

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

ESCOLA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Turismo



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCOLA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**“Creación de una agencia de viajes online
receptiva especializada en la zona de la Safor,
Valencia.”**

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:

Ksenia Pestrikova

Tutor/a:

Alberto Palomares Chust

M^a Dolores Teruel Serrano

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

Resumen

Actualmente el mundo de la intermediación turística está experimentando grandes cambios. Para poder competir las agencias de viajes se han visto obligadas a adaptar y asumir nuevas estrategias de comercialización de sus productos turísticos. Una de estas estrategias es la especialización que permite ofrecer producto propio diferenciado del resto de la oferta turística del mercado obteniendo un mayor conocimiento del nicho del mercado al que se dirigen.

En este proyecto se describirán ordenadamente los pasos a seguir para la creación una agencia de viajes receptiva encargada de captar, recibir y dar información al visitante en el destino con el objetivo de facilitarle su experiencia turística. La idea fundamental de este trabajo es destacar la potencialidad de las agencias receptoras como elementos revitalizadores de la cultura y atractivos locales de la comarca de la Safor. Así, Se diseñarán productos turísticos en la forma de excursiones, visitas de un día, incluso paquetes turísticos.

El ámbito de actuación de esta nueva empresa será la comarca de La Safor (Valencia). No obstante, al actuar como agencia receptiva y según la nueva Ley de Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana¹, estas intermediarias podrán igualmente ofrecer otros servicios o destinos de otros ámbitos geográficos.

Palabras claves: Agencia de viajes receptiva *online*. Especialización. Productos turísticos locales. Perfil cliente

¹ Ley 15/2018, de 7 de junio, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

Abstract

Currently the world of tourism brokerage is experiencing great changes. In order to compete, travel agencies have been forced to adapt and assume new marketing strategies for their tourism products. One of these strategies is the specialization that allows to offer your own product differentiated from the rest of the market's tourism offer. This allows obtaining a greater knowledge of the niche of the market to which they are directed. In this project the steps to be followed will be described in order to create a receptive travel agency in charge of capturing, receive and give information to the visitor at the destination in order to facilitate your tourist experience. The fundamental idea of this work is to highlight the potential of the receptive agencies as revitalizing elements of the culture and local attractions of the Safor region. In this way they are designed in tourist products in the form of excursions, day trips, even tour packages.

The company will focus on the region of the Safor (Valencia). However, by acting as a receptive agency and according to the new Law of Leisure and Hospitality of the Valencian Community, these intermediaries may also offer other services or destinations from other geographical areas.

Keywords: Receptive *online* travel agency. Specialization. Local tourism products. Customer profile.

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

Resum

Actualment el món de la intermediació turística està experimentat grans canvis. Per a poder competir les agències de viatges s'han vist obligades a adaptar i assumir noves estratègies de comercialització dels seus productes turístics.

Una d'estes estratègies és l'especialització que permet oferir producte propi diferenciat de la resta de l'oferta turística del mercat obtenint un major coneixement del nínxol del mercat a què es dirigixen.

En este projecte es descriuran ordenadament els passos que s'ha de seguir per a la creació una agència de viatges receptiva encarregada de captar, rebre i donar informació al visitant en el destí amb l'objectiu de facilitar-li la seua experiència turística. La idea fonamental d'este treball és destacar la potencialitat de les agències receptives com a elements revitalitzadors de la cultura i atractius locals de la comarca de la Safor. Així, Es dissenyaran productes turístics en la forma d'excursions, visites d'un dia, inclús paquets turístics.

L'àmbit d'actuació d'esta nova empresa serà la comarca de la Safor (València). No obstant això, a l'actuar com a agència receptiva i segons la nova Llei d'Oci i Hospitalitat de la Comunitat Valenciana (posar el número de la norma en un peu), estas intermediarias podrán igualmente puedan ofrecer otros servicios o destinos de otros ámbitos geográficos.

Paraules Claus: Agència de viatges *online* receptiva. Especialització. Productes turístics locals. Perfil client.

Contenido

1. Introducción	6
2. Objetivos.....	8
2.1. Principal	8
2.2. Secundarios	8
3. Metodología	9
4. Contexto económico, legal y tecnológico	13
4.1. Análisis de la situación del mercado.....	13
4.2. Análisis de la competencia	16
4.3. Legislación	17
4.4. Descripción del entorno tecnológico	21
5. Propuesta de creación de una agencia de viajes online.....	24
5.1. Funcionalidad de la agencia de viajes online.....	24
5.2. Propuesta de productos adaptados al perfil del cliente.....	25
5.3. Análisis del productos y servicios turísticos	28
5.4. Creación el paquete turístico	30
5.5. Diseño y plan del itinerario	31
5.6. Itinerario turístico.....	32
5.7. Medios de publicidad y promoción.....	34
6. Conclusiones	35
7. Futuros trabajos	36
8. Bibliografía.....	37
9. Índice de imágenes.....	38
10. Índice de tablas.....	38

1. Introducción

Este trabajo tiene como objetivo la creación agencia de viajes minorista online especializada en la zona de la Safor (Valencia). Una agencia de viajes receptora es encarga principalmente de atender y recibir en el destino a sus clientes. Según la definición de EOT (1999) “una agencia de viajes especializada es “aquella que para abrirse un hueco en el mercado o huir de la fuerte competencia del sector se especializa en algún tipo de producto o mercado”²La especialización y la diferenciación es la clave para poder competir en un mercado tan extremadamente feroz, sobre todo en el caso de las pequeñas y medianas agencias de viajes.

La agencia de viajes operará de forma online y contará con una página web donde ofertará sus productos turísticos. El usuario podrá elegir el itinerario que más le gusta según sus preferencias y posteriormente ponerse en contacto con la agencia a través de un formulario que dispondrá la página para reservar el paquete turístico. En este proyecto se analizará el entorno tecnológico que necesitará la agencia para poder comercializar sus productos turísticos.

La idea de creación de este tipo de agencia ha surgido al observar que muchos turistas suelen visitar solo un destino concreto de la Comarca y desconocen otros municipios y sus recursos turísticos. El objetivo principal de esta agencia de viajes consiste en unificar a través de la creación de un itinerario, los recursos turísticos de cada municipio de la Safor con el fin de ofrecer al visitante un producto turístico que permitiría conocer mejor la zona y vivir una experiencia única. La forma de este producto turístico³ resultante será la de un producto turístico definido como la combinación de servicios turísticos tales como: alojamiento, transporte y otros servicios complementarios que son ofrecidos al cliente por un precio global.

De igual modo, después de realizar un análisis preliminar de la zona, se observa la falta de una oferta unificada y la poca información que dispone el turista a la hora de visitar la Comarca. Además, se parte de la inexistencia de ningún producto turístico de las características mencionadas que engloba a los diferentes municipios para ser ofrecidos a los turistas que visitan a la Comarca.

² Definición extraída del libro Los canales de distribución en el sector turístico (14/05/2019)

³ <https://www.entornoturistico.com/paquete-turistico/> (15/05/2019)

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

Para ello, se considera interesante describir el proceso para la creación de una agencia de viajes *online* en la Comunidad Valenciana y se diseñará, a modo de ejemplo, un paquete turístico que ofrecerá la agencia vinculados a los diferentes públicos identificados.

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

2. Objetivos

2.1. Principal

El objetivo de este proyecto es la creación de una agencia de viajes *online* receptiva especializada en la zona de la Safor.

2.2. Secundarios

Una vez establecido el objetivo principal del proyecto se desarrollarían otros secundarios, que son los que se muestran a continuación.

- Se analizará la situación actual de turismo y la competencia presente en la zona de la Safor.
- Se realizará el análisis del marco legal para la puesta en marcha de la agencia.
- Se determinará el entorno tecnológico necesario para iniciar la actividad empresarial.
- Se identificará el perfil del cliente y se realizará un análisis de los productos y servicios de la zona de estudio para si finalmente diseñar, a modo de ejemplo, un paquete turístico que ofrecerá la agencia.

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

3. Metodología

Para realización de este proyecto se estudiarán y se analizarán tanto fuentes primarias como secundarias. Para la generación de fuentes primarias principalmente se visitarán las diferentes oficinas turísticas de la zona y se realizarán las entrevistas con los técnicos de turismo de cada municipio del estudio para obtener la información detallada de los recursos, los productos y servicios turísticos disponibles de la zona. Además, durante las entrevistas con los técnicos de turismo se pretenderá averiguar el perfil del visitante de la Comarca. Esta información será esencial para la creación del paquete turístico.

En cuanto a fuentes secundarias se analizarán diferentes páginas webs con la información turística de la zona de la Safor y se realizará el análisis DAFO que nos permitirá obtener una visión más clara sobre la actual situación turística de la zona. Por otra parte, para obtener la información relacionada con el ámbito legal y los trámites necesarios para la puesta en marcha de la agencia se consultará la legislación vigente que regula las agencias de viajes de la Comunidad Valenciana.

Para el análisis de productos y servicios turísticos se han utilizado las fichas tanto de productos turísticos y actividades recreativas como de prestatarios de servicios. Las fichas metodológicas de cada producto y servicio se pueden consultar en el anexo I y II de este proyecto. Todas las fichas están basadas en (Extremtracks s.f.)

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

En la primera parte de la ficha de actividad recreativas y/o producto se indican el nombre de la actividad, las coordenadas geográficas, la dirección y el mapa de localización. La segunda parte se centra más en la descripción de la actividad y sus características.

ACTIVIDAD RECREATIVA							
1. Denominación de la actividad y/o producto turístico							
2. Dominación del sitio o destino donde se desarrolla la actividad y/o producto							
3. Localización donde se desarrolla la actividad y/o producto							
Coordenadas Geográficas							
Dirección							
Localidad		Comarca		CP		País	
Mapa de localización							
A. Actividad Recreativa							
Nombre de la actividad							
1. Tipo de actividad							
Desde el punto de vista motivacional							
Especialización							
2. Descripción de las características							
Atractivos con los que está relacionada							
Condiciones específicas necesarias del lugar para realización de la actividad							
descripción de la actividad							
Duración							
Autoridades / Instituciones con competencias sobre el espacio o elemento donde se desarrolla la actividad							
Documentos Gráficos							

Ficha 1: ejemplo de ficha de actividad recreativa. Fuente: elaboración propia. 2019.

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

Por los que corresponde a la ficha del producto, la primera parte coincide con la de actividad recreativa. No obstante, la segunda parte de la ficha analiza la información relacionada con el producto turístico, el nombre del producto, sus componentes, la estacionalidad, la empresa e institución que lo comercializa, etc...

Producto Turístico							
1. Denominación de la actividad y/o producto turístico							
2. Dominación del sitio o destino donde se desarrolla la actividad y/o producto							
3. Localización donde se desarrolla la actividad y/o producto							
Coordinadas Geográficas							
Dirección							
Localidad		Comarca		CP		País	
Mapa de localización							
B. Producto Turístico							
Nombre del producto							
1. Tipo de producto							
Según componentes							
Alcance del programa							
Implementación del producto							
Estacionalidad							
Comentarios							
Empresa/s e institución/es que comercializan el producto							
Precio aproximado							
Documentos Gráficos							

Ficha II: ejemplo de ficha de producto turístico. Fuente: elaboración propia. 2019.

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

En el caso de la ficha del prestatario de servicios, la primera parte contiene la información relacionada con el sitio con el que se vincula, el nombre de la empresa, la localización y las características del servicio prestado. La segunda parte de la ficha se centra en el tipo del servicio. En el proyecto se han analizado los prestatarios de servicios de alojamiento, restauración y las empresas turísticas. A continuación, se puede ver el ejemplo de la ficha del prestatario de servicios de alojamiento con la información detallada del establecimiento.

Prestatario de Servicios						
1. Denominación del sitio/s con el que se vincula						
Dominación del sitio/s o elementos						
Distancia al sitio/s o elemento/s						
2. Dominación del prestatario de servicios						
Nombre comercial						
3. Localización del prestatario de servicio						
Coordenadas geográficas						
Dirección						
Localidad						
Comarca/ Región						
Mapa de localización						
A. Alojamiento						
Nombre						
Tipología de alojamiento						
Categoría establecimiento						
Temporada						
Cierres estacionales						
Servicios complementarios						
Accesibilidad						
Precio aproximado						
Recomendaciones en guías y otros medios						
Documentos gráficos						

Ficha III: ejemplo de ficha de prestatario de servicios de alojamiento. Fuente: elaboración propia. 2019.

4. Contexto económico, legal y tecnológico

4.1. Análisis de la situación del mercado

El turismo es la principal fuente de ingresos de la Comunidad Valencia⁴. En el año 2018, se ha registro un 9,2 millón de turistas extranjeros, lo que supone un 3,2% más que el año anterior. En la tabla se puede observas los principales mercados extranjeros emisores que visitan la Comunidad Valenciana. El Reino Unido lidera la lista con un aumento de 0,7%. Los únicos países que han decrecido ligeramente son Francia y países Nórdicos, mientras que los demás mercados han aumentado su posición.

	Turistas	% Var.	Gasto Total (mill. euros)	% Var.	Estancia Media	% Var.	Gasto Medio Diario	% Var.
TOTAL	9.208.898	3,2	8.944,7	4,9	9,9	-1,2	98,5	2,9
Reino Unido	2.903.416	0,7	2.559,7	3,92	8,7	4,5	101,3	-1,2
Francia	1.510.082	-0,3	1.143,7	5,9	12,6	-1,1	60,0	7,3
Alemania	559.390	7,1	519,3	10,1	11,1	0,1	83,8	2,7
Países Nórdicos	770.837	-0,8	923,4	8,3	12,4	12,9	96,5	-3,3
Italia	542.966	22,6	313,9	21,2	4,9	-2,2	117,0	1,1
Holanda	647.956	9,5	639,3	7,6	10,3	-1,9	98,4	2,7
Bélgica	537.004	16,0	527,1	7,5	10,8	-16,3	87,3	5,2

Tabla I: Evolución de los viajes de los extranjeros en todo tipo de alojamiento en Comunidad Valenciana 2018. Fuente: Elaborado por el Área de competitividad Turística (Turisme Comunitat Valenciana) a partir de Frontur – Egatur.

⁴<https://valenciaplaza.com/la-comunitat-valenciana-registro-una-cifra-record-de-9-2-millones-de-turistas-extranjeros-en-2018> (05/05/2019)

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

También se observa el aumento de la demanda nacional en 4,9% respecto el año anterior. Los valencianos son el principal mercado emisor de los turistas a la Comunidad. Durante el año 2018 se ha observado un incremento de 9,9% de viajes realizados por los residentes de la Comunidad Valenciana a la propia Autonomía. Por otra parte, también han aumentado los viajes de los catalanes en 4,9%. No obstante, los viajes de los madrileños decrecen en 1,1%, aunque gastaron más que el año anterior.

	Viajes	% Var.	Gasto Total (mill.euros)	% Var.	Estancia Media	% Var.	Gasto Medio Diario	% Var.
TOTAL origen	16.116.634	4,9	3.139,4	7,4	4,7	-5,8	41,5	8,7
C.Valenciana	7.826.063	9,9	658,6	13,4	3,2	-9,9	26,5	14,4
C. Madrid	3.273.872	-1,1	1.005,8	4,6	6,8	-0,9	45,2	6,7
Cataluña	918.410	4,9	212,6	15,1	4,4	3,3	52,4	6,2

Tabla II: Evolución de los viajes de los españoles en todo tipo de alojamiento en Comunidad Valenciana 2018. Fuente: Elaborado por el Área de competitividad Turística (Turisme Comunitat Valenciana) a partir de Frontur -Egatur.

A partir de estos datos se puede observar que cada vez más turistas nacionales y extranjeros se interesan por la Comunidad Valenciana, lo que demuestra que tiene un gran potencial turístico.

Este trabajo se va a centrar en la zona de la Safor, una comarca que pertenece Comunidad Valenciana y está situada en la zona sureste de la Provincia de Valencia, con la capital en Gandía. La Safor cuenta con un total de 170.686 habitantes, según los datos encontrados en el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) recogidos en el año 2018.

La Safor posee un gran abanico de recursos tanco culturales como naturales. El paisaje de la zona ofrece un contraste esplendido, formado por la costa y el interior montañoso. El principal reto de la agencia es transformar toda esta diversidad, que actualmente está muy dispersa, en una oferta turística unificada y sostenible.

La principal fuente de ingresos de esta zona es el turismo, por ello es muy importante apostar por un desarrollo turístico sostenible que ayude a promover y conservar el

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

patrimonio cultural y natural de la Comarca. La conservación y correcta promoción de los recursos turísticos es el factor clave de diferenciación.

El principal problema de la zona de la Safor sigue siendo la estacionalidad. Según Butler (1994) la estacionalidad se define como “un desequilibrio temporal que puede expresarse en términos del número de visitantes, del tráfico en las calles y otras formas de transporte, en los empleos y en las entradas en a atracciones turísticas”⁵. El principal producto de la zona es sol y playa. Este modelo turístico se caracteriza por la estacionalidad, la concentración territorial y la escasa diversificación de la oferta.

Por esta razón cada año los turistas se concentran en las mismas zonas de la Comarca y muchos de ellos desconocen el patrimonio cultural y natural que poseen otros municipios. El destino que mayor número de visitantes recibe cada año es Gandía, la sigue Oliva y Tavernes de la Vallidigna, según los datos recogidos por INE. No obstante, el interior de la Comarca sigue siendo un desconocido para muchos visitantes, pero no por ello menos atractivo. Estas zonas son idóneas para complementar la oferta turística de la Comarca y de esta forma combatir la estacionalidad.

Para ver mejor el potencial territorial que tiene la zona se ha realizado el análisis DAFO de la zona en la que vamos a trabajar (Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades).

Fortalezas	Debilidades
Gran abanico de recursos naturales y culturales	Estacionalidad
Diversidad del territorio	Insuficientes infraestructuras en algunos municipios
Gastronomía	Inexistencia de medios de transportes que une algunos municipios
Clima	
Oportunidades	Amenazas
Un mercado turístico potencial	Competencia de otros destinos
Creación de nuevos productos turísticos diferenciados.	Falta de promoción

Tabla III: análisis DAFO de la Safor. Fuente: elaboración propia.2019.

⁵ Definición extraída del libro 20 retos para el turismo en España. (20/05/2019).

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

Según el análisis DAFO realizado podemos concluir que, pese a algunas debilidades sobre todo relacionadas con la estacionalidad, la promoción y la necesidad de mejorar las infraestructuras turísticas de la zona, la Comarca tiene mucho potencial turístico que se puede convertir en una oferta diversificada y sostenible.

4.2. Análisis de la competencia

Antes de iniciar la actividad es importante analizar la competencia que existe en el mercado. Según los datos oficiales del Ministerio de Turismo de la Generalitat Valencia⁶ en la provincia de Valencia existen 249 agencias de viajes. Tras consultar diferentes fuentes, tales como el portal oficial de turismo de la Comunidad Valenciana y la asociación de agencias de viaje de la Comunidad Valenciana, se ha podido llegar a la conclusión que actualmente no existe ninguna agencia de viajes especializada en la zona de la Safor. Existen numerosas agencias de viajes que están especializadas en algún servicio concreto o zona, pero no hay ninguna que se dedique exclusivamente a la creación y promoción de productos turísticos de en dicha Comarca.

Teniendo en cuenta la actualmente no existe ninguna agencia que ofrezca este servicio, se cree que puede ser un buen modelo de negocio.

⁶ <http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/index.jsp> (26/04/2019)

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

4.3. Legislación

Para constituir una agencia de viajes en la Comunidad Valenciana es muy importante previamente consultar la legislación que regula este sector. Las agencias de viajes están reguladas por la ley de Ocio y hospitalidad de la Comunidad Valenciana⁷. Actualmente ha entrado en vigor un nuevo decreto que tiene como objetivo “la ordenación turística de la actividad de las agencias de viajes dentro del ámbito territorial de la Comunidad Valenciana, su régimen de funcionamiento y el procedimiento de su inscripción en el Registro de Turismo de la Comunidad Valenciana”⁸. Según la legislación vigente para poder constituir una agencia de viajes se tiene que cumplir los siguientes tramites:

Forma jurídica⁹

Para empezar la actividad es importante elegir la forma jurídica que se va a adquirir la sociedad, ya que de esto dependerán las obligaciones fiscales y laborales. Para la elección de la sociedad hay que tener en cuenta la actividad empresarial que se va a llevar a cabo, el capital mínimo exigido, número de socios, el grado de responsabilidad y la carga fiscal. La agencia contara con dos socios que se ocuparan de todas las funciones tanto administrativas como de gerencia. Según el funcionamiento de la empresa se barajará la opción de ampliar la plantilla con el fin agilizar todas las tareas internas a las que se enfrentará la agencia.

⁷ Ley 15/2018, de 7 de junio, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana.

⁸ DECRETO 101/2018, de 27 de julio, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento de agencias de viajes de la Comunitat Valenciana. [2018/7667]

⁹<http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas.aspx> (28/05/2019)

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

Tras analizar diferentes formas jurídicas se ha decidido que la más idónea en nuestro caso sería una sociedad de responsabilidad limitada (SL.). Este tipo de sociedad exige tener como mínimo un socio y la capital que se ha de aportar es de 3000€. Además, la responsabilidad queda sujeta al capital aportado. En la siguiente tabla se puede observar algunas de las ventajas y desventajas más destacadas de este tipo de sociedad:

Ventajas	Desventajas
Idónea para las Pymes.	Restricción en la transmisión de las participaciones.
Responsabilidad limitada al capital aportado.	Contabilidad formal.
Libertad de la dominación social.	Los socios siempre son identificables.
Régimen jurídico flexible.	No se puede emitir obligaciones.
Capital mínimo reducido y sin el máximo.	No se cotiza en bolsa.
Sin límite máximo de socios.	
Fiscalidad favorable a partir de determinado capital.	

Tabla IV:: ventajas y desventajas de una SL. Fuente: elaboración propia a partir del portal PYME. 2019.

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

Para la puesta en marcha de una SL se tienen que seguir los siguientes pasos:

1. Registro mercantil central: Es necesario obtener el certificado negativo del nombre en el Registro Mercantil para acreditar que el nombre elegido no coincide con el de la otra existente.
2. Apertura de cuenta bancaria: se ha de abrir una cuenta bancaria a nombre de la sociedad ingresando el capital mínimo inicial de 3000€.
3. Notario: se ha de acudir a un notario para elaboración de los estatutos y de la escritura de constitución. La escritura de la constitución de la sociedad se debe presentarse a inscripción en el Registro Mercantil Provincial.
4. Consejerías de Hacienda de las CCAA: este paso consiste en la liquidación del impuesto de transmisiones patrimoniales a la Hacienda.
5. Agencia Tributaria (AEAT): Se han de realizar los siguientes tramites en la Hacienda:
 - Obtención de número de identificación fiscal.
 - Alta en el impuesto de Actividades Económicas (I.A.E).
 - declaración censal (IVA).
6. Registro Mercantil Provincial: El último paso consiste es la inscripción de la sociedad en el Registro Mercantil.

Constitución del aval¹⁰

Las agencias de viajes están obligadas a constituir un aval y mantenerlo de forma permanente para poder ejercer su actividad. Dicho aval sirve como garantía en caso del incumplimiento de sus obligaciones ante los terceros. Hasta el 2018 el importe del aval dependía del tipo de agencia de viajes, es decir minorista, mayorista y mayorista - minorista. Con la entrada en vigor del nuevo decreto en 2018 la situación ha cambiado, a partir de ahora el importe dependerá del volumen del negocio. Para poder constituir esta garantía se contemplan las siguientes tres formas:

1. Garantía individual: mediante un seguro, una aval o garantía financiera. El primer año la cantidad ha de ser de 100000€. A partir del segundo año, el importe dependerá del volumen del negocio, siendo como mínimo 5% de todas las

¹⁰ https://www.dogv.gva.es/portal/ficha_disposicion_pc.jsp?sig=007493/2018&L=1 (26/04/2019)

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

ventas. No obstante, el importe nunca podrá ser inferior a 100000€. Para cubrir esta garantía se puede contratar el seguro de coacción a través de una entidad bancarias o compañía de seguros.

2. Garantía colectiva: asociaciones empresariales legalmente constituidas, mediante aportaciones a un fondo solidario de garantía. La cuantía de esta garantía colectiva será de un mínimo del 50 % de la suma de las garantías que las agencias de viajes individualmente consideradas deberían constituir de acuerdo con el apartado anterior. En ningún caso el importe global del fondo podrá ser inferior a 2.500.000 euros.
3. Garantía por cada viaje combinado: consiste en contratar un seguro por cada viaje combinado.

Después de valorar todas las opciones se ha decidido que la más idónea para la agencia de viajes que se va a crear es asociarse a la¹¹ asociación empresarial de agencias de viajes de la Comunidad Valencia (AEVAV). Dicha asociación ofrece muchas ventajas y entre ellas la posibilidad de contratar la póliza que se pagará anualmente. La cantidad de la póliza es partir de 400€, aunque no se puede confirmar con exactitud la cuantía sin un estudio previo por parte de la asociación.

1. Seguro de responsabilidad civil: Es otra póliza obligatoria para la constitución de una agencia de viajes. Esta póliza también la podemos contratar a través de la Asociación empresarial de agencia de viajes de comunidad Valenciana.
2. Seguro de responsabilidad civil: Es otra póliza obligatoria para la constitución de una agencia de viajes. Esta póliza también la podemos contratar a través de la Asociación empresarial de agencia de viajes de comunidad Valenciana.
3. Presentación de la documentación: Para poder obtener la licencia de agencia de viaje se tiene que presentar la declaración responsable ante la Dirección general de turismo de la Comunidad Valenciana, aportado además la siguiente documentación:
 - La escritura, los estatutos y el NIF de la sociedad.
 - Dirección física de la sociedad.
 - Resguardo de Hacienda que demuestra la existencia del aval.

¹¹ <http://www.aevav.es/> (28/04/2019)

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

El órgano correspondiente se encargará, atendiendo la declaración responsable a inscribir al establecimiento en el registro. A su vez, cualquier modificación referente al contenido de la declaración responsable se comunicará a la administración turística competente.

4.4. Descripción del entorno tecnológico

Las TIC se han convertido en una herramienta potencial para el mundo turístico, especialmente para las agencias de viajes. Es muy importante saber adaptarlas al modelo tradicional de la intermediación. Aun hoy en día no todas las agencias de viajes minoristas se han adaptado a este nuevo escenario. Cabe destacar que, aunque las nuevas tecnologías son cada vez más utilizadas por el consumidor, muchos de ellos siguen valorando el trato individual y personalizado. De este modo es muy importante saber fusionar los dos modelos, es decir utilizar las TIC como un aliado para llegar a más clientes potenciales, pero sin dejar de lado el trato personalizado. La especialización es la calve para poder competir con las OTA's ¹²que cada vez están más presentes en el mundo de la intermediación.

La agencia de viajes que se pretende crear será de tipo online, es decir que al principio no contará con una oficina física. De esta forma no será necesario disponer de un local e invertir en todo el mobiliario necesario para una oficina física. No solo es una forma de abaratar los costes, sino a través de una página online se puede llegar a más clientes potenciales.

La agencia de viajes que se va a crear comercializara sus paquetes principalmente a través de la página web. El modelo de negocio de esta agencia no precisa la implantación de una tecnología sofisticada, ya que prácticamente solo trabajara con los proveedores locales para la elaboración de paquetes turísticos. Toda la tecnología necesaria para iniciar la actividad empresarial será externalizada. Además, de esta forma la agencia no corre el riesgo de invertir muchos recursos económicos sin saber al principio que el negocio vaya a funcionar. Lo más importante de una agencia de viajes que operará principalmente de forma online es el diseño y la usabilidad de la página

¹² OTA: Son las Agencias de Viajes Online (Online Travel Agency).

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

web, ya que el cliente valora mucho estos dos aspectos. A continuación, se desglosarán todos los recursos tecnológicos iniciales necesarios para el inicio de la actividad:

- Página web: Como ya se ha dicho anteriormente la página web es un aspecto muy importante que se tiene que en cuenta. La página web de una agencia de viajes tiene que ser atractiva y fácil de usar para los clientes. Además, es importante que la pagina web tenga la versión móvil, ya que en actualidad la gran mayoría de búsqueda online se realizan a través de los dispositivos móviles.
- Hosting y dominio: Para que la página web sea visible para los usuarios en el espacio virtual hace falta tener contratado un hosting y un dominio. El hosting es un lugar donde se encuentra almacenado el sitio web y el dominio es la dirección o dicho con otras palabras el nombre que se asigna al sitio web.
- Pasarela de pago: es una aplicación informática que permite realizar los pagos en línea a los usuarios de la página web. El pago se realiza de forma automatizada a través de la tarjeta bancaria. Las formas más utilizadas y seguras son TPV¹³ virtual bancario y Paypal¹⁴. La agencia tendrá integradas estas dos opciones. El TPV virtual bancario ofrece una conexión directa entre la entidad bancaria y la página web, permitiendo aceptar los pagos con tarjeta. El banco cobra una comisión por cada venta realizada y una cuota de mantenimiento. Para integrarlo en nuestra web, la entidad bancaria tiene proporcionar un protocolo informático SSL¹⁵ (Secure Socket Layer). En caso de Paypal, se tiene que crear una cuenta business y seguir una serie configuraciones para obtener el código HTML para poder integrarlo en la página web.
- Internet y línea telefónica: Tener una buena conexión de Internet y la línea telefónica son aspecto muy importante para un negocio online.
- Equipos informáticos: Es otra de las piezas fundamentales de este negocio. Teniendo en cuenta el tamaño de la empresa para poder iniciar la actividad empresarial sería suficiente con dos equipos informáticos y una impresora.

¹³ TPV: terminal punto de venta permite que un comercio gestiones relacionadas con las ventas.

¹⁴ Paypal: pasarela de pago seguro electrónico.

¹⁵ SSL: es un protocolo informático de navegación que permite la autenticación, encriptación y descryptación de datos enviados a través de internet.

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

- Software: Para un correcto funcionamiento de la agencia es muy importante contar con programa informático de gestión. Este software facilita la gestión de las reservas y la facturación.
- Grupo de gestión: para una agencia de viajes es imprescindible contar con un grupo de gestión. Un grupo de gestión cumple la función de representar a las agencias de viajes de su grupo en las negociaciones con los proveedores. Es una herramienta eficaz que permite a una agencia de viajes, sobre todo de pequeño tamaño, a competir en el mercado. A través de esta herramienta la agencia tiene acceso a los diferentes proveedores de servicios, tales como hoteles, vuelos, trenes, seguros de viaje, etc. En la siguiente ilustración podemos ver de forma más visual todos los componentes tecnológicos que necesitara la agencia de viajes.



Imagen 1: recursos tecnológicos básicos de una agencia de viajes online. Fuente: elaboración propia.2019.

Por último, cabe mencionar que al empezar la actividad empresarial la agencia contará con pocos recursos económicos. Por este motivo, solo serán contratados los recursos tecnológicos más imprescindibles. No obstante, a medida que el negocio vaya funcionando se implementarán más recursos que permitirán informatizar los procesos internos de la empresa.

5. Propuesta de creación de una agencia de viajes online

5.1. Funcionalidad de la agencia de viajes online

La filosofía de este modelo de negocio se basa en los 3 pilares básicos de la sostenibilidad turística: económico, social y medioambiental. El objetivo principal de esta agencia de viajes consiste en reunir estos tres pilares para poder brindar un servicio diferenciado y de calidad a cada turista que visita a nuestra comarca.

La agencia de viajes colaborará estrechamente con la economía local, contratado únicamente los servicios de los proveedores locales para la formalización de paquetes turísticos. Los principales proveedores de servicios turísticos serán los restaurantes, las empresas de transporte y las actividades de entretenimiento. Los hoteles y los seguros de viajes serán contratados a través del grupo de gestión que cuenta con numerosos hoteles y compañías de seguros. La agencia tendrá un contrato con cada proveedor, donde aparecerán las condiciones del acuerdo establecido entre ambos. Por otra parte, la agencia tendrá una base de datos con todos los proveedores seleccionados incorporado en su sistema de gestión. También contará con una base de datos de clientes para realizar un seguimiento de presupuestos y servicios contratados.

La funcionalidad de página será bastante simple y al principio no contará con un motor de reservas. La página web tendrá diferentes paquetes turísticos que el cliente podrá elegir según sus preferencias, y una vez elegido el paquete, el cliente complementará un formulario con todos sus datos y peticiones. Por su parte, la agencia analizará el formulario de solicitud y comprobará la disponibilidad de servicios solicitados con los proveedores para las fechas indicadas por el cliente. Posteriormente, un plazo máximo de 24 horas se podrá en contacto con el cliente, enviándole un presupuesto personalizado. En el caso de aceptación del presupuesto por parte del cliente, este tendrá que abonar el 5% el importe final para confirmar la reserva. A su vez, la agencia confirmará todos los servicios contratados con los proveedores y enviará la confirmación al cliente. El cliente puede pagar la cantidad pendiente posteriormente según las condiciones de los servicios contratados en el paquete turístico. El precio del paquete dependerá de los integrantes de la reserva y los servicios adicionales solicitados.

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

Además, el cliente tendrá la opción de contratar un seguro de cancelación que la permitirá cancelar su reserva sin perder la cantidad pagada. El seguro cubrirá las causas estipuladas en la póliza.

A continuación, se puede ver el diagrama del proceso de confirmación de la reserva.

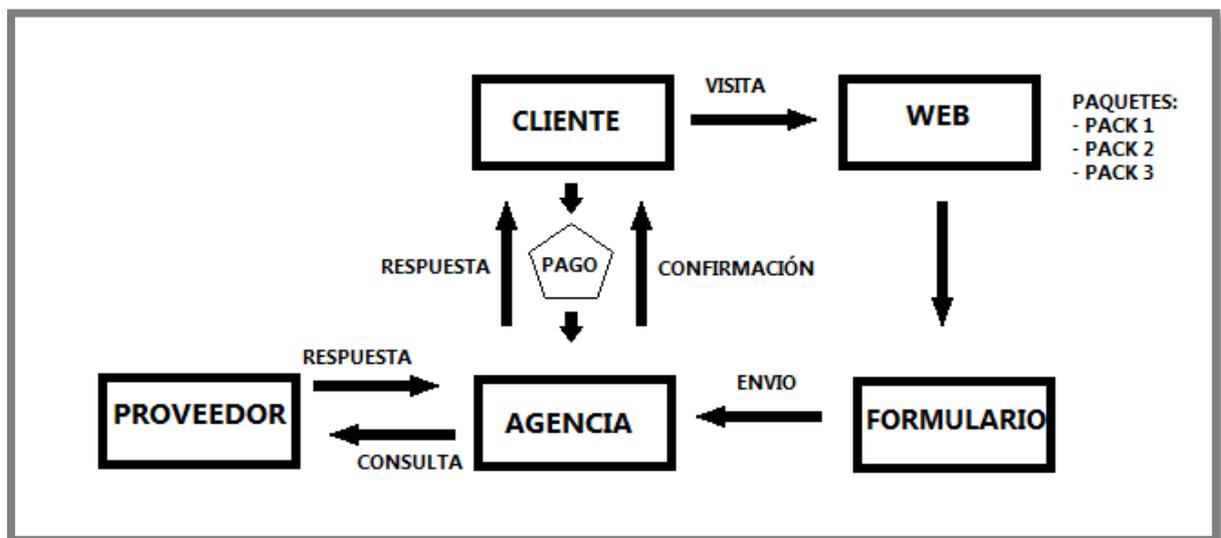


Imagen II: diagrama del proceso de confirmación de la reserva. Fuente: elaboración propia. 2019.

5.2. Propuesta de productos adaptados al perfil del cliente

Una tarea importante para crear un producto turístico atractivo es detectar las motivaciones de los visitantes. Los nuevos hábitos de vida provocados por la globalización han supuesto cambios en el perfil de turista. El turista de hoy en día ya no es el de antes, el de ahora quiere vivir experiencias e interactuar con el destino. Por esta razón para poder competir con otros destinos turísticos es importante ser creativo e innovar creando nuevos productos turísticos.

Actualmente los turistas que más visitan la comarca son atraídos por el modelo tradicional de sol y playa. Es un modelo de turístico familiar vacacional que principalmente se concentra en la época de verano.

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

No obstante, la zona de la Safor tiene mucho que ofrecer para incitar otras motivaciones en los turistas. La principal labor de esta agencia de viaje consiste en poner en valor todos los recursos turísticos disponibles y transformarlos en productos turísticos experienciales, que a su vez potenciaran otras motivaciones en los turistas que actualmente nos visitan y ayudaran a atraer a los nuevos.

Otra tarea importante es saber a qué segmento de la población se va a dirigir la agencia. De esta forma se podrá diseñar los paquetes de forma más personalizada y con ello lograr mayor satisfacción del cliente. Para conocer el perfil del cliente que suele visitar la comarca se han realizado las entrevistas con los técnicos de turismo de Gandía y Oliva. Tras la información obtenida se puede identificar los siguientes perfiles de clientes:

- Turismo de mascotas: Para este segmento de la población la elección del destino está condicionado por la aceptación de la mascota sobre todo por parte del establecimiento de alojamiento. La clave para llegar a este segmento consiste no solo ofrecer alojamiento apto para las mascotas sino diseñar paquetes turísticos que permiten realizar las actividades de ocio.
- Familias con niños: Este segmento de población planea sus vacaciones y escapadas basándose en las necesidades de los niños. Este nicho se decanta antes por el producto turístico que por el destino.
- Familias monoparentales: En los últimos años se ve claramente la tendencia de este segmento. Como el anterior buscan experiencias y actividades que son compatibles para viajar con los niños.
- Turismo gastronómico: Este tipo de turismo se puede compaginar con otras modalidades como por ejemplo el cultural o el activo. Este tipo de segmento de la población buscan la autenticidad de las experiencias que permite conocer mejor la identidad del destino.
- Turismo cultural: Como el turismo gastronómico es compatible con otras modalidades. Además, de esta forma se puede descubrir más el potencial cultural de la comarca.
- Turismo deportivo: Es un tipo de turismo que podría tener mucho potencial en la comarca y por ahora no se le está sacando mucho partido. El perfil de turista de este segmento tiene interés por practicar el deporte. Esta motivación está

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

ligada a hábitos de vida saludables y saturación por residir en ciudades de gran tamaño.

Es muy importante elaborar un paquete turístico personalizado y acorde con las necesidades de los segmentos a los que se va a dirigir la agencia. La especialización y trato individualizado es la clave de éxito para esta agencia.

En este proyecto se diseñará, a modo de ejemplo, un producto turístico que ofrecerá la agencia. El perfil del cliente elegido para la elaboración del paquete turístico es aquel que se decanta por la partica de deporte, pero quiere complementar su experiencia con la oferta cultural y gastronómica que ofrece el destino. El paquete turístico diseñado estará dirigido tanto a las familias con niños como a las personas que viajan solas o acompañadas. La agencia se centrará tanto en el turismo nacional como en el internacional. La edad media del perfil del cliente seria entre 30 y 45 años.

El producto diseñado será dinámico, es decir podrá ser modificado según el perfil del cliente que lo va a contratar.

Cabe destacar, que la razón principal de la elección de esta modalidad turística es el gran potencial que presenta en la actualidad. El turismo activo es un nicho de mercado que está en pleno desarrollo debido al interés por la partica de deporte en nuestra sociedad, vinculado a hábitos de vida saludable. A demás, este tipo de turismo es la mejor forma de vivir un destino, ya que permite que los turistas se relacionen con la población local, la naturaleza y la cultura que posee el destino. Además, se complementa perfectamente con otras modalidades turísticas tales como el turismo cultural y gastronómico. No obstante, tras consultar la información en las oficinas de turismo de Gandía y Oliva se ha observado la falta de la oferta y la promoción de este tipo de turismo. Por este motivo, el producto turístico que se pretende diseñar tiene como objetivo potencial este tipo de turismo en la Comarca.

5.3. Análisis del productos y servicios turísticos

Para crear un paquete turístico es fundamental realizar un análisis previo de todos los productos y servicios turísticos con los que cuenta la Comarca. No obstante, en este proyecto a modo de ejemplo solo serán analizados aquellos que han sido elegidos basándose el perfil del cliente que busca una escapada activa, pero también tiene inquietud por conocer la cultura y disfrutar de la gastronomía local.

Los municipios que formaran parte del paquete turístico son Gandía y Oliva. Estos dos municipios cuentan con los recursos turísticos necesarios para formalizar el paquete turístico.

En la ciudad de Gandía y Oliva podemos encontrar una gran variedad de productos y actividades turísticas. Para este proyecto se han escogido una selección de ellas, las cuales poseen las características idóneas tanto para la práctica de deporte como para conocer el patrimonio cultural y, a la vez, disfrutar de la gastronomía local. Los productos y servicios seleccionados han sido analizados a través de las fichas nombradas en la metodología. Todas las fichas se pueden encontrar en los anexos I y II de este proyecto.

En el municipio de Gandía se han seleccionado los siguientes productos y servicios turísticos:

- Visita guiada a la Cova del Parpalló y Paraje natural Parpalló – Borrell: La cova de Parpalló se encuentra en un sitio privilegiado que es Paraje Natural Parpalló – Borell. El paraje es un espacio natural protegido de Gandía, que cuenta con una superficie de 560 hectáreas. Durante la visita tendremos la oportunidad de conocer los yacimientos paleolíticos más importantes del Mediterráneo, situado en el Paraje Natural Municipal Parpalló - Borrell.
- Visita guiada por el centro histórico de Gandía: a lo largo de la visita se recorrerán los puntos más emblemáticos de la ciudad. A través de esta vista conoceremos la historia de la ciudad y su patrimonio.
- Visita guiada Alquería del Duc: Alquería del Duc tiene un gran valor para histórico para la ciudad. La visita tiene como objetivo mostrar la importancia que tiene este edificio desde su construcción al siglo XVI hasta la actualidad.
- Restaurantes: los restaurantes elegidos para la creación del paquete turístico son Saborearte, Bar- restaurante Parpalló y La bonita del puerto. Los tres

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

restaurantes ofrecen platos típicos de la Comarca, lo que permite al visitante conocer la gastronomía local. Además, la elección de estos restaurantes está basada en la cercanía de las actividades turísticas programadas en el itinerario.

- Hotel RH Bayren & SPA: el hotel elegido es RH Bayren & Spa. Es un establecimiento hotelero que goza de la privilegiada localización en la primera línea de la playa de Gandía.

En el caso de Oliva se optado por los siguientes productos y servicios turísticos:

- Visita guiada por Oliva Condal: El casco histórico de Oliva ofrece multitud de recorridos para conocer la historia de la ciudad. El recorrido condal muestra diferentes museos con los que cuenta el municipio, las casonas nobiliarias y los imponentes palacios.
- Escapada Paddle Sup: la escapada es ofrecido por el hotel Playa Oliva y Oliva Surf escuela de vela. La escapada consiste en dos noches de hotel y la actividad deportiva paddle sup.
- Escapada BiBeBu Tours: la empresa eXtrem Tracks especializada en los circuitos en bicicleta ofrece el recorrido nocturno para conocer el Parque Natural de la Marjal Pego- Oliva. La escapada cuenta con una cena al final del recorrido.
- Restaurantes: restaurantes elegidos en Oliva son El Lloc y Restaurante-Xiringuito Font Salada. También se ha optado por el chiringuito Kuk Vermell, que, aunque no es un restaurante ofrece la posibilidad de contratar una paella y pasar un día diferente en la playa de Oliva. Como en el caso de restaurantes de Gandía, estos últimos también están cerca de las actividades turísticas programadas y ofrecen gastronomía local.
- Transporte: como el medio de transporte para los traslados durante el itinerario tanto en Gandía como en Oliva se ha elegido la empresa Olibus.SL.
- Hotel: el hotel elegido es Playa Oliva. Este hotel ofrece precios competitivos y mantiene estrecha colaboración con las empresas de actividades deportivas, lo que permite contratar diferentes escapadas deportivas.

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

5.4. Creación el paquete turístico

Después de analizar los recursos turísticos elegidos para la elaboración del paquete turístico procedemos a describir detalladamente cada etapa del viaje. La duración del paquete turístico será de 5 días y será dividido en dos etapas.

Ciudad	Días	Noches	Visitas
Gandía	2	2	<ul style="list-style-type: none">• Visita guiada por el Centro histórico de Gandía.• Visita guiada a la Cueva Parpalló.• Visita guiada al Palau Ducal nocturno.
Oliva	2	2	<ul style="list-style-type: none">• Actividad deportiva Paddle Sup.• Visita guiada por el casco antiguo de Oliva.• Actividad deportiva en bici por las montañas y el Parque Natural de la Marjal Pego-Oliva.

Tabla V: Esquema visual de las etapas del viaje. Fuente: elaboración propia.2019.

5.5. Diseño y plan del itinerario

En la siguiente tabla se puede observar las etapas desglosadas descritas anteriormente y todos los servicios que serán incluidos en el paquete turístico.

Etapa 1	Etapa 2
<p>Día 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guía acompañante. • Hotel en Gandía. • Transfer hasta el hotel. • Restaurante. 	<p>Día 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hotel AD (Oliva). • Guía acompañante. • Transfer hasta el hotel de Oliva. • Restaurante. • Transfer actividad deportiva I/V. • Transfer hasta la actividad cultural a Oliva (I/D). • Restaurante.
<p>Día 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hotel AD (Gandía). • Guía acompañante. • Transfer actividad programada. • Restaurantes. • Transfer vuelta al hotel. 	<p>Día 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hotel AD (Oliva). • Guía acompañante. • Transfer hasta el restaurante I/V. • Restaurante. • Transfer actividad deportiva I/V. • Restaurante.
	<p>Día 5:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hotel AD (Oliva). • Transfer de traslado.

Tabla VI: diseño y plan del itinerario. Fuente: elaboración propia.2019.

5.6. Itinerario turístico

Primera etapa: Gandía.

Día 1: La hora de recogida de los turistas dependerá del medio de transporte que han elegido para llegar al destino. La agencia contempla la posibilidad de recoger a los turistas en diferentes puntos de recogida, es decir la estación de tren, el aeropuerto o la estación de autobuses de Valencia. Sin embargo, la hora recomendada de recogida es a las 15:00 para poder hacer check - in en el hotel a las 16:00. Al llegar hotel dispondrán de tiempo libre para poder descansar o dar una vuelta por la playa de Ganda, disfrutando del paseo marítimo. A las 19:00 de la tarde está programada la actividad con el guía local para visitar el casco histórico de Gandía. El transfer nos desplazara hasta el punto de inicio de la excursión. Durante la excursión se visitarán los sitios más emblemáticos del casco histórico de Gandía. Después de realizar la excursión cena en el restaurante Saborearte que se encuentra en Gandía para degustar la gastronomía local de la ciudad y posteriormente vuelta al hotel con el transfer. Punto de encuentro para las actividades: Vestíbulo del hotel. Duración de la actividad: 90 min.

Día 2: Desayuno en el hotel y a las 9:30 nos desplazáramos con el transfer a visitar la cueva del Parpalló. La actividad se realiza con el guía local que explicara la importancia que tiene este yacimiento paleolítico. Tras finalizar la actividad comeremos en el restaurante Parpalló que se encuentra en la Drova. Después de comer vuelta al hotel y tiempo libre para seguir disfrutando de la ciudad por libre. A las 18:00 nos desplazaremos a la Alquería del Duc donde se realizará la visita guida para conocer este edificio medieval que conserva vestigios de su pasado señorial y agrícola. Al finalizar la visita nos desplazaremos con el transfer a cenar al restaurante Bonita del puerto que se encuentra en el puerto de Gandía. Después de cenar vuelta al hotel. Punto de encuentro para las actividades: Vestíbulo del hotel. Duración de la actividad: Parpalló 3,5 h. Fortaleza Alquería del Duc: 1 h.

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

Segunda etapa: Oliva.

Día 3: El último servicio en el hotel de Gandía será el desayuno y a las 9:00 nos desplazaremos a Oliva. A las 11:00 en el vestíbulo del hotel nos esperara el guía para llevarnos a realizar el paddle sup. La actividad se realiza en la playa de Oliva al lado del puerto. Al finalizar la actividad comida en el chiringuito Kuk Vermell, donde nos estará esperando la auténtica paella valenciana. Pasaremos el día disfrutando del ambiente y música en el chiringuito. Una vez terminada la comida vuelta al hotel para descansar. A las 19:00 visitaremos con el guía local el casco antiguo de Oliva para conocer los rincones más importantes de la ciudad y al terminar la visita cenaremos en el restaurante Lloc que se encuentra en el paseo de Oliva. Vuelta al hotel. Punto de encuentro para las actividades: Vestíbulo del hotel. Duración de la actividad: Paddle sup: 3h. Casco antigua de Oliva:2h.

Día 4: Desayuno en el hotel y tiempo libre para disfrutar de la playa de Oliva tomando un helado en una de sus terrazas. A las 13:00 nos desplazaremos al restaurante Font Sala que se encuentra ubicado en el pleno Parque Natural de la Marjal Oliva-Pego. A las 18:00 nos espera una excursión en bici para disfrutar de la puesta de sol por las montañas y el Parque Natural de la Marjal Pego-Oliva. La actividad incluye la cena en el chiringuito Oli-ba-ba beach club. Vuelta al hotel. Punto de encuentro para las actividades: Vestíbulo del hotel. Duración de la actividad: 4h.

Día 5: Desayuno en el hotel y el Check -out. Hora de traslado a petición del visitante. Fin del paquete turístico. *Hora de traslado: la agencia ofrece bajo petición del cliente realizar el traslado hacia el medio de transporte elegido. Se tiene que comunicar la hora prevista al reservar el paquete turístico.

Algunos de los servicios turísticos que están incluidos en el paquete son escapadas que ofrecen los proveedores. El hotel Playa Oliva ofrece la estancia con la actividad deportiva de Paddle sup y transporte incluido para su realización. Por otra parte, la empresa eXtrem Tracks ofrece el paquete de una ruta en bici, y la cena incluida en el chiringuito Oli-ba-ba beach club. Esta información es importante para sacar el precio del paquete turístico. Todas las actividades que se realizan en el itinerario incluyen el seguro de viaje.

5.7. Medios de publicidad y promoción

Una vez diseñado el paquete turístico, y ya tenemos el nicho del mercado elegido, es importante centrarse en su promoción. A partir de este momento, es esencial elegir los medios de comunicación adecuados para llegar al cliente potencial. El objetivo de la promoción es despertar el interés del cliente, para transformarlo en deseo y acto seguido en una necesidad. De nada sirve tener un buen producto turístico, si no lo hacemos llegar al cliente. Como se ha comentado con anterioridad, al empezar la agencia no contará con muchos recursos económicos, así que no podrá competir con las políticas de marketing de grandes portales de reservas y de agencias de viajes más consolidadas en el mercado. A continuación, se puede observar los diferentes medios de comunicación que serán utilizados por la agencia:

- Página web: La propia página web de la agencia es una vía perfecta para publicitar los productos turísticos que ofrece. La agencia controlara su posición en Internet para obtener mayor número de visitas.
- Publicidad: los principales medios de comunicación que la agencia ha elegido para publicitar sus productos turísticos son anuncios en los periódicos y emisoras de radio. Los dos medios son una herramienta potencial y efectiva para llegar a los potenciales clientes.
- Redes sociales: las redes sociales es otra herramienta clave y poderosa para las agencias de viajes. Es una forma económica y eficiente de llegar a mayor número de clientes. Las principales redes sociales que serán utilizadas son Facebook, Twitter y Instagram.
- Participación en ferias: La agencia promocionara su oferta turística en las principales ferias de turismo tanto nacionales como internacionales. Las ferias no solo permiten promocionar los productos turísticos, sino además es una excelente forma de toma de contacto con otras empresas del sector para una posible colaboración.

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

6. Conclusiones

Tras finalizar este trabajo se puede concluir que se han logrado todos los objetivos propuestos inicialmente. En este proyecto se han analizado los diferentes aspectos fundamentales tanto para la creación de la agencia de viajes online como para la elaboración de un paquete turístico especializado en la zona de la Safor.

Para la creación de la agencia de viajes online se han marcado las pautas que se han de seguir para su puesta en marcha. Para ello se ha analizado la legislación vigente y los aspectos tecnológicos que se deben tener en cuenta. Uno de los objetivos consistía en creación de una agencia de viajes online con pocos recursos tecnológicos al iniciar la actividad, y se ha llegado a la conclusión que externalizando los servicios tecnológicos se puede lograr este objetivo. Por otra parte, para la elaboración del paquete turístico se han realizado las entrevistas con los técnicos de turismo de municipios de Gandía y Oliva. Con la información obtenida se han identificado los perfiles de clientes que visitan la Comarca y se han seleccionado los productos y servicios turísticos más destacados para la creación del itinerario turístico.

La tarea esencial de este proyecto consistía en creación de una agencia de viajes que pueda ofrecer al visitante vivir una experiencia única y diferente a través del itinerario propuesto por esta. Se ha diseñado, a modo de ejemplo, un paquete turístico que une los municipios de Gandía y Oliva en un producto único enfocado en el turismo activo, complementado con las actividades culturales y experiencias gastronómicas.

Además, durante la elaboración de este proyecto he podido descubrir el gran abanico de recursos culturales y naturales que ofrece la Comarca y que merecen ser conocidos. Pero para lograr este objetivo es importante ponerlos en valor mediante la creación de productos turísticos innovadores.

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

7. Futuros trabajos

Durante el proceso de creación de una agencia de viajes online se puede identificar tres etapas básicas: planificación, negociación y ejecución. Este proyecto se ha centrado en la primera fase que consiste en la planificación de un futuro negocio. La fase de planificación se centra en el análisis previo de todos los factores claves que se han de tener en cuenta antes de ejecutar un plan de negocio. Debido al formato de este proyecto no se ha podido profundizar en las otras etapas de la creación de una agencia de viajes online. No obstante, en los futuros trabajos se podría realizar un estudio financiero-económico para saber la viabilidad del negocio antes de iniciar la actividad empresarial. Por otra parte, en los futuros proyectos se podría determinar el precio del paquete turístico desenseñado a través de las negociaciones con todos los proveedores que forman parte de este.

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

8. Bibliografía

- Instituto Nacional de Estadística*. s.f. www.ine.es (último acceso: 5 de mayo de 2019).
- Turisme Comunitat Valenciana*. s.f. www.turisme.gva.es (último acceso: 28 de abril de 2019).
- Aguiló Pérez, E. Anton Clavé, S. (2015). *20 retos para el turismo en España*. Pirámide, s.f.
- BOE. s.f. www.boe.es (último acceso: 14 de Abril de 2019).
- Cámara de Comercio Valencia*. s.f. www.camaravalencia.com (último acceso: 14 de abril de 2019).
- Del Alcázar Martínez, B. (2002). *Los canales de distribución en el sector turístico*. ESIC, s.f.
- Extremtracks*. s.f. www.extremtracks.es (último acceso: 20 de abril de 2019).
- Gandia Turismo*. s.f. www.visitgandia.com (último acceso: 20 de abril de 2019).
- Generalidad Valenciana*. s.f. <https://www.dogv.gva.es> (último acceso: 24 de abril de 2019).
- Górriz Grau, G. (2018) Diseño de un sistema de recomendaciones de actividades turísticas en la comarca de Alto Palancia en Castellón (España) Proyecto Final de Grado. Gandia: Escuela Politécnica Superior de Gandía, s.f.
- Hosteltur*. s.f. www.hosteltur.com (último acceso: 26 de Abril de 2019).
- La Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viajes*. s.f. www.aevav.es (último acceso: 26 de abril de 2019).
- Las Provincias*. 28 de abril de 2019: www.lasprovincias.es.
- Mancomunitat de la Safor*. s.f. www.saforturisme.org (último acceso: 28 de abril de 2019).
- Oliva Turismo*. s.f. www.olivaturismo.com (último acceso: 20 de abril de 2019).
- Portal oficial del Ministerio de Industria para la pyme*. s.f. www.ipyme.org (último acceso: 28 de abril de 2019).
- Valencia Plaza*. 5 de mayo de 2019: valenciaplaza.com.
- Valencia Turisme*. s.f. www.valenciaturisme.org (último acceso: 26 de abril de 2019).
- Viñals, M.J. Mayor, M. Martínez Sanchis, I. Teruel, L. Alonso Monasterio, P. Morant, M. (2017). *Turismo sostenible y patrimonio. Herramientas para la puesta en valor y la planificación*. Universitat Politècnica de València, s.f.

Creación de una agencia de viajes online receptiva especializada en la zona de la Safor, Valencia.

9. Índice de imágenes

Imagen I: recursos tecnológicos básicos de una agencia de viajes online. Fuente: elaboración propia.2019.	23
Imagen II: diagrama del proceso de confirmación de la reserva. Fuente: elaboración propia. 2019.....	25

10. Índice de tablas

Tabla I: Evolución de los viajes de los extranjeros en todo tipo de alojamiento en Comunidad Valenciana 2018. Fuente: Elaborado por el Área de competitividad Turística (Turisme Comunitat Valenciana) a partir de Frontur –Egatur.	13
Tabla II: Evolución de los viajes de los españoles en todo tipo de alojamiento en Comunidad Valenciana 2018. Fuente: Elaborado por el Área de competitividad Turística (Turisme Comunitat Valenciana) a partir de Frontur -Egatur.	14
Tabla III: análisis DAFO de la Safor. Fuente: elaboración propia.2019.	15
Tabla IV:: ventajas y desventajas de una SL. Fuente: elaboración propia a partir del portal PYME. 2019.....	18
Tabla V:Esquema visual de las etapas del viaje. Fuente: elaboración propia.2019.....	30
Tabla VI: diseño y plan del itinerario. Fuente: elaboración propia.2019.	31