

TEORÍA — “INTRODUCCIÓN AL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO SOSTENIBLE”

1

Anllóns: donde la tierra, el agua y la tradición crean futuro

En el corazón de la Costa da Morte, el río Anllóns recorre un territorio lleno de oportunidades. Aquí, la riqueza natural, la fuerza de la gastronomía local y la autenticidad cultural se transforman en experiencias sostenibles e inversiones con impacto.

Este manual es una invitación a descubrir un modelo de desarrollo que pone en valor lo local, impulsa la innovación y construye comunidad. Un territorio preparado para acoger proyectos que quieran crecer con sentido, identidad y conexión.

Bienvenidos a Anllóns, el río da vida.

Tabla de contenidos

01 Presentación del curso y del proyecto

02 Mentalidad y cultura innovadora en emprendimiento

03 Perfil del emprendedor turístico actual

04 Presentación de la idea y estudio preliminar

05 Modelos y herramientas para planificar el proyecto

06 Tipos de empresa y formas jurídicas

07 Razón social y nombre comercial

08 Aspectos jurídicos y administrativos básicos

09 Identificación del sector y epígrafes CNAE

10 Recursos personales, técnicos y financieros básicos

01 Presentación del curso y del proyecto

Objetivos Generales

- Brindar a los participantes una visión global y específica del emprendimiento turístico sostenible, conectando las oportunidades del territorio de Anllóns con metodologías empresariales modernas.
- Facilitar la comprensión y aplicación de los conceptos esenciales para la puesta en marcha de proyectos turísticos en los sectores de alojamiento, gastronomía y servicios complementarios.
- Promover la conciencia sobre el impacto ambiental, social y cultural de los proyectos turísticos, fomentando buenas prácticas de sostenibilidad y responsabilidad local.
- Guiar al alumnado en el uso de herramientas prácticas (Canvas, DAFO, análisis de mercado, trámites legales) para elaborar los cimientos de su propio plan de negocio adaptado a las necesidades reales del territorio.

Objetivos Especificos

- Reconocer las características, ventajas y retos del turismo sostenible en el ámbito rural y local, con ejemplos aplicados a la comarca de Anllóns.
- Identificar los perfiles, habilidades y competencias clave del emprendedor turístico, incluyendo la innovación y la colaboración con otros actores locales. • Analizar las necesidades detectadas en el entorno y vincularlas con propuestas de valor originales y viables para el sector turístico, gastronómico y de servicios de Anllóns.
- Dominar los primeros pasos administrativos y legales para la constitución de empresas turísticas, seleccionando adecuadamente la forma jurídica y el capital necesario según el tipo de proyecto (casa rural, restaurante, taller artesano, cooperativa de servicios complementarios).
- Desarrollar entregables parciales que sirvan de apoyo para construir, de forma progresiva y colaborativa, un plan de negocio turístico alineado con los principios de sostenibilidad y la normativa vigente.

OBJETIVO FINAL

REALIZAR EL PLAN DE NEGOCIO

Introducción al emprendimiento turístico sostenible: definición, importancia y enfoque actual

El emprendimiento turístico sostenible se define como el proceso de crear, desarrollar y gestionar negocios turísticos que generan valor económico manteniendo un firme compromiso con la protección ambiental, la responsabilidad social y el fortalecimiento cultural del territorio donde operan. Este tipo de emprendimiento se fundamenta en hacer del turismo una vía para el desarrollo equilibrado, evitando la sobreexplotación de recursos y la pérdida de identidad local.

Importancia del emprendimiento turístico sostenible

El turismo sostenible es indispensable en el contexto actual por varias razones:

- Permite diversificar la economía rural y revitalizar zonas con potencial, evitando la despoblación.
- Contribuye a la conservación de la naturaleza y la reducción del impacto ambiental, promoviendo prácticas responsables como el uso eficiente de agua, gestión de residuos y energía limpia.
- Potencia la cultura y las tradiciones locales, generando experiencias auténticas y reforzando el sentido de pertenencia.
- Integra y beneficia a comunidades, creando empleo estable, formación y oportunidad a colectivos vulnerables en el entorno.
- Facilita la adaptación a nuevas demandas: los turistas buscan cada vez más autenticidad, contacto con la naturaleza y propuestas saludables o responsables.

Ejemplo en Anllóns: Un emprendedor que desarrolle un pequeño alojamiento rural con menú de productos ecológicos y talleres de cocina tradicional, estará revitalizando la economía local, evitando la erosión cultural y atrayendo por igual a visitantes y residentes, generando valor con conciencia.

Enfoque actual del emprendimiento turístico sostenible

Hoy día, los proyectos turísticos sostenibles se apoyan en herramientas de gestión modernas, en el uso de marketing digital y en alianzas con otros productores y empresas complementarias del territorio.

Las tendencias más relevantes incluyen:

- **Creación de rutas gastronómicas** que conectan establecimientos de cocina local con productores agroecológicos y artesanos.
- **Promoción de alojamientos singulares** (casas rurales, pequeños hostales, apartamentos integrados en el paisaje).
- **Desarrollo de productos turísticos alternativos**, como talleres, experiencias rurales, jornadas de voluntariado ambiental y eventos culturales.
- **Uso de sistemas de calidad y certificación ambiental**, sellos de turismo responsable y marketing enfocado a nichos comprometidos.
- **Aprovechamiento de fondos públicos y privados** para la innovación turística y la digitalización de la oferta.

Ejemplo: Una empresa en Anllóns puede organizar fines de semana que incluyan estancia en vivienda tradicional, cata de vinos gallegos, salida guiada para recolección de algas y posterior taller de cocina, integrando gastronomía, alojamiento y sectores complementarios con impacto sostenible y diferenciador. El emprendimiento turístico sostenible, por tanto, representa la mejor forma de convertir los recursos y tradiciones de Anllóns en oportunidades de desarrollo e innovación, generando riqueza sin comprometer el futuro del territorio y su gente.

Breve contexto del sector turístico rural y sostenible en Galicia/Anllóns y tendencias internacionales

El sector turístico rural y sostenible en Galicia y, en particular, en Anllóns, destaca por la riqueza natural, cultural y gastronómica de su territorio, convirtiéndose en uno de los motores claves para el desarrollo local y la fijación de población en zonas rurales. Galicia tiene el mayor número de alojamientos rurales en España y una fuerte tendencia hacia la valorización de los productos y tradiciones locales como elemento distintivo frente a destinos masificados.

Contexto turístico rural sostenible en Galicia/Anllóns

La comarca de Anllóns se caracteriza por:

- Paisajes de ría, bosques y playa, ideales para rutas de senderismo, observación de aves y deportes de naturaleza.
- Tradición agroalimentaria propia: quesos artesanos, pan gallego, mariscos y cocina atlántica reconocida.
- Amplia oferta de casas rurales, posadas gastronómicas y empresas familiares orientadas a la sostenibilidad y el trato personalizado.
- Existencia de festivales, mercados de proximidad y eventos culturales que refuerzan el atractivo del territorio en todas las estaciones, no solo en verano.

La demanda turística busca cada vez más experiencias auténticas y responsables. El nuevo perfil de visitante quiere disfrutar de la naturaleza, compartir actividades con productores locales, aprender recetas tradicionales y consumir productos ecológicos.

Esto incentiva el surgimiento de proyectos como:

- Alojamiento rural asociado a rutas temáticas (enología, historia, biodiversidad).
- Gastronomía de kilómetro cero, talleres de cocina o visitas a fábricas de miel y queso.
- Sectores complementarios: alquiler de bicicletas eléctricas, actividades náuticas, guías de interpretación y empresas culturales.

Ejemplo: Un emprendedor en Anllóns puede lanzar una propuesta unificada de “Fin de semana experiencia rural” que incluya alojamiento en casa antigua de piedra, cena con menú de producto local, participación en la cosecha tradicional y ruta guiada por espacios naturales protegidos.

Tendencias internacionales en turismo sostenible rural

El escenario internacional aporta referencias que apuntan hacia:

- Crecimiento del ecoturismo y de los certificados de calidad ambiental (por ejemplo, EUROPARC, Green Key).
- Integración de experiencias digitales para la promoción, reserva y seguimiento postvisita (apps, web de reservas especializadas, realidad aumentada).
- Colaboración en red entre empresas de alojamiento, gastronomía y servicios, generando productos multidisciplinares y “packs” de experiencias.
- Preferencia por estancia corta, viajes en familia y turismo de proximidad tras la pandemia.
- Prioridad del valor social: consumidores valoran proyectos que reinvierten en el territorio, trabajan con productores locales y conservan el medio ambiente.

Ejemplo de tendencia internacional útil para Anllóns: Asociar alojamiento, talleres y producto gourmet en una red “Ruta Sostenible del Atlántico”, con sello eco, formación para los anfitriones y enlace con páginas de reservas y promoción europea.

La oportunidad en Anllóns está en combinar la singularidad de su territorio y productos con las estrategias y productos de éxito internacional, construyendo proyectos sostenibles y atractivos para mercados nacionales y extranjeros, que sólo encuentran en la autenticidad y el respeto al medio su garantía de experiencia transformadora.

Importancia del plan de negocio para la puesta en marcha de proyectos turísticos sostenibles

El plan de negocio es fundamental para la puesta en marcha de proyectos turísticos sostenibles porque permite transformar una idea inicial en una propuesta viable, estructurada y alineada con los valores del territorio, la sostenibilidad y el mercado.

¿Por qué es esencial el plan de negocio?

- Guía estratégica: Define objetivos, público, propuesta de valor, fortalezas y debilidades, anticipando problemas y permitiendo ajustar antes de invertir recursos significativos.
- Herramienta de viabilidad: Permite estudiar el mercado, analizar competidores, prever ingresos y costes, elegir la forma jurídica más adecuada y calcular el capital necesario. Aporta realismo y ayuda a evitar errores comunes de improvisación.
- Facilita la sostenibilidad: Ayuda a integrar criterios ambientales y sociales en todos los aspectos del negocio, desde la selección de proveedores hasta la gestión de residuos o las actividades con clientes.
- Captación de recursos: Es requerido en la solicitud de financiación, subvenciones y para captar aliados estratégicos. Los bancos, inversores o fondos públicos valoran especialmente los planes bien argumentados y completos.
- Instrumento de gestión y evaluación: Permite medir avances, corregir rumbo y reevaluar el proyecto conforme cambian las circunstancias o surgen nuevas oportunidades.

Ejemplo práctico en Anllóns

Imagina que se quiere abrir una “Casa rural con restaurante de productos locales y rutas agroturísticas”. El plan de negocio:

- Analiza demanda real de turistas interesados por la gastronomía y la naturaleza propia de Galicia. •
- Estudia ofertas ya existentes (otras casas rurales, restaurantes ecológicos, empresas de rutas) para diferenciar la propuesta.
- Calcula inversión: reforma del inmueble, mobiliario especializado y permisos.
- Prevé ingresos/egresos, identifica riesgos (climatología, estacionalidad, competencia de plataformas) y crea una estrategia para fidelizar clientes fuera de temporada alta.
- Incorpora acciones de sostenibilidad: menús de proximidad, reciclaje, ahorro energético, contratación responsable.

Integración de la sostenibilidad en el plan

El plan de negocio en turismo sostenible incluye:

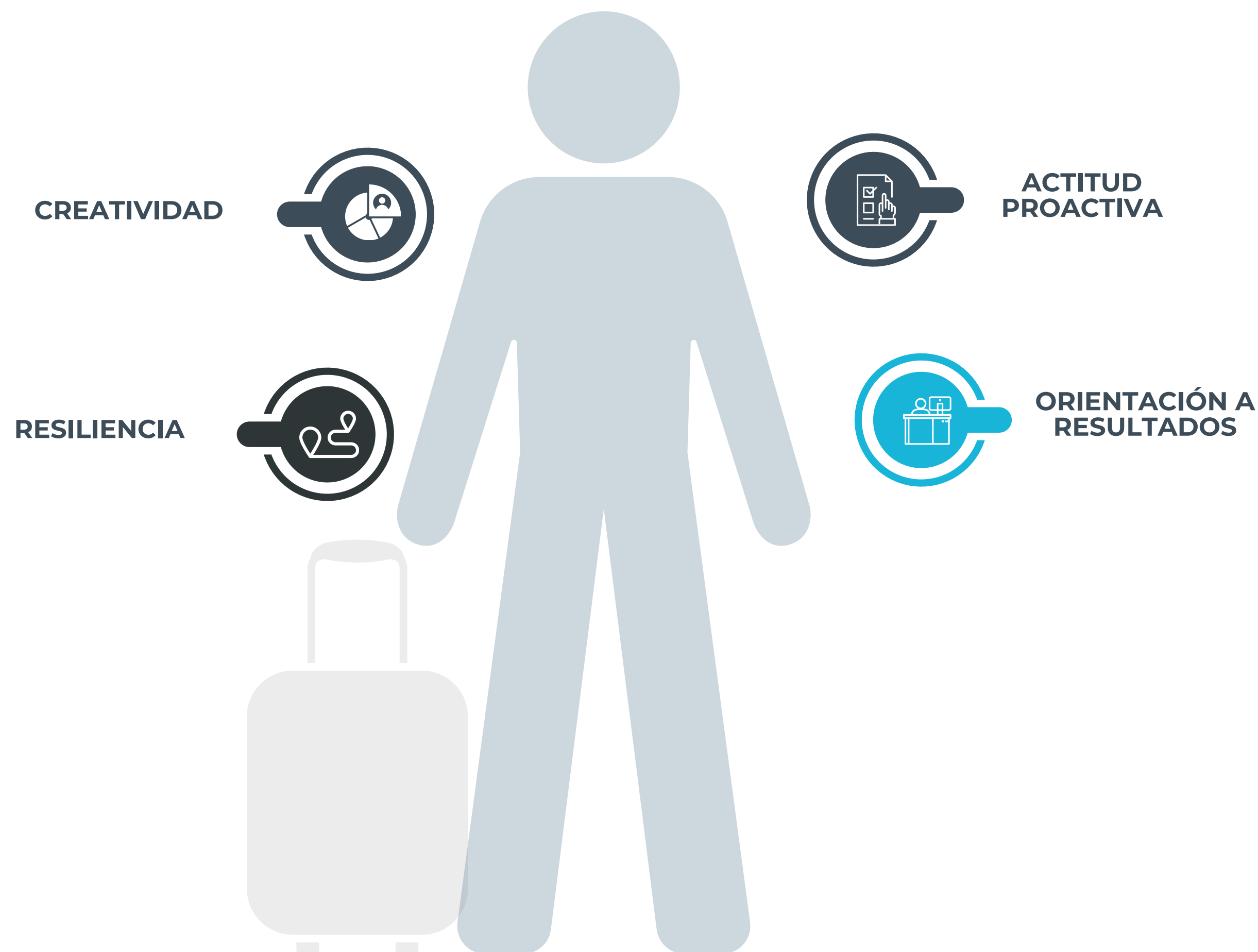
- Medidas concretas para limitar impactos negativos (residuos, consumo de agua/energía, transporte). •
- Principios de colaboración con productores, artesanos y colectivos sociales locales. •
- Compromisos éticos: igualdad, empleo digno, respeto por la identidad del lugar. •
- Acciones para educar y sensibilizar al visitante.

Ejemplo: El plan incluye acuerdos con productores de miel y pan gallego; menús de temporada; contratación de personal local; charlas sobre biodiversidad y consumo responsable. En definitiva, el plan de negocio transforma sueños en proyectos concretos y sostenibles, estructurando todas las variables para asegurar la viabilidad, el impacto positivo y la continuidad del emprendimiento turístico en Anllóns, sea en alojamiento rural, gastronomía, o sectores complementarios.

02 Mentalidad y cultura innovadora en emprendimiento

Elementos clave de la mentalidad emprendedora: creatividad, resiliencia, actitud proactiva y orientación a resultados

La mentalidad emprendedora reúne un conjunto de competencias que permiten transformar ideas en proyectos turísticos, adaptarse al cambio y superar las barreras con creatividad y resiliencia. Estos elementos clave son esenciales para afrontar el reto del emprendimiento sostenible en territorios como Anllóns.



Creatividad:

La creatividad es la capacidad de generar ideas nuevas o combinar soluciones existentes para responder a necesidades del mercado. Supone observar el territorio con perspectiva, detectar oportunidades y adaptar propuestas que aporten valor añadido. En el turismo rural y gastronómico, la creatividad se traduce en:

- Rediseñar menús utilizando especies olvidadas de la zona.
- Organizar experiencias combinadas: por ejemplo, estancias en alojamiento con talleres de cocina popular y visitas guiadas por artesanos.
- Crear actividades temáticas que unan gastronomía, naturaleza y tradición: “Ruta del pan y la miel” o “Cocina de temporada y senderismo”.

Ejemplo: Una pequeña posada inventa el “Desayuno peregrino”, con pan tradicional de Anllóns, mermelada casera y té de plantas locales, diferenciando su oferta frente a otras casas rurales.

Resiliencia

La resiliencia es la capacidad de adaptarse, afrontar dificultades y recuperarse de los fracasos. Para el emprendedor turístico, implica revisar constantemente su modelo, aprender de los errores y estar preparado para cambios del mercado o problemas imprevistos (temporada baja, malas condiciones climáticas, crisis sanitarias).

- **Se traduce en ajustar horarios, modificar la oferta, buscar alternativas en colaboración con otros y convertir crisis en oportunidad.**

Ejemplo: Una cafetería rural sufre una caída de clientes por lluvias prolongadas y decide ofrecer talleres indoor los fines de semana (cata de productos, narración de historias locales), manteniendo así la actividad y captando nuevos públicos.

Actitud proactiva

La actitud proactiva se expresa en la anticipación a los cambios, en buscar alianzas y en actuar antes de que surjan los problemas. El emprendedor no espera a que las oportunidades lleguen: investiga, se forma, lanza propuestas piloto, colabora con el ayuntamiento y con asociaciones del territorio.

Ejemplo: Un guía de senderismo detecta el interés de los visitantes por la historia celta y organiza rutas temáticas en colaboración con un arqueólogo local y una bodega que ofrece degustaciones al final del recorrido.

Orientación a resultados

La orientación a resultados implica definir objetivos claros, medir el impacto de cada acción y orientar el esfuerzo hacia la mejora continua. El emprendedor turístico sostenible establece metas medibles: número de clientes atendidos, grado de satisfacción, generación de empleo local y aporte ambiental (reducción de residuos, colaboración con productores ecológicos).

Ejemplo: Un alojamiento rural plantea aumentar la ocupación fuera de temporada integrando talleres de gastronomía y senderismo, mide resultados por reservas y feedback, y ajusta su estrategia según la experiencia adquirida.

En resumen, los emprendedores turísticos sostenibles de Anllóns deben trabajar la creatividad para generar experiencias originales, la resiliencia para adaptarse, la proactividad para anticiparse a tendencias y la orientación a resultados para asegurar la viabilidad y el impacto positivo del proyecto en la comunidad.

Fomento de la cultura innovadora en la empresa turística: sistemas de motivación, participación y mejora continua

Fomentar una cultura innovadora en la empresa turística es fundamental para adaptarse a nuevas demandas, crear propuestas diferenciales y mejorar tanto la experiencia del cliente como los resultados del negocio. Esta cultura se sostiene en tres pilares: sistemas de motivación, participación y mejora continua.

Sistemas de motivación

La innovación requiere personal implicado y motivado. Esto implica diseñar incentivos que valoren la aportación de ideas, el esfuerzo por mejorar y la iniciativa personal.

- Reconocimiento público de la creatividad (empleando tableros de sugerencias, premios anuales).
- Sistemas de incentivos económicos, descuentos o visitas formativas para el personal que proponga y ejecute nuevas actividades exitosas.
- Fomento del orgullo de pertenencia resaltando valores sostenibles, participación en decisiones estratégicas y formación continua.

Ejemplo: Una casa rural de Anllóns premia al empleado que haya sugerido la “Semana de la gastronomía atlántica” regalándole una estancia para su familia y publicando su aportación en la web.

Participación

Impulsar la participación significa crear espacios y métodos para que todo el equipo, socios y colaboradores externos puedan aportar ideas y dialogar sobre la mejora del producto.

- Reuniones periódicas con empleados y proveedores donde se evalúan experiencias y se proponen novedades (talleres, rutas, menús).
- Encuestas entre clientes para identificar nuevas demandas y puntos débiles, involucrando al visitante como parte activa de la innovación.
- Trabajo colaborativo con otras empresas del territorio (en red) para coordinar acciones de promoción, eventos o mejora del entorno.

Ejemplo: Un alojamiento rural realiza una reunión mensual con artesanos, productores y guías turísticos de la zona para co-diseñar “packs” experienciales (alojamiento, degustaciones, rutas, talleres).

Mejora continua

La mejora continua consiste en analizar procesos y resultados regularmente para identificar oportunidades de optimización y adaptación.

- Implementar ciclos de evaluación de la satisfacción del cliente, recogida de feedback y corrección de errores. •
- Adaptar la oferta a cambios estacionales y tendencias de mercado, probando prototipos de actividades y recogiendo datos de aceptación.
- Formar a todo el equipo en nuevas tecnologías, tendencias del turismo rural, marketing digital y gestión sostenible.

Ejemplo: Una empresa de actividades complementarias revisa trimestralmente sus rutas y añade una fórmula digital para reservas online y seguimiento personalizado, mejorando la experiencia y recogiendo datos para posteriores innovaciones.

La cultura innovadora en empresas turísticas rurales como las de Anllóns no solo depende de la creatividad individual, sino de los sistemas de motivación, espacios de participación y rutinas que favorecen la actualización y la adaptación constante.

Ejercicios prácticos para potenciar la innovación en la concepción y desarrollo de servicios turísticos

Potenciar la innovación en la concepción y desarrollo de servicios turísticos exige métodos prácticos que ayuden a identificar oportunidades y a transformar ideas en experiencias diferenciadoras y sostenibles.

Ejercicios prácticos recomendados

1. **Tormenta de ideas temática:** Reúne al equipo y, partiendo de una necesidad concreta (por ejemplo, atraer clientes fuera de temporada), genera propuestas de valor sin limitar la creatividad: packs temáticos, menús de degustación, actividades complementarias con agentes locales. Ejemplo: “Propuestas para un fin de semana gastronómico en invierno” puede incluir catas de licores, visitas a obradores, actividades indoor con artesanos del territorio.
2. **Ejercicio CANVAS colaborativo:** Desarrollar el modelo Canvas con todos los bloques fundamentales: propuesta de valor, segmentos de clientes, canales, recursos clave, alianzas y costes. El reto es diseñar servicios nuevos fusionando alojamiento rural, gastronomía y actividades. Ejemplo: “Ruta de la miel y el pan gallego”: alojamiento + visita a colmenar + taller + menú especial.
3. **Benchmarking local y sectorial:** Visitar establecimientos de la zona y analizar qué actividades innovadoras desarrollan (gastrobares, casas rurales, empresas de actividades). Extraer aprendizajes y adaptar ideas mejoradas. Ejemplo: Visita a una casa rural con cocina abierta a clientes, charlas gastronómicas y networking con pequeños productores
4. **Lista de deseos del cliente:** Crear una lista con las expectativas reales y potenciales del cliente: relajación, contacto con la naturaleza, aprendizaje culinario, rutas en bici, experiencias interactivas. Ejemplo: Un visitante solicita un taller de cocina tradicional con ingredientes recogidos en el entorno; el alojamiento lo integra como servicio diferencial y lo promociona como “experiencia exclusiva de Anllóns”.
5. **Dinámica de prototipos rápidos:** Desarrollar en equipo una experiencia-piloto, medir satisfacción y recoger sugerencias de mejora. Ejemplo: Organizar una “Semana de la Castaña Gallega” con menú temático, excursión a los soutos, taller de cocina y visita guiada por la zona.
6. **Análisis de tendencias digitales:** Investigar portales de experiencias (Airbnb Experiences, Ruralka, Ecotur) y redes sociales para identificar servicios y formatos innovadores. Adaptar lo que sea compatible con los recursos del territorio. Ejemplo: Integrar reservas online, seguimiento automatizado de feedback y vídeos de presentación de las actividades. Estos ejercicios favorecen la innovación constante en servicios turísticos, permiten implicar a todo el equipo y valerse de recursos reales y complementarios del territorio, facilitando la creación de productos sostenibles y económicos que destacan la identidad de Anllóns.

03 Perfil del emprendedor turístico actual

Competencias y características del emprendedor: liderazgo, toma de riesgos, capacidad de adaptación y sostenibilidad

Las competencias y características del emprendedor turístico sostenible constituyen la base para el éxito y la resiliencia de cualquier proyecto en el sector turismo rural, alojamiento, gastronomía y servicios complementarios, especialmente en territorios como Anllóns.



Liderazgo

Un líder emprendedor impulsa el proyecto, inspira confianza y fomenta la participación de todo su equipo y entorno. Es capaz de comunicar la misión y los valores de la empresa, crear redes y aliarse con otros agentes locales para sumar sinergias. Ejemplo: El promotor de un alojamiento rural lidera un grupo que incluye a productores de miel, guías y chefs, motivando a todos para conseguir un producto turístico integral y diferenciador.

Toma de riesgos

La iniciativa emprendedora implica decidir, en ocasiones, sin garantías absolutas, apostando por ideas innovadoras y diferenciadoras. La toma de riesgos calculados permite experimentar nuevos productos, adaptarse rápidamente y aprender tanto de los éxitos como de los fracasos. Ejemplo: Una empresa de restauración local decide transformar parte de su carta incorporando productos ecológicos y platos de temporada, asumiendo el riesgo de perder clientes tradicionalistas pero atrayendo a nuevos públicos interesados en la sostenibilidad.

Capacidad de adaptación

La realidad del turismo rural exige ajustarse a cambios estacionales, nuevas tendencias, normativas, demandas y perfiles cambiantes de visitantes. Esto requiere flexibilidad y creatividad para modificar horarios, diversificar servicios y colaborar con otros:

- Adaptar la oferta gastronómica ante restricciones sanitarias.
- Integrar rutas indoor y actividades culturales cuando el tiempo es adverso.

Ejemplo: Un alojamiento rural en Anllóns, frente a una temporada baja, lanza talleres de cocina tradicional, actividades para colegios y jornadas culturales adaptando su propuesta a nuevos segmentos de cliente.

Sostenibilidad

El emprendedor turístico debe integrar prácticas medioambientales y sociales en su modelo de negocio:

- Uso responsable de recursos (agua, energía), gestión adecuada de residuos y packaging, apoyo activo a productores locales.
- Creación de empleo digno y formación.
- Promoción de la cultura gallega, tradiciones populares y respeto por el territorio.

Ejemplo: Casa rural en Anllóns que instala sistemas solares, recicla residuos, compra directamente a huertos y ganaderos del valle y organiza actividades didácticas sobre biodiversidad con colegios y asociaciones de la zona.

Estas competencias y características permiten al emprendedor turístico rural y sostenible afrontar los desafíos actuales, generar confianza en su entorno y crear proyectos integrados en el territorio que sean viables y generen impacto positivo para Anllóns y sus sectores complementarios.

Motivaciones, barreras habituales y autodiagnóstico

Las motivaciones, barreras y el autodiagnóstico del emprendedor turístico sostenible explican por qué algunas personas deciden emprender, los desafíos que encuentran y cómo pueden analizarse para mejorar sus posibilidades de éxito.

Motivaciones para emprender en turismo sostenible

- **Contribuir al desarrollo local:** Muchos emprendedores desean revitalizar el territorio y fijar población en zonas rurales, preservando tradiciones, patrimonio y biodiversidad.
- **Aprovechar recursos y oportunidades locales:** El deseo de poner en valor productos autóctonos, gastronomía, cultura o paisajes únicos.
- **Autonomía y realización personal:** El emprendimiento supone decidir y gestionar tu propio proyecto, alcanzando independencia profesional y satisfacción personal.
- **Conciencia ambiental:** Crear empresas que respetan el entorno y promueven prácticas sostenibles, como la energía renovable, la gestión responsable de residuos o el empleo digno.

Ejemplo: Promotores de una casa rural en Anllóns que buscan difundir la cocina gallega, contratar a jóvenes del lugar y generar experiencias de turismo responsable.

Barreras habituales

- **Burocracia y trámites complejos:** Las licencias, permisos y normativas del sector turístico pueden ser difíciles de entender y costosas.
- **Acceso limitado a financiación:** La falta de avales económicos, garantías o inversión inicial necesaria para reformas, equipamiento y promoción.
- **Estacionalidad y dependencia del clima:** El turismo rural suele estar marcado por picos y valles de demanda, lo que dificulta la estabilidad económica.
- **Falta de formación empresarial:** Dificultades para gestionar la contabilidad, el marketing digital, las ventas y las alianzas.
- **Competencia intensa:** Proliferación de ofertas similares, plataformas digitales y exigencia de diferenciación real.

Ejemplo: Una cafetería rural en Anllóns enfrenta trabas para obtener permisos sanitarios, tiene problemas con la financiación y debe gestionar la baja clientela en invierno.

Autodiagnóstico del emprendedor

Se recomienda usar herramientas de autodiagnóstico para identificar fortalezas y áreas de mejora:

- Test de capacidades (liderazgo, creatividad, adaptación, experiencia previa).
- Análisis DAFO personal (debilidades: poca experiencia comercial; amenazas: alta competencia; fortalezas: conocimiento del territorio; oportunidades: tendencia a turismo sostenible).
- Evaluar recursos disponibles: capital personal, red de contactos, equipo, habilidades digitales y acceso a formación continua.

Ejemplo práctico: Un emprendedor analiza que tiene buenas ideas y conocimiento local, pero le falta experiencia en gestión digital y marketing. Decide buscar formación online, colaborar con expertos y asesorarse en ayuntamiento y asociaciones.

El autodiagnóstico ayuda a definir estrategias de mejora y formación, elegir socios adecuados y planificar el emprendimiento de forma realista. Superar las barreras requiere motivación, apoyo institucional y colaboración entre actores locales, elevando el impacto de proyectos turísticos sostenibles en Anllóns y regiones similares.

Dinámicas de autovaloración y cuestionarios de aptitudes

Las dinámicas de autovaloración y los cuestionarios de aptitudes ayudan a los futuros emprendedores turísticos a reflexionar sobre sus fortalezas, necesidades de formación y áreas de mejora, facilitando una toma de decisiones más realista y efectiva en el emprendimiento rural y sostenible.

Dinámicas de autovaloración

Estas actividades suelen desarrollarse en grupos, a partir de preguntas y situaciones concretas que permiten valorar actitudes, preferencias, habilidades y experiencias previas.

- Se orientan a identificar el grado de iniciativa, resiliencia, trabajo en equipo, orientación al cliente y compromiso con la sostenibilidad.
- Favorecen la autoconciencia, ayudan a compartir experiencias y detectan oportunidades de colaboración entre participantes.

Ejemplo práctico: Se propone la dinámica “Mi historia emprendedora”, donde cada participante relata su motivación y experiencia previa. El grupo evalúa, aporta consejos y señala puntos fuertes y debilidades, que luego se consignan en una ficha personal.

Cuestionario de aptitudes

Consisten en test rápidos puntuados por el propio participante que abordan:

- Habilidades directivas (liderazgo, toma de decisiones)
- Competencia creativa y orientada a la innovación.
- Capacidad de adaptación y manejo de obstáculos.
- Experiencia en gestión administrativa y digital.
- Sensibilidad y compromiso ambiental/social.

Dinámicas de autovaloración y cuestionarios de aptitudes

Ejemplo de preguntas:

- **¿Te consideras capaz de gestionar equipos diversos?**
- **¿Has lanzado alguna actividad nueva en tu entorno?**
- **¿Cómo reaccionas ante imprevistos o cambios de planes?**
- **¿Eres hábil negociando con proveedores locales?**
- **¿Qué acciones realizas para limitar el impacto ambiental de tus proyectos?**

Al finalizar, el cuestionario ofrece un perfil resumen (por ejemplo, “dominancia creativa y proactiva; área de mejora: digitalización y alianzas”) que sirve para planificar acciones formativas y buscar socios complementarios.

Propuesta de autoevaluación inicial

Se recomienda que cada futuro emprendedor dedique tiempo a realizar:

- Un DAFO personal, listando fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
- Un cuestionario de aptitudes tipo Likert (1-5) sobre liderazgo, creatividad, resiliencia, orientación a la sostenibilidad, habilidades comerciales y digitales.
- Una reflexión escrita sobre las competencias que considera clave para el turismo rural y sostenible en Anllóns.

Estas herramientas ayudan no solo a seleccionar ideas y socios, sino a planificar el proceso formativo y prepararse para los retos del emprendimiento turístico en entornos rurales y de gastronomía gallega, garantizando proyectos más sólidos y colaborativos.

Dinámicas de autovaloración y cuestionarios de aptitudes

Algunos ejemplos de webs donde puedes hacer autoevaluaciones de aptitudes emprendedoras, con cuestionarios y resultados personalizados, son:

- **Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras del Ministerio de Industria y Turismo:** Permite analizar competencias clave, obtener diagnóstico y recomendaciones. Disponible de forma gratuita y muy completo.
- **Test de evaluación de emprendedores del Ayuntamiento de León (ILDEFE):** 28 preguntas para reflexionar sobre capacidades y perfiles emprendedores. Los resultados muestran áreas fuertes y débiles y se aconseja contestar sinceramente.
- **Test del emprendedor (Entrepreneurscan):** Proporciona una puntuación del perfil emprendedor comparada con otros y da consejo sobre áreas a mejorar.
- **Diana autoevaluación habilidades emprendedoras (CEDEC-INTEF):** Permite realizar un test, trasladar resultados a dianas visuales y compartir el perfil gráfico para trabajos en grupo o autoevaluaciones sectoriales.
- **Test de habilidades emprendedoras (proyecto EDIA INTEF):** Cuestionario interactivo y materiales didácticos para proyectos formativos.

Estas herramientas ayudan a reflexionar, comparar perfiles y orientar el desarrollo personal y profesional en emprendimiento turístico sostenible.

04 Presentación de la idea y estudio preliminar

Planteamiento de la idea de negocio y objetivos personales/profesionales

El planteamiento de la idea de negocio y los objetivos personales/profesionales es el primer paso clave para dar forma a un proyecto turístico sostenible, ya que alinea la motivación del emprendedor con las necesidades reales del territorio y los recursos disponibles.

Planteamiento de la idea de negocio

Supone concretar, en una frase clara y motivadora, cuál es el producto o servicio que se quiere ofrecer, qué necesidad resuelve y cómo se diferencia en el entorno rural y sostenible de Anllóns.

- La idea surge generalmente de observar el territorio, identificar recursos naturales y culturales, analizar tendencias y detectar carencias en la oferta turística local.
- Debe ser simple, realista y tener potencial de crecimiento, innovación y adaptación.

Ejemplo: "Posada Gastronómica Anllóns: alojamiento rural con talleres culinarios y menús de producto local, orientado a visitantes interesados en experiencias auténticas y sostenibles."

Ejemplo gastronomía y complementarios: "Ruta Miel y Pan del Atlántico: experiencia que une alojamiento rural, visita a colmenar, taller de pan gallego y degustación, en colaboración con productores locales y artesanos."

Objetivos personales/profesionales

Los objetivos deben responder tanto a la motivación personal del emprendedor como a la viabilidad profesional del proyecto. Es útil dividirlos en:

Objetivos personales:

- Ganar autonomía profesional, crear empleo para la familia o la comunidad, reconectar con las raíces y difundir la cultura de Anllóns.
- Contribuir al desarrollo local, mejorar la sostenibilidad y dejar un legado positivo al territorio.

Objetivos profesionales:

- Alcanzar una ocupación del alojamiento rural del 65 % anual en dos años.
- Ingresos mensuales suficientes para asegurar la rentabilidad y sostener el negocio de forma digna, cubriendo gastos y asegurando inversiones en mejoras y formación.
- Ser referente en turismo gastronómico sostenible en la comarca, colaborando con al menos 5 productores locales. Ejemplo de Un emprendedor señala: definición de objetivos:
- “Quiero abrir una casa rural para crear empleo familiar y atraer visitantes fuera de temporada.”
- “Mi objetivo profesional es lograr una ocupación estable, ofrecer menús con producto local y establecer alianzas con 3 agricultores de la zona en el primer año.”

Claves metodológicas

Para avanzar en este apartado en el curso, se recomienda:

- **Redactar la idea de negocio en una frase**, compararla con ejemplos reales del territorio y compartirla en grupo para validarla.
- **Formular objetivos SMART** (específicos, medibles, alcanzables, relevantes, temporales).
- **Relacionar objetivos personales/profesionales** con el impacto social, ambiental y económico previsto, adaptando el proyecto a las oportunidades y amenazas reales del entorno.

Esta metodología garantiza que la idea y los objetivos sean claros, motivadores y viables, cimentando el éxito del emprendimiento turístico sostenible en Anllóns desde el inicio del plan de negocio.

Identificación de necesidades y oportunidades en el entorno turístico local

La identificación de necesidades y oportunidades en el entorno turístico local es el proceso por el cual el emprendedor analiza su territorio, detecta carencias en la oferta y descubre recursos diferenciadores para transformar en proyectos viables.

¿Cómo se identifican necesidades y oportunidades?

- **Estudio de demanda y mercado:** Se analizan estadísticas de visitantes, perfiles, estacionalidad, motivaciones y principales actividades demandadas. Es clave escuchar a turistas y residentes, recopilar sugerencias y observar tendencias nacionales e internacionales aplicables al territorio.
- **Análisis de la oferta existente:** Se revisan los alojamientos, restaurantes, empresas de ocio y servicios complementarios. Se detectan “vacíos” o carencias que pueden cubrirse (falta de rutas guiadas, escasez de menús con productos locales, poca oferta para familias, etc.).
- **Inventario de recursos locales:** Se pone en valor el patrimonio natural, la biodiversidad, los productos agroalimentarios, la cultura, la historia y las infraestructuras disponibles.
- **Entrevistas y grupos focales:** Reuniones con actores locales, ayuntamientos, asociaciones y otros emprendedores para obtener información directa.

Ejemplos en Anllóns

- **Necesidad:** La comarca recibe turismo estacional, pero apenas hay oferta fuera de verano.
 - **Oportunidad:** Lanzar experiencias gastronómicas y rutas rurales selectas, atractivas en invierno y primavera (“Fin de semana del pan y la miel”, “Ruta del bosque atlántico”, “Taller de cocina tradicional”).
- **Necesidad:** Falta de servicios complementarios para alojamientos rurales (guías, rutas en bici, actividades infantiles, degustaciones).
 - **Oportunidad:** Crear una red de colaboración entre casas rurales, productores y guías para ofrecer packs temáticos.
- **Necesidad:** Escasa integración digital, baja visibilidad de servicios locales.
 - **Oportunidad:** Plataformas web de reservas agrupadas y promoción conjunta en redes, participación en ferias y eventos digitales.

Ejemplo concreto: Tras analizar el turismo familiar en Anllóns, se detecta que no existen talleres de cocina y visitas a productores durante el invierno. Se desarrolla la “Experiencia Invierno Rural”: alojamiento + taller de empanadas gallegas + visita a colmenar y degustación + ruta guiada en bicicleta eléctrica.

Fuentes de identificación

- Las necesidades y oportunidades pueden detectarse a través de:
- Informes sectoriales, observatorios turísticos, cámaras de comercio.
- Encuestas propias a clientes y población local.
- Reuniones sectoriales y benchmarking con otras comarcas gallegas.

Identificar necesidades y oportunidades garantiza que el proyecto turístico sostenible en Anllóns parta de una base sólida, responda realmente a la demanda y aproveche los recursos diferenciales del territorio, mejorando el impacto económico y social.

Breve descripción del producto y servicio

La breve descripción del producto y del servicio debe ser clara, precisa y orientada a transmitir el valor principal del proyecto turístico sostenible, facilitando su comprensión por parte de socios, clientes y aliados.

¿Cómo se debe describir el producto y el servicio turístico sostenible?

- Explica en qué consiste la oferta central (producto o servicio), qué hace, a quién va destinado y qué beneficios aporta, especialmente en gastronomía, alojamiento y sectores complementarios.
- Resalta las características diferenciadoras (autenticidad, sostenibilidad, integración de recursos locales, alianzas con productores y empresas del territorio).

Plantilla para la descripción

- **Nombre comercial y resumen descriptivo**
- **Público objetivo principal**
- **Principales características del producto/servicio**
- **Valor añadido o diferencial**
- **Breve visión del impacto social, ambiental y cultural**

Ejemplos vinculados a Anllóns:

1. Producto: “Casa Rural con Menú Gastronómico de Producto Local”

- **Descripción:** Alojamiento tradicional gallego en Anllóns, dirigido a parejas y familias, con menú diario elaborado solo con productos de proximidad (pan, miel, queso, carnes y verduras locales).
- **Valor añadido:** Experiencia de desconexión, aprendizaje culinario y apoyo a la economía local.
- **Impacto:** Reducción de huella ambiental, preservación de tradiciones, empleo para población rural.

2. Servicio: “Ruta Interpretativa del Pan y la Miel”

- **Descripción:** Excursión de media jornada por los campos y colmenares de Anllóns, incluye visita guiada, taller de elaboración de pan gallego y degustación final.
- **Principal característica:** Itinerario accesible para familias, incluye transporte, fichas explicativas y regalo de productos a participantes.
- **Valor añadido:** Educación ambiental y gastronómica activa, vínculo directo con productores locales.

3. Servicio complementario: “Taller de Cocina Atlántica Sostenible”

- **Descripción:** Experiencia participativa en la cocina de la posada rural, donde los huéspedes elaboran recetas de temporada con pescados, mariscos y verduras del entorno.
- **Público:** Turistas nacionales e internacionales, escuelas, colectivos gastronómicos.
- **Impacto:** Promoción de hábitos saludables, valorización de la cocina autóctona y fomento de relaciones con productores.

Esta breve descripción es la base para la comunicación en folletos, webs y presentaciones, permitiendo transmitir de forma genuina el sentido, los beneficios y el impacto de los productos y servicios turísticos sostenibles desarrollados en el entorno local de Anllóns.

Justificación del enfoque sostenible y la aportación diferencial al territorio

El enfoque sostenible en proyectos turísticos no sólo responde a un compromiso ético, sino que añade valor diferencial y competitividad a la propuesta, permitiendo un impacto positivo y duradero en el territorio.

Justificación del enfoque sostenible

- **Sostenibilidad ambiental:** Elegir prácticas que minimicen el consumo de recursos, promuevan la eficiencia energética, la reducción de residuos y el respeto a los ecosistemas locales. Esto contribuye a preservar los paisajes, la biodiversidad y la calidad ambiental de Anllóns, que son base del atractivo turístico.
- **Sostenibilidad social:** La empresa turística sostenible genera empleo local, fomenta la formación y participación de la comunidad, promueve la igualdad y difunde la cultura y las tradiciones autóctonas. Facilita además la creación de redes y alianzas entre empresas, productores y organizaciones del entorno.
- **Sostenibilidad económica:** El enfoque sostenible favorece modelos de negocio resilientes, con menos dependencia de recursos externos y adaptación a la demanda real. La colaboración entre sectores (agroalimentario, artesanía, alojamiento) genera cadenas de valor y recursos compartidos.

Aportación diferencial al territorio

Esta aportación se concreta en varios "extras" que un proyecto sostenible da al entorno local:

- Revalorización de productos propios (miel, pan, queso, mariscos), favoreciendo la economía circular y el consumo de cercanía.
- Dinamización de la vida rural, evitando la despoblación y la pérdida de saberes, al atraer visitantes interesados en experiencias genuinas y responsables.
- Diversificación de la oferta turística: talleres, rutas, actividades de temporada y colaboraciones con artesanos que enriquecen el destino y evitan la saturación.
- Creación de imagen de marca territorial vinculada a la calidad, autenticidad y respeto por el medio ambiente

Ejemplos integrados en Anllóns

- Un alojamiento rural que utiliza energías renovables, menús de productores locales y contrata personal de la zona, reduce su huella ecológica y mejora la economía local.
- Una ruta “Pan y Miel de Anllóns” educa y sensibiliza al visitante, multiplica las ventas de artesanos y confiere notoriedad al valle, diferenciándolo de destinos turísticos masificados.
- Un taller de cocina gallega con ingredientes de temporada genera empleo, forma a jóvenes y protege recetas tradicionales, posicionando a Anllóns como referente en gastronomía sostenible.

La justificación sostenible es imprescindible en el plan de negocio para captar apoyos (subvenciones, inversores, clientes conscientes), marcar diferencia frente a la competencia y garantizar la continuidad del proyecto y el bienestar futuro del territorio.

05 Modelos y herramientas para planificar el proyecto

Introducción al modelo Canvas. Bloques esenciales



El modelo Canvas es una herramienta visual y práctica para estructurar, analizar y comunicar tu proyecto de emprendimiento turístico sostenible, facilitando la toma de decisiones y adaptando la propuesta de valor a las oportunidades reales del territorio. Cada bloque esencial ayuda a reflexionar sobre la viabilidad y coherencia del negocio, conectando todos los elementos clave.

Bloques esenciales del modelo Canvas

1. **Propuesta de valor:** Responde a la pregunta: ¿qué problema resuelves y qué beneficios ofreces? Ejemplo en Anllóns: “Alojamiento rural con menú de gastronomía local y talleres de cocina atlántica saludable, que conecta al turista con productores y tradiciones del territorio.”
2. **Segmentos de clientes:** Define quiénes son tus clientes principales (familias urbanas, parejas, turismo internacional, empresas, colegios). Ejemplo: “Familias interesadas en experiencias culturales y gastronómicas, visitantes senior, grupos escolares, público consciente de la sostenibilidad.”
3. **Canales:** Describe cómo llegan tus productos o servicios al cliente (web de reservas, redes sociales, agencias colaboradoras, portales de turismo rural, promoción directa en ferias y eventos). Ejemplo: “Reservas a través de web propia con opción de paquetes temáticos, acuerdos con portales de turismo rural, visitas organizadas con colegios.”
4. **Relación con el cliente:** ¿La atención será personalizada, automatizada, grupal, con fidelización o seguimiento digital? Ejemplo: “Contacto directo y personalizado, atención en varios idiomas, seguimiento por WhatsApp de satisfacción postvisitante.”
5. **Recursos clave:** Todo lo imprescindible para que funcione el negocio (alojamiento, cocina equipada, personal, alianzas con productores, web de reservas, bicicletas eléctricas, material didáctico para talleres). Ejemplo: “Casa rural restaurada, cocinero profesional, acuerdos con productores locales, página web y presencia en redes sociales.”
6. **Actividades clave:** Aquellos procesos y servicios imprescindibles (cocinar menús, organizar rutas y talleres, gestionar promocionar en redes, formar al personal). Ejemplo: “Elaboración diaria de menús, rutas gastronómicas, talleres formativos, mantenimiento digital y atención al cliente”.
7. **Socios clave:** Personas/organizaciones esenciales: proveedores de alimentos, guías turísticos, co promotores del valle, ayuntamientos, asociaciones de artesanos, cámaras de comercio.
8. **Estructura de costes:** Todos los gastos fijos y variables: salario del personal, compras de alimentos/locales, coste mantenimiento, promoción, licencias y seguros. Ejemplo: “Reforma inicial inmueble, compra de alimentos, tarifas de colaboradores, promoción online, seguros de responsabilidad civil.”
9. **Fuentes de ingresos:** ¿De dónde vienen los ingresos? Venta directa de alojamiento, menús, talleres, servicios complementarios, paquetes temáticos, comisiones por colaboraciones o venta de productos locales.

METER CANVAS PLANTILLA

DISEÑANDO LA PROPUESTA DE VALOR MODELO CANVAS

 Socios Clave <i>¿Quién te puede ayudar?</i>	 Actividades Clave <i>¿Qué harás para cumplir la propuesta de valor?</i>	 Propuesta de Valor <i>¿Qué haces diferente de la competencia?</i>	 Relación con Clientes <i>¿Cómo interactúas con</i>	 Segmento de Clientes <i>¿A quién ayudarás?</i>
	 Recursos Clave <i>¿Qué recursos necesitas para la Propuesta de valor?</i>		 Canales <i>¿Cómo llegas a los clientes?</i>	
 Estructura de Costos <i>¿Cuánto te costará?</i>			 Fuente de Ingresos <i>¿Cuántos ingresos tendrás?</i>	

Análisis sectorial y diagnóstico de entorno: empleo de matrices DAFO y CAME

El análisis sectorial y diagnóstico de entorno, mediante matrices DAFO y CAME, es fundamental para identificar el contexto competitivo y definir estrategias eficaces en proyectos turísticos sostenibles.

Matriz DAFO

El DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) permite analizar todo aquello que incide en el éxito o fracaso de un negocio, combinando factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas):

DAFO Ejemplo para posada gastronómica en Anllóns

- **Fortalezas:** Red local de proveedores, menú de producto autóctono, imagen sostenible
- **Debilidades:** Baja visibilidad en portales digitales, infraestructura limitada
- **Oportunidades:** Tendencia del turismo sostenible, demanda de destinos rurales, apoyo institucional
- **Amenazas:** Estacionalidad, competencia directa de casas rurales tradicionales, clima variable

El DAFO ayuda a priorizar esfuerzos, aprovechar recursos únicos del territorio y anticipar obstáculos relevantes.

Matriz CAME

La matriz CAME (Corregir, Afrontar, Mantener, Explotar) deriva del DAFO y sirve para diseñar estrategias concretas:

- **Corregir debilidades:** Invertir en promoción digital; colaborar para mejorar infraestructuras.
- **Afrontar amenazas:** Diversificar servicios para reducir impacto de la estacionalidad (packs de invierno, talleres, eventos); alianzas con otras empresas para campañas conjuntas.
- **Mantener fortalezas:** Seguir trabajando con productores locales, reforzar imagen de sostenibilidad, potenciar la calidad del servicio y la atención personalizada.
- **Explotar oportunidades:** Participar en ferias de turismo responsable, solicitar ayudas públicas, lanzar productos temáticos basados en recursos del territorio.

Cómo aplicar el diagnóstico sectorial en Anllóns

1. Recopila información sobre competencia, demanda, tendencias y regulación (informe sectorial, visitas a la competencia, encuestas a clientes y población local).
2. Completa una matriz DAFO específica para tu empresa y el sector en Anllóns, valorando factores diferenciadores (p.e., integración de gastronomía, rutas de naturaleza y servicios complementarios).
3. Diseña la matriz CAME para convertir el análisis en un plan de acción dinámico y realista.

Ejemplo:

Tras el DAFO, un emprendedor detecta como debilidad la escasa presencia digital y amenaza la estacionalidad. En el CAME, decide abrir un canal de reservas online, lanzando paquetes temáticos fuera de verano e integrando actividades gastronómicas con talleres artesanales.

El empleo de matrices DAFO y CAME garantiza que el plan de negocio turístico en Anllóns parta de una visión clara, estratégica y adaptada a los cambios, maximizando el impacto sostenible y competitivo.

Herramientas para la maduración de la idea:

SCAMPER, lista de atributos esenciales


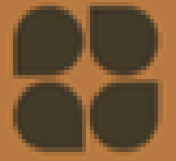

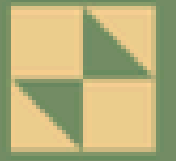
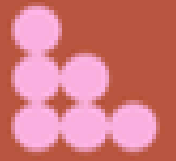


La maduración de la idea de negocio exige que el emprendedor utilice herramientas que permitan transformarla, evaluar su potencial y adaptarla a los requerimientos del mercado y del territorio. Las metodologías como SCAMPER y las listas de atributos esenciales son recomendadas en la bibliografía para fomentar la creatividad y estructurar mejoras prácticas.

Método SCAMPER

SCAMPER es una técnica de creatividad que consiste en aplicar siete verbos de acción para examinar y reconfigurar la idea de negocio:

- **Sustituir:** ¿Qué ingrediente, espacio o proceso puede remplazarse por otro más sostenible o original?
 - Ejemplo: En una casa rural, sustituir envases plásticos por vajilla reutilizable en los picnics.
- **Combinar:** ¿Qué servicios o productos podrían fusionarse para crear una experiencia única?
 - Ejemplo: Combinación de talleres de cocina con rutas senderistas que terminan en degustación de productos locales.
- **Adaptar:** ¿Cómo puedo personalizar la oferta para públicos especiales?
 - Ejemplo: Adaptar los menús y talleres para celíacos, veganos o familias con niños pequeños.
- **Modificar:** ¿Qué aspecto puede mejorarse en precio, formato o presentación?
 - Ejemplo: Modificar la duración de las rutas rurales para facilitar la participación de mayores y jóvenes.
- **Poner en otro uso:** ¿Puedo reutilizar espacios, materiales o conceptos?
 - Ejemplo: Usar el salón principal para actividades culturales en invierno, cuando baja la demanda de alojamiento.
- **Eliminar:** ¿Hay algún proceso o accesorio prescindible que pueda suprimirse para ganar eficiencia o autenticidad?
 - Ejemplo: Eliminar el menú internacional y centrarse en recetas atlánticas originales.
- **Reordenar/invertir:** ¿Qué actividad puede invertirse o cambiar de secuencia para potenciar su valor?
 - Ejemplo: Invertir la secuencia de talleres – primero la visita al productor y luego la elaboración de recetas.

SCAMPER

 Sustituir	 Combinar	 Adaptar	 Modificar	 Otro uso	 Eliminar	 Reordenar

Listas de atributos esenciales

Consiste en identificar las características fundamentales que debe tener el producto o servicio para ser competitivo y sostenible:

- **Autenticidad** (productos, procesos y ambientes genuinos).
- **Sostenibilidad** (gestión responsable de recursos, colaboración local).
- **Flexibilidad** (adaptación a temporadas, públicos y eventos).
- **Calidad y valor añadido** (atención personalizada, experiencias formativas).
- **Identidad territorial** (referencia clara al lugar y cultura de Anllóns).

Ejemplo: Alojamiento rural premium:

- **Recursos:** materiales locales en la reforma, energía renovable, personal de la comarca.
- **Servicio:** desayuno con pan y miel artesanal, talleres de cocina tradicional.
- **Valor añadido:** paquetes cultural-gastronómicos en invierno, experiencias para escuelas y familias.

El uso de SCAMPER y las listas de atributos permite madurar ideas, innovar y diseñar propuestas turísticas que destaquen en el mercado, maximizando el impacto positivo en el entorno rural de Anllóns, la colaboración con productores y la diferenciación respecto a otras ofertas.

o6 Tipos de empresa y formas jurídicas

Clasificación: empresariales individuales, sociedades colectivas, SRL y otros modelos aplicados al turismo.

La elección de la forma jurídica es uno de los pasos fundamentales en el desarrollo de un proyecto turístico, ya que determina aspectos clave como la responsabilidad, la gestión, el acceso a ayudas, la fiscalidad y la imagen frente a clientes y aliados.

Clasificación y ejemplos en turismo rural y sostenible

1. **Empresario individual o autónomo:** Forma más simple y habitual para pequeños proyectos turísticos de una sola persona. Responsabilidad ilimitada (el emprendedor responde con todos sus bienes). Requisitos: Alta en Hacienda y Seguridad Social, licencias municipales y sectoriales. Ejemplo: Una persona que gestiona su propio alojamiento rural en Anllóns y ofrece menús caseros.
2. **Sociedad Colectiva:** Sociedad civil formada por dos o más socios que aportan trabajo y/o capital. Responsabilidad: los socios responden subsidiaria y solidariamente (con todo su patrimonio si hay Requisitos: Contrato privado o escritura pública, registro y obligaciones fiscales. deuda). Ejemplo: Dos vecinos abren una cafetería rural con rutas guiadas gastronómicas en los alrededores.
3. **Sociedad Limitada (SRL o S.L.):** Forma muy flexible y recomendada para proyectos turísticos familiares o con varios socios. Responsabilidad limitada al capital aportado. Capital mínimo: 1 euro (aunque se recomienda aportar capital suficiente para las inversiones iniciales). Requisitos: Escritura pública ante notario, inscripción en Registro Mercantil y obligaciones fiscales y laborales. Ejemplo: Tres amigos crean una empresa para gestionar una casa rural, rutas y talleres de cocina en Anllóns.
4. **Sociedad Anónima (S.A.):** Pensada para proyectos de mayor envergadura, con posibilidad de acceder a financiación y acciones Responsabilidad Capital limitada mínimo: entre Requisitos: Escritura pública, auditoría y gestión más compleja. muchos al 60.000 socios. capital. euros. Ejemplo: Grupo inversor instala un eco-hotel boutique con actividades complementarias y capacidad para gestionar grandes eventos turísticos en la comarca.
5. **Otros modelos aplicados al turismo:**
 - **Cooperativas:** Empresas donde los socios (mínimo 3) gestionan, aportan y deciden de forma democrática. Responsabilidad limitada. Requiere registro específico. Ejemplo: Guías turísticos, productores locales y artesanos crean una cooperativa para comercializar experiencias integradas (alojamiento, actividades, productos gourmet).
 - **Sociedades civiles y comunidades de bienes:** Formas con gestión sencilla pero responsabilidad ilimitada. Adecuada para compartir la gestión de pequeños equipamientos y servicios. Ejemplo: Dos propietarios de alojamientos vecinos agrupan su oferta para realizar campañas de promoción y gestión conjunta.

Aspecto clave para la elección

- N° de socios necesarios
- Capital inicial aportado y recomendado
- Tipo de responsabilidad asumida
- Requisitos de constitución y trámites sectoriales
- Posibilidades de acceder a subvenciones y créditos

La forma jurídica debe elegirse valorando tamaño, complejidad, reparto de responsabilidades, acceso a ayudas y necesidades de crecimiento futuro según la naturaleza del proyecto turístico en Anllóns.

Forma jurídica	Nº socios	Capital mínimo	Responsabilidad	Requisitos principales	Ejemplo en turismo Anllóns
Empresario individual	1	No hay	Ilimitada	Alta autónomos, licencias, fiscalidad	Casa rural gestionada por 1 persona
Sociedad colectiva	2+	No hay	Subsidiaria y solidaria	Contrato privado/público, registro	Cafetería -rutas gestionada por 2 socios
Sociedad limitada (S.L.)	1+	1 euro	Limitada al capital	Escritura, registro mercantil	Empresa familiar de alojamiento y talleres
Sociedad anónima (S.A.)	1+	60.000 €	Limitada al capital	Escritura, auditoría, registro	Eco-hotel boutique del valle
Cooperativa	3+	Según estatutos	Limitada	Registro, estatutos, asamblea socios	Red de guías/productores/actividades
Sociedad civil/CB	2+	No hay	Según pacto	Contrato privado, obligaciones fiscales	Gestión conjunta de alojamientos

Ventajas e inconvenientes de cada forma jurídica, con ejemplos prácticos en el sector

Las ventajas e inconvenientes de cada forma jurídica ayudan al emprendedor a elegir el modelo más ajustado a su proyecto turístico, considerando tamaño, responsabilidad, gestión y acceso a financiación

Empresario Individual

Ventajas:

- Trámites sencillos y rápidos
- Gestión ágil; total control del negocio
- Adecuada para proyectos pequeños con bajo riesgo

Inconvenientes:

- Responsabilidad ilimitada; riesgo sobre el patrimonio personal
- Menor acceso a financiación y ayudas
- Imagen menos profesional ante grandes clientes

Ejemplo: Particular que gestiona una casa rural con capacidad limitada y servicios básicos.

Sociedad Colectiva

Ventajas:

- Simplicidad de gestión, adecuada para pequeños grupos familiares.
- Permite sumar capital y trabajo de socios.
- Relación directa y colaborativa entre socios.

Inconvenientes:

- Responsabilidad subsidiaria y solidaria; alto riesgo personal.
- Dificultad para crecimiento o entrada de nuevos socios.
- Menos transparencia que sociedades mercantiles.

Ejemplo: Dos socios gestionan conjuntamente una cafetería rural y rutas gastronómicas.

Sociedad Limitada (S.L.)

Ventajas:

- Responsabilidad limitada al capital aportado
- Imagen profesional, flexible y adecuada para crecer
- Facilita la incorporación y salida de socios

Inconvenientes:

- Trámites de constitución y gestión más complejos
- Requiere llevar contabilidad, estatutos y juntas de socios
- Capital social, aunque mínimo, puede limitar recursos reales

Ejemplo: Tres socios crean una empresa para gestionar una casa rural, organizar rutas y talleres.

Sociedad Anónima (S.A.)

Ventajas:

- Facilita la captación de grandes inversores
- Posibilita repartir acciones y captar múltiples socios
- Responsabilidad limitada; adecuada para grandes operaciones

Inconvenientes:

- Capital mínimo exigido elevado
- Gestión compleja, auditoría y requisitos legales estrictos
- No recomendable para pequeños negocios

Ejemplo: Grupo inversor crea un eco-hotel boutique para eventos turísticos de alto impacto.

Cooperativa

Ventajas:

- Modelo democrático, implicación de todos los socios
- Responsabilidad limitada, acceso a ayudas específicas
- Fomenta la colaboración y la economía social

Inconvenientes:

- Gestión y toma de decisiones más lenta
- Requiere al menos 3 socios y consenso
- Reparto equitativo, menor incentivo para inversores puramente financieros.

Ejemplo: Red de guías y productores colaboran para ofertar experiencias integradas a gran escala.

Sociedad Civil y Comunidad de Bienes

Ventajas:

- Gestión sencilla y rápida constitución
- Adecuada para agrupaciones puntuales de recursos o servicios

Inconvenientes:

- Responsabilidad ilimitada de los socios
- Limitada expansión, difícil captar financiación y ayudas públicas

Ejemplo: Agrupación de alojamientos con gestión conjunta de reservas y promoción digital.

Conceptos de capital social y aportaciones

El capital social y las aportaciones representan los recursos económicos y materiales que los socios comprometen y ponen a disposición de la empresa para iniciar su actividad y asegurar su funcionamiento legal y operativo.

Concepto de capital social

- El capital social es la suma de bienes, dinero u otros activos que los socios aportan al constituir la empresa.
- En sociedades mercantiles (S.L., S.A.), el capital social se inscribe en estatutos y representa la garantía mínima frente a terceros (proveedores, clientes, administración).
- Sirve para cubrir inversiones iniciales (reformas, equipamiento, licencias, primer stock), afrontar riesgos y demostrar solvencia.
- En S.L. el mínimo legal es 1 euro, pero es aconsejable aportar una cantidad suficiente para las necesidades reales del negocio. En S.A. el mínimo es 60.000 euros.

Ejemplo: Para una casa rural, el capital social puede cubrir los gastos de reforma, mobiliario, equipamiento de cocina y publicidad inicial (calderas, bicicletas, obra, web).

Tipos de aportaciones de los socios

- Aportaciones dinerarias: Dinero ingresado en una cuenta bancaria o caja de la empresa.
- Aportaciones no dinerarias: Bienes muebles o inmuebles (finca rural, ordenador, frigorífico, vehículo, herramientas), valorados por experto y recogidos en escritura pública.
- Aportaciones de trabajo: Colaboración personal, sólo aceptada en algunas formas jurídicas como cooperativas o sociedades civiles.

Ejemplo:

- Un socio aporta 5.000 euros; otro, la finca rústica donde se instalará el negocio; otro, maquinaria agrícola y electrodomésticos para cocina y alojamiento.
- En una cooperativa, varios socios pueden aportar parte del capital en horas de trabajo, servicios o productos.

Relevancia en turismo rural y sostenible

- Un capital social suficiente permite acometer inversiones a medio plazo, transmitir confianza al mercado y acceder a créditos o subvenciones públicas.
- La cuantía y estructura del capital debe adaptarse al tipo de actividad (alojamiento, gastronomía, talleres, rutas), a la escala del negocio y al número de socios.
- Refleja el compromiso de los promotores con el proyecto y delimita su responsabilidad ante deudas y obligaciones legales.

Ejemplo:

En Anllóns, para una empresa de alojamiento y talleres culinarios, los socios deciden aportar 36.000 euros: 12.000 en dinero, 20.000 en bienes (tractores, maquinaria agrícola, mobiliario) y 4.000 en servicios de diseño web y formación inicial. El capital social y las aportaciones son base de la estructura legal y financiera de cualquier proyecto turístico, impactando directamente la capacidad de financiación, acceso a ayudas y seguridad en el arranque empresarial.

07 Razón social y nombre comercial

Definición de razón social y proceso de registro

La razón social es el nombre legal y oficial con el que una empresa es registrada ante la administración y con el que figura en todos los documentos legales, fiscales y contractuales. Es imprescindible para todo proyecto turístico, ya que identifica la sociedad en el tráfico mercantil.

Definición

- La razón social es única y debe estar libre de duplicidades respecto a otras empresas en todo el territorio nacional.
- No debe confundirse con el nombre comercial o la marca, que es el identificador público de la oferta y experiencia.

Ejemplo:

Razón social: “Turismo Rural Baixo Miño S.L.”

Nombre comercial/marca: “Sabores de Anllóns”

Proceso de registro

1. **Certificación negativa del nombre:** Solicitar al Registro Mercantil Central un certificado que confirme que la razón social elegida no está ocupada por otra empresa.
2. **Redacción de estatutos o contrato social:** Recoger en escritura pública la razón social, objeto y estructura de la empresa (S.L., S.A., cooperativa).
3. **Escritura pública ante notario:** Constituir formalmente la sociedad con la razón social, capital inicial y los datos de los socios.
4. **Inscripción en el Registro Mercantil:** Presentar la escritura y estatutos para refugiar legalmente la empresa, obteniendo el CIF provisional y luego definitivo.
5. **Alta en Hacienda, Seguridad Social y registros sectoriales:** Inscribir la empresa para iniciar actividades económicas legales y cumplir con licencias turísticas y requerimientos de sanidad.
6. **Protección adicional del nombre comercial/marca (opcional pero recomendable):** Registrar de forma independiente el nombre comercial, marca y diseño en la Oficina Española de Patentes y Marcas.

Ejemplo en turismo

Un grupo que quiere abrir una cafetería rural y alojamiento en Anllóns decide registrar la razón social “EcoExperiencias Atlánticas S.L.”. Verifica el nombre, firma la escritura ante notario, inscribe en el Registro Mercantil y solicita el CIF. Posteriormente registra la marca “Café Atlántico” y el diseño de logotipo para diferenciar su oferta pública.

Criterios para la elección del nombre comercial y marca

La elección del nombre comercial y la marca es fundamental para la visibilidad, diferenciación y éxito del proyecto turístico, ya que constituye la primera impresión que recibe el cliente y sintetiza los valores, enfoque y atractivo del negocio.

Criterios para la elección del nombre comercial

- **Originalidad y diferenciación:** Debe evitar duplicidades con marcas existentes y destacar frente a la competencia; es recomendable hacer una búsqueda en el Registro Mercantil y de Patentes y Marcas.
- **Simplicidad y sonoridad:** Que sea fácil de pronunciar, recordar y escribir; las palabras cortas y directas suelen funcionar mejor.
- **Vinculación con el territorio:** Referencias locales (Anllóns, Baixo Miño, Atlántico, Galicia) transmiten autenticidad y sentido de pertenencia.
- **Coherencia con el producto y valores:** Que sugiera calidad, sostenibilidad, turismo responsable, tradición o innovación, según la estrategia del negocio.
- **Adaptabilidad digital:** Que el nombre esté disponible como dominio web (.es, .com, .gal) y en redes sociales.
- **Evitar connotaciones negativas o ambiguas:** Debe funcionar en distintos idiomas y culturas, especialmente si se busca captar turismo internacional.

Criterios para la marca

- **Atractivo visual:** El diseño del logotipo debe ser legible, moderno y adaptable a distintos formatos (papelería, web, uniformes, packaging). Los colores y símbolos deben reforzar el mensaje y la identidad territorial.
- **Protección legal:** Se recomienda registrar la marca en la Oficina Española de Patentes y Marcas antes de divulgarla, para evitar conflictos legales y asegurar exclusividad.
- **Versatilidad:** Que funcione tanto en el sector alojamiento, como en gastronomía y acciones complementarias.
- **Mensaje emocional:** Debe provocar curiosidad, deseo o confianza; un nombre y marca bien elegidos transmiten valores y emociones deseadas en turismo sostenible.

Ejemplos prácticos en Anllóns

- **“Sabores de Anllóns”:** nombre comercial para una casa rural con restaurante y tienda de productos locales; marca acompañada de logotipo con elementos del río y la tierra gallega.
- **“Ruta Atlántica Sostenible”:** name para experiencias y packs turísticos centrados en naturaleza y gastronomía, con logotipo que integra olas, árboles y pan artesano.

Seleccionar un buen nombre comercial y marca refuerza la posición del negocio, facilita el marketing y la fidelización, y es clave para acceder a subvenciones, colaboraciones y público nacional/internacional, tal y como marcan las pautas de los manuales de turismo y emprendimiento.

o8 Aspectos jurídicos y administrativos básicos

Trámites esenciales para la puesta en marcha: alta en censos empresariales (RETA, IAE, NIF), licencias de actividad, apertura y constitución

Los trámites esenciales para la puesta en marcha de un proyecto turístico sostenible garantizan el cumplimiento legal, la operatividad y el acceso a ayudas y clientes.

Alta en censos empresariales

- RETA (Régimen Especial de Trabajadores Autónomos): Alta obligatoria si el promotor gestiona el negocio como autónomo. Incluye cuotas mensuales de Seguridad Social.
- IAE (Impuesto de Actividades Económicas): Inscripción en el epígrafe correspondiente para declarar la actividad (alojamiento, restauración, rutas, talleres). Es obligatorio para todas las personas físicas y jurídicas con actividad económica.
- NIF (Número de Identificación Fiscal): Solicitud del CIF/NIF (persona jurídica) en la Agencia Tributaria para operar legalmente.

Ejemplo: Una casa rural familiar se da de alta en RETA como autónomos y en IAE epígrafe 5520 (alojamiento turístico).

Licencias de actividad

- Licencia municipal de actividad y apertura: Gestionada en el ayuntamiento, certifica que el local cumple con requisitos de accesibilidad, seguridad y actividad específica (turismo, gastronomía, talleres).
- Licencia turística: Inscripción en el registro de empresas turísticas de la Xunta de Galicia para alojamientos, agencias de actividades, etc. Incluye inspección de instalaciones.
- Permisos sanitarios: Obligatorios para servicios de restauración (cafeterías rurales, menús, talleres culinarios).
- Licencia de obras: Si se realizan reformas en el local, se requiere aprobación técnica y permisos municipales.

Ejemplo: Para talleres gastronómicos, además de licencia turística, se tramita licencia de actividad y permiso sanitario en el ayuntamiento de Anllóns.

Constitución formal de la empresa

- Escritura pública ante notario: Para sociedades (S.L., S.A.), obligatorio para definir estatutos, razón social y capital.
- Inscripción en el Registro Mercantil: Formaliza la sociedad y permite operar con personalidad jurídica y propiedad diferenciada.
- Obtención del NIF definitivo: Una vez inscrito, se solicita en Hacienda el NIF definitivo.

Ejemplo: Grupo de socios crea “EcoExperiencias Anllóns S.L.”; acude a notario, inscribe la razón social, acude al Registro Mercantil y obtiene el NIF.

Resumen de pasos prácticos

1. Elegir forma jurídica y certificar nombre (razón social).
2. Redactar estatutos y escritura pública.
3. Inscripción en Registro Mercantil, obtención de NIF.
4. Alta en Hacienda y Seguridad Social, inscripción en censos empresariales.
5. Solicitar licencias municipales y sectoriales.
6. Inscribir la empresa en el registro de empresas turísticas de Galicia.
7. Obtener permisos específicos (sanitarios, obras, actividades complementarias).

Cumplir estos trámites posiciona el proyecto turístico como legal, seguro y atractivo para clientes e instituciones, facilitando el acceso a ayudas públicas, financiación y colaboraciones estratégicas.

Obligaciones contables y fiscales mínimas: libros de registro, IVA, IRPF

Las obligaciones contables y fiscales mínimas garantizan la transparencia, el cumplimiento legal y el acceso a subvenciones en todo proyecto turístico sostenible.

Libros de registro

- Todas las empresas y autónomos deben llevar libros-registro de ingresos, gastos, bienes de inversión y operaciones con terceros (clientes/proveedores).
- Las sociedades (S.L./S.A.) deben, además, tener libro de actas, socios y, en su caso, contratos celebrados; todo inscrito en el Registro Mercantil.

Ejemplo: Un alojamiento rural en Anllóns utiliza software de contabilidad para registrar ingresos por habitaciones y menús, pagos a proveedores de alimentos, reformas y otros gastos recurrentes.

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)

- La gran mayoría de actividades turísticas están sujetas al IVA (tipo general: 21 %, alojamiento: 10 %). • Obligación de emitir facturas con IVA, presentar declaraciones trimestrales y resumen anual (modelo 303, 390).
- El IVA soportado en compras puede deducirse del IVA repercutido en ventas.

Ejemplo: Taller gastronómico cobra 50 € por participante. Aplica el 21 % de IVA en la factura y, cada trimestre, deduce el IVA pagado por compra de alimentos y materiales.

IRPF (Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas)

- Autónomos tributan por IRPF en sus beneficios netos, mediante estimación directa (régimen general o simplificado) y retenciones en facturas, si trabajan con otros empresarios (modelo 130 o 131, declaraciones trimestrales).
- Sociedades tributan por Impuesto de Sociedades; los socios declaran en IRPF los dividendos o sueldos recibidos del negocio.

Ejemplo: El emprendedor rural debe calcular sus beneficios netos (ingresos menos gastos) y pagar IRPF según tabla progresiva; si factura servicios a otra empresa, aplica y retiene el 7 %/15 % en la factura.

Otras obligaciones

- Conservar facturas, justificantes y documentos durante mínimo 5 años.
- Realizar las relaciones con Hacienda y otros organismos de forma digital a través de certificados.
- Presentar declaraciones informativas (modelo 347 para operaciones superiores a 3.005,06 € con terceros).

Cumplir estas obligaciones garantiza la operatividad segura del proyecto, evita sanciones y refuerza la credibilidad ante clientes, proveedores y la administración en proyectos turísticos rurales de Anllóns.

Contratación de trabajadores y protección de datos (GDPR)

La contratación de trabajadores y el cumplimiento de la protección de datos (GDPR) son pilares legales y éticos para el buen funcionamiento de un proyecto turístico sostenible en Galicia y Anllóns.

Contratación de trabajadores

- Alta en Seguridad Social: Todo trabajador debe estar dado de alta en el régimen correspondiente. El empleador asume obligaciones de cotización y afiliación.
- Contrato laboral: Realizar un contrato adecuado al puesto y actividad (indefinido, temporal, fijo-discontinuo, en prácticas); debe consignar salario, jornada, vacaciones y condiciones conforme a convenio sectorial. • Prevención de riesgos laborales: Realizar evaluación de riesgos y formar/informar a los empleados sobre la seguridad en el puesto de trabajo; contratar seguro obligatorio.
- Registro y comunicación a organismos: Los contratos se comunican al SEPE y se inscriben en el registro laboral. Cumplir la normativa de jornada, permisos, igualdad y protección para menores o colectivos vulnerables.
- Cumplimiento de convenios colectivos: Rigen condiciones mínimas de salario, jornada, derechos y deberes para sectores como hostelería y turismo rural.

Ejemplo: Un alojamiento rural contrata a un cocinero temporal para la temporada alta, realiza alta en Seguridad Social, comunica el contrato al SEPE y le imparte formación en manipulación de alimentos y prevención de riesgos.

Protección de datos (GDPR)

- Registro de actividades: Debe documentarse el tratamiento de datos de clientes, trabajadores y proveedores (nombre, teléfono, email, alergias, preferencias, etc.).
- Consentimiento informado: Obtener autorización de los clientes para recabar, usar y conservar sus datos (firmas, check digitales).
- Derechos ARCO: Facilitar a usuarios el acceso, rectificación, cancelación y oposición al uso de sus datos. • Seguridad: Adoptar medidas técnicas y organizativas para evitar filtraciones, accesos indebidos o pérdidas de información personal.
- Comunicación de incidencias: En caso de brechas de seguridad, la empresa debe notificar a la Agencia Española de Protección de Datos en un plazo máximo de 72 horas.
- Adaptación en marketing: Para enviar información comercial por correo o WhatsApp, es imprescindible el consentimiento previo; aplicar el principio de minimización de datos.

Ejemplo: Taller de cocina rural almacena los datos de inscripción de turistas, obtiene consentimiento digital y ofrece información periódica de nuevas experiencias solo a quien lo autoriza.

El cumplimiento de la normativa laboral y protección de datos refuerza la credibilidad, protege derechos y previene sanciones, siendo esencial para la profesionalización del turismo rural y sostenible en Anllóns y el desarrollo de productos colaborativos y personalizados.

Permisos y autorizaciones en turismo sostenible

Los permisos y autorizaciones son requisitos indispensables para operar legalmente un proyecto turístico sostenible, garantizando la seguridad, transparencia y cumplimiento de los estándares sectoriales.

Tipos de permisos y autorizaciones

1. Licencia de actividad y apertura municipal: Permiso otorgado por el ayuntamiento que habilita a iniciar una actividad empresarial (alojamiento rural, restaurante, agencia, talleres, rutas guiadas). Requiere informe técnico de instalaciones, cumplimiento de accesibilidad y normas urbanísticas.
2. Registro turístico autonómico: Inscripción en el Registro de Empresas y Establecimientos Turísticos de la Xunta de Galicia para cada tipo de oferta: alojamiento, agencias, actividades complementarias. Incluye inspección e informe favorable para garantizar calidad, seguridad y satisfacción del cliente. Obliga a informar del aforo, características del alojamiento y servicios, precios, seguro de responsabilidad civil y libro de reclamaciones.
3. Permisos sanitarios: En gastronomía y degustaciones, es obligatorio disponer de Permiso Sanitario (Dirección General de Salud Pública), cumplir normas de manipulación y almacenamiento de alimentos, higiene y control de alérgenos.
4. Licencia de obras y medioambiental: Si se realiza reforma o ampliación de instalaciones, debe solicitarse licencia de obras y, en zonas protegidas, autorización ambiental especial.
5. Autorización para rutas y eventos: Actividades en espacios naturales, rutas guiadas, excursiones por parajes singulares requieren permiso ambiental, comunicación a la Xunta/Ayuntamiento y seguro específico de actividad.
6. Certificaciones de calidad ambiental/sostenible (voluntarias pero recomendables): Eco-etiquetas, distintivos de turismo responsable (SICTED, EUROPARC, etc.) acreditan buenas prácticas y facilitan acceso a clientes y ayudas públicas.

Ejemplo práctico en Anllóns:

Una casa rural con talleres gastronómicos y rutas guiadas debe:

- Obtener licencia de actividad municipal y registro en el directorio de alojamientos rurales de Galicia. • Solicitar permisos sanitarios para la cocina y degustaciones.
- Tramitar licencia ambiental para actividades en el bosque (si son zonas protegidas).
- Comunicar al ayuntamiento las rutas y aforos, contratar seguro de responsabilidad civil y exhibir libro de reclamaciones.

El cumplimiento riguroso de permisos y autorizaciones asegura la continuidad legal, protege a clientes y trabajadores y refuerza la imagen de empresa profesional y sostenible en el sector turístico rural gallego

09 Identificación del sector y epígrafes CNAE

Cómo determinar el epígrafe CNAE y su importancia para la actividad turística

La identificación del sector y la correcta elección del epígrafe CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas) es un paso fundamental para cualquier proyecto turístico, ya que determina la regulación aplicable, los impuestos y la integración en estadísticas y registros oficiales.

Cómo determinar el epígrafe CNAE

- El epígrafe CNAE define el tipo de actividad que realizará la empresa. Su elección se basa en la naturaleza real del producto/servicio principal, el volumen del negocio y su encaje en la normativa.
- Es obligatorio declarar el CNAE al darse de alta en Hacienda y en trámites como el IAE, la Seguridad Social y los registros sectoriales.
- La elección errónea puede conllevar problemas legales o administrativos (inspecciones, denegación de ayudas).

Proceso para identificar el CNAE correcto

1. Analizar la actividad central (alojamiento, restauración, rutas, talleres, venta directa).
2. Consultar la tabla CNAE oficial (disponible en la web del INE o de la AEAT).
3. Si se realizan varias actividades principales, se pueden declarar varios códigos CNAE y asociar cada epígrafe al volumen estimado (por actividad).

Importancia para la actividad turística

- Determina el tipo de impuestos a pagar, cotizaciones sociales, subvenciones accesibles y normativa de calidad y seguridad aplicable.
- Facilita el acceso a programas de promoción y soporte institucional.
- Es requisito imprescindible para solicitar licencias, ayudas públicas y participar en asociaciones profesionales.

Ejemplos específicos y justificación de la actividad

Ejemplos específicos y justificación

Alojamiento rural:

- Código recomendado: CNAE 5520 (“Alojamientos turísticos y similares”).
- Justificación: Abarca casas rurales, hostales, pensiones y posadas cuyo servicio principal es el hospedaje temporal.

Restauración y cafetería rural:

- Código recomendado: CNAE 5610 (“Restaurantes y puestos de comidas”) o 5630 (“Establecimientos de bebidas”, si el negocio principal es cafetería o bar).
- Justificación: Si el proyecto incluye gestión de menús, talleres culinarios o venta de comidas.

Agencias de rutas, guías y actividades complementarias:

- Código recomendado: CNAE 7990 (“Otros servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos”) y/o 9329 (“Otras actividades recreativas y de entretenimiento”).
- Justificación: Para empresas que organizan rutas en la naturaleza, actividades culturales, talleres, eventos o experiencias turísticas integrales.

Tienda de productos locales turística:

- Código recomendado: CNAE 4719 (“Otro comercio al por menor en establecimientos no especializados”).
- Justificación: Para negocios con venta directa de productos agroalimentarios, artesanía y recuerdos vinculados a la experiencia turística.

Ejemplo aplicado en Anllóns

Un proyecto de casa rural que incluye alojamiento, restaurante y talleres debe declarar:

- 5520 como epígrafe central para el alojamiento.
- 5610 para el restaurante interno que atiende tanto a huéspedes como a clientes externos.
- 9329 si además gestiona actividades guiadas, talleres de cocina, rutas y eventos para turistas.

Esto permite estar cubierto legalmente en todos los servicios y optar a las ayudas específicas para cada rama.

La correcta identificación CNAE refuerza la seguridad, facilita auditorías y justifica ante clientes y administraciones la profesionalidad del proyecto turístico rural y sostenible en Anllóns.

10 Recursos personales, técnicos y financieros básicos

Identificación y mapeo de recursos disponibles

La identificación y mapeo de recursos disponibles es el punto de partida para planificar la viabilidad y sostenibilidad de un proyecto turístico rural. Reconocer y catalogar recursos financieros, humanos, técnicos y de infraestructuras permite optimizar inversiones, prever necesidades y definir la estrategia de puesta en marcha.

Tipos de recursos a mapear

1. Financieros:

Incluyen capital social, fondos propios, ayudas públicas (subvenciones Xunta, ayuntamiento), créditos bancarios, microcréditos, crowdfunding y aportaciones de socios (dinero, bienes y trabajo).

Ejemplo: 10.000€ de ahorros propios, 8.000€ subvención de turismo rural y 5.000€ aportación de socios para mobiliario y reforma.

2. Humanos:

Personal fijo y temporal; familia, socios, colaboradores, voluntarios o trabajadores externos. Se identifican competencias (hostelería, cocina, atención al cliente, idiomas, digitalización) y necesidades de formación o contratación.

Ejemplo: Socio cocinero, guía local para rutas, ayudantes de limpieza, colaboración con escuela de hostelería para prácticas.

3. Técnicos:

Equipos, herramientas, maquinaria, software (gestión y reservas), sistemas informáticos, materiales de cocina, vehículos, bicicletas eléctricas, etc..

Ejemplo: Cocina industrial, mobiliario de alojamiento, bicis eléctricas, ordenador, sistema de reservas online y web.

4. Infraestructuras:

Locales, inmuebles, terrenos, fincas rurales, salones multiusos, instalaciones complementarias, almacenes, zonas exteriores y equipamiento de accesibilidad/adaptación.

Ejemplo: Casa rural con 5 habitaciones, salón de talleres, finca ajardinada para eventos, parking propio y acceso adaptado.

Cómo realizar el mapeo

Se recomienda crear una ficha o inventario detallado (puede ser tabla Excel, software de gestión o ficha impresa) donde cada recurso se identifica, valora económicamente, define su estado y utilidad para el proyecto.

Recurso	Tipo	Descripción	Valor estimado	Estado
Capital propio	Financiero	Ahorros	10.000€	Disponible
Cocina industrial	Técnico	Segunda mano	2.500€	Bueno
Casa tradicional	Infraestructura	Propiedad familiar	80.000€	Reformar
Socio cocinero	Humano	Formación profesional	—	Incorporar
Bicicletas eléctricas	Técnico	Alquiler a terceros	—	Contratar
Subvención Xunta	Financiero	Ayuda infraestructura	8.000€	Solicitar

Impacto en la planificación

Mapear recursos ayuda a:

- Evaluar la capacidad de iniciar y sostener la actividad.
- Priorizar inversiones (reformas, maquinaria, formación).
- Identificar carencias (necesidad de contratar personal específico, buscar financiación externa o adquirir equipos).
- Justificar la viabilidad en el plan de negocio y solicitar subvenciones.

Ejemplo integrado:

Un alojamiento rural en Anllóns parte con local familiar reformable, alianzas con productores, subvención para bicis eléctricas y socios con experiencia en gastronomía y atención al visitante, planificando la contratación de personal de limpieza en temporada alta.

Este proceso es clave para concretar los pasos de la puesta en marcha y asegurar la coherencia entre recursos disponibles y necesidades reales del proyecto turístico sostenible.

Requisitos mínimos y necesidades en la puesta en marcha

Los requisitos mínimos y necesidades para la puesta en marcha de un proyecto turístico sostenible permiten garantizar la viabilidad, seguridad y legalidad desde el primer día, orientando las inversiones y gestiones esenciales antes de abrir las puertas al público.

Requisitos mínimos

- Local e infraestructura adecuada: Instalaciones que cumplan con los estándares de seguridad, accesibilidad, confort y evaluación técnica (certificado de obras, inspección municipal).
- Licencias y permisos: Obtención de licencia de actividad/apertura, registro turístico autonómico, permisos sanitarios y ambientales si procede.
- Capital inicial suficiente: Fondos propios, aportaciones de socios, subvenciones, créditos o microcréditos para reformas, equipamiento, infraestructura digital y promoción.
- Equipo humano: Personal básico para atención al cliente, cocina, limpieza o guías. Plan de formación y cumplimiento de normativa laboral.
- Sistema digital de gestión: Software para reservas, factura electrónica, página web, comunicación con clientes y registro de datos.
- Seguros obligatorios: Responsabilidad civil, daños, accidentes y protección de trabajadores.
- Plan de acción comercial y marketing: Estrategia de lanzamiento y promoción entre clientes locales y externos (folletos, web, redes, convenios).

Necesidades adicionales

- Gestión documental y contabilidad: Libros de registro, facturación, declaración fiscal, controles internos y archivo de documentos.
- Relación con proveedores locales: Contratos con productores, artesanos y colaboradores turísticos.
- Plan de mantenimiento y mejora: Supervisión periódica de instalaciones, limpieza, compras y formación asociada.
- Contingencia y flexibilidad: Planificación adaptada a estacionalidad, picos de demanda, imprevistos (clima, reservas, eventos).
- Comunicación institucional: Inscripción y participación en asociaciones sectoriales, encuentros y eventos territoriales de Anllóns.

Ejemplo en Anllóns

Una casa rural con talleres de cocina debe:

- Disponer de local reformado y equipado para alojamiento y actividades culinarias.
- Contar con licencia municipal, registro en Xunta, permisos sanitarios y de medio ambiente.
- Aportar capital inicial para equipamiento y mobiliario.
- Contratar personal de recepción, cocina y limpieza con formación adecuada.
- Montar sistema web de reservas y comunicación.
- Registrar libros de ingresos/gastos, tener seguro de responsabilidad civil y cumplir con declaración de IVA e IRPF.
- Contactar y cerrar acuerdos con productores de miel, pan y queso para los talleres y menús.

Identificar y cubrir estos requisitos permite arrancar el negocio turístico con garantías, credibilidad y capacidad para operarlo con eficiencia y flexibilidad en el contexto gallego y rural.