamento das iniciativas de formación mediante o Programa Operativo Plurirrexional Adaptabilidade e Emprego de acordo coas actuacións previstas neste, destinadas ao fomento do espírito empresarial e mellora da adaptabilidade do cadro de persoal, empresas e empresarios ou empresarias, no período de programación 2007-2013.

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



86

1. FOREM (Fundación Formación e Emprego)

Tel.: 981 555 052

Páxina web: www.forem.es

Este é o centro de formación de sindicato Comisións 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.



7.5. Anexo de provedores

Nesta actividade existen dous tipos de provedores/as: maquinaria e subministracións. A continuación, proporcionámosche unha serie de referencias a título orientativo que identificamos nas entrevistas e nas fontes secundarias consultadas que poden ser un punto de partida na procura de provedores/as para o teu negocio.

1. Comprobamos que en directorios comerciais tales como QDQ e Páxinas Amarillas, tanto en soporte electrónico como en papel, podes atopar provedores situados na túa zona:

- **Páxinas Amarillas:** Os provedores atópanse baixo diferentes epígrafes: Hostalaría e Frío industrial e os de alimentación na de Mercados de alimentación e na de Alimentación. Ademais podes acceder ao formato electrónico na páxina web www.paginas-amarillas.es, coa vantaxe de seleccionar calquera provincia ou localidade.
- **QDQ:** Nas epígrafes Maquinaria, Alimentación e hostalaría, Mercados de alimentación e Produtos alimentarios (distribución) podes atopar provedores de maquinaria e aprovisionamentos. Tamén podes consultar a versión electrónica: www.qdq.com.
- **Europages:** É un directorio comercial de negocios no que podes atopar empresas de provedores de todas as actividades de case todos os países. A versión de electrónica é www.europages.com.
- **Outros:** Páxinas Galegas, etc.

2. Publicacións especializadas:

- **www.e-restauracion.com:** Nesta revista podes atopar anuncios de provedores/as relacionados co sector da alimentación.
- **Semanario Editur:** Tel.: 93 467 02 28. Publicación semanal onde atoparás provedores entre os seus anunciantes. A súa páxina web é: www.editur.es.
- **Elsiever:** Revista dirixida ao sector hostaleiro e de equipamento hoteleiro. A súa páxina web é: www.elsiever.es.
- **www.ojd.es:** Portal de control da difusión das publicacións no que podes atopar revistas especializadas en case todos os sectores.

3. Asociacións: Nelas pódeste informar sobre provedores para o teu negocio. A páxina web do ICEX (www.icex.es) conta cunha base de datos de asociacións existentes en España clasificadas por sectores (Asoc).

Constatamos que nas seguintes asociacións facilitan enderezos de provedores:

- **Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias Afines:**
Rambla Catalunya 81, 5º
08008 Barcelona
Tel.: 93 487 32 90
Fax: 93 487 07 70
Páxina web: www.felac.com



- **Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB)**

Diego de León, 44
28006 Madrid
Tel.: 91 411 72 11
Fax: 91 411 73 44
Páxina web: www.fiab.es

4. Portais:

- www.busco.com: No punto Comercio, Alimentación atoparás empresas dedicadas á distribución de produtos consumibles para hostalaría.
- www.comerciogalicia.com: Portal da Federación Galega de Comercio onde no punto Empresas podes atopar unha relación de provedores/as de alimentación, accesorios de hostalaría.
- guia.frutas-hortalizas.com: Portal de provedores/as destes produtos.
- www.hostelco.com: Salón internacional para o equipamento para restauración e hotelaría. No punto Expositores podes atopar unha ampla listaxe de entidades provedoras.
- www.todohotel.com: Portal especializado no sector hoteleiro. Ten unha ampla base de datos onde poderás atopar provedores de todos os equipamentos e subministracións para o sector hoteleiro na epígrafe Provedores. Ademais tamén conta con anuncios de empresas provedoras.

www.kompass.com: Portal que contén información empresarial de todo o mundo. Nesta páxina podes atopar unha base de datos sobre empresas de todos os sectores e de case todos os países.

- #### 5. Bases de datos:
- existen varias bases de datos de empresas clasificadas por sectores, como son as da Cámara de Comercio, Ardán (do Consorcio da Zona Franca de Vigo) e outras bases de datos privados.



7.6. Anexo de páxinas web de interese

TEMÁTICAS

Turgalicia: www.turgalicia.es

Asociación de Hostaleiros de Santiago: www.santiagohosteleria.com

Asociación de Empresarios de Ferrolterra: www.empresarios-ferrolterra.org

Asociación Empresarial de Hospedaxe da Coruña: www.hotelescoruna.com

Fira Barcelona (Salón Internacional de Hostalaría): www.hostelco.com

INSTITUCIÓNS PÚBLICAS

Consellería de Innovación e Industria: www.conselleriaiei.org

Consellería de Traballo: <http://traballo.xunta.es>

Instituto Galego de Promoción Económica: www.igape.es

Xunta de Galicia: www.xunta.es

INSTITUTOS

Instituto Galego de Estatística: www.ige.xunta.es

Instituto de Estudos Turísticos: www.iet.es

Instituto Nacional de Estatística: www.ine.es

Instituto de la Calidad Turística Española: www.icte.es



CENTROS OFICIAIS

Centro Superior de Hostalaría de Galicia: www.cshg.xunta.es

7.7. Reflexións para facer o estudo de mercado

A continuación, incluímos unha serie de puntos que cremos que deben ser considerados na análise do mercado, xa que poden condicionar a estratexia comercial a desenvolver:

- ¿Analizaches o perfil do cliente/a que elixe o teu hotel para aloxarse?, ¿vaste dirixir só a turistas ou tamén a persoas que se ven obrigadas a desprazarse por motivos de negocios? (Véxase o punto 5.1.2.2 Perfil da clientela).
- ¿Coñeces o número de persoas que utilizan os servizos de hotel na túa zona?, ¿sabes o gasto medio por cidadán destinado a hoteis na túa zona? (Véxase o punto 5.1.2.1 Gasto medio por usuario).
- ¿Sabes cales son os aspectos que os clientes/as valoran á hora de elixir un establecemento?, ¿cales son as súas preferencias?, ¿por que cres que van acudir ao teu establecemento?, ¿como pensas diferenciarte dos demais?, ¿que servizos complementarios vas ofrecer? (Véxase o punto 5.2.1 Produto).
- ¿Que hoteis como o teu existen na túa zona?, ¿que servizos ofrecen? (Visitar as páxinas web oficiais sobre turismo e as daqueles hoteis que as teñan, consultar Páxinas Amarillas, guías de turismo, etc.).
- ¿Vaste especializar?, ¿cantos servizos vas ofertar?, ¿realizarás xornadas especiais? (Véxase o punto 5.2.1 Produto).
- ¿É unha zona facilmente accesible en coche?, ¿é unha zona de movemento de xente? (Visitar a zona na que se pretende implantar o negocio).
- ¿Pensaches como vas dar a coñecer o teu negocio? (Véxase o punto 5.2.4 Promoción).
- ¿Contas con persoas que teñen o perfil necesario para pór en marcha as túas ideas comerciais (por exemplo, atención ao cliente/a en hostalaría)? (Véxase o punto 5.4.1 Perfil profesional).



8. NOTA DOS AUTORES

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

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

Santiago de Compostela, xaneiro de 2009



