

MANUAL DE INSTRUCCIÓN

—

ACTIVIDADES DO CURSO 1

Índice

01 Definir a idea de negocio

02 Formular os obxectivos do proxecto empregando a metodoloxía SMART

03 Identificar as necesidades e oportunidades no entorno turístico local

04 Breve descrición do produto e/ou servizo

05 Completar un primeiro borrador do modelo CANVAS

06 Primeira aproximación á análise DAFO para detectar fortalezas, debilidades, oportunidades e ameazas do proxecto

07 Aplicar a matriz CAME para definir accións estratéxicas baseadas na análise DAFO

08 Ferramenta SCAMPER

09 Escoller a estrutura xurídica axeitada, definir o nome da empresa e seleccionar o nome comercial da empresa

10 Identificar a normativa aplicable e os requisitos legais e administrativos específicos para a súa actividade

11. Mapear os recursos dispoñibles e analizar o seu impacto na viabilidade do proxecto

01 Definir a idea de negocio

01 Obxectivo

O obxectivo é definir claramente que actividade levarás a cabo, como a farás e por que é relevante para a túa comunidade. Definir a túa idea de negocio é o primeiro paso para guiar o resto do proxecto e establecer unha base sólida para o teu plan de negocios.

02 Pasos para completar o exercicio

1. **Describe** que produto ou servizo vas ofrecer e a **quen vai dirixido**.
 - a. Exemplo: «Quero ofrecer visitas guiadas por sendeiros naturais en Anllóns, dirixidas a familias e turistas interesados no ecoturismo».
2. **Explica** como o vas facer e **cal é a túa proposta única de venda**.
 - a. Exemplo: «As rutas incluírán actividades interactivas, guías locais e materiais educativos para nenos».
3. **Investiga** se a túa idea responde a unha **necesidade real** e **estuda** a **oferta** existente na zona.
 - a. Fai observacións directas, entrevista a clientes potenciais ou revisa información turística local.
4. Resalta a contribución ou o **valor que xera** a túa proposta (económico, social, ambiental, etc.).
 - a. Exemplo: «Contribuírá ao desenvolvemento local e á promoción da natureza nas familias».
5. **Escribe a idea** nunha frase curta e clara que poidas comunicar facilmente.

03 Estratexias para aproveitar as oportunidades e mitigar os riscos relevantes

- Analiza proxectos similares xa implementados e identifica posibles melloras.
- Emprega os recursos locais e colabora con entidades locais: concello, asociacións, guías expertos.
- Diferencia a túa proposta con pequenos detalles, como rutas temáticas, opcións para diferentes niveis ou paquetes familiares.
- Ten en conta a estacionalidade e o tempo; planifica rutas alternativas para os días de choiva.

04 Conclusións

Definir claramente a túa idea de negocio permitirache centrar os teus esforzos, explicar o teu proxecto con claridade a potenciais clientes e socios e adaptar a túa oferta ás necesidades do mercado. É a base para construír unha proposta con identidade e atractivo competitivo.

Recomendacións adicionais

Consulta o “Manual de Evaluación de Proyectos Productivos y Elaboración de Planes de Negocio”, a sección sobre presentación da empresa e descrición da iniciativa (pp. 5-23) para obter exemplos ampliados e exercicios de reflexión.

02 Formular os obxectivos do proxecto empregando a metodoloxía SMART

01 Obxectivo

O obxectivo é establecer obxectivos claros, medibles e realistas para o proxecto de emprendemento turístico, permitindo un enfoque claro do traballo e unha avaliación do progreso sinxela. O uso de obxectivos SMART axuda a evitar a imprecisión, centrar os esforzos e facilitar o seguimento do proxecto.

02 Pasos para completar o exercicio

1. Para cada obxectivo que definas, asegúrate de que cumpra todos os criterios SMART:
 - a. **Específico:** Que se conseguirá? Quen o fará? Onde terá lugar?
 - b. **Mensurable:** Como saberás se se está a acadar o obxectivo? Usa números ou porcentaxes.
 - c. **Alcanzable:** É realista dados os recursos e o contexto?
 - d. **Relevante:** Por que é importante este obxectivo para o teu proxecto?
 - e. **Temporal:** Cal é o prazo de finalización?

2. Primeiro, escribe un obxectivo xeral e, se é necesario, divídeo en obxectivos específicos.

3. Exemplo para un proxecto de rutas turísticas:

"Durante o período de abril a setembro, organizar 10 visitas guiadas para un total de 150 turistas, obtendo unha puntuación mínima de satisfacción de 8/10 nas enquisas."

03 Estratexias para aproveitar as oportunidades e mitigar os riscos relevantes

- Cada obxectivo debería estar aliñado coas oportunidades do contorno: por exemplo, se medra o interese polo turismo sostible, establecer obxectivos relacionados coa redución de residuos durante as rutas.
- Para xestionar os riscos (baixa asistencia, factores meteorolóxicos), establece obxectivos alternativos: «Ofrecer rutas virtuais en caso de mal tempo para acadar polo menos o 80 % do obxectivo de participación».
- Establece revisións intermedias para corrixir o rumbo se observas que non se está a cumprir un obxectivo específico.

04 Conclusións

Empregar a metodoloxía SMART garante que os obxectivos sexan comprensibles e útiles para organizar o traballo e tomar decisións. Isto aumenta a probabilidade de éxito do proxecto e permíteche rastrexar e axustar o progreso de forma profesional.

Recomendacións adicionais

Consulta a sección sobre “Planificación estratéxica” e exemplos de obxectivos no “Manual de Evaluación de Proxectos Productivos y Elaboración de Planes de Negocio”, especialmente as páxinas 26-31.

03 Identificar as necesidades e oportunidades no entorno turístico local

01 Obxectivo

Identifica as demandas, as deficiencias e as tendencias da túa zona para deseñar unha oferta turística que teña sentido, satisfaga as necesidades reais e aproveite as oportunidades do mercado. Isto garante a relevancia e a viabilidade da túa proposta empresarial.

02 Pasos para completar o exercicio

- 1. Observa a túa contorna:** recompila información sobre a túa zona (recursos naturais e culturais, eventos, fluxos de visitantes, etc.).
 - a. Exemplo: Anllóns ten rutas naturais mal sinalizadas e un patrimonio etnográfico que non aparece nas guías.
- 2. Falar con clientes potenciais e partes interesadas locais:** realizar entrevistas ou enquisas con turistas, residentes e propietarios de empresas.
 - a. Exemplo: Preguntarlles ás familias que actividades perderon na súa última visita.
- 3. Investiga as tendencias do sector:** consulta sitios web como Turismo de Galicia, o INE ou as redes sociais para ver o que buscan os viaxeiros na actualidade (por exemplo, natureza, actividades para nenos, turismo sostible).
- 4. Analiza a competencia:** revisa o que ofrecen as empresas da zona e identifica as lagoas, é dicir, cousas que ninguén cobre ben ou que se poderían facer doutro xeito.
- 5. Teña en conta as necesidades non cubertas e as oportunidades identificadas:** Hai escaseza de actividades infantís? Hai demanda de alugueiro de bicicletas? O turismo é estacional e podería reducirse con eventos de inverno?
 - a. Exemplo: «Non hai visitas educativas aos muíños para escolares» ou «Crecente demanda de rutas para persoas maiores».

03 Estratexias para aproveitar as oportunidades e mitigar os riscos relevantes

- Céntrate no que os turistas buscan pero aínda non atoparon ou en como mellorar a experiencia existente: podes suxerir paquetes temáticos ou novos horarios.
- Aproveitar a rede local: alianzas con asociacións e empresas, ou incorporación de recursos infrautilizados (ermidas, sendeiros, produtos locais).
- Se detectas riscos (falta de interese, estacionalidade, mala conectividade), propón solucións anticipadas: por exemplo, mercadotecnia dixital ou rutas adaptadas ao mal tempo para non depender unicamente do verán.

04 Conclusións

Unha identificación axeitada das necesidades e oportunidades permite a creación dun proxecto distintivo e sostible, centrado no que realmente atraerá e satisfará aos turistas e usuarios, fortalecendo o vínculo co medio ambiente e a comunidade local.

Recomendacións adicionais

Consulta o “Manual Evaluación de Proyectos Productivos y Elaboración de Planes de Negocio”, especialmente a sección sobre análise ambiental (pp. 43-48) e o capítulo sobre investigación de mercados (pp. 78-81), onde atoparás ferramentas, preguntas típicas e exemplos de segmentación e análise no turismo.

04 Breve descripción do produto e/ou servizo

01 Obxectivo

O obxectivo é comunicar con claridade o que ofreces (produto ou servizo), a quen se dirixe, que implica e que o fai especial. Unha boa descrición axuda aos clientes e socios a comprender o teu proxecto e diferenciao da competencia.

02 Pasos para completar o exercicio

1. Escribe unha frase sinxela explicando cal é o teu produto ou servizo.

a.Exemplo: «Rutas guiadas por sendeiros naturais e patrimoniais de Anllóns, deseñadas para familias e grupos escolares».

2. Detallar as principais características: duración, compoñentes, público obxectivo, prezo aproximado, formato do servizo.

a.Exemplo: «A actividade dura dúas horas, inclúe un guía especializado, materiais educativos para nenos, seguro e unha parada nun muíño restaurado».

3. Explica o valor diferenciador (por que é atractivo ou mellor que outras ofertas).

a.Exemplo: «As rutas integran actividades educativas, atención personalizada e acceso a un patrimonio único que non adoita estar dispoñible para o público».

4. Engade información práctica relevante, por exemplo: idioma, accesibilidade, se se trata dun servizo presencial ou virtual, se é necesario reservar previamente.

03 Estratexias para aproveitar as oportunidades e mitigar os riscos relevantes

- Integra os comentarios de clientes anteriores e recursos do entorno para mellorar a proposta.
- Aposta por innovacións sinxelas: novos horarios, actividades complementarias (por exemplo, degustación de produtos locais).
- Identificar os riscos potenciais: baixa demanda, condicións meteorolóxicas; preparar alternativas (edicións de interior, rutas alternativas).

04 Conclusións

Unha descrición breve, concisa e atractiva captará a atención do público, facilitará a promoción e guiará todo o desenvolvemento do produto ou servizo. É esencial que calquera persoa que lea a túa descrición entenda rapidamente o que ofreces e por que é relevante para el/ela.

Recomendacións adicionais

Consulta o «Manual Evaluación de Proyectos Productivos y Elaboración de Planes de Negocio», sección «Descrición empresarial» (pp. 20-23), onde se presentan exemplos e esquemas para describir correctamente os produtos e servizos turísticos.

05 Completar un primeiro borrador do modelo CANVAS

01 Obxectivo

O obxectivo é describir visualmente e concisamente como funcionará o teu negocio turístico, empregando nove elementos clave: clientes, proposta de valor, canles, relacións, ingresos, recursos, actividades, socios e custos. O modelo CANVAS facilita a obtención dunha visión xeral completa, a identificación de puntos fortes e débiles e a comunicación eficaz do teu proxecto a outras persoas.

02 Pasos para completar o exercicio

1. Descargar a plantilla CANVAS.
2. Completa cada bloque de forma breve e concisa:
 - a. **Segmentos de mercado:** Quenes serán os teus clientes? Por exemplo: «Familias, escolas, ecoturismo».
 - b. **Proposta de valor:** Por que a xente elixirá o teu servizo? Por exemplo: «Visitas seguras e educativas por sitios patrimoniais naturais».
 - c. **Canles:** Como chegarás aos teus clientes? Por exemplo: «Sitio web, redes sociais, colaboracións con oficinas de turismo».
 - d. **Relacións cos clientes:** Como interactuarás? Por exemplo: «Atención personalizada, actividades en grupo».
 - e. **Fontes de ingresos:** Como gañarás cartos? Por exemplo: «Venda de entradas, paquetes familiares».
 - f. **Recursos clave:** Que necesitas absolutamente? Por exemplo: «Guías locais, materiais didácticos, puntos de encontro».
 - g. **Actividades clave:** Que farás cada día/semana? Por exemplo: «Organizar rutas, promocionar nas redes sociais».
 - h. **Socios clave:** Con quen colaborarás? Por exemplo: «Concello, produtores locais, asociacións».
 - i. **Estrutura de custos:** En que gastarás cartos? Por exemplo: «Salarios, seguros, publicidade, materiais».
3. **Sé breve:** unha frase por bloque, sen preocuparte de esbozalo todo; a idea é ter unha primeira visión que logo se irá refinando.

03 Estratexias para aproveitar as oportunidades e mitigar os riscos relevantes

- Buscar colaboracións locais para ampliar os canais e reducir custos (por exemplo, traballando coa oficina de turismo).
- Priorizar os recursos e as actividades que xeren máis valor e se poidan ampliar no futuro.
- Se detectas debilidades (por exemplo, pouca visibilidade dixital), inclúe campañas promocionais como unha actividade clave.
- Identificar os custos variables e fixos para evitar sorpresas e axustar o modelo se as condicións do mercado cambian.

04 Conclusións

O lenzo do modelo de negocio permíteche organizar as túas ideas, ver o proxecto completo e verificar que todas as pezas encaixan. Serve como base para revisións, presentacións e unha exploración máis profunda de cada sección posterior, garantindo que o teu negocio estea estruturado para capturar valor e funcionar de forma eficaz.

Recomendacións adicionais

Consulta o “Manual de Evaluación de Proyectos Productivos y Elaboración de Planes de Negocio”, sección “Modelo de negocio CANVAS” (pp. 34-39), con exemplos, preguntas orientadoras e modelos específicos para o turismo.

o6 Primeira aproximación á análise DAFO para detectar fortalezas, debilidades, oportunidades e ameazas do proxecto

01 Obxectivo

O obxectivo é analizar, de xeito estruturado, as fortalezas e debilidades internas do teu proxecto (fortalezas, debilidades) e os factores externos positivos ou negativos (oportunidades, ameazas) do entorno turístico. Isto axuda a tomar decisións estratéxicas e a anticipar riscos ou vantaxes competitivas.

02 Pasos para completar o exercicio

1. Usa un modelo **DAFO** (Debilidades, Ameazas, Fortalezas e Oportunidades).
2. Identifica e enumera as túas **fortalezas** (capacidades, recursos e vantaxes competitivas).
 - a. Exemplo: «Experiencia en visitas guiadas, coñecemento do entorno local, contacto con asociacións».
3. Enumerar as **debilidades** (aspectos internos a mellorar, deficiencias, limitacións).
 - a. Exemplo: «Falta de experiencia en mercadotecnia dixital, recursos materiais limitados».
4. Observar o entorno e identificar **oportunidades** (tendencias favorables, nichos de mercado, apoio institucional).
 - a. Exemplo: «Crecemento do turismo rural, interese social no turismo sostible, axudas públicas dispoñibles».
5. Detectar as **ameazas** (factores externos que poden prexudicar o proxecto).
 - a. Exemplo: «Tempo adverso no inverno, entrada de novos competidores, dependencia da estacionalidade».
6. Escribe ideas claras e directas nunha frase para cada punto, evitando xeneralidades vagas.

03 Estratexias para aproveitar as oportunidades e mitigar os riscos relevantes

- Aproveita os teus puntos fortes para aproveitar as oportunidades (por exemplo, emprega os teus coñecementos locais e as asociacións para lanzar novas actividades durante as tempadas altas).
- Planificar accións para minimizar as debilidades, como a formación en mercadotecnia ou a busca de socios.
- Ante as ameazas, busque plans alternativos (rutas de interior para mal tempo, diversificación do público obxectivo).
- Usa a análise DAFO como un documento dinámico para revisar e actualizar a medida que avances e obteñas información máis precisa.

04 Conclusións

O desenvolvemento dunha análise DAFO inicial proporciona claridade sobre a situación actual do proxecto, prioriza os puntos de enfoque e convértese na base sobre a que construír estratexias realistas adaptadas á realidade do entorno e á propia empresa.

Recomendacións adicionais

Consulta o “Manual de Evaluación de Proyectos Productivos y Elaboración de Planes de Negocio”, sección Análise DAFO (pp. 57-67) para obter exemplos, preguntas típicas e consellos prácticos de aplicación no turismo.

07 Aplicar a matriz CAME para definir accións estratégicas baseadas na análise DAFO

01 Obxectivo

Transformar a análise DAFO en plans de acción concretos que axuden a aproveitar as fortalezas e abordar as debilidades. A matriz CAME permite o deseño de estratexias realistas: **corrixir** as debilidades, **abordar** as ameazas, **manter** as fortalezas e **explotar** as oportunidades, mellorando así a posición competitiva do proxecto.

02 Pasos para completar o exercicio

1. Debuxa unha táboa sinxela con catro filas: Corrixir, Afrontar, Manter, Explotar (podes usar o modelo correspondente).
2. Revisa cada conclusión da túa análise DAFO e colócaas na categoría correspondente:
 - a. **Corrixir:** Escolle as debilidades máis relevantes e escribe unha acción para mellorar cada unha delas.
 - i. Exemplo: «Falta de visibilidade dixital > Fórmate en mercadotecnia en liña ou busca colaboración».
 - b. **Abordar:** Seleccionar as ameazas e definir como mitígalas.
 - i. Exemplo: «Tempo adverso > Crear rutas alternativas interiores ou flexibles».
 - c. **Manter:** Enumerar os puntos fortes e as accións para preservalos.
 - i. Exemplo: «Rede local de colaboradores > Reforzar a comunicación e os acordos regulares».
 - d. **Explotar:** Identificar oportunidades e como aproveitalas.
 - i. Exemplo: «Axudas públicas > Solicitar subvencións e participar en proxectos de promoción turística».
3. **Sexa específico:** anote as accións viables, con responsables e prazos indicativos.
4. Verificar que cada proposta estea aliñada cos recursos e obxectivos SMART do proxecto.

03 Estratexias para aproveitar as oportunidades e mitigar os riscos relevantes

- Priorizar as accións que teñan o maior impacto e sexan fáciles de implementar.
- Empregar reunións curtas para revisar as accións CAME e adaptalas segundo os resultados do proxecto.
- Apoiar a corrección de debilidades buscando asesoramento e formación específica.
- As estratexias de afrontamento poden incluír seguros, diversificación de servizos ou asociacións.
- Manteña a súa lista de fortalezas e oportunidades actualizada aproveitando cada cambio ou novo desenvolvemento no sector.

04 Conclusións

A matriz CAME é esencial para pasar do diagnóstico (análise DAFO) á acción, con tarefas prácticas que reforcen a viabilidade e a adaptabilidade do proxecto turístico local. Serve para definir follas de ruta e distribuír responsabilidades entre o equipo.

Recomendacións adicionais

Consulta o “Manual de Evaluación de Proyectos Productivos y Elaboración de Planes de Negocio”, sección DAFO e capítulos sobre estratexias competitivas (pp. 57-67) para obter exemplos, consellos e modelos aplicados a proxectos de turismo rural e sostible.

o8 Ferramenta SCAMPER

01 Obxectivo

O obxectivo é impulsar a creatividade e a innovación no teu proxecto, xerando melloras ou versións alternativas do teu produto/servizo turístico baseadas en cambios sistemáticos. SCAMPER axúdache a atopar novas formas de satisfacer os clientes, diferenciarte ou resolver problemas na túa oferta.

02 Pasos para completar o exercicio

1. Escribe cada letra da ferramenta nunha folla de papel e fai preguntas sobre a túa idea de negocio (podes usar o modelo correspondente):
 - a. **Substituír:** Que elemento podo substituír?
 - i. Exemplo: Substitución de guías impresas por unha aplicación de audioguías.
 - b. **Combinar:** Que elementos podo combinar para aumentar o valor?
 - i. Exemplo: Ofrecer a ruta xunto cunha degustación local ao final.
 - c. **Adaptar:** Que podo axustar para outro público ou situación?
 - i. Exemplo: Facer que as rutas sexan accesibles para persoas con mobilidade reducida.
 - d. **Modificar/mellorar:** Que podo ampliar, aumentar ou mellorar?
 - i. Exemplo: Engadir xogos e retos para nenos durante a excursión.
 - e. **Darlle a outros usos:** Como se podería usar o meu produto doutro xeito?
 - i. Exemplo: Adaptar rutas para eventos escolares, aniversarios ou actividades da empresa.
 - f. **Eliminar:** Que podo simplificar ou eliminar?
 - i. Exemplo: Ofrecer itinerarios máis curtos fóra de tempada ou en días con mal tempo.
 - g. **Reordenar/inverter:** Que ocorre se cambio a orde da experiencia?
 - i. Exemplo: Rematar cunha visita a un obradoiro de artesanía en vez de comezar alí.
2. Escribe varias ideas para cada verbo, sen xulgalas aínda.
3. Selecciona e desenvolve as ideas máis viables ou atractivas: podes escoller aquelas que mellor respondan ás necesidades detectadas no contorno ou aquelas que aporten máis innovación.

03 Estratexias para aproveitar as oportunidades e mitigar os riscos relevantes

- SCAMPER permíteche anticipar os movementos da competencia e adaptarte rapidamente ás tendencias.
- Usa probas con clientes reais para validar as melloras e implementar aquelas que mellor se reciban.
- Aplica a ferramenta en grupo para enriquecer a chuvia de ideas e reducir os sesgos.
- Se unha mellora implica investimento, avaliar se se pode implementar como unha campaña piloto ou puntual antes de ampliála.

04 Conclusións

SCAMPER facilita a transformación e a diferenciación do teu negocio turístico sen grandes investimentos. O proceso é sinxelo pero moi eficaz para fomentar a mellora continua e a innovación, clave para destacar en mercados maduros e esixentes.

Recomendacións adicionais

Consulta manuais sobre creatividade empresarial e mira vídeos da técnica SCAMPER en YouTube. Ademais, o "Manual para avaliar proxectos produtivos e desenvolver plans de negocio" explica a importancia da creatividade e a innovación como piares da mellora empresarial (capítulo sobre creatividade e innovación).

09 Escoller a estrutura xurídica axeitada, definir o nome da empresa e seleccionar o nome comercial da empresa

01 Obxectivo

O obxectivo é seleccionar a estrutura xurídica máis axeitada para o teu proxecto, establecer o nome da empresa e elixir un nome comercial atractivo e dispoñible. Isto garante a protección xurídica, simplifica os procedementos e contribúe á identidade e á imaxe pública da túa empresa.

02 Pasos para completar o exercicio

1. **Analiza a túa situación e as túas necesidades:**

a. Avaliar factores como o número de socios, o capital, o risco e as responsabilidades.

2. **Infórmate sobre os formularios legais dispoñibles:**

a. Exemplo: Autónomo (persoa física), Sociedade Limitada (SL), Sociedade Civil, Cooperativa.

3. **Se comezas un negocio só ou con poucos socios, unha sociedade de responsabilidade limitada (SL) adoita simplificar a xestión e protexer o teu patrimonio.**

4. **Define o nome da empresa segundo a súa forma xurídica:**

a. Exemplo: “Turismo Anllóns, Sociedade Limitada” para unha sociedade de responsabilidade limitada; “María Pérez Sánchez” como autónomo.

b. O nome da empresa é o nome legal rexistrado na administración.

5. **Selecciona o nome comercial:**

a. Debe ser orixinal, doado de lembrar e relacionado coa túa actividade.

b. Exemplo: “Rutas con Encanto”.

c. Consulta os rexistros oficiais (por exemplo, a Oficina Española de Patentes e Marcas) para asegurarte de que é gratuíto.

6. **Proceso de constitución e rexistro:**

a. Consulte os estatutos cun asesor, notario ou sociedade administradora se se trata dunha sociedade.

b. Rexistrar a empresa e o nome comercial nos rexistros públicos segundo a lexislación.

03 Estratexias para aproveitar as oportunidades e mitigar os riscos relevantes

- Consulta exemplos reais na páxina web da Xunta, na Cámara de Comercio ou nos portais de emprendemento.
- Se prevés crecemento ou a entrada de socios, a forma societaria (SL, cooperativa) facilita a xestión e a entrada/saída de socios.
- Rexistrar un nome comercial evita futuros litixios e mellora a protección da marca.
- Se tes algunha dúbida, busca asesoramento legal e fiscal para evitar erros custosos ou interrupcións operativas.

04 Conclusións

A decisión relativa á estrutura xurídica, o nome da empresa e o nome comercial ten un impacto directo nos aspectos legais, fiscais e de imaxe do proxecto. Tomarse o tempo para elixir con coidado proporciona seguridade xurídica, profesionalidade e unha mellor imaxe cos clientes e socios.

10 Identificar a normativa aplicable e os requisitos legais e administrativos específicos para a súa actividade

01 Obxectivo

O obxectivo é garantir que o teu proxecto cumpra con todas as leis e regulamentos aplicables á actividade (turística), evitando sancións e obstáculos e garantindo a profesionalidade e a seguridade dos clientes e socios. A revisión da normativa permíteche planificar de forma eficaz, anticipar as necesidades e situar a túa proposta dentro do marco legal vixente.

02 Pasos para completar o exercicio

1. Infórmate sobre as normativas turísticas xerais e específicas da túa comunidade e país:
 - a. Exemplo: normativa turística autonómica (Xunta de Galicia), leis estatais, normativa ambiental.
2. Consulta os requisitos administrativos máis importantes:
 - a. Licenza de apertura e actividade turística.
 - b. Inscripción no Rexistro Oficial de Empresas Turísticas (Xunta).
 - c. Inscripción na Axencia Tributaria/Axencia Tributaria e na Seguridade Social.
 - d. Seguro de responsabilidade civil e outros seguros obrigatorios.
 - e. Cumprimento da lexislación laboral, accesibilidade, protección de datos e prevención de riscos.
3. Fai unha lista de todos os documentos e procedementos:
 - a. Exemplo: permiso de uso do solo, certificado sanitario, autorizacións municipais, notificacións á policía/autoridades locais sobre actividades masivas.
4. Empregar fontes oficiais: páxinas web de turismo rexionais, cámaras de comercio, consultorías ou portais de "ventanilla única", asociacións profesionais.
5. Se tes algunha dúbida, consulta con organismos especializados ou pide cita en institucións públicas.

03 Estratexias para aproveitar as oportunidades e mitigar os riscos relevantes

- Consulta se existen axudas, subvencións ou bonificacións por cumprir determinados requisitos, como certificacións de calidade, turismo accesible ou sustentabilidade.
- Se a normativa cambia, adapta o teu proxecto rapidamente (exemplo: cambios nos límites de capacidade por motivos sanitarios).
- Anticipar a tramitación dos permisos para evitar atrasos no lanzamento.
- Implementar un sistema de revisións periódicas da legalidade para manterse actualizado.

04 Conclusións

Identificar e cumprir as normativas legais e administrativas é fundamental para operar sen problemas, crear confianza nos clientes e evitar conflitos. É un proceso que debe sistematizarse desde o principio e actualizarse ao longo do ciclo de vida do proxecto.

Recomendacións adicionais

Revisión das páxinas web oficiais da Xunta de Galicia, do Ministerio de Industria e Turismo e dos portais das cámaras de comercio locais.

11 Mapear os recursos dispoñibles e analizar o seu impacto na viabilidade do proxecto

01 Obxectivo

O obxectivo é identificar todos os recursos dispoñibles (financeiros, humanos, técnicos e de infraestrutura), analizar cales son críticos e determinar como a súa dispoñibilidade ou falta afecta á viabilidade e sustentabilidade do proxecto. Isto é esencial para tomar decisións informadas, mitigar riscos e planificar accións futuras.

02 Pasos para completar o exercicio

1. Enumera os recursos dispoñibles en catro categorías principais:
 - a. **Financeiro:** diñeiro propio, préstamos, subvencións, ingresos previstos.
 - b. **Humanos:** experiencia, equipo, colaboradores, asesores, voluntarios.
 - c. **Técnicos:** ferramentas, equipamentos, vehículos, sistemas informáticos ou administrativos.
 - d. **Infraestruturas:** locais, oficinas, almacén, puntos de reunión, instalacións.
2. Para cada recurso, indica como o obterás, o custo e se é propio, alugado ou compartido.
 - a. Exemplo: «Teño un local proporcionado polo concello, dous guías cualificados e un capital propio de 2.000 €».
3. Identificar as deficiencias e as necesidades prioritarias (que falta para comezar?).
 - a. Exemplo: «Hai unha falta de equipamento informático e materiais didácticos para as rutas de autobús escolar».
4. Avalía o impacto de cada recurso na viabilidade: que pasaría se non tiveses ese recurso? Canto afecta ao custo total e á execución das actividades?
5. Crea unha táboa sinxela con columnas para recursos, dispoñibilidade, custo, alternativa e prioridade segundo a importancia.

03 Estratexias para aproveitar as oportunidades e mitigar os riscos relevantes

- Buscar alianzas e acordos para acceder a recursos sen aumentar os gastos (exemplo: acordos con empresas locais para o uso de instalacións).
- Considere o alugueiro, a compra ou a externalización dependendo da utilidade e a flexibilidade requiridas.
- Avaliar a formación e a reciclaxe do equipo humano para cubrir tarefas críticas.
- Priorizar os investimentos en recursos clave e evitar a duplicación do gasto en elementos secundarios.

04 Conclusións

Mapear os recursos axuda a comprender o punto de partida real, detectar barreiras antes de que se convertan en problemas e centrar a xestión no que é realmente necesario para iniciar e manter o proxecto a longo prazo.

Recomendacións adicionais

Consulta o “Manual Evaluación de Proyectos Productivos y Elaboración de Planes de Negocio”, capítulo “Recursos humanos e materiais” (pp. 109-121), “Plan de investimento” (pp. 178-185) e “Fontes de financiamento” para desenvolver unha visión práctica e profesional dos recursos e o seu impacto na viabilidade.

