

RESPUESTAS

1. ¿Cuál es la mayor diferencia entre trabajar en el sector público y privado (administración - empresa)?

En el sector público se trabaja para obtener unos objetivos políticos o generales, por el contrario, en el sector privado, los objetivos los marca la empresa y sus prioridades, esto te permite tener un mayor control de tu empresa, tu tiempo... maduración y evolución como persona.

2. ¿Qué proceso hay para llevar a cabo un proyecto (tiempo - proceso)?

Abrir una empresa conlleva muchos trámites burocráticos, para conseguir todos los permisos se tarda aproximadamente 1 año, además, existe un trabajo de campo previo a la apertura de la empresa, puesta se debe testar e investigar el mercado al que te vas a dirigir.

Asimismo, la idea depende de la demanda, y debe ser rentable y sostenible a largo plazo.

3. ¿Cuál es la visión de futuro (5 años) de vuestra empresa y nivel profesional?

Valeria: En 5 años, la oficina habrá crecido, las estrategias empresariales serán cada vez más especializadas, y Valencia como destino seguirá creciendo.

José: Valencia no está correctamente posicionada, sin embargo, en 5 años podría estar como una de las mejores ciudades secundarias de Europa, eso depende del ámbito privado, público y de las conexiones territoriales (transporte). Actualmente, Valencia está en auge. Valencia se está segmentando en cuanto a la demanda. Nuestra empresa seguirá adaptándose, siendo flexible y mejorando.

4. ¿Cómo os habéis financiado?

Valeria: Nuestro producto necesitaba una gran inversión, así pues, pedimos un préstamo para invertirlo en la empresa. Al abrir una empresa mediante un préstamo, se debe tener muy en cuenta el plan de viabilidad, ya que debe ser objetivo a tus gastos y beneficios.

José: En nuestro caso la oficina era pequeña, y el único coste era el alquiler y el sueldo del personal. En la siguiente empresa, sí que recurrimos a una financiación externa de los bancos (necesitábamos una mayor inversión). Tener un plan de contingencia en el caso de pedir una subvención a la Administración.

5. ¿Por qué mayoritariamente la demanda es extranjera, cómo incentivar el mercado nacional?

Nos hemos especializado en un turismo mayoritariamente internacional por varias razones, la primera de ellas es que las empresas españolas no están familiarizadas con el prepago y eso puede hacernos correr riesgos, además nos nacionales no valoran ni aceptan un paquete que ha sido elaborado por una empresa especializada.

6. ¿Cómo os promocionáis cara al cliente? /

Valeria: El primer canal de contacto siempre es la red de contactos que tienes, a eso le sumas las ferias en las que participas, las bases de datos de las Agencias de Viaje, los estudios que se realizan sobre el mercado al que te diriges, internet...

En los últimos años el primer canal de promoción es la página web, teniendo en cuenta una buena posición SEO y SEM.

José: *Valencia Bikes*: turista individual: página web, planos y publicidad gratuitos repartidos por hoteles; *Valencia Guías*: página web, feria...; *DMC receptivo*: ferias internacionales más importantes, contacto directo con el cliente. Hay mercados donde tenemos comerciales externos. Famtrips.

7. ¿Cuál es el perfil de guía que encaja en la filosofía de vuestra empresa? /

TALLER 2. T. RECEPTIVO | 02 de marzo, 2017

Es necesario que sea un Guía Oficial, pero más importante aún que tenga conocimiento sobre el producto que ofrecemos. Debe ser una persona con actitud, pasión, dinámica, que se actualice constantemente, que tenga experiencia, con buen conocimiento de idiomas (fluido y perfecto), que sea culto, que lea, viaje, sea curioso... Habilidad de adaptabilidad al cliente.

8. ¿Tenéis pensado adaptaros a la nueva tecnología para aproximaros al cliente (estrategias en web, app...)?

No, aunque podría ser un valor añadido gestionar una app, no obstante, el contacto personal es esencial. Lo que hacemos es garantizar un buen posicionamiento en Google.

9. ¿Cuáles son las preferencias gastronómicas, o que perfil tienen los turistas extranjeros al visitar la ciudad?

En Valencia la gastronomía y nivel culinario se conoce poco, cara al cliente se le pregunta por sus intereses, en función de eso y de su nivel adquisitivo, varía el producto que se le ofrece y por tanto el precio. Si se quiere una calidad superior, se debe estar dispuesto a pagarlo.

10. ¿Qué número de empleados hay en vuestra empresas, estructura empresarial y empleados en turismo (%)?

Valeria: En total somos 3 empleados, 2 diplomadas en turismo, y 1 en Dirección de Empresas. Se externalizan servicios a través de autónomos.

José: *Valencia Bikes:* 8 personas (mecánicos y personal de atención); *Valencia Guías – Valencia DMC:* 8 en oficina y 15 guías, además se cuentan con guías autónomos. En la oficina existen 4 personas diplomadas en turismo y las otras 4 son 1 contable y 3 especializados en eventos.

11. ¿Cuál es la situación del turismo de lujo dentro del turismo de Shopping? ¿La ciudad de Valencia está posicionada en este tipo de turismo?

Valencia no cuenta con el perfil de este tipo de turistas, los turistas del segmento de lujo no suelen venir para hacer compras. Valencia tiene pendiente un posicionamiento de compras no globales (artesanía), actualmente muchos municipios cuentan con este tipo de artesanía que se vende, pero las tiendas están desapareciendo.

12. ¿Qué mención se debería coger para ser emprendedor en DMC?

Valeria: En el mercado laboral se crea una mayor experiencia cara a este ámbito. En mi caso me he dedicado toda mi vida académica a la planificación de destinos. Debes replantearte a que rama eres más afín según tus preferencias. Elijas lo que elijas eso crea experiencia y valor añadido.

José: Si quieres dirigir una empresa, ser emprendedor... coge dirección. Si deseas tener un horario fijo, aportar tu experiencia al destino, ir a ferias, tratar con políticos... elige planificación de destinos. Turismo urbano es una mezcla, se tratan los eventos, guías turísticos...