

Entorno

Valencia Disfrutada (VaDa) está situada en la Calle Museu, 6, en el Barrio del Carmen, cerca de la plaza del Palau de la Generalitat y de la Diputación y de la plaza de la Virgen y del Ayuntamiento.



Hemos elegido esta ubicación porque está en el centro neurálgico de la ciudad y el alquiler, a pesar de la ubicación, no es excesivamente elevado. La zona es tranquila, la calle es peatonal, pero accesible para taxis o vehículos de carga y descarga.

El hecho de ubicarnos en una calle peatonal no está elegido al azar, esto nos permite poder comenzar nuestras actividades con los usuarios de forma tranquila, sin preocuparnos por el tráfico o el ruido. Podremos salir a la plaza del Carmen y de allí iniciar todos los itinerarios.

Se accede fácilmente desde la calle Guillem de Castro, por la plaza de plaza del Portal Nou, la calle Salvador Giner y la plaza de Pere Borrego y Galindo.

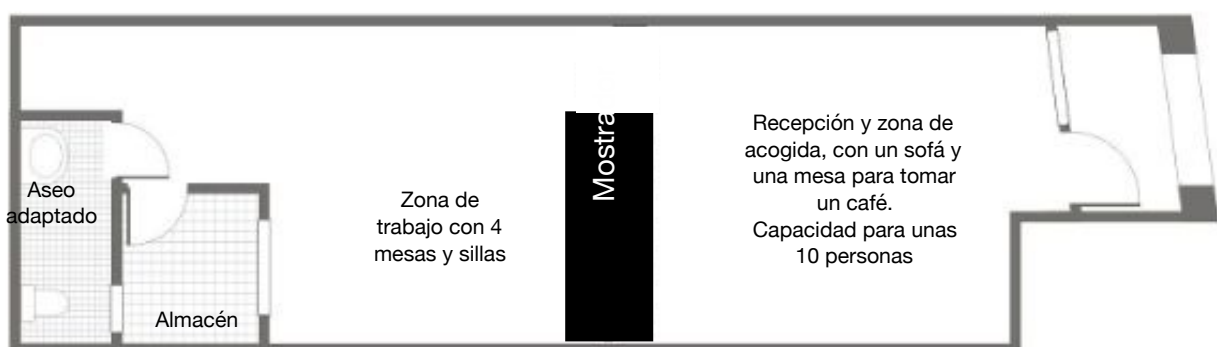
Está rodeada de centros culturales, al lado el Centre de Cultura Contemporània-Museu del Carmen; el IVAM a 2 minutos andando, las Torres de Serranos a unos 3 minutos andando, la plaza de la Virgen a unos 10 minutos,... Es una calle con bastante tránsito de turistas y viajeros, sobre todo de los interesados por el patrimonio cultural y arquitectónico de Valencia.



El local fue restaurado en 2012 y reformado para uso comercial en 2014. Adaptar el baño para personas con discapacidad física es muy sencillo, únicamente sería necesario poner una barra en el lateral.



Dispone de metros cuadrados suficientes para el material que necesitamos para realizar las actividades y acondicionaremos una agradable zona de recepción con un sofá, unas butacas, una mesa y una cafetera para poder ofrecer a los clientes una cálida bienvenida.



Somos una microempresa privada de capital nacional, de 4 trabajadoras que somos a la vez cooperativistas.

La empresa pertenece al sector terciario, ya que ofreceremos servicios turísticos.

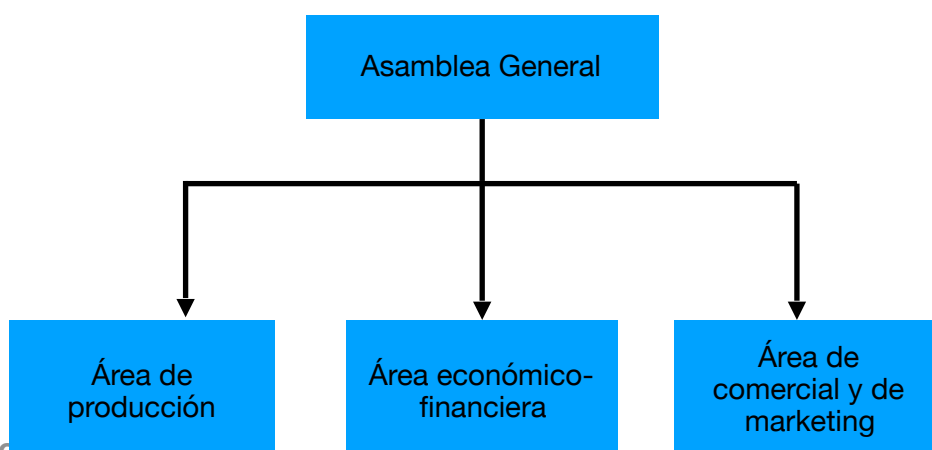
Al ser una cooperativa, las decisiones las tomamos en la asamblea general y el trabajo se divide en tres áreas:

- Área económico-financiera: administración, organización y recursos humanos: se encargará de la contabilidad, contrataciones, nóminas,... Se encargará, junto con el área de producción, de contratar a los proveedores y trabajadores externos idóneos para las actividades. Junto con el área comercial, realizará un plan de marketing teniendo en cuenta todos los gastos e ingresos. Se encargará también de buscar ayudas y subvenciones dirigidas al sector, la presentación de la documentación y, en su caso, la justificación.

- Área comercial y de marketing (se encargará de la comercialización de los productos, el mantenimiento de la web, la publicidad, visita comercial a diferentes entidades para buscar colaboraciones).

- Área de producción: será la encargada de organizar las actividades desde la idea inicial a la puesta en práctica. Detectará las necesidades materiales, logísticas, etc. y llevará a cabo la coordinación con las mismas. En colaboración con el área administrativa, tratará de buscar a los proveedores más adecuados y económicos en cada caso.

Organigrama:





ANÁLISIS MACRO

Dentro de la actividad a la que se dedica **Valencia Disfrutada (VADA)** existen un conjunto de factores generales que pueden afectar directa e indirectamente a la relación de intercambio con el mercado. En concreto analizaremos los factores demográficos y socioculturales, económicos, político-legales y tecnológicos.

Partimos de la consideración general de que la nuestra es una empresa dedicada al turismo inclusivo en un país, España, que actualmente está saliendo de una grave crisis económica y política.

A. FACTORES DEMOGRÁFICOS Y SOCIOCULTURALES

De un tiempo a esta parte, hay un cambio de sensibilidad y de políticas en cuanto a la inclusión de las personas con diversidad funcional en todos los ámbitos de la vida y por supuesto en el turismo.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) calcula que el 15% de la población mundial (mil millones de personas) vive con algún tipo de discapacidad.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) declaró 2016 como el año del Turismo Accesible y señala que la accesibilidad a todas las instalaciones, productos y servicios turísticos debería ser un componente esencial de cualquier política de turismo responsable y sostenible. Con estos principios, la OMT ha publicado una serie de manuales de buenas prácticas y recomendaciones para que la experiencia turística sea disfrutada por todas las personas sin importar su funcionalidad. En este link encontraremos todos los documentos publicados por la OMT:

<http://ethics.unwto.org/es/content/turismo-accesible>

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), España tiene a 1 de enero de 2017 una población de 46.539.026 habitantes, y, según el informe sobre la Base Estatal de Datos de Personas con Valoración del Grado de Discapacidad del Instituto de Mayores y Servicios Sociales (Imserso), a 31 de diciembre de 2016 había 2.564.893 personas con discapacidad (1.263.879 hombres y 1.301.014 mujeres). La información que se recoge en esta base es la relativa al histórico de las personas que han solicitado el reconocimiento de la situación de discapacidad así como el resultado de las valoraciones efectuadas por los equipos de valoración de las distintas comunidades



autónomas, incluidas las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Se consideran personas con discapacidad aquellas que tienen un grado reconocido igual o mayor al 33%, de acuerdo con lo que establece el artículo 4.2 del Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las Personas con Discapacidad y de su Inclusión Social.

La osteo-articular se erige como la primera causa de discapacidad, según recoge el informe, con 719.269 personas (un 28,04% del total), seguido por los crónicos (19,10%), mental (15,62%), neuro-musculares (10,51%), intelectual (9,16%), visual (7,39%), auditiva (5,67%), mixta (2,35%), expresiva (1,65%) y otras (0,52%).

El informe señala también que el grupo de edad con mayor número de personas con grado de discapacidad reconocido es el que se sitúa entre los 35 y 64 años (1.160.502), por delante del grupo conformado por personas de 65 a 80 años (714.962), y el de 18 a 34 años (206.783).

La necesidad de mejorar la calidad de vida de un mayor número de personas en esta situación de dependencia ha generado un fuerte crecimiento de empleo en este sector, incluso en la situación actual de crisis en la que nos encontramos. La Ley de la Dependencia, a pesar de los recortes que ha experimentado recientemente, podría llegar a generar alrededor de 635.000 puestos de trabajo en los próximos años.

En las últimas décadas, las empresas se han esforzado por mejorar sus servicios y hacerse cada vez más accesibles al público, eliminando barreras e incomodidades surgidas en el momento de la compra o el uso de productos y servicios. Las nuevas tecnologías, como Internet, desempeñan un papel muy importante y son prácticamente imprescindibles en los hogares europeos. Todos estos factores implican un aumento de la calidad de vida de la población en la que el tiempo libre es cada vez más valorado, buscando actividades que satisfagan las necesidades de cada consumidor.

El turismo forma parte de este tiempo libre, es una manifestación social recreativa, lúdica o festiva. El demandante desea disfrutar y gozar de una situación que le resulta privilegiada por un corto periodo temporal. En consecuencia el estado de ese entorno (orden público, conflictividad laboral, animosidad contra el turismo, proyecciones radicales de ideologías o sentimientos religiosos, etc.) desempeña un papel destacado para las decisiones del cliente (demanda), y por efecto indirecto a la empresa prestadora de servicios. A todo esto debemos sumarle el factor más importante sobre el



que va a girar nuestra empresa, que es la ACCESIBILIDAD para todas aquellas personas que quieran disfrutar de nuestra ciudad puedan hacerlo con total libertad y sin ningún tipo de dificultad.

B. FACTORES POLÍTICO-LEGALES

Valencia Disfrutada es una empresa de servicios turísticos dentro de la ciudad de Valencia, que pretende que los turistas que utilicen sus servicios -tengan algún tipo de diversidad funcional o no- puedan disfrutar plenamente de nuestra ciudad.

En los últimos años se ha elaborado abundante legislación sobre la accesibilidad e integración de las personas con diversidad funcional que afectará al trabajo de la empresa.

En la esfera internacional, este cambio de paradigma viene consagrado por la *Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de la ONU, adoptada en diciembre de 2006* (artículo 9 –accesibilidad universal; artículo 20 –movilidad personal; y 21 –acceso a la información) y firmada y ratificada por España, por lo que resulta imprescindible su aplicación. Para comprobar la relevancia que este Tratado internacional concede a la accesibilidad universal, basta leer el Artículo 9:

Accesibilidad universal

1. A fin de que las personas con discapacidad puedan vivir en forma independiente y participar plenamente en todos los aspectos de la vida, los Estados Partes adoptarán medidas pertinentes para asegurar el acceso de las personas con discapacidad, en igualdad de condiciones con las demás, al entorno físico, el transporte, la información y las comunicaciones, incluidos los sistemas y las tecnologías de la información y las comunicaciones, y a otros servicios e instalaciones abiertos al público o de uso público, tanto en zonas urbanas como rurales. Estas medidas, que incluirán la identificación y eliminación de obstáculos y barreras de acceso, se aplicarán, entre otras cosas, a:

- a) Los edificios, las vías públicas, el transporte y otras instalaciones exteriores e interiores como escuelas, viviendas, instalaciones médicas y lugares de trabajo;*
- b) Los servicios de información, comunicaciones y de otro tipo, incluidos los servicios electrónicos y de emergencia.*

2. Los Estados Partes también adoptarán las medidas pertinentes para:

- a) Desarrollar, promulgar y supervisar la aplicación de normas mínimas y directrices sobre la accesibilidad de las instalaciones y los servicios abiertos al público o de uso público;*



- b) Asegurar que las entidades privadas que proporcionan instalaciones y servicios abiertos al público o de uso público tengan en cuenta todos los aspectos de su accesibilidad para las personas con discapacidad;*
- c) Ofrecer formación a todas las personas involucradas en los problemas de accesibilidad a que se enfrentan las personas con discapacidad;*
- d) Dotar a los edificios y otras instalaciones abiertas al público de señalización en Braille y en formatos de fácil lectura y comprensión;*
- e) Ofrecer formas de asistencia humana o animal e intermediarios, incluidos guías, lectores e intérpretes profesionales de la lengua de señas, para facilitar el acceso a edificios y otras instalaciones abiertas al público;*
- f) Promover otras formas adecuadas de asistencia y apoyo a las personas con discapacidad para asegurar su acceso a la información;*
- g) Promover el acceso de las personas con discapacidad a los nuevos sistemas y tecnologías de la información y las comunicaciones, incluida Internet;*
- h) Promover el diseño, el desarrollo, la producción y la distribución de sistemas y tecnologías de la información y las comunicaciones accesibles en una etapa temprana, a fin de que estos sistemas y tecnologías sean accesibles al menor costo.”*

La Constitución Española de 1978, por primera vez en nuestro panorama constitucional, dedica un artículo, el 49, a las personas con discapacidad. Esta disposición fue desarrollada en 1982 por medio de una ley específica, que fue la primera ley global consagrada a normar el fenómeno de la discapacidad en España.

Esta norma legal, la ya citada Ley 13/1982, de 7 de abril, de Integración Social de los Minusválidos contiene aspectos de accesibilidad, en concreto los artículos 54 y siguientes, referidos a la movilidad y barreras arquitectónicas.

A nivel autonómico estamos a la espera de que se promulgue una nueva ley del turismo de la Comunitat Valenciana que pensamos que recogerá los principios de integración e inclusión en el turismo.

Las Corporaciones Locales (fundamentalmente, los ayuntamientos) tienen ciertas competencias en la regulación de las condiciones de accesibilidad aplicables en su término municipal. A través de las denominadas ordenanzas municipales, los Ayuntamientos pueden concretar o a veces ampliar la normativa emanada del Estado o



de las Comunidades Autónomas, por lo que son considerados como poder público productor de Derecho, aunque sea residualmente, en materias de accesibilidad.

Además, disponen de atribuciones en cuestiones de política y policía urbanísticas, lo que les confiere la posibilidad, escasamente ejercida, hay que decir, de fiscalizar, supervisar y sancionar, en su caso, aquellas actuaciones contrarias a la eliminación de barreras.

En definitiva, cabe decir:

- A medio plazo, seguirá ampliándose la legislación sobre accesibilidad.
- Habrá más normas estatales, pero también vendrá otra generación, renovada, de normas autonómicas.
- Es de esperar que la normativa local se amplíe considerablemente.
- La plena ciudadanía de las personas con discapacidad y la calidad de sus derechos pasan, como nunca hasta ahora, por lo que hagamos en materia de accesibilidad.
- En buena parte, encauzar, acelerar y garantizar la buena dirección de ese proceso - largo y complejo- depende de las propias personas con diversidad funcional y de las entidades en las que se integran, de su acción individual y de su acción colectiva.
- Asimismo de las políticas y de las normas garantistas que se vayan aprobando.
- También, de los profesionales, que participan tan decisivamente en la habilitación de entornos sociales (edificación y urbanismo).

NO RENUNCIEMOS A ESE FUTURO, QUE COMIENZA A PERTENECERNOS.

C. FACTORES ECONÓMICOS

En etapas de recesión como la que estamos viviendo se contrae la demanda de productos/servicios por lo que salir al mercado con un bien o servicio que no sea de primera necesidad puede suponer un riesgo. La crisis sigue pasando una pesada factura a la economía española y la recuperación que comienza a vislumbrarse sigue siendo lenta. Tras varios años de recesión, el Producto Interior Bruto de España en 2016 superó los niveles de 2008, según el INE.

Además, el sector hacia el que hemos enfocado nuestra idea de negocio es el más pujante de nuestro país, el **turismo**. De hecho, el PIB turístico ha crecido en el tercer trimestre de 2017 al 4,2% (fuente: ISTE, Índice Sintético del PIB Turístico Español). A



nuestro país vienen millones de turistas al año y, de unos años a esta parte, la ciudad de Valencia se ha convertido en un destino turístico cada vez más demandado. Por ello, como hemos dicho anteriormente queremos hacer accesible nuestra ciudad para TODOS/AS aquellas personas que vengan a visitarnos, eliminar o en su caso evitar las barreras que les permitan disfrutar de una forma segura y cómoda. Abrir nuestra ciudad a este sector de la población (personas con diversidad funcional) nos permitirá llegar también a personas que no tienen ningún tipo de diversidad pero que sí que necesitan que se eliminen barreras, como lo pueden ser: mujeres embarazadas, madres y padres con carritos... o simplemente acompañantes de personas con diversidad.

En definitiva, en España se está viviendo una época de bonanza en el sector del turismo, con el consiguiente incremento de la demanda de productos y servicios que giran en torno a él y, como hemos visto anteriormente, actualmente hay políticas activas encaminadas hacia la inclusión de las personas con diversidad funcional, también en el ámbito que nos ocupa, el TURISMO INCLUSIVO.

Hemos de comentar también que existen ayudas y subvenciones por parte de entidades públicas y privadas para la realización de proyectos de carácter social, por ejemplo la Fundació La Caixa <https://obrasociallacaixa.org/es/convocatorias>.

Además, gracias al auge que está viviendo el turismo en general en nuestro país, también entidades bancarias como CaixaBank han lanzado líneas de negocio específicas para el sector turístico: https://www.cerodosbe.com/es/alojamiento/hoteles/caixabank-hotels-tourism-negocios-creditos_525170_102.html

D. FACTORES TECNOLÓGICOS

El desarrollo tecnológico es otro de los cambios que deberemos valorar para hacer más competitivos nuestros servicios. Hemos de tener en cuenta:

- **El poder de negociación con los clientes.** Por ejemplo, gracias a Internet y el comercio *online*, las compañías han podido eliminar en muchos casos a los intermediarios, lo que supone una reducción de costes. En nuestro caso estos será posible porque evitaremos tener que pasar por agentes turísticos, aunque estos también puedan comercializar nuestros productos.



- **El poder de negociación con los proveedores.** Contar con un software de gestión de pedidos, por ejemplo, nos ayudará a realizar encargos de servicios en tiempo real con los que podamos obtener mejores precios gracias a la economía de escala.
- **Rivalidad entre competidores.** La incorporación de un nuevo proceso técnico que mejore la calidad del servicio y abarate su precio servirá a nuestra empresa para sobresalir en el mercado.
- **Competidores potenciales.** Antes de la irrupción de Internet, por ejemplo, las pequeñas empresas tenían un radio de acción muy localizado, pero en la actualidad se integran en el mercado global, por lo que las multinacionales deben tenerlas en cuenta.
- **Servicios sustitutivos.** Los directivos también tendrán que estar alertas a nuevos factores tecnológicos de una empresa que permitan ofrecer el mismo servicio pero con una tecnología diferente.

Por ello, nos centraremos en implantar nuevos sistemas productivos que impliquen la reducción de costes y destinaremos más recursos económicos a la formación de los trabajadores en las nuevas tecnologías.

ANÁLISIS MICRO

El análisis del entorno más próximo a nuestro proyecto empresarial nos permitirá tener mayor capacidad de control sobre el mismo:

A. COMPETENCIA

Nuestra empresa está ubicada en la calle del Museu, en el barrio del Carmen. Hemos elegido esta zona por ser una zona muy céntrica, con mucho tránsito y con muchos centros culturales y posibilidad de actividades.

Encontramos en esta ubicación una gran variedad de lugares de interés turístico y cultural como el Palau de Forcalló, el Centro Cultural del Carne, el IVAM, lugares de interés como la Casa de los gatos, la plaza de la Santa Cruz, el Mercado de Mossen Sorell...



Este barrio es muy transitado por turistas nacionales y extranjeros, por lo que creemos que será muy beneficioso para captar clientes de nuestros servicios.

También hay que destacar que en esta localización no encontramos competencia directa, ya que ningún establecimiento comercial ofrece los servicios que nuestra empresa va a ofertar. La actividad principal del barrio del Carmen es la de comercio, restaurantes y hostelería. Algunos de los comercios más próximos de esta ubicación son:

- Albana Hair Club (peluquería unisex)
- Arturo (peluquería de caballero)
- Cuina Mediterránea Creativa C.B. (tienda de vino y bebidas alcohólicas)
- Cepesa Punto S.L. (Joyería)
- La Escandalosa (venta por internet)
- Carrefour Express (supermercados pequeñas superficies)
- Supermercados Champion S.A (Supermercado)
- Insa (disfraces venta y alquiler)
- Fernando Hellin Garcia (estancos)
- La niña de los peines (peluquería unisex)
- Irai Moda (tienda de ropa de señora)
- Conchín (pastelería y confitería)
- Clínica Veterinaria Na Jordana (clínica veterinaria)
- Urban Klan Shop (local de ropa y complementos de surf)
- Café Museu (cafetería)

Al no contar con competencia física directa de nuestros servicios partimos con una Fortaleza en nuestro proyecto empresarial.

Sí que es necesario contemplar la posibilidad en nuestro entorno inmediato de posible amenaza de entrada de nuevos competidores en el futuro, por este motivo necesitamos fidelizar a clientes y plantear unos productos diferenciados.

Y hemos de tener en cuenta que hay otras empresas de servicios turísticos en el barrio que tienen ya una trayectoria más o menos consolidada como:

- <http://whattodoinvalencia.com>
- <http://freetourvalencia.com>
- <http://www.valenciatour.org>



- <http://www.guiartevalencia.com>
- <https://lomejordevalencia.com>
- www.valenciaandgo.com
- <https://www.valenciaoriginaltours.com>
- <https://visitare-tours.com/visitare-valencia/>
- <http://www.touristingvalencia.com>
- <https://www.facebook.com/vivevalenciatours/>

No obstante, analizada la oferta que presentan, ninguna de ellas ofrece servicios de turismo inclusivo. Estas empresas se dirigen a un público más generalista, la distribución la realizan también fundamentalmente a través de Internet y los factores diferenciadores que utilizan son la especialización en visitas a la ciudad de Valencia y ofrecer recorridos específicos por temáticas, zonas, etc. El punto más débil de nuestra competencia es precisamente la fuerte competencia existente. Para diferenciarnos de esta competencia hemos decidido apostar por el turismo inclusivo.

B. PROVEEDORES Y DISTRIBUIDORES

Vamos a contar con diferentes profesionales y empresas que nos permitan abastecer con los servicios necesarios para el desarrollo de nuestra actividad, a los que contrataremos en ocasiones puntuales. La mayor parte de los servicios que presta la empresa los podemos ofrecer los propios cooperativistas, lo que supone una fortaleza respecto a nuestra relación con los distribuidores porque mucho del trabajo lo podemos realizar nosotros mismos sin concurso de terceras personas.

Algunos de los principales proveedores y distribuidores con los que contaremos serán:

- Profesionales intérpretes en el lenguaje de signos para usuarios y grupos con diversidad auditiva.
- Empresas de transportes adaptados.
- Contacto y cartera con hoteles totalmente accesibles.
- Guías turísticos especializados en idiomas: holandés, ruso, alemán...
- Proveedores de bicicletas.
- Imprentas para hacer folletos y material publicitario.



Con estos proveedores tenemos que concretar unos plazos de cancelación adecuados, ya que nosotros a los clientes les vamos a dar la posibilidad de que cancelen las actividades hasta dos días antes de su inicio. Nuestros proveedores tendrán que ajustarse también a estos plazos.

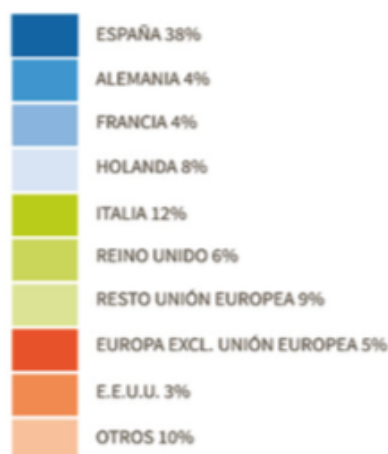
Además, como hemos comentado utilizaremos Internet para distribuir nuestros productos, pero también contaremos con distribuidores especializados y amplia experiencia.

Los gastos de los proveedores a priori van a ser asumidos por el capital aportado por los miembros de la cooperativa, contamos con un capital de 40.000 euros, cabe la posibilidad de contar con posibles subvenciones.

C. CLIENTES

Nuestros servicios van dirigidos a personas de ambos sexos con diversidad funcional o sin ella, y pueden ser disfrutados por personas de cualquier edad, pero al centrarnos en actividades culturales y turísticas, nuestro público potencial es el de personas adultas.

Hemos de tener en cuenta la procedencia de nuestros clientes para diseñar nuestras actividades y saber los idiomas con los que hemos de trabajar.



Fuente: Valencia Turismo, 2016.



Como hemos comentado, nuestra empresa está enfocada al turismo inclusivo, por lo que vamos a prestar especial atención a las personas con diversidad funcional.

Hemos visto en el Análisis Macro, a 31 de diciembre de 2016 había en España 2.564.893 personas con discapacidad, lo que supone un 18% de la población. La mayor parte de estas personas tenían diversidad funcional motora y otro porcentaje significativo tenía diversidad funcional auditiva o visual.

La OMS apunta que aproximadamente el 15% de la población presenta algún tipo de discapacidad, por lo que los datos pueden ser extrapolables a los de otros países de los que recibimos turistas.

Por otra parte, según datos del INE, actualmente existen en España hay censadas 783 asociaciones para prestar servicios, ayudas o apoyo a personas con discapacidad y 54 asociaciones que focalizan su actividad en personas con diversidad intelectual o funcional. La mayor parte de ellas se coordinan a través de las 46 federaciones existentes en todo el estado.

Personas con estos tres tipos de diversidad y sus acompañantes son nuestros clientes potenciales y a través de las federaciones y de las asociaciones de afectados empezaremos a dar a conocer nuestros servicios.

Los productos en que pueden estar interesados nuestros potenciales clientes son fundamentalmente el consumo de actividades culturales, estancias en hoteles, visitas guiadas, transporte adaptado, museos y salas de arte, centros culturales y de ocio, teatro y artes escénicas. Para llegar a esta conclusión nos hemos basado en las estadísticas de Turismo Valencia que presentamos en la siguiente página.

No obstante, para tener datos de primera mano, nuestra empresa realizará encuestas y estadísticas sobre los gustos, aficiones e inquietudes de nuestros clientes, con cuyas conclusiones podremos ir adecuando nuestra oferta de actividades a estos gustos.

Nuestros servicios van a estar diseñados para cubrir las necesidades de clientes con poder adquisitivo medio y medio alto, ya que son las personas que habitualmente viajan y pueden permitirse este tipo de servicios. Nuestras tarifas serán fijas por actividad, pero permitiremos a los clientes poder confeccionar un itinerario propio (que incluya una o más actividades), según sus necesidades y gustos.

VISITANTES A MUSEOS Y MONUMENTOS

VISITORS TO THE MUSEUMS AND MONUMENTS

	2016
L'OCEANOGRÀFIC*	1.091.717
MUSEO DE LAS CIENCIAS PRÍNCIPE FELIPE*	560.400
BIOPARC	570.000
LONJA	503.274
L'HEMISFÈRIC*	307.959
CENTRO CULTURAL LA BENEFICENCIA	207.106
MUVIM	205.839
TORRES DE SERRANOS	175.375
MUSEO NACIONAL DE CERÁMICA GONZÁLEZ MARTÍ	166.286
MUSEO DE BELLAS ARTES	132.069
IVAM	123.144
MUSEO HISTÓRICO	103.923
MUSEO FALLERO	88.059
CENTRE DEL CARME	75.918
L'ALMOINA	68.290
MUSEO DE CIENCIAS NATURALES	67.124
MUSEO DEL CORPUS - CASA DE LAS ROCAS	64.802
TORRES DE QUART	57.544
MUSEO TAURINO	40.443
ALMUDÍN	20.269
MUSEO DE HISTORIA DE VALENCIA	19.991
CRIPTA DE SAN VICENTE	15.748
MUSEO DE LA CIUDAD	14.669
CASA-MUSEO BENLLIURE	12.215
CASA-MUSEO BLASCO IBAÑEZ	11.733
MUSEO DE LA SEMANA SANTA MARINERA	10.127
ATARAZANAS	9.671
PALACIO CERVELLÓ	7.321
GALERÍA EL TOSSAL	5.595
SALA MUNICIPAL D'EXPOSICIONS	2.946
CASA-MUSEO CONCHA PIQUER	895

*Solo se contabilizan las entradas pagadas.

*Only paid entries are taken into account.

Consideramos fundamental cumplir con las expectativas de los usuarios y conseguir una satisfacción máxima para fidelizar a estos clientes.



DAFO

ANÁLISIS INTERNO:

Debilidades: ninguna de las cuatro cooperativistas tenemos experiencia en el sector turístico ni en dirigir una empresa. Tenemos una plantilla adecuada, pero para determinadas actividades necesitamos especialización y tendremos que subcontratarla. Necesitamos una gran inversión inicial, no económica, pero sí en tiempo para poder diseñar las actividades de manera correcta, atractiva y funcional para los clientes. Sí que hemos de invertir en diseñar una buena página web, e incluso una App con nuestros servicios, y este aspecto lo tenemos que subcontratar y pagar un mantenimiento. Además, tenemos que alquilar un local en un lugar bien ubicado, lo que implica un coste superior que sí no tuviéramos que estar cara al público.

Fortalezas: nuestro personal está muy cualificado, tenemos una amplia formación en políticas inclusivas de todo tipo y experiencia en trabajo con personas con alguna diversidad funcional. Disponemos de una amplia gama de productos orientada a todas las necesidades. Además, contaremos con una atractiva web y con una APP muy interesante para los clientes. Y, por supuesto, el trato exquisito con nuestros clientes será otra de nuestras fortalezas.

ANÁLISIS EXTERNO:

Amenazas: los competidores pueden ponerse rápidamente al día y adecuar sus actividades; hay muchos productos que pueden sustituirse por otros y una fuerte competitividad dentro del sector. Se necesita personal muy cualificado, por ejemplo, guías que hablen lengua de signos (en varios idiomas), transporte adaptado,...

Oportunidades: actualmente hay poca competencia directa y la demanda en el sector del turismo inclusivo va a seguir aumentando en los próximos años. Lo más habitual es que les que se realicen actividades adaptadas, que suelen ser más caras que las que se ofrecen a personas sin diversidad.



Otro factor a tener en cuenta son las políticas que han puesto en marcha las diversas administraciones para favorecer la accesibilidad universal: accesibilidad de edificios públicos, hoteles, adecuación del urbanismo (reducción de los escalones de las aceras...).

Por otra parte, hay mucha sensibilidad por parte de entidades crediticias, subvenciones, etc. para poder llevar a cabo este tipo de actividad y es relativamente fácil encontrar financiación. En cuanto a los proveedores, al existir bastante oferta en el mercado, podemos negociar con ellos el mejor servicio al mejor precio.

Vamos a llevar a cabo una estrategia FA o defensiva: pensamos que estamos en una situación en la que podemos contrarrestar las amenazas, sobre todo la entrada en el mercado de nuevos competidores, con nuestro saber hacer, la especialización, la dedicación exclusiva y el trato exquisito con nuestros clientes.