



## **INDICE**

### **1- INTRODUCCION**

#### **1-PRESENTACION**

#### **2-OBJETIVOS**

##### **OBJETIVOS GENERALES**

##### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

### **2- DEFINICION DEL MERCADO DEL OCIO Y LA CULTURA**

### **3- RESULTADO DEL ESTUDIO**

#### **3.1-ANALISIS DE LA OFERTA-ENCUESTAS A EMPRESAS**

##### **3.1.1-ORIGEN**

##### **3.1.2-CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS A EMPRESAS DEL SECTOR**

#### **3.2-ANALISIS DE LA DEMANDA**

##### **3.2.1-ENCUESTAS A ESTUDIANTES**

###### **3.2.1.1-ORIGEN**

###### **3.2.1.2-CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS A ESTUDIANTES**

##### **3.2.2-ENCUESTAS A TURISTAS**

###### **3.2.2.1-ORIGEN**

###### **3.2.2.2-CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS A TURISTAS**

### **4- CONCLUSIONES DEL ESTUDIO**



## 1-INTRODUCCION

### 1 - PRESENTACIÓN

Este proyecto surge conforme a la Resolución de 19 de diciembre de 2006, de la Consejería de Educación y Ciencia (Formación Continua), por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones con objeto de llevar a cabo entre otros, este proyecto:

La Consejería concede a la Sociedad Cooperativa Abierto Asturias una subvención para realizar un Estudio de acciones formativas en el sector ocio, llamado ESTUDIO DE MERCADO DEL OCIO Y LA CULTURA EN EL PRINCIPADO DE ASTURIAS.

Las dos personas encargadas de realizar este proyecto son, Marta M<sup>a</sup> Díaz Díaz, Licenciada en Ciencias Económicas y Beatriz Díaz Gómez, Licenciada en Psicología.

El grupo de trabajo realizó este proyecto entre los meses de junio y diciembre del 2007, siendo sus

### 2 –OBJETIVOS

#### OBJETIVOS GENERALES

- Conocer la situación actual de las empresas del sector del ocio en el principado y analizar las empresas que lo forman
- Detectar las carencias empresariales del sector, servicios afines y de carácter transversal
- Desde una perspectiva de género, la feminización del sector
- Análisis cualificado de las fortalezas y amenazas de los subsectores empresariales con mayor potencialidad dentro del sector del ocio y la cultura.
- Establecer las posibilidades de creación de empleo a c/p y m/p determinando los perfiles y cualificaciones.
- Marcar las tendencias de evolución del sector a c/p y m/p y detectar posibles nichos de mercado.



## OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Análisis de la oferta formativa en materia de ocio y tiempo libre que existen en el Principado de Asturias.
- Análisis de las empresas de servicios en materia de ocio y tiempo libre en el Principado de Asturias
- Análisis del comportamiento de los clientes (turistas y estudiantes ) de empresas de ocio y tiempo libre.
- Definición del perfil de los potenciales emprendedores en el campo de las empresas de ocio y tiempo libre.
- Estudios de viabilidad referidos a la puesta en marcha de empresas en este sector.
- Divulgación de la información recopilada mediante la elaboración de un dossier informativo y jornadas sobre la situación del sector en el Principado.



## 2-EL MERCADO DEL OCIO Y LA CULTURA

### 2.1. DEFINICION DEL MERCADO

#### DEFINICION DEL OCIO

El conjunto de ocupaciones a las que podemos dedicarnos de forma voluntaria durante el tiempo libre.

La utilización adecuada del tiempo libre lleva a un ocio de calidad en el que han de estar presentes actividades relacionadas con el descanso, los juegos la diversión , la cultura y el deporte

#### EVOLUCION DEL MERCADO

- En Asturias el 81% de las empresas pertenecen al sector servicios.
- Entre los mercados emergentes con mayores previsiones de crecimiento están las empresas de ocio y tiempo libre.
- Empresas de reciente creación en España (el 70% tienen menos de 10 años).
- En los próximos años se esperan crecimientos sostenidos entre el 5% y el 10% anual.
- El turismo es el segmento de actividad que mayores oportunidades ofrece y que seguirá creciendo en los próximos años.



### 3. RESULTADOS

---

#### 3.1 ANALISIS DE LA OFERTA

##### 3.1.1- ORIGEN

Para realizar nuestro cuestionario hemos tomado una muestra de 15 empresas, de toda la geografía asturiana , teniendo en cuenta la zona geográfica en la que se sitúan y la actividad principal que realizan:

- Astursella Aventura, Cangas de Onís. Canoa.
- Aventura Viesca, Gijón. Canoa, quad, Montaña.
- Cangas Aventura, Cangas de Onís. Canoa.
- Casa de la montaña, Avín, Onís. Montaña.
- Costa Cantábrico, San Jorge de Heres, Gozón. Náutica.
- El Moyau, Arriondas, Parres. Canoa.
- Escuela Asturiana de Piragüismo, Arriondas.
- K-2 Aventura, Cangas de Onís. Canoa.
- Centro Multiaventura Los Cauces, Cangas de Onís. Canoa, caballo, quad.
- Onda Brava, Pesoz, piragüismo. Trekking.
- Proastur, Gijón. Náutica.
- Torrecerredo, Arenas de Cabrales. Senderismo.
- Trasgu Aventura, Ribadesella. Montaña y canoa.
- Turaventura, Ribadesella. Piragüismo, buggy, paintball
- Yoldia II, Cudillero. Náutica.

##### 3.1.2- CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS A EMPRESAS DEL SECTOR

Tras la entrevista con las distintas empresas, hemos desarrollado las siguientes conclusiones:

- Les afecta mucho la estacionalidad. de ellas permanecen cerradas en invierno
- La clientela es joven, de edades comprendidas entre 18 y 40 años .
- La mayoría de estas empresas tienen menos de 10 años



- Es difícil encontrar personal cualificado y con la titulación necesaria por la estacionalidad del sector
- Un alto porcentaje se encuentran implantadas en el oriente de Asturias y se dedican al descenso en canoas por el río Sella
- La captación de clientes es principalmente por internet, mediante su página web, aunque también es importante la inclusión en guías y la asistencia a ferias
- Los clientes proceden principalmente de Asturias, Madrid, el País Vasco, Castilla-León y Galicia
- Un problema muy importante es el intrusismo profesional
- A diferencia de otras comunidades, en Asturias, actividades como rafting, puenting o hidrospeed están prohibidas
- Los clientes suelen repetir
- Los inicios están cargados de complicados trámites burocráticos
- Las titulaciones más habituales entre los trabajadores son monitor y director de tiempo libre y monitor deportivo
- El tipo de clientela fundamental son particulares, le siguen los grupos de estudiantes o empresas
- La mayoría tienen alguna de sus actividades adaptadas a personas discapacitadas
- Realizan algunas de las actividades y subcontratan otras
- Alto coste de los seguros y dificultad para obtener permisos
- Suelen tener forma jurídica de SL o CB
- Un alto porcentaje de las empresas de turismo activo se encuentran situadas en la zona oriental y basan sus actividades en el descenso en canoa del río Sella.





## PERFIL DEL EMPRENDEDOR DEL SECTOR

- **JOVENES CON EDADES ENTRE 25 Y 45 AÑOS**
- **DEPORTISTAS QUE CONVIERTEN SU HOBBY EN PROFESIÓN**
- **POSEEN TITULACIONES ESPECIFICAS PARA REALIZAR LAS ACTIVIDADES**
- **SATISFECHOS CON LA ACTIVIDAD QUE REALIZAN**

### 3.2 ANALISIS DE LA DEMANDA

#### 3.2.1 ENCUESTAS A ESTUDIANTES

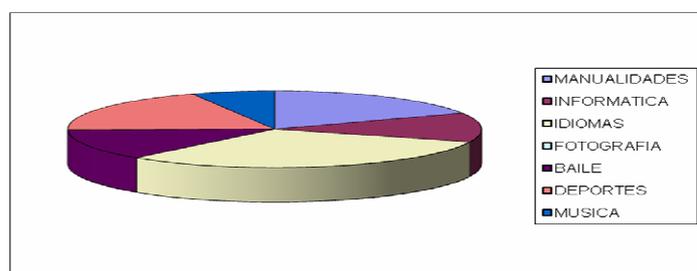
##### 3.2.1.1- ORIGEN

- Se realiza la encuesta a 100 estudiantes del centro de Asturias, dividido casi por igual entre chicos y chicas.
- Las edades están comprendidas entre los 12 y 18 años .
- Los cursos analizados van desde primero de eso a segundo de bachiller.
- Se han realizado encuestas en los institutos Carreño Miranda y de Salinas y en el Colegio de La luz.
- Se analiza las actividades extraescolares, deportivas y de turismo activo que realizan

##### 3.2.1.2- CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA A ESTUDIANTES

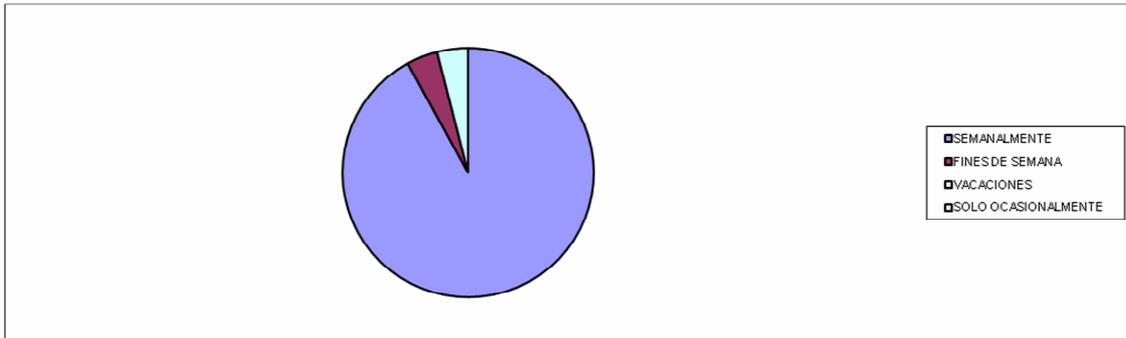
#### Actividades extraescolares

- El 43% ,estudia idiomas, le siguen los que practican deporte, manualidades o informática.

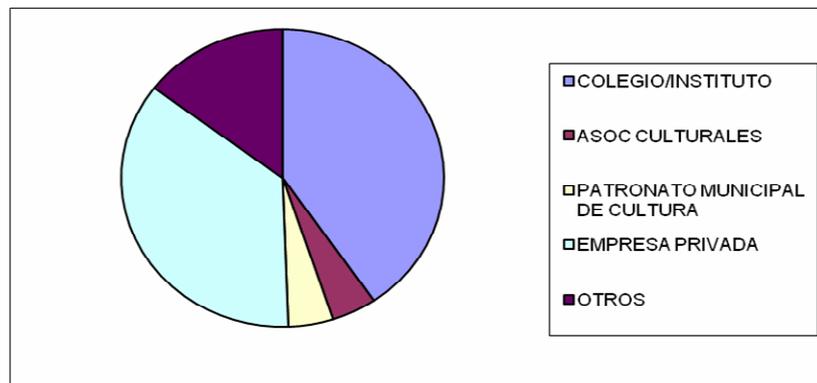




- El 93% los realiza durante la semana .

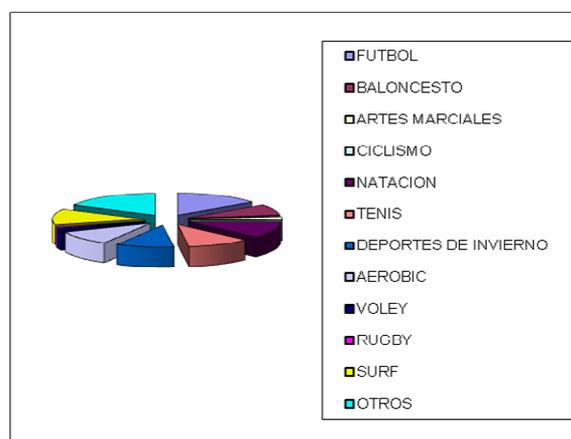


- Se llevan a cabo en los colegios , las empresas privadas o centros municipales



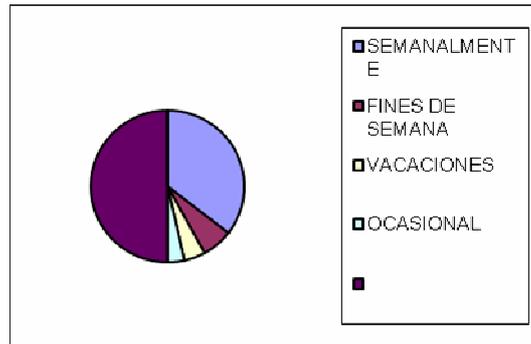
### Practica de deportes

- El futbol y baloncesto son los mas practicados seguidos del surf y deportes de invierno.

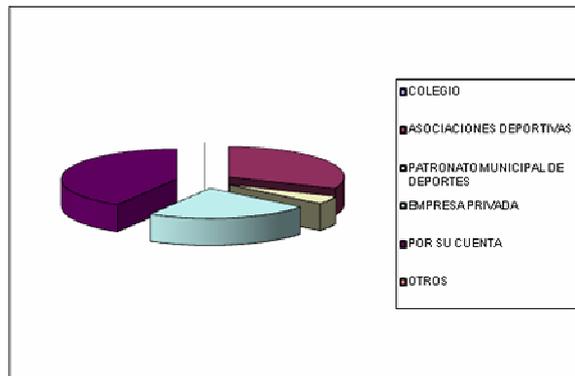




- Se practican los fines de semana

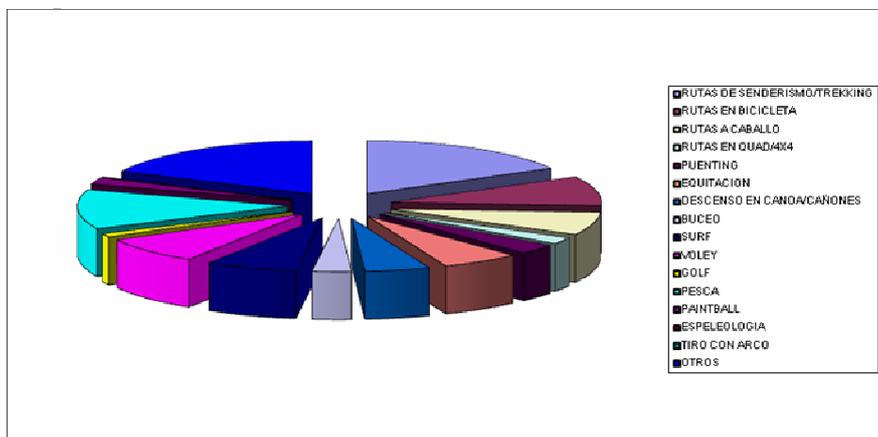


- Utilizan mayoritariamente las instalaciones municipales.



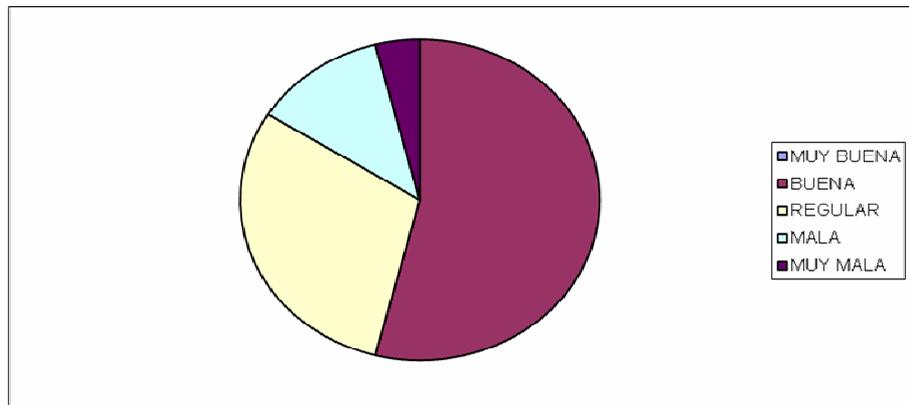
### Actividades de ocio y deporte activo

- El senderismo y la bicicleta son los más practicados.





- Está muy valorado el Principado para estas prácticas



- La demanda de estos deportes es muy estacional

### 3.2.2- ANALISIS ENCUESTAS A TURISTAS

#### 3.2.2.1-ORIGEN. ANÁLISIS DE LA MUESTRA

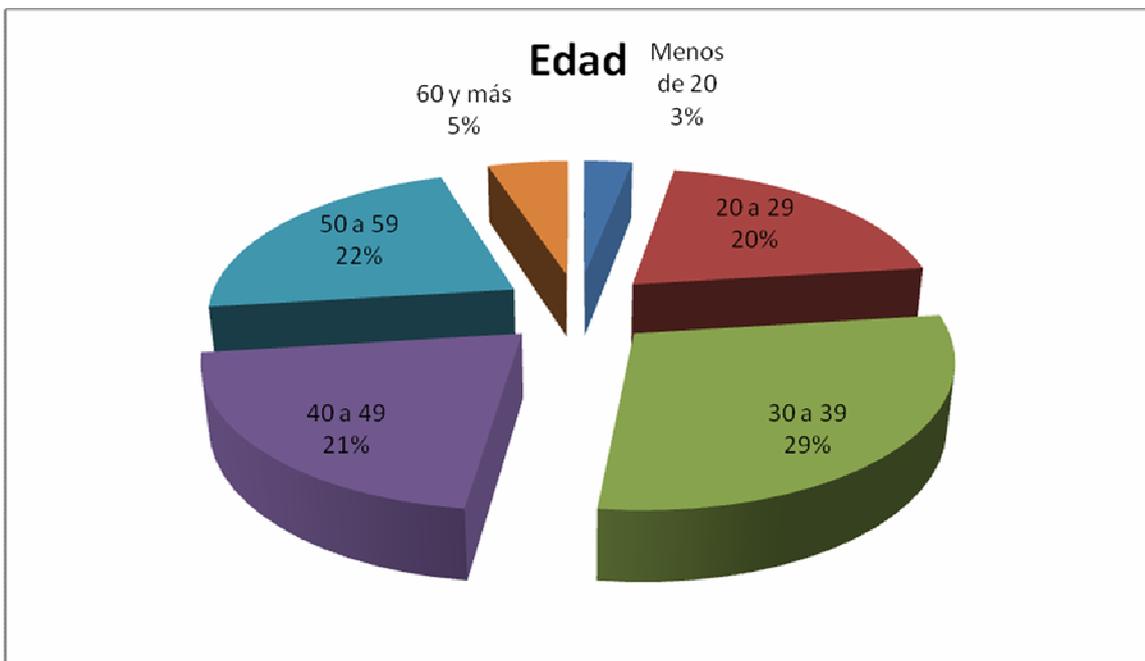
- Se realizaron 100 encuestas a visitantes de la comarca de Avilés en los meses de julio, agosto y septiembre de 2007.
- Los datos se recogen en las Oficinas de turismo de Avilés y Piedras Blancas.
- Los datos recogidos inciden en tres variables: características de los visitantes, características del viaje y actividades que practican.

#### 3.2.2.2-CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS A TURISTAS

- El 87% de los turistas vienen de otras provincias, el mayor porcentaje de Madrid.

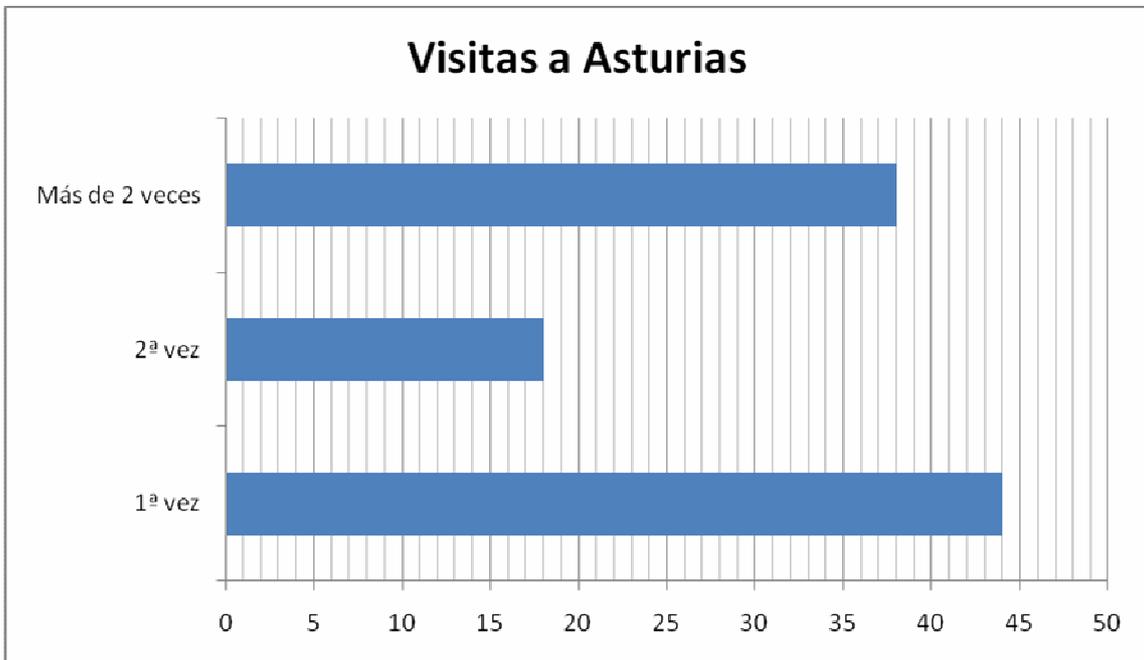


- El porcentaje más alto de visitantes es el del tramo de edad entre 30 y 39 años, que representa un 29%.



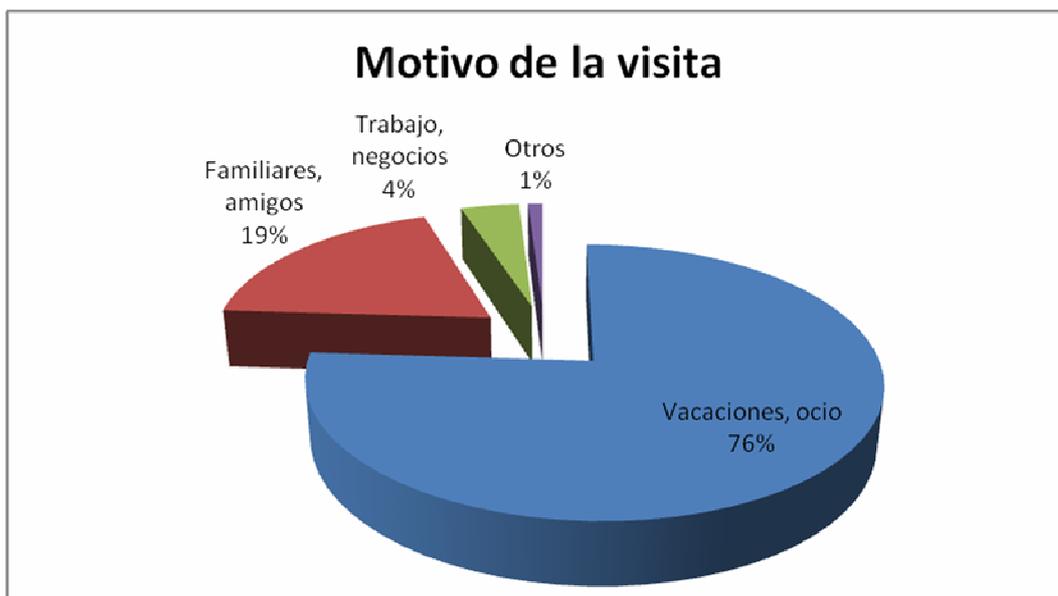


- El 56% de los que nos visitan ya lo habían hecho antes.



## CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

El 76% viene en sus vacaciones





- En pareja o con la familia son las formas de viajar elegidas por la mayoría de visitantes, suponen un 37% y 34% respectivamente.

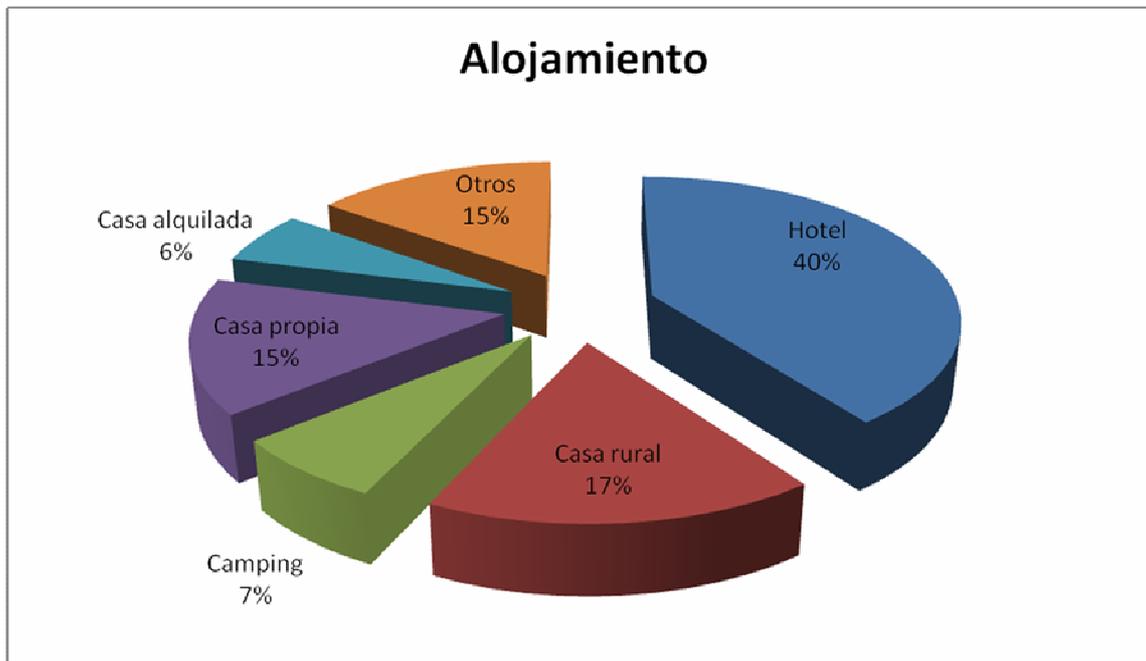


- La mayoría decide organizar por su cuenta el viaje, un 84%, por su cuenta mediante Agencia de Viajes lo hizo un 15%,





- Se alojan principalmente en hoteles o casas de turismo rural

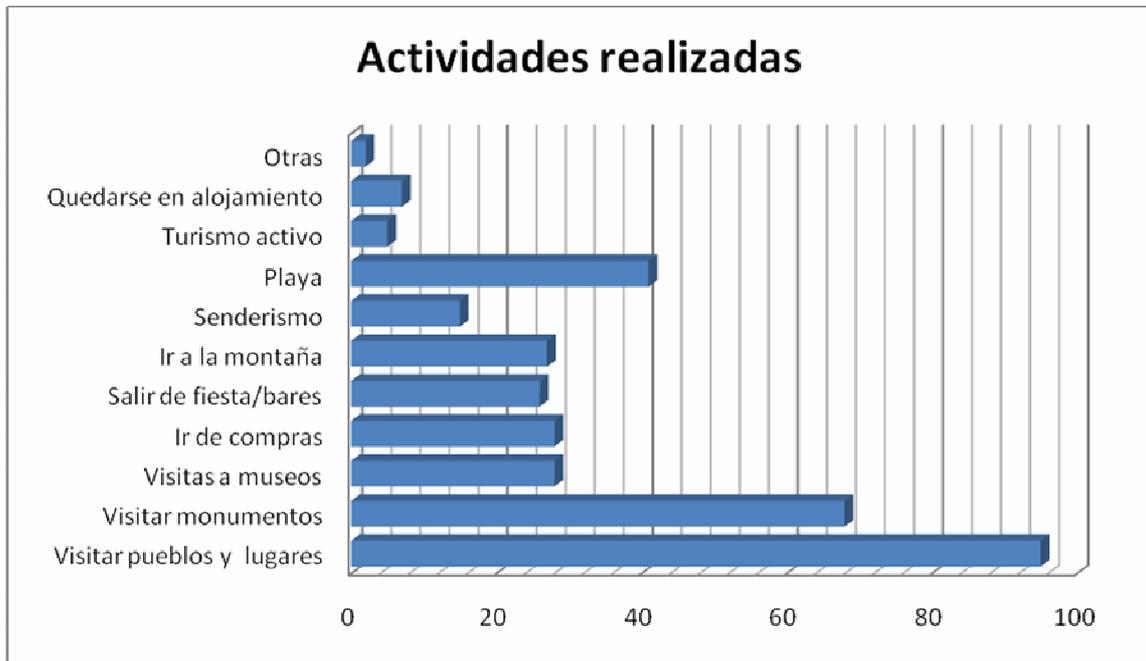


- El 43% de los visitantes pasa una semana en nuestra región, que es la opción elegida por la mayoría, un 15% alarga su estancia hasta 15 días y un 5% permanece en Asturias un mes o más.

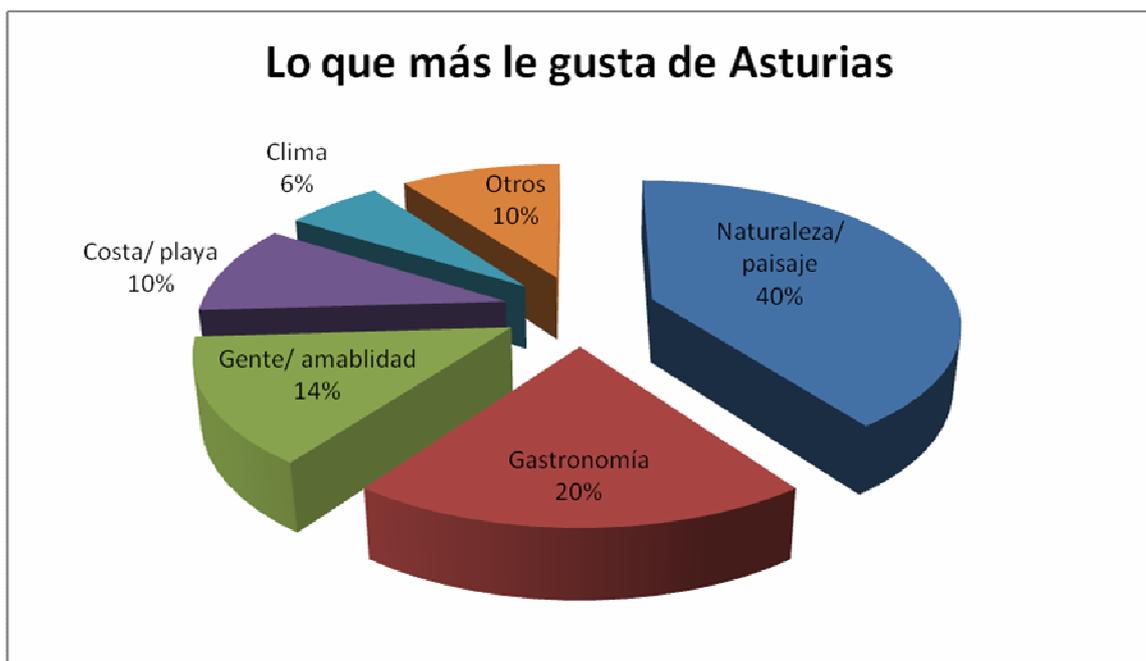




-La mayoría visita pueblos y lugares o monumentos.

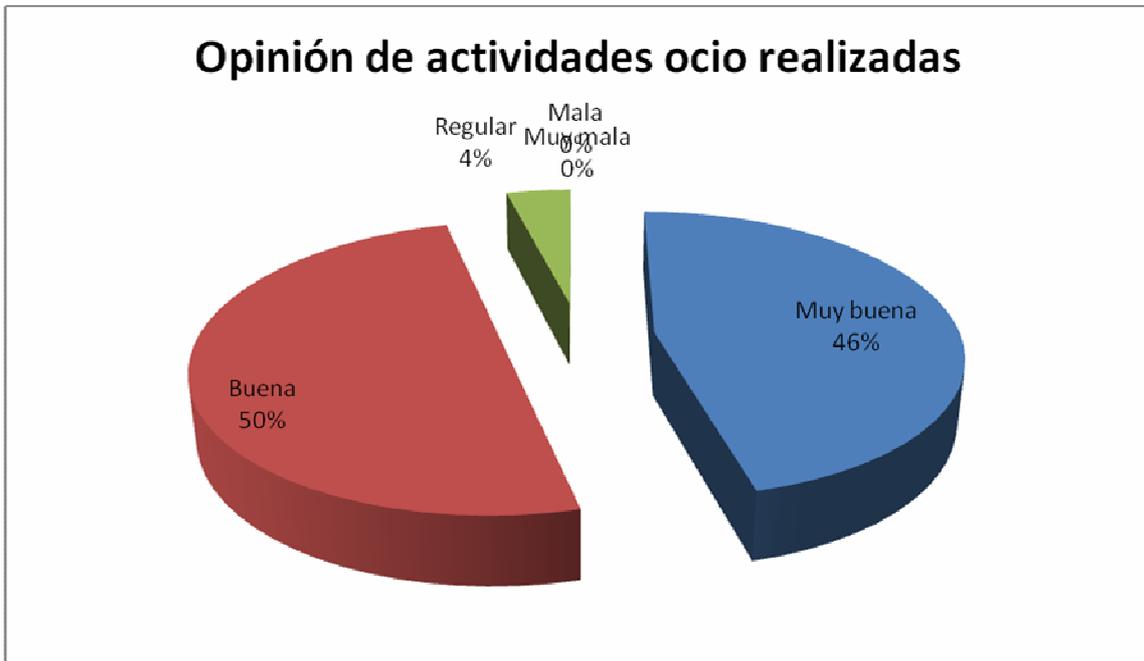


- Lo mas valorado es el paisaje, después está la gastronomía y la amabilidad de sus gentes.

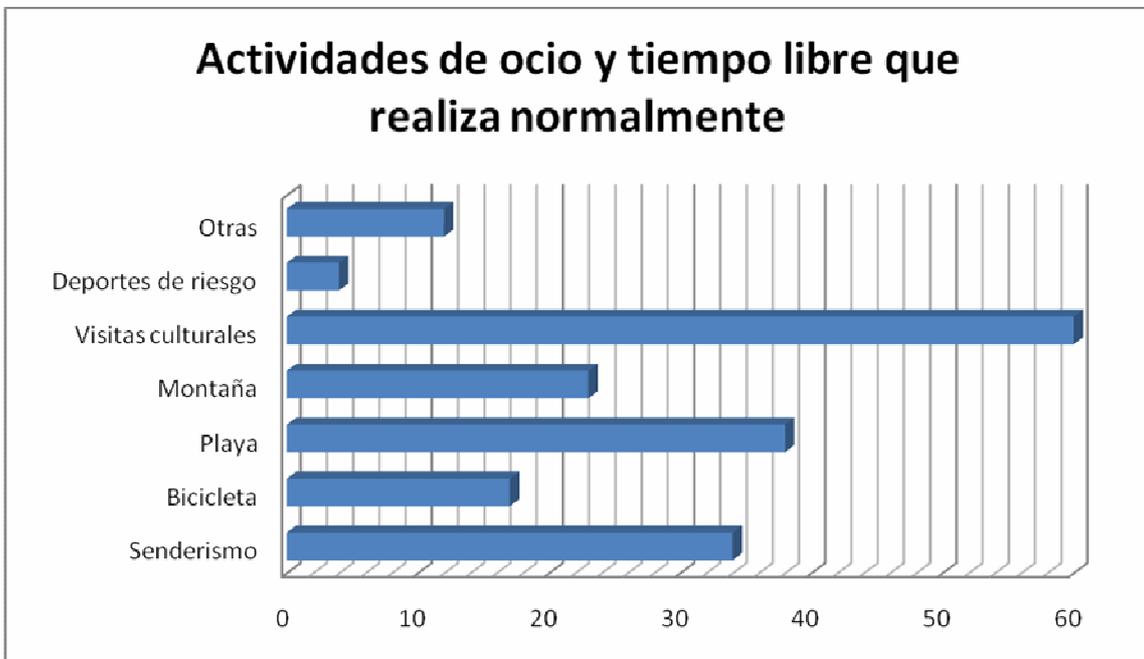




- La opinion sobre las actividades de turismo activo es buena y muy buena



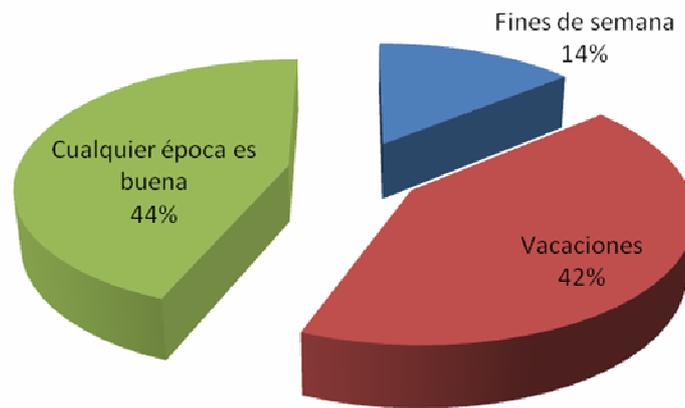
-Les gusta sobre todo visitar nuestros pueblos, hacer senderismo y escalada.





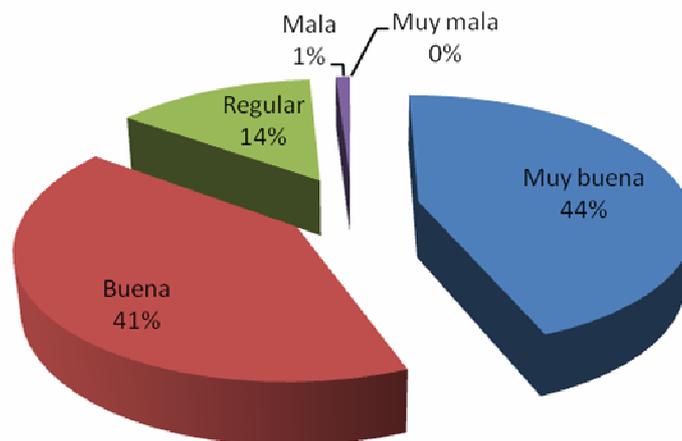
- Mayoritariamente realizan estas actividades durante todo el año o en vacaciones

### Frecuencia con que realiza actividades de tiempo libre



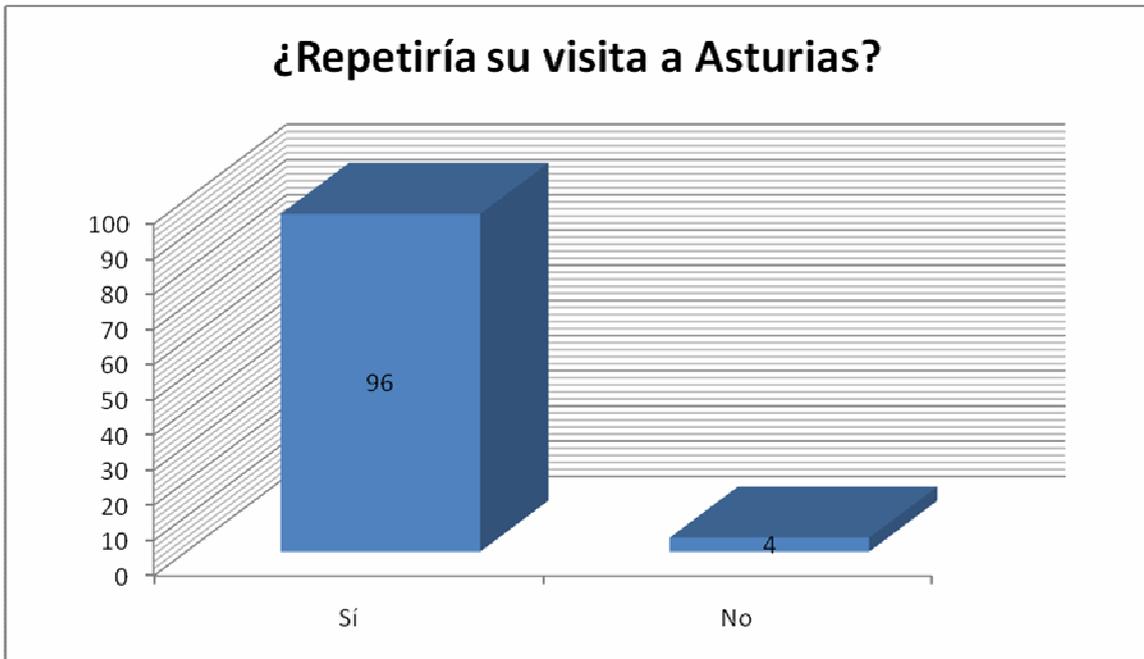
-Les es muy fácil obtener la información.

### Facilidad para obtener información sobre la zona





- El 96% repetiría su visita a Asturias



## 4-CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

### 4.1-RESULTADOS DEL ANALISIS DEL SECTOR

#### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

- **Un sector joven:** El sector está constituido por empresas de reciente creación (el 75% se han constituido en los últimos quince años) y además promovidas por personas jóvenes.
- **Relevancia del régimen autónomo:** La mayoría de las empresas están constituidas por personas autónomas no asalariadas y son de pequeño tamaño, con una plantilla media de siete personas
- **Cientela equilibrada:** La clientela es heterogénea pero se apoya fundamentalmente en personas particulares, seguidas de cerca por las empresas privadas y las Administraciones Públicas.
- **Patrones de localización muy condicionados:** la práctica totalidad de las empresas se encuentra ubicada en los principales núcleos urbanos y en el oriente de Asturias, y la gran parte de su clientela es de la región. Su presencia es menor en los mercados nacionales e internacionales, aunque al menos una de cada tres tiene estructura



suficiente para ampliar el radio de acción de sus servicios a cualquier punto del territorio nacional.

- **Escasa presencia internacional:** La internalización de las empresas ocio culturales es prácticamente nula. Este aspecto está en relación directa con el pequeño tamaño de las empresas del Principado, ya que sólo aquellas que cuenten con una estructura organizativa y financiera de cierta envergadura estarán capacitadas para prestar sus servicios a clientela internacional.

## PERFIL DEL EMPRESARIO

- **Un sector con “techo de cristal”:** El porcentaje de mujeres gerentes o promotoras sólo alcanza el 29,63%. Se está produciendo una progresiva incorporación de la mujer a la plantilla de estas empresas pero su integración es principalmente en cargos no directivos
- **Juventud de las personas promotoras:** Una de cada cuatro empresas han sido creadas por jóvenes entre 20 y 30 años.
- **Alta cualificación inicial:** las personas emprendedoras tienen además una notable cualificación de estudios, ya que el 75% cuenta con formación universitaria.
- **Escasos conocimientos de gestión empresarial:** pese a los notables niveles de cualificación académica, las personas emprendedoras reconocen como una de sus principales carencias la falta de conocimientos sobre la gestión de una empresa
- **Conocimiento de mercado:** La persona emprendedora de las empresas ocio culturales del Principado se basa fundamentalmente en experiencias y percepciones propias para conocer el mercado en el que desarrolla su actividad empresarial. No obstante hay que destacar la multiplicidad de fuentes manejadas para conocer la realidad de su negocio
- **Destacados niveles de experiencia previa:** además de su formación a nivel académico prácticamente todas las personas emprendedoras cuentan además con experiencia laboral previa, destacando el dato de que en la mitad de los casos dicha experiencia se ha adquirido en el mismo sector de actividad que el de la empresa que ha creado

## RECURSOS HUMANOS

- **Niveles de participación femenina en equilibrio:** El nivel de participación femenina de las empresas culturales del Principado (49.75%) es superior a la media nacional para este mismo tipo de empresas (42.60%), lo que arroja una situación de práctica paridad con el empleo masculino.
- **Evolución positiva del empleo:** Las plantillas de este tipo de empresas se han visto incrementadas desde que iniciaron su actividad hasta la actualidad. Además, la distribución del empleo entre hombres y mujeres se ha producido de una forma muy equitativa pues los porcentajes de participación femenina se han mantenido.



- **Exigencia de la experiencia laboral previa en los perfiles profesionales demandados:** Las empresas del Principado conceden prioridad de contratación a profesionales que venían desarrollando la misma actividad en otras empresas, así como a quienes ya habían trabajado previamente para la empresa a través de un contrato en prácticas, becas o sustituciones.
- **Reticencias en la aplicación de medidas de conciliación familiar:** Las personas responsables de las empresas ocio culturales del Principado consideran los aspectos de conciliación familiar y laboral como pertenecientes única y exclusivamente al ámbito de la esfera privada de la plantilla, ya que solamente el 11.11 % estarían dispuestos a contratar más mujeres si existiesen más ayudas por parte de la Administración. La medida de conciliación laboral más usada por estas empresas es la flexibilidad horaria.
- **Buenos niveles de formación continua pero carencias en la formación especializada:** El nivel de formación continua entre las empresas ocio culturales del Principado es bastante notable si tenemos en cuenta que al menos el 70 % de las empresas entrevistada realiza algún curso de formación. Sin embargo, sólo un tercio de las empresas lo hace de una forma constante y continuada.

## LAS EMPRESAS DEL SECTOR

- - Todas las empresas y establecimientos de turismo activo se encuentran amparadas por la normativa vigente en el principado
- - Los monitores o guías deberán tener el título de técnico deportivo en la modalidad que se trate según el rd92/2002
- - Se debe asumir el turismo rural como un factor de desarrollo local integrado, apoyando aquellas explotaciones agrarias que decidan abordar su conversión a empresas de turismo.
- - Se debe propiciar por parte de las instituciones la modernización y la mejora de la calidad del equipamiento turístico del principado, propiciando el desarrollo de nuevas ofertas
- -Se ordenara la oferta mediante la corrección de deficiencias en las infraestructuras y la elevación de la calidad de los servicios armonizándola con la ordenación urbanística y la conservación del medio ambiente
- - Se debe configurar un marco que potencie el mejor desarrollo de la actividad de las empresas , favorezca la calidad y competitividad de las mismas y sea un instrumento de lucha contra las practicas ilegales y competencia desleal.



- Se debe planificar y acomodar la oferta turística y su promoción a las exigencias de la demanda actual y de futuro propiciando la diversificación y la desestacionalización del sector.
- Se deben preservar los recursos turísticos, evitando su destrucción y procurando su correcto aprovechamiento en todas las modalidades de la oferta, con respeto a valores culturales, histórico-artísticos, paisajísticos, urbanísticos y medioambientales.

## CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

- **Zonas de colisión entre la oferta privada y la pública:** Si bien las Administraciones Públicas a través de su amplia oferta cultural son grandes clientes de las empresas del Principado, las empresas han puesto de manifiesto la existencia de zonas donde existe colisión entre la oferta privada y la pública.
- **Falta de previsión en la fase de planeamiento de la idea de negocio:** Son escasas las empresas que antes de iniciar su actividad han realizado un plan de negocio o al menos han valorado las dificultades, sobre todo financieras, que tendrá que superar durante el desarrollo de sus actividades.
- **Arraigo del espíritu emprendedor:** Este cambio de mentalidad está arraigando entre la juventud emprendedora de la región. Son conscientes de que existe nichos de mercados y de demanda no satisfechos y enfocan su actividad hacia los mismos.
- **Escasa presencia en redes de comercialización:** La principal forma de comercialización de sus productos es directa, a través de la labor comercial desarrollada por la gerencia.
- **Producto cultural diferenciado y con niveles de calidad:** Las empresas cuentan con un producto cultural con identidad propia y con niveles de calidad reconocidos, especialmente en el sector de la cultura (profesionales de las ramas de la pintura, expresión plástica o diseño) que ya tienen un nombre reconocido en el mercado.

## CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

- **Crecimiento de la demanda privada:** Las personas particulares tienen un notable peso como consumidoras de los servicios socioculturales, aunque no son la única fuente de demanda.
- **Perfil de consumidores y consumidoras finales:** Personas con un arco de edad comprendido entre los 20 y los 55 años, dado que concentran los niveles más elevados de renta y una trayectoria de consumo cultural y de ocio más continuada.
- **Escasa incidencia de la estacionalidad:** Salvo en aquellas empresas que se entran en la actividad turística viéndose afectadas por su estacionalidad, concentrada en los períodos de vacaciones y la época estival.



- **Notable componente local:** En su práctica totalidad la clientela de las empresas del Principado se encuentra en la región.

## MERCADO

- **Las áreas de mayor crecimiento potencial se sitúan en segmentos que incorporan altos niveles de especialización, valor añadido donde la ubicación no sea un elemento desfavorable de competitividad.** Algunos de los posibles nichos de potencial mercado para las empresas entrevistadas serían:
  - Cultura: servicios de concepto y diseño de contenidos museísticos, servicios ligados al diseño gráfico como ilustraciones y animación (dirigidos a la industria del cine), empresas de interpretación con servicios integrales (equipo y servicios).
  - Ocio: actividades y servicios ligados al turismo activo y con habilidades para dar servicios a turistas del extranjero (dominio del idioma).
- **Incremento del gasto por persona en cultura y ocio**, aunque todavía se mantienen en niveles inferiores a los europeos.
- **Riesgo de no incorporación de algunos segmentos de edad en los hábitos culturales:** La juventud corre el riesgo de no incorporar entre sus hábitos de consumo cultural ciertas disciplinas artísticas como el teatro o la danza.
- **Mejora de la demanda del turismo cultural:** El perfil del turista está evolucionando de un turismo de carácter vacacional hacia la demanda de servicios más elaborados de turismo activo o cultural.
- **Un sector con perspectivas de crecimiento moderadas:** El crecimiento del sector ha sido muy moderado, tanto en términos de creación de empleo como en producción.

## RECOMENDACIONES

### A- Medidas genéricas para promover la creación de empresa y la mejora del empleo.

- **Fomentar la demanda de servicios culturales y de ocio:** A través de instrumentos como la organización de redes de artistas y la promoción en otros mercados a través de ferias o concursos; ofreciendo incentivos a la participación en concurso y certámenes nacionales e internacionales o fomentando la contratación de oferta privada desde las Administraciones Públicas.
- **Mejorar la conexión entre la oferta y la demanda de servicios ocioculturales**, dando a conocer la oferta local de servicios ocioculturales y promoviendo medidas de colaboración y conocimiento



entre las empresas que permitan la creación de clusters para optar contrataciones de forma conjunta.

- **Mejorar los niveles de formación de las personas emprendedoras.** Las medidas formativas deberían abarcar una triple vertiente
- **Fomentar la participación de las empresas en proyectos de cooperación con empresas internacionales:** Aunque es bastante difícil, debido a las características de las mismas, este proceso será imprescindible a largo plazo par mejorar la competitividad del sector.

#### **B- Medidas específicas para promover la creación de empresas por colectivos con dificultades de inserción laboral y su incorporación a las empresas ocio laborales.**

Entre estos colectivos nos encontramos con los que tienen problemas de inserción laboral porque tienen una formación muy escasa, porque son parados o paradas de larga duración, porque tienen más de 45 años o porque presentan dificultades para adquirir nuevos conocimientos. También hay personas, fundamentalmente mujeres, inmigrantes y determinados colectivos étnicos, que cuentan con la formación y habilidades para el desempeño de actividades en el sector del ocio y la cultura pero que, por razones de discriminación culturales o sociales, tienen mayores barreras para incorporarse a las empresas del sector.

Para el primer colectivo señalado existen dificultades para el diseño de políticas de inserción que no pasen por la formación. Esta formación ha de ser específica y de larga duración. Algunas de las medidas que se pueden promover para favorecer su inserción son:

- Incentivos fiscales para las empresas que contratan a estos colectivos y campañas de información pública.
- Diseño de cursos de formación específicos para el desarrollo de actividades dentro del sector. Estos cursos se desarrollarían a través de instituciones como las Cámaras de Comercio, la Universidad, o a través de las propias empresas del sector.

Para promover la creación y contratación en las empresas ocio culturales de mujeres, inmigrantes, y colectivos étnicos, las actuaciones a llevar a cabo pasarían por:

- La reducción de los trámites burocráticos: se trataría de crear una ventanilla única para la creación de empresas, fundamentalmente de servicios.
- La creación de un centro de asesoramiento empresarial para mujeres. Serían mujeres las encargadas de asesorar a todas aquellas mujeres que desean dirigir una empresa.



- Intercambio de experiencias de mujeres empresarias a través de seminarios, jornadas, publicaciones, etc.
- Accesos a la financiación: las instituciones locales pueden favorecer la creación de microcréditos, fondos de capital riesgo o alcanzar acuerdos con entidades financieras que faciliten los trámites y las condiciones de los créditos bancarios.
- Fomento del asociacionismo, es decir, potenciar las asociaciones de mujeres empresarias, para lo cual se podrían explotar los recursos y las acciones que a escala europea promueve la Red Wes.

## 6.2- CONCLUSIONES Y OPORTUNIDADES

### AMENAZAS

- Escasez de profesionales cualificados del sector
- Altas inversiones en material y en seguros
- Dificultades para obtener autorizaciones
- La aparición de empresas de actividades o alojamientos de baja calidad que perjudican al sector

### OPORTUNIDADES

- El turismo activo y el ocio es un sector emergente en la economía.
- Viajes, vacaciones y ocio son los apartados donde se espera que se incremente más el gasto en los hogares españoles.
- Mejoras en las comunicaciones del principado
- Apoyos institucionales a emprendedores.
- El envejecimiento de la población supone un nuevo mercado.

### FORTALEZAS

- Diversificación: muchas actividades por explotar
- Aumento del porcentaje de la renta destinado al ocio.
- Asturias es un marco incomparable para el deporte y el turismo activo.
- La gran riqueza de nuestro patrimonio cultural



## DEBILIDADES

- Trabajo que exige flexibilidad de horarios y motivación
- La Estacionalidad fuerte de la demanda
- La legislación es cada vez mas exigente
- Intrusismo en el sector

## HUECOS DE MERCADO

- Alojamientos de turismo rural con spa y actividades
- Spas urbanos
- Empresas organizadoras de actividades de turismo activo y cultural.
- Centro de actividades
- Empresas organizadoras de actividades de animación infantiles y para la tercera edad
- Club de ocio

## OCUPACIONES CON FUTURO

- Técnico en deportes de aventura
- Técnico en turismo rural
- Asesor de servicios turísticos on-line
- Guía turístico
- Guía de montaña