

## Turismo rural

### NA COSTA DA MORTE

1





# Turismo rural

ANEXO COSTA DA MORTE

---

G U Í A D E A C T I V I D A D E E M P R E S A R I A L

---



EDITOR	Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia S.A. (BIC GALICIA S.A.)
AUTORES	OBZ Management Consulting José Antonio Vila García Tomé Manuel Freire Blanco Isabel Agra Pose
DIRECCIÓN, COORDINACIÓN E SUPERVISIÓN TÉCNICA	Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia S.A. (BIC GALICIA S.A.)
DISEÑO E MAQUETACIÓN	Producciones KHARTUM
DERECHOS RESERVADOS © 2004 DESTA EDICIÓN	Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia S.A. (BIC GALICIA S.A.) Edificio IGAPE, 3ª planta Complejo Administrativo San Lázaro s/n 15703 Santiago de Compostela

Quedan rigurosamente prohibidas, sen a autorización escrita dos titulares do "Copyright", baixo as sancións establecidas nas Leis, a reprodución total ou parcial desta obra por calquera medio ou procedemento, incluídas a reprografía e o tratamento informático e a distribución de exemplares da mesma mediante alugamento ou préstamo públicos.

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
<b>1.1 Como utilizar este anexo</b>	<b>7</b>

## **PUNTOS ADAPTADOS DA GUÍA DE TURISMO RURAL**

<b>2. DESCRICIÓN DA ACTIVIDADE E PERFIL DA EMPRESA-TIPO</b>	<b>11</b>
<b>3. PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS</b>	<b>17</b>
<b>4. O CONTEXTO SECTORIAL</b>	<b>21</b>
<b>5. O MERCADO DO TURISMO RURAL</b>	
<b>5.1 Estructura da actividade</b>	<b>25</b>
5.1.2 Tamaño do mercado	25
5.1.3 Previsións para o futuro	26
<b>5.2 Análise competitiva</b>	<b>28</b>
<b>5.3 Marketing</b>	<b>29</b>
5.3.1 Producto	29
5.3.2 Prezo	29
5.3.3 Forza de vendas	30
5.3.4 Promoción	30
<b>5.4 Análise económico-financeira</b>	<b>31</b>
5.4.4 Estructura da conta de resultados	32
<b>ANEXO DE TABLAS</b>	<b>35</b>
<b>ANEXO: Factores que influen no tamaño do mercado</b>	<b>47</b>
<b>AUTORES</b>	<b>49</b>



# 1. Introducción







# 1.

# Introducción

## 1.1 Como utilizar este anexo

O seguinte anexo é o resultado do traballo realizado polos técnicos locais de emprego dos Concellos do ámbito denominado Costa da Morte que forman parte da Rede de Técnicos de Emprego coordinada pola Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais a través da Dirección Xeral de Promoción do Emprego, así como dos técnicos dos Grupos de Acción Local que na actualidade están a desenvolver as iniciativas comunitarias: AGADER (Fundación Comarcal de Bergantiños), PRODER II (Fundación Comarcales de Muros y Noia) e LEADER+ (Asociación Neria), cós obxecto de adaptar a información contida na **Guía de Turismo rural** á realidade socioeconómica da área da Costa da Morte (ó abeiro do protocolo de colaboración entre o Igape e a Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais de data 12 de setembro de 2003).

Neste anexo adaptase a información da guía naqueles puntos onde se observaron diferenzas entre a realidade galega e a Costa da Morte para a actividade analizada. Desta forma, complementase a guía ofrecéndote unha información máis próxima o teu entorno social e empresarial.

No índice deste anexo poderás comprobar os puntos da guía de actividade adaptados a túa realidade económica e social, ademais, inclúíronse unha serie de táboas e cadros con información da Costa da Morte.

Para poder traballar de forma correcta con este anexo, deberás te-la Guía de Turismo rural e ir comprobando a través do índice deste anexo os puntos modificados para que a información que se ofrece estea adaptada o teu entorno empresarial e social. Para dispor desta guía podes acceder a web: <http://guias.bicgalicia.es>.







## **2. Descrición da actividade e perfil da empresa-tipo**







## 2.

# Descrición da actividade e perfil da empresa-tipo (Pax. 13)

En primeiro lugar convén sinalar que non existe unha definición consensuada e universalmente aceptada de turismo rural, xa que segundo o país de referencia a resposta a este concepto é diferente.

Non obstante, podemos dicir que o turismo rural é unha oferta de actividades recreativas de aloxamento e de servizos afíns, realizados no espazo rural e dirixido fundamentalmente ós habitantes das cidades que buscan un contorno autóctono en relación coa poboación local.

No entorno que nos movemos -Costa da Morte- podemos dicir que os clientes que nos visitan veñen a satisfacer as seguintes expectativas fundamentalmente:

- Paisaxe
- Gastronomía local
- Artesanía

Canto maior sexa o grao de cumprimento de estes aspectos, maiores posibilidades de éxito terá a túa nova actividade. En definitiva, trátase de dar unha adecuada resposta ós diferentes conceptos de turismo: agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, de interior, deportivo, cultural, etc, que se poden englobar dentro do ámbito do turismo rural.

En Galicia, os establecementos de turismo rural responden á seguinte tipoloxía:

- *Grupo A:* comprende os pazos, castelos, mosteiros, casas grandes, casas rectorais e aquelas outras que, polas súas singulares características e valores arquitectónicos, son recoñecidas como tales polos órganos competentes da Comunidade Autónoma de Galicia.
- *Grupo B:* comprende este grupo as casas de aldea situadas no medio rural que, pola súa antigüidade e características de construción, responden á tipicidade propia das casas rústicas galegas.
- *Grupo C:* neste grupo inclúense as casas de labranza, entendendo como tales as casas situadas no medio rural e con habitacións dedicadas ó aloxamento de hóspedes, nas que se desenvolven actividades agropecuarias e nas que poden participar os clientes aloxados. Esta forma de turismo é a definida como agroturismo.



A súa vez, os establecementos dos grupos A e B, pazos e casas de aldea, poden clasificarse en dúas modalidades:

- *Hospedaría*: cando o seu titular e os familiares que convivan con el compartan o uso da vivenda cunha zona dedicada ós hóspedes e a súa oferta de servicios comprenda, como mínimo, a media pensión alimenticia.
- *Residencia*: cando os usuarios dispoñan en exclusiva das instalacións ou tamén cando, compartindo a vivenda cos seus titulares, a oferta de servicios do establecemento non comprenda, como mínimo, a media pensión alimenticia.

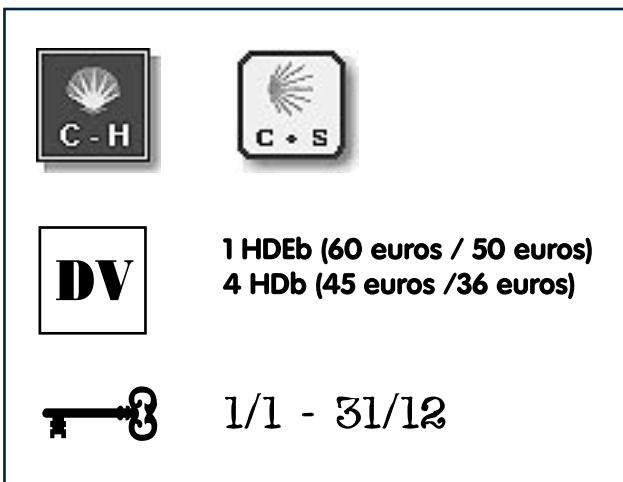
En canto a tipoloxía dos establecementos, as casas de turismo rural pertencen o grupo B, na modalidade de residencia maioritariamente. Así as porcentaxes que nos saen son as seguintes:

- Residencia: 56,25%
- Hospedería: 25%
- Casas de labranza: 18,75%

Analizamos máis de 350 establecementos de turismo rural que figuran na central de reservas de Turgalicia. Prescindindo da diversidade de servicios e actividades complementarias que presta cada un deles, a iconografía tipo que poderías encontrarte sería:



12



*O modelo máis xeneralizado de establecemento de turismo rural é unha casa de aldea, con 5 habitacións e hospedería, situada en calquera das rutas do Camiño de Santiago. Mantén aberto o negocio todo o ano e aplica unha tarifa única, aínda que oferta días verdes cun 20% de desconto aproximado.*

É evidente que o contorno natural onde estea emprazado o establecemento influirá de maneira directa e notoria na oferta de actividades, sen embargo, podemos denominar estas actividades (arquitectura, paisaxe, caza, pesca, etc.) como *pasivas* pois realmente non son promovidas polo propio establecemento. Segundo se desprende das entrevistas realizadas a propietarios destas empresas, as actividades máis comúns son: sendeirismo, equitación, aluguer de bicicletas, actividades agrícolas, talleres de artesanía, etc. Todo eso aderezado cun adecuado trato familiar ó cliente e un menú con comidas típicas da zona.

Na Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-93) 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.

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



Ofrecemos a continuación, as características

<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DA CASA RURAL TIPO</b>	
<b>CNAE</b>	55.11
<b>SIC</b>	70.11
<b>IAE</b>	685
<b>CONDICIÓN XURÍDICA</b>	Autónomo
<b>FACTURACIÓN</b>	61.373 euros
<b>LOCALIZACIÓN</b>	No Camiño de Santiago - Fisterra - Muxía
<b>PERSOAL E ESTRUCTURA ORGANIZATIVA</b>	Propietario xerente + 1 persoa a tempo parcial (temporada baixa) Propietario xerente + 2 persoas (temporada alta)
<b>INSTALACIÓNS</b>	6 habitacións
<b>CLIENTES</b>	Españois (sobre todo madrileños) (verán) e Galicia (resto ano)
<b>CARTEIRA DE PRODUCTOS</b>	Aloxamento, restauración e actividades externas
<b>FERRAMENTAS PROMOCIONAIS</b>	Guías de turismo rural Tarxetas de visita
<b>VALOR DO INMOBILIZADO</b>	241.000 euros
<b>IMPORTE GASTOS ANUAIS</b>	47.973 euros
<b>RESULTADO BRUTO</b>	22,52%



### **3. Principais conclusións**









## Principais conclusións (Pax. 19)

- O perfil da persoa que visita os lugares de turismo rural en Galicia está formado principalmente por galegos e madrileños que valoran positivamente un emprazamento o máis natural posible, lonxe do barullo da cidade.
- É un mercado en expansión, debido á boa relación calidade-prezo e á tendencia crecente da demanda, capaz de absorber o incremento na oferta de establecementos de turismo rural.
- A forte estacionalidade que presenta a actividade, xunto co tamaño dos establecementos, fai que a dedicación exclusiva non sexa demasiado atractiva.
- A oferta está moi atomizada e individualizada, existindo poucas asociacións sectoriais para defender intereses comúns.
- En canto á competencia en Galicia, aumentou a creación de novos establecementos e o número de prazas ofertadas, destacando a provincia da Coruña.
- O emprego está ligado á dimensión do negocio, a miúdo son empresas familiares que recorren á colaboración dos membros da familia nas épocas de maior demanda.
- Os prezos son homoxéneos con posibilidade de descontos en días especiais (días verdes).
- Na Costa da Morte os principais produtos substitutos son os hoteis rurais ou hoteis con encanto.
- Como outras actividades, o turismo rural require un tempo para obter uns ingresos máis ou menos regulares, é dicir, cando os clientes xa coñecen e utilizan o establecemento. Mentres non se chega a esta situación, poden pasar meses, durante os cales o emprendedor deberá facer fronte ós gastos fixos do establecemento, entre outros, os xuros dos posibles créditos pedidos ás entidades financeiras.





## **4. O contexto sectorial**







4.

## O contexto sectorial (Pax. 23)

Tan só sinalar que na Costa da Morte atopámonos nunha fase totalmente diferenciada, todavía por desenvolver, cun forte crecemento no investimento privado, a tendencia de todas as variables é a alza.



21



## **5. O mercado do turismo rural**









## 5.

# O mercado do turismo rural

## 5.1 Estructura da actividade

### 5.1.2 Tamaño de mercado (Pax. 31)

Durante o ano 2002 o nº de visitantes na Costa da Morte foi de 7.205 persoas, xenerando un total de 15.714 pernoctacións. Isto dou lugar a un grado de ocupación do 29,14%, ocupación que é un 5.13% superior a media da provincia da Coruña. En canto a estancia media aquí estamos no 2,18 días lixeiramente superior o 2,05 que temos a nivel provincial.

A conclusión que sacamos é que á Costa da Morte ven máis turismo ocasional que turista que se queda, pero dos visitantes que deciden quedarse a súa estancia media é superior ó do resto de Galicia.

#### Estimación tamaño de mercado Costa da Morte 2002

Mes (1)	% ocupación (2)	Prazas totales (3)	Prazas ocupadas (3)
Xaneiro	10	4.588	459
Febreiro	12	4.482	533
Marzo	26	4.482	1.163
Abril	15	5.053	783
Maio	17	5.549	923
Xuño	16	5.549	913
Xullo	44	5.921	2.613
Agosto	72	5.921	4.261
Setembro	36	5.921	2.139
Outubro	16	5.921	938
Novembro	12	5.921	691
Decembro	13	5.921	770

Fonte: Elaboración propia



### 5.1.3 Previsións para o futuro (Pax. 33)

Se te decides a entrar no mercado do turismo rural debes ter presente o seguinte cadro, co fin de aumentar ou manter os puntos fortes, permanecer atentos ás oportunidades que se che ofrecen, así como, polo contrario, eliminar ou mellorar os puntos febles de cara a combater as ameazas que o mercado poida presentar.

AMEAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Industrialización do contorno.</li> <li>&gt; Infraestructuras no contorno.</li> <li>&gt; Despoboamento dos núcleos rurais.</li> <li>&gt; Diminución do fluxo turístico.</li> <li>&gt; Distancia longa ós centros urbáns.</li> <li>&gt; Non hai ordenación do territorio.</li> <li>&gt; Efecto Prestige</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Fidelidade a través do servicio.</li> <li>&gt; Aumento do ocio e renda por persoa.</li> <li>&gt; Facilitade para o desprazamento do turismo externo.</li> <li>&gt; Demanda crecente na sociedade urbana cara a este tipo de establecementos</li> <li>&gt; Apoio institucional moi forte (leader +)</li> <li>&gt; Creación de novos servicios asociados ó turismo rural.</li> <li>&gt; Plan de dinamización do turismo da Costa da Morte.</li> </ul>
PUNTOS FORTES	PUNTOS FEBLES
<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Boa relación calidade/prezo.</li> <li>&gt; Estructura flexible.</li> <li>&gt; Escasa presión das axencias de viaxe ó non ser un negocio masificado.</li> <li>&gt; A paisaxe e a gastronomía como forte atractivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Forte estacionalidade.</li> <li>&gt; Escaseza de profesionais preparados.</li> <li>&gt; Dimensión reducida da oferta para facer viable o negocio.</li> <li>&gt; Ausencia xeneralizada de estruturas empresariais.</li> <li>&gt; Financiamento dos investimentos.</li> </ul>



**Ameazas:** A existencia de grandes proxectos de acuicultura, e de parques eólicos situados fundamentalmente en zonas de gran beleza paisaxística fai que non atopemos cunha ameaza para o afeamento da paisaxe e de graves consecuencias no entorno.

Por outra parte engadimos as ameazas xa existentes na guía a distancias longas ós centros urbáns fai que o tempo que temos que empregar para chegar a cidades como Coruña e Santiago se alongue máis do debido, isto vese claramente nos datos da Comarca de Bergantiños en comparación con Fisterra. Bergantiños posúe uns índices máis altos debido fundamentalmente a súa situación máis preto de núcleos urbáns.

Outra ameaza a engadir é que non existe por parte das Admóns Públicas unha ordeación do territorio.

Incluimos tamén o efecto prestige como unha posible ameaza, aínda que non sexamos capaces de afirmalo como tal.

En canto ás **oportunidades** engadimos unha serie de matices que consideramos interesantes, por unha parte destacamos que na zona se esté desenvolvendo un programa europeo (leader+), por tanto é necesario aproveitar todas as subvencións públicas e o apoio institucional forte.

Por outra parte a creación de novos servizos que van asociados ó turismo rural, fai que os visitantes podan realizar unha serie de actividades complementarias, de ocio, paisaxísticas etc que faga que a estancia media poda incrementarse. Sinalar que é necesario rentabilizar o turismo de caza e pesca, moi tradicional na comarca, hai que darlle un novo enfoque e crear servizos para este tipo de visitantes, sobre todos porque poden cubrir aqueles períodos de temporada baixa.

Engadimos tamén a aprobación do novo Plan de dinamización turística, que traerá efecto positivos para a Costa da Morte.

En canto ós **puntos fortes**, sinalamos un matiz en canto a boa relación entre calidade e prezos, se miramos as táboa de prezos medios podemos concluir que na Costa da Morte o nivel de prezos é un 25% inferior ó do resto de Galicia. Outro matiz son destacar a paisaxe e a gastronomía como forte atractivo da zona.

En canto ós **puntos febles** é perfectamente válido o expresado na guía.



## 5.2 Análise competitiva (Pax. 36)

### a) Número de empresas e a súa distribución territorial

Na Costa da Morte existen 16 establecementos de turismo rural (2002) que ofertan un total de 184 prazas, o que representa un 4,36% das prazas ofertadas en Galicia, e o 17,18% do total da oferta de A Coruña.

**Cadro 2 : Oferta de Casas de turismo rural en Galicia. 2.002**

<b>NÚMERO: 369</b>	<b>HABITACIÓNS: 2.208</b>	<b>PRAZAS: 4.217</b>
--------------------	---------------------------	----------------------

Fonte: IGE

**Cadro 2 (bis) : Oferta de Casas de turismo rural na Costa da Morte. Ano 2.002**

<b>NÚMERO: 16</b>	<b>HABITACIÓNS: 94</b>	<b>PRAZAS: 184</b>
-------------------	------------------------	--------------------

Fonte: Elaboración Propia



Non podemos establecer cal foi o incremento con respecto o ano 2001, pero o que sí podemos establecer son as previsións para o ano 2003. Con respecto ó 2003, o nº de establecementos pasa de 16 a 21, e o número de prazas pasa de 184 a 237, polo tanto prevese un crecemento considerable do nº de establecementos en torno ó 31,25%. O nº de prazas incrementase por tanto en torno o 28,80%, como vemos e un incremento moi considerable para este ano 2003.

### b) Condición xurídica:

En canto a condición xurídica predomina fundamentalmente o empresario autónomo.

## 5.3 Marketing (Pax. 46)

### 5.3.1 Producto

Nas casas de turismo rural da Costa da Morte a carteira de produtos está formada basicamente por aloxamento, a restauración e as actividades complementarias aínda se encontran en fase de desenvolvemento.

Elaboramos un cuadro estadístico dos tipos de servicios que ofrece cada unha das casas, que se pode incluír na guía e dese cuadro sacamos as seguintes conclusións:

- Case todas as casas posúen aparcadoiro, xardín horta e salón social.
- 75% das casa poseen comedor, e só o 6% teñen restaurante.
- Só o 19% teñen conexión a internet, para os seus clientes.
- As actividades que se ofertan case son todas externas.



### 5.3.2 Prezo

En canto os prezos do produto, como xa comentamos son lixeiramente inferiores ó do resto do turismo rural galego.

**Cadro 532.1: Precios medios en establecementos de turismo rural. Costa da Morte 2003**

HABITACIÓN	PAZOS	CASAS ALDEA	CASA LABRANZA
Dobre especial	54 – 78 €		37,60 – 55 €
Dobre	45 – 60 €	28,80 – 66,11 €	20,80 – 50 €
Individual		24 – 48,08 €	

Fonte: Elaboración propia

### **5.3.3 Forza de vendas**

A comercialización faise fundamentalmente de maneira directa e indirecta.

### **5.3.4 Promoción**

E a promoción faise utilizando as guias-catálogo como a de turgalicia, tarxetas de visita e as páxinas webs. Tamén mediante folletos informativos que as distintos organismos promocinan nas feiras turísticas ás que acuden.



## 5.4 Analise económica financeira (Pax. 52)

A estimación dos ingresos está feita para unha casa que conte con:

- 6 habitacións dobles.
- Precio por habitación de 60 euros en TB e 72 TA
- 25% dos hóspedes comen na casa.
- precio do menú está fixado en 15 euros.
- Estímase un nivel de ocupación do 80% en temporada alta, un 70% en Semana Santa e o resto do ano de un 70% os fins de semana.

**Cadro 10: Estimación ingresos turismo rural**

Mes	(%) Ocupación	Habitacións totais	Habitacións ocupadas	Total ingresos hospedaxe	Total ingresos comedor	Mes
Xaneiro	18	217	39	2.344 €	586 €	2.930 €
Febreiro	18	196	35	2.117 €	529 €	2.646 €
Marzo	42	217	91	5.468 €	1.367 €	6.836 €
Abril	18	210	38	2.268 €	567 €	2.835 €
Maio	18	217	39	2.344 €	586 €	2.930 €
Xuño	18	210	38	2.268 €	567 €	2.835 €
Xullo	80	217	174	12.499 €	2.604 €	15.103 €
Agosto	80	217	174	12.499 €	2.604 €	15.103 €
Setembro	80	21	17	1.210 €	252 €	1.462 €
Outubro	18	217	39	2.344 €	586 €	2.930 €
Novembro	18	210	38	2.268 €	567 €	2.835 €
Decembro	18	217	39	2.344 €	586 €	2.930 €
<b>TOTAL</b>		<b>2.366</b>	<b>760</b>	<b>49.972 €</b>	<b>11.401 €</b>	<b>61.373 €</b>





#### 5.4.4 Estructura da conta de resultados (Pax. 56)

Cadro 11: Conta de resultados establecemento turismo rural

CONCEPTO	IMPORTE
<b>INGRESOS</b>	<b>61.373 €</b>
Ingresos por aloxamento	49.972 €
Ingresos por restauración	11.401 €
<b>GASTOS</b>	<b>47.493 €</b>
Aprovisionamentos (alimentación e bebidas)	3.648 €
Consumibles (productos de hixiene, droguería, etc.)	1.080 €
Soldos+ Seguridade Social	16.200 €
Subministracións (electricidade, calefacción, agua, etc)	4.960 €
Comunicacións (fixo, móbil, Internet, etc.)	1.200 €
Servicios Exteriores	2.400 €
Publicidade e propaganda	600 €
Gastos Financieros	5.395 €
Amortización Inmobilizado	11.050 €
Tributos (IAE, Lixos, etc.)	600 €
Outros gastos	360 €
<b>RESULTADO BRUTO DA EXPLOTACION (Ingresos - Gastos)</b>	<b>13.880 €</b>
% sobre volumen de vendas	22,62%
% sobre total investimento	5,76%

Fonte: Elaboración propia



**Anexo de tablas e  
gráficos adaptados  
à Costa da Morte**







# Anexo de tablas e gráficos adaptados á Costa da Morte

## 5.1.2 Tamaño do mercado (Pax. 31)

Cadro 2: Estimación tamaño de mercado Costa da Morte 2002

Mes (1)	% ocupación (2)	Prazas totales (3)	Prazas ocupadas (4)
Xaneiro	10	4.588	459
Febreiro	12	4.482	533
Marzo	26	4.482	1.163
Abril	15	5.053	783
Maio	17	5.549	923
Xuño	16	5.549	913
Xullo	44	5.921	2.613
Agosto	72	5.921	4.261
Setembro	36	5.921	2.139
Outubro	16	5.921	938
Novembro	12	5.921	691
Decembro	13	5.921	770



Fonte: Elaboración propia

## 5.4.2 Gastos (Pax. 53)

**Cadro 9: Gastos estimativos anuales establecimiento turismo rural**

CONCEPTO	IMPORTE
Aprovisionamentos (alimentación e bebidas)	3.648 €
Consumibles (productos de hixiene, droguería, etc.)	1.080 €
Soldos + Seguridade Social	16.200 €
Subministracións (electricidade, calefacción, auga, etc.)	4.960 €
Comunicacións (fixo, móbil, internet, etc.)	1.200 €
Servicios externos (asesoría fiscal, etc.)	2.400 €
Publicidade e propaganda	600 €
Gastos financeiros	5.395 €
Amortización inmovilizado	11.050 €
Tributos (IAE, lixos, etc.)	600 €
Outros gastos	360 €
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>47.493 €</b>

Fonte: Elaboración propia



Os aprovisionamentos son 4,80 euros por menú (760 menús estimados)

O persoal estimado na guía debería incrementarse nun 50% como mínimo

### 5.4.3 Previsión de ingresos (Pax. 54)

**Cadro 10: Estimación de ingresos establecemento turismo rural na Costa da Morte**

Mes	% ocupación	Habitacións totais	Habitacións ocupadas	Ingresos habitación	Ingresos comedor	Ingresos totais
Xaneiro	18	217	39	2.344 €	586 €	2.930 €
Febreiro	18	196	35	2.117 €	529 €	2.646 €
Marzo	42	217	91	5.468 €	1.367 €	6.836 €
Abril	18	210	38	2.268 €	567 €	2.835 €
Maio	18	217	39	2.344 €	586 €	2.930 €
Xuño	18	210	38	2.268 €	567 €	2.835 €
Xullo	80	217	174	12.499 €	2.604 €	15.103 €
Agosto	80	217	174	12.499 €	2.604 €	15.103 €
Setembro	80	21	17	1.210 €	252 €	1.462 €
Outubro	18	217	39	2.344 €	586 €	2.930 €
Novembro	18	210	38	2.268 €	567 €	2.835 €
Decembro	18	217	39	2.344 €	586 €	2.930 €
<b>TOTAL</b>		<b>2.366</b>	<b>760</b>	<b>49.972 €</b>	<b>11.401 €</b>	<b>61.373 €</b>

Fonte: Elaboración propia

Unha casa de 6 habitacións dobres  
 Precio por habitación de 60 euros TB y 72 TA  
 25% dos hóspedes comen na casa  
 Precio do Menú 15 euros  
 Ocupación dun 70% os fins de semana dos meses de TB  
 Ocupación dun 70% Semana Santa e 70% fins de semana  
 Ocupación dun 80% TA



#### 5.4.4 Estructura da conta de resultados (Pax. 56)

Cadro 11: Cuenta de explotación establecimiento turismo rural

CONCEPTO	IMPORTE
<b>INGRESOS</b>	<b>61.373 €</b>
Ingresos por aloxamiento	49.972 €
Ingresos por restauración	11.401 €
<b>GASTOS</b>	<b>47.493 €</b>
Aprovisionamentos (alimentación e bebidas)	3.648 €
Consumibles (productos de hixiene, droguería, etc.)	1.080 €
Soldos + Seguridade Social	16.200 €
Subministracións (electricidade, calefacción, auga, etc.)	4.960 €
Comunicacións (fixo, móbil, internet, etc.)	1.200 €
Servicios externos (asesoría fiscal, etc.)	2.400 €
Publicidade e propaganda	600 €
Gastos financeiros	5.395 €
Amortización inmovilizado	11.050 €
Tributos (IAE, lixos, etc.)	600 €
Outros gastos	360 €
<b>RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACION</b>	<b>13.880 €</b>
% sobre volumen de vendas	22,62%
% sobre total investimento	5,76%

Fonte: Elaboración propia



## 7.1 Anexo de información estadística de interese (Pax. 75)

Cadro 0400.4: Conformación da oferta en Galicia e Costa da Morte. Anos 2000/2001/2002

	ANO 2000		ANO 2001		ANO 2002		% VARIACION 02/01	
	Num.	Prazas	Num.	Prazas	Num.	Prazas	Num.	Prazas
<b>TURISMO RURAL</b>	<b>283</b>	<b>3.108</b>	<b>355</b>	<b>3.955</b>	<b>370</b>	<b>4.216</b>	<b>4,2</b>	<b>6,6</b>
CORUÑA	63	719	81	930	93	1.071	14,8	15,2
COSTA DA MORTE			13	148	16	186	23,1	25,7
LUGO	92	975	106	1.126	110	1.245	15,2	15,5
OURENSE	37	435	51	591	56	638	37,8	35,9
PONTEVEDRA	91	979	104	1.160	111	1.262	14,3	18,5
<b>HOTEIS / HOSTAIS</b>	<b>2.171</b>	<b>65.781</b>	<b>2.165</b>	<b>65.841</b>	<b>1.261</b>	<b>56.459</b>	<b>-41,8</b>	<b>-14,2</b>
CORUÑA	761	22.382	778	22.928	434	19.321	-44,2	-15,7
COSTA DA MORTE					82	2.270		
LUGO	362	8.624	356	8.562	195	6.665	-45,2	-22,2
OURENSE	206	5.733	203	5.595	134	5.024	-34,0	-10,2
PONTEVEDRA	842	29.042	828	28.756	498	25.448	-39,9	-11,5
<b>CAMPINGS</b>	<b>111</b>	<b>33.674</b>	<b>165</b>	<b>39.056</b>	<b>112</b>	<b>34.126</b>	<b>-32,1</b>	<b>-32,1</b>
CORUÑA	49	13.260	63	14.107	48	13.368	-23,8	-23,8
COSTA DA MORTE			11	3.165	11	3.165		
LUGO	11	2.871	18	3.182	12	2.894	-33,3	-33,3
OURENSE	7	1.458	11	1.731	8	1.379	-27,3	-27,3
PONTEVEDRA	44	16.085	62	16.871	44	16.485	-29,0	-29,0
<b>APART. TURIST. E CID. DE VACAC.</b>			<b>5</b>	<b>175</b>	<b>48</b>	<b>2.620</b>		
CORUÑA					16	1.312		
COSTA DA MORTE			5	175	5	175		
LUGO					9	412		
OURENSE					4	170		
PONTEVEDRA					19	726		
<b>TOTAL GALICIA</b>	<b>2.565</b>	<b>102.563</b>	<b>2.661</b>	<b>105.539</b>	<b>1.905</b>	<b>103.217</b>	<b>3,7</b>	<b>2,9</b>
CORUÑA	873	36.361	922	37.965	591	35.072	-35,9	-35,9
COSTA DA MORTE					114	5.796		
LUGO	465	12.470	480	12.870	326	11.216	-32,1	-32,1
OURENSE	250	7.626	265	7.917	202	7.211	-23,8	-23,8
PONTEVEDRA	977	46.106	994	46.787	672	43.921	-32,4	-32,4

Fonte: Elaboración Propia con datos de Turgalicia. Memoria de Actividade, 2000/2001 e Datos do IGE



**Cadro 0512.1: Estadística de ocupación en turismo rural. Galicia y Costa da Morte 2002**

	Galicia	A Coruña	Bergan- -tiños	Fisterra	Soneira	Muros Carnota	Xallas	Costa da Morte	Lugo	Ouren- se	Ponte- vedra
<b>VIAXEIROS</b>											
<b>2002</b>	129.804	41.234	5.955	1.097	153			7.205	38.489	22.117	27.963
<b>AGOSTO 2002 (mes)</b>	28.271	8.648	1.409	283	39			1.731	9.112	3.959	6.552
<b>2001</b>	104.961	35.354							29.695	17.609	22.303
<b>2000</b>	91.708	32.885							25.270	14.684	18.869
<b>1999</b>	92.476	34.145							27.681	12.976	17.674
<b>1998</b>	62.947	22.979							18.224	8.701	13.043
<b>PERNOCTAS</b>											
<b>2002</b>	266.874	93.189	12.295	3.002	417			15.714	68.147	38.920	66.619
<b>AGOSTO 2002 (mes)</b>	77.500	25.511	3.060	978	135			4.173	19.960	9.196	22.833
<b>2.001</b>	223.542	78.101							16.780	7.795	20.105
<b>2000</b>	193.213	71.392							45.647	26.839	49.335
<b>1999</b>	184.665	69.244							47.936	24.142	43.343
<b>1998</b>	131.466	45.108							36.403	17.264	32.691
<b>GRAO OCUPACION</b>											
<b>2002</b>	17,81%	24,01%	29,71%	14,28%	14,28%			29,14%	15,12%	16,89%	15,67%
<b>AGOSTO 2002 (mes)</b>	59,40%	75,43%	80,25%	54,39%	54,39%			94,52%	51,61%	46,1%	60,03%
<b>2.001</b>	18,14%	26,40%							14,28%	18,38%	15,51%
<b>2000</b>	19,13%	28,87%							14,50%	20,03%	15,72%
<b>1999</b>	21,50%	32,00%							18,50%	21,70%	15,90%
<b>1998</b>	17,89%	24,75%							15,48%	18,82%	14,50%
<b>ESTANCIA MEDIA</b>											
<b>2002</b>	1,91	2,05	2,06	2,73	2,73			2,18	1,67	1,69	2,23
<b>AGOSTO 2002 (mes)</b>	2,74	2,95	2,17	3,46	3,46			2,41	2,19	2,32	3,48
<b>2001</b>	2,74	2,88							1,89	1,82	2,57
<b>2000</b>	2,11	2,17							1,81	1,83	2,61
<b>1999</b>	2,00	2,03							1,73	1,86	2,45
<b>1998</b>	2,09	1,96							2,00	1,98	2,51

(1) Por cada 100.000 habitantes / (2) Por cada 10.000 km<sup>2</sup>  
 Fonte: elaboración propia



### Cadro 0513.1: Distribución establecimientos por población e km<sup>2</sup>. Ano 2002

	Número establec.	Población total	Extensión km <sup>2</sup>	Establec./habit. (1)	Establec./km <sup>2</sup> (3)
<b>GALICIA</b>	342	2.742.622	29.560	12	116
<b>COSTA DA MORTE</b>	16	138.471	1.792	12	89
<b>ASTURIAS</b>	586	1.087.885	10.604	53,87	552,62
<b>CANTABRIA</b>	231	527.437	5.290	43,80	436,67
<b>NAVARRA</b>	198	530.819	9.799	37,30	202,06
<b>PAIS VASCO</b>	211	2.098.055	7.085	10,06	297,81

(1) Por cada 100.000 habitantes / (2) Por cada 10.000 km<sup>2</sup>  
 Fonte: elaboración propia

### Cadro 0521.1: Evolución establecimientos turismo rural. Galicia 1998/2002

	Número de establecimientos					Número de prazas ofertadas				
	1998	1999	2000	2001	2002	1998	1999	2000	2001	2002
<b>GALICIA</b>	199	227	283	342	370	2.011	2.354	3.108	3.807	4.374
<b>COSTA MORTE</b>					16					186
<b>A CORUÑA</b>	45	52	63	81	93	499	593	719	930	1.334
<b>LUGO</b>	66	72	92	106	110	644	711	975	1.126	1.207
<b>OURENSE</b>	25	29	37	51	56	251	304	435	591	619
<b>PONTEVEDRA</b>	63	74	91	104	111	617	746	979	1.160	1.214

Fonte: Elaboración Propia con datos de Dirección Xeral de Turismo / IGE / Turgalicia. Memoria de Actividade



**Cadro 0521.2: Establecementos de Turismo Rural. Galicia 2002**

	<b>Galicia</b>	<b>A Coruña</b>	<b>Costa da Morte</b>	<b>Lugo</b>	<b>Ourense</b>	<b>Pontevedra</b>
<b>PAZOS</b>						
<b>Número</b>	58	13	<b>1</b>	13	17	15
<b>Habitacións</b>	455	76	<b>10</b>	101	147	131
<b>Plazas</b>	910	151	<b>20</b>	203	294	262
<b>CASAS DE ALDEA</b>						
<b>Número</b>	245	60	<b>12</b>	67	37	81
<b>Habitacións</b>	1.287	311	<b>68</b>	392	170	414
<b>Plazas</b>	2.575	622	<b>109</b>	784	341	828
<b>CASAS DE LABRANZA</b>						
<b>Número</b>	66	20	<b>3</b>	30	1	15
<b>Habitacións</b>	290	97	<b>20</b>	110	3	80
<b>Plazas</b>	580	194	<b>43</b>	220	6	160
<b>TOTAIS</b>						
<b>Número</b>	385	93	<b>16</b>	110	55	111
<b>Habitacións</b>	2.130	484	<b>98</b>	603	320	625
<b>Plazas</b>	4.237	967	<b>172</b>	1.207	641	1.250

Fonte: Elaboración Propia con datos do IGE 2002



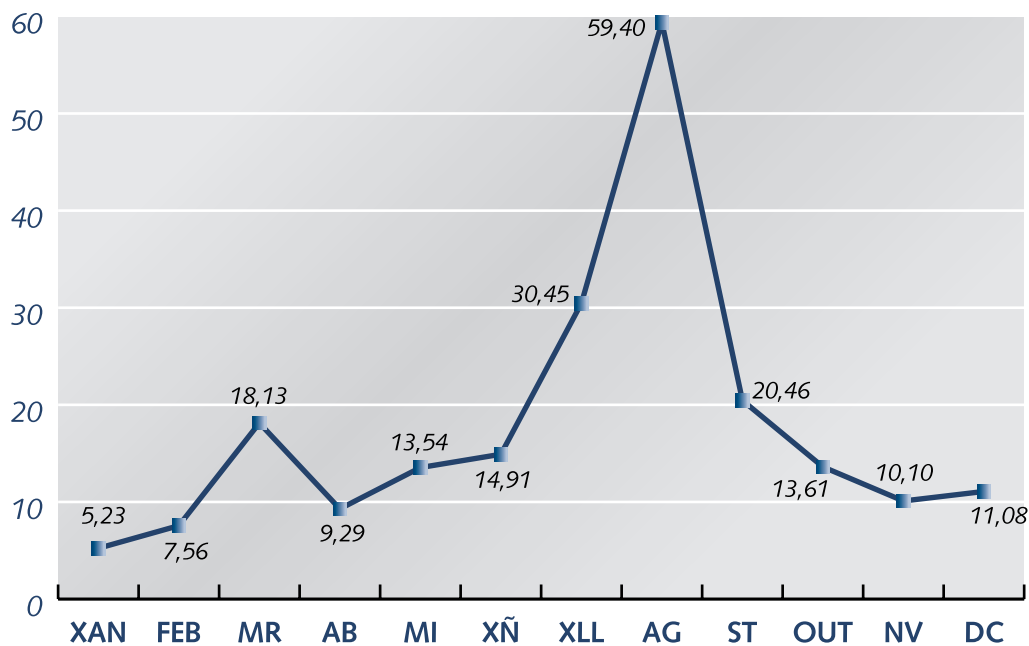
**Cadro 0521.3: Distribución comarcal de establecimientos de Turismo Rural. Galicia Abril 2003**

<b>A CORUÑA</b>	<b>104</b>	<b>LUGO</b>	<b>114</b>
ARZÚA	16	OS ANCARES	23
BARBANZA	9	CHANTADA	6
A BARCALA	1	A FONSAGRADA	3
BERGANTIÑOS	11	LUGO	9
BETANZOS	8	A MARIÑA CENTRAL	3
CORUÑA	2	A MARIÑA OCCIDENTAL	6
FERROL	5	A MARIÑA ORIENTAL	8
FISTERRA	4	MEIRA	1
MUROS	0	QUIROGA	10
NOIA	5	SARRIA	18
O EUME	6	A TERRA CHA	8
O SAR	3	TERRA DE LEMOS	12
ORDES	3	A ULLOA	7
ORTEGAL	3		
SANTIAGO	12		
TERRA DE MELIDE	15		
TERRA DE SONEIRA	1		
XALLAS	0		
<b>OURENSE</b>	<b>61</b>	<b>PONTEVEDRA</b>	<b>121</b>
ALLARIZ-MACEDA	4	O BAIXO MIÑO	11
A BAIXA LIMIA	2	CALDAS	11
O CARBALLIÑO	4	O CONDADO	6
A LIMIA	5	DEZA	24
OURENSE	9	O MORRAZO	6
O RIBEIRO	13	A PARADANTA	11
TERRA DE CALDELAS	6	PONTEVEDRA	9
TERRA DE CELANOVA	1	O SALNES	13
TERRA DE TRIVES	5	TABEIRÓS-TERRA DE MONTES	22
VALDEORRAS	7	VIGO	10
VERIN	3		
VIANA	2		

Fonte: Elaboración propia a partir de datos do IGE

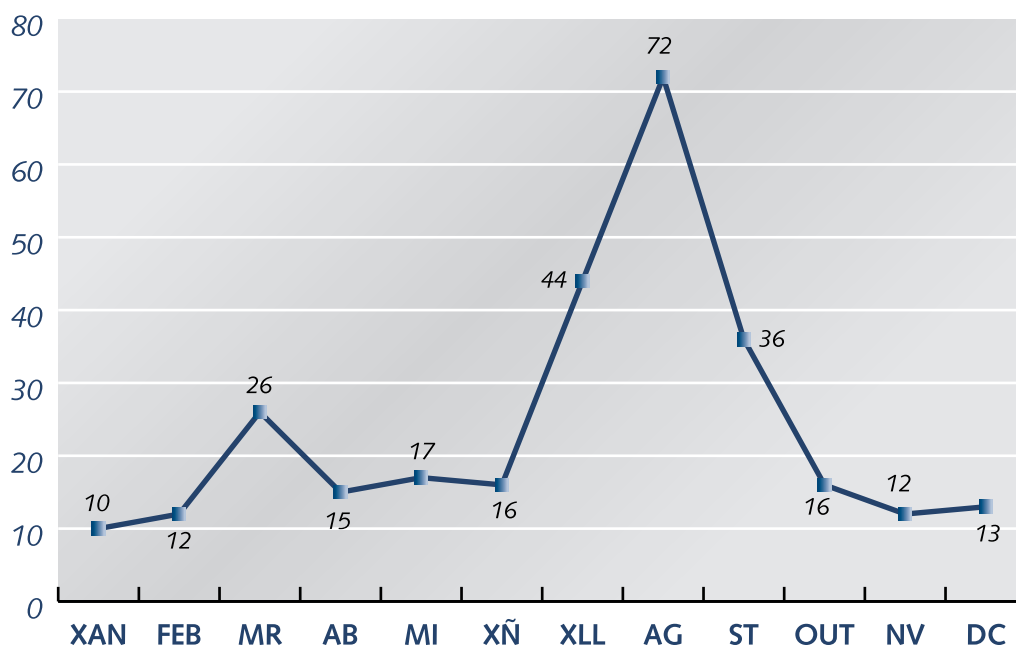


**Cadro 0525.1: Evolución do grao de ocupación establecementos turismo rural. Galicia 2002**



Fonte: Estatística de ocupación no Turismo Rural. Galicia 2002

**Cadro 0525.1 (bis): Evolución do grao de ocupación establecementos turismo rural na Costa da Morte. Galicia 2002.**



Fonte: Elaboración Propia. Estatística de ocupación no Turismo Rural. Costa da Morte 2002



**Cadro 532.1 bis: Precios medios en establecimientos de turismo rural. Costa da Morte 2003**

HABITACIÓN	PAZOS	CASAS ALDEA	CASA LABRANZA
<b>Dobre especial</b>	54 – 78 €		37,60 – 55 €
<b>Dobre</b>	45 – 60 €	28,80 – 66,11 €	20,80 – 50 €
<b>Individual</b>		24 – 48,08 €	

Fonte: Elaboración propia







# Factores que inflúen no tamaño de mercado

FACTORES	IMPOR- TANCIA (1,2 ou 3)	FONTES DE INFORMACIÓN	USO
<b>Factores non controlables pola empresa</b>			
<b>ECONÓMICOS</b>			
Coxuntura económica	2	Anuarios / Prensa	Visión xeral de ocio e tempo libre
Evolución do turismo en xeral e o rural int. E ext.	3	INE, IGE	Condiciona a viabilidade da idea
Evolución do gasto medio en ocio e tempo libre	2	INE / IGE	Tendencia a un turismo de máis ou menos calidade e precio
Evolución do tipo de interese hipotecario	3	INE / IGE	Condiciona a viabilidade o seu modelo económico e a súa financiación
<b>SOCIOCULTURAIS</b>			
Festividades, folclore e actos culturais e evolución	2	Administracións locais e outras	
<b>POLITICO LEGAIS</b>			
Convenio colectivo da hostelería e evolución dos salarios na zona	3	B.O.P. e B.O.E. e enquisa	Condiciona a viabilidades
Regulamentación autonómica e nacional	3	Administracións locais e outras	Condiciona o modelo de establecemento
Plans sectoriais de promoción (cultura, deporte, artesanía, folclore, etc.)	2	Administracións en xeral	Expectativas de ocupación
<b>DEMOGRÁFICOS</b>			
Evolución demográfica galega e nacional	2	INE / IGE	Tendencias
Rotación dos habitantes	1	INE / IGE	Estancia media
<b>COMPETIDORES</b>			
Grao de ocupación	3	Turgalicia / enquisa propia	Viabilidade do proxecto
Nº de casas de turismo rural e hoteis rusticos	2	Turgalicia / IGE	Madurez turística
Evolución da tipoloxía de clientes (empresas, particulares, turismo interno / externo, etc.)	1	Turgalicia / enquisas / outras zonas	Definición da carteira de produtos e tipo de empresa
Tarifas	2	Turgalicia	Relación calidade / prezo
<b>Factores controlables pola empresa</b>			
<b>CARTEIRA DE PRODUCTOS</b>			
Identificar a oferta básica e as carencias ou novas necesidades dos clientes	3	Enquisa a usuarios de turismo rural / análise da competencia	Definir servizos a ofertar e diferenciación
Tarifas	3	Turgalicia	Relación calidade / prezo
<b>CLIENTES</b>			
Identificación dos clientes obxectivo	3	IGE	Campañas de publicacións e definición do produto





### **Nota:**

Os factores que realmente inciden no tamaño do mercado son o grao de ocupación e o número total de habitacións. O enfoque debe ir directamente relacionado co conxunto de factores que inciden no grao de ocupación (económicos, demográficos, culturais, medioambientais, etc.) e factores que inciden no número total de habitacións (axudas públicas, rotación dos habitantes, elementos culturais, medioambiente, etc.)





# Autores

**Autor da información orixinal:** OBZ Management Consulting.

**Autores da adaptación:**

José Antonio Vila García. *Gerente del LEADER + de la Asociación Neria.*

Tomé Manuel Freire Blanco. *Concello de Dumbria. Técnico Local de Emprego.*

Isabel Agra Pose. *Concello de Zas. Técnico Local de Emprego.*

A participación dos Técnicos Locais de Emprego (TLEs) neste proxecto forma parte das actuacións previstas no protocolo de colaboración entre o Igape e a Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais de data 12 de setembro de 2003.



