



**AGENCIA DE VIAJES ESPECIALIZADA EN
PRODUCTOS TURÍSTICOS
ALTERNATIVOS**





AGENCIA DE VIAJES ESPECIALIZADA EN PRODUCTOS TURÍSTICOS ALTERNATIVOS

BLOQUE I. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	3
I.1- PARÁMETROS DE DEFINICIÓN DE LA IDEA.....	3
I.2- DESCRIPCIÓN DE LA IDEA.....	3
I.3- PRODUCTOS Y/O SERVICIOS OFERTADOS¡Error! Marcador no definido.	
BLOQUE II. PROPUESTA DE DESARROLLO DE LA IDEA DE NEGOCIO... 5	
II.1- SÍNTESIS DEL SUPUESTO DESARROLLADO	5
II.2- INFORMACIÓN TÉCNICO-AMBIENTAL	5
II.2.1- Fase inicial.....	5
II.2.2- Fase de funcionamiento	6
II.3- INFORMACIÓN ECONÓMICA.....	7
II.3.1- Inversión mínima inicial	7
II.3.2- Umbral de rentabilidad.....	7
II.3.3- Datos del mercado.....	8
II.3.4- Previsión de compras y ventas	9
II.3.5- Periodo de tiempo estimado para el cálculo de la rentabilidad.....	9
II.3.6- Desglose de costes	10
II.3.7- IPC previsto para ese periodo.	11
II.3.8- Amortización.....	12
II.3.9- Tributos exigibles.....	12
II.3.10- Estudio de la sensibilidad de la rentabilidad.....	12
II.3.11- Argumentos comerciales de diferenciación.....	13
II.3.12- Canales de comercialización.....	13
II.3.13- Determinación del precio.....	14
II.3.14- Iniciativas de promoción.....	14
II.3.15- Atención al cliente.....	14
II.3.16- Ayudas externas	14
II.4- INFORMACIÓN JURÍDICO-ADMINISTRATIVA.....	14
II.4.1- Figura jurídica	16
II.4.2- Trámites generales	16
II.4.3- Trámites Específicos	17
II.4.4- Normativa a tener en cuenta	17



BLOQUE I. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

I.1- PARÁMETROS DE DEFINICIÓN DE LA IDEA

- a- Sector: Servicios
- b- Subsector: Turismo
- c- Tipo de Actividad: Gestión y organización de viajes y paquetes turísticos
- d- Perfil del Emprendedor: Conocimientos del sector turístico
- e- Mejoras ambientales:
 - Contribuye al control, ordenación y canalización de los flujos de visitantes.
 - Garantiza la ejecución de actividades en condiciones de minimización de los riesgos para los usuarios y evitando la alteración del patrimonio.
 - Contribuye a la conservación del patrimonio a través de su valorización.
 - Fomenta la transmisión de pautas de comportamiento respetuosas social y patrimonialmente, así como la emergencia de colectivos pro-ambientales.
 - Fomenta la solidaridad con otras regiones y culturas del mundo.

I.2- DESCRIPCIÓN DE LA IDEA

En Canarias, las agencias de viajes necesitan una comunicación previa y una declaración responsable que, entre otros aspectos, regula y limita el número de iniciativas comerciales que pueden establecerse en un contexto territorial concreto, lo que supone el principal condicionante para el desarrollo de esta propuesta de iniciativa.

La iniciativa que se propone se orienta a la creación de una agencia de viajes, integrando una oferta específica de servicios que, actualmente, apenas cuenta con operadores especializados en el mercado canario. Esta especialidad estriba en dos aspectos fundamentales: el tipo de producto ofertado y su orientación a todo tipo de públicos, con una especial atención a los colectivos con demandas especiales derivadas de problemas auditivos, visuales o de movilidad. El producto ofertado serían paquetes turísticos o actividades concretas que, en todos los casos, se basarían en iniciativas de valorización del patrimonio, diseñadas ajustándose a estrictos principios de preservación de los recursos y de solidaridad social.

Este sería el principal argumento de diferenciación en el mercado, junto a la singularidad de las ofertas concretas, que en principio, incorporarían, entre otros aspectos, alojamiento en establecimientos sujetos a programas de control y minimización de la incidencia ambiental, preferentemente del contexto del turismo rural, actividades de turismo cultural y en la naturaleza, organización de viajes-expediciones a escenarios singulares, programas de vacaciones solidarios, servicios sujetos a criterios de contratación de comercio justo y de promoción del desarrollo local...

La iniciativa planteada integra criterios que implican una mejora sustancial, tanto a nivel ambiental como social, en relación a los paquetes turísticos usualmente ofertados por las agencias de viaje. Evidentemente, la entidad de estas mejoras dependerá de la definición concreta de estos criterios de desarrollo de la iniciativa y su nivel de implementación en los productos ofertados por la agencia.

I.3- PRODUCTOS Y/O SERVICIOS OFERTADOS

- Paquetes turísticos organizados
- Oferta alojativa
- Expediciones – Viajes Aventura
- Vacaciones solidarias
- Actividades en la naturaleza
- Atención a colectivos especiales (personas con problemas auditivos, de vista o de movilidad)
- Programas para estudiantes

BLOQUE II. PROPUESTA DE DESARROLLO DE LA IDEA DE NEGOCIO

II.1-SÍNTESIS DEL SUPUESTO DESARROLLADO

Para desarrollar esta idea, se requiere alquilar un local en zona metropolitana (50 m^2) y realizar una inversión inicial de 4.126,55 euros que se amortiza en tres años. Además, los intermediadores turísticos que actúan como agencia de viajes deben constituir una garantía de 60.000€. El empleo generado en el supuesto desarrollado en esta ficha es el del emprendedor y un auxiliar administrativo. En el supuesto desarrollado en esta ficha sólo se indica el margen de ingresos que, al margen de los costes de los suministros concretos de cada proyecto, deberá tener la empresa propuesta para cubrir los costes mínimos de referencia (personal, amortizaciones y otros costes de funcionamiento). Para que la idea sea rentable y amortizar la inversión en los primeros tres años, es necesario que se realice un cifra de ventas que permita generar unos ingresos en los conceptos señalados de unos 60.500€.

II.2-INFORMACIÓN TÉCNICO-AMBIENTAL

II.2.1- Fase inicial

a- Instalación

- Tipo: Local comercial (50 m^2).

b- Contexto territorial:

- Preferentemente en la zona metropolitana o núcleos turísticos.

c- Equipamiento:

- Mobiliario y equipamiento informático de oficina

Mobiliario y equipamiento informático			
Descripción	Unidades	Precio* (€)	Total (€)
Ordenador	2	400,00	800,00
Impresora multifunción	1	99,00	99,00
Programa informático	1	800,00	800,00
Mesa	2	49,95	99,90
Silla	6	22,95	137,70

Mobiliario y equipamiento informático			
Mesa auxiliar	1	69,95	69,95
Sillón	2	200,00	400,00
Teléfono fijo**	1	0,00	0,00
Teléfono móvil**	2	0,00	0,00
Total			2.406,55

(*) Precio mínimo del mercado en 2010

(**) Las compañías de Telefonía ofrecen los teléfonos a cambio de mantener un contrato de permanencia

II.2.2- Fase de funcionamiento

a- Recursos Humanos:

- Perfil y demanda de puestos de trabajo
 - 1 Gerente: Gerencia y gestión comercial
 - 1 Auxiliar administrativo: Atención a los clientes y gestión administrativa.
- Cualificación del personal
 - 1 Gerente: Ciclo formativo de grado superior en agencias de viajes y gestión de eventos.
 - 1 Auxiliar administrativo: Ciclo formativo de grado medio en gestión administrativa.

b- Suministros:

- Se necesita todo el material fungible de una oficina (papel de impresora, cartuchos para impresora, bolígrafos), así como electricidad, agua, teléfono, ADSL...



II.3-INFORMACIÓN ECONÓMICA

En cuanto a la información económica, el usuario/a de la ficha debe tener en cuenta la fecha de realización de esta, mayo de 2010, por lo que es indispensable que actualice las cuantías económicas y las macromagnitudes de referencia que en ella aparecen a la hora de analizar la viabilidad de esta oportunidad de negocio. Para esta actualización puede hacer uso de las recomendaciones para la actualización económica que se facilitan en la página principal del Banco de Ideas de Negocios Ambientales Sostenibles.

II.3.1- Inversión mínima inicial

Inversión inicial	
Descripción	Coste (€)
Derechos notariales	700,00
Registro mercantil	300,00
Papel timbrado	5,00
Gestión	15,00
Mobiliario y equip. Informático	2.406,55
Creación pag. Web	700,00
Total	4.126,55

Para un proyecto de estas características se debe realizar una inversión muy baja que no supera los 5.000€. El 58% de la inversión está compuesto por: Mobiliario y equipamiento informático (elementos necesarios para el desarrollo de la actividad).

Además, los intermediadores turísticos que actúan como agencia de viajes deben constituir una garantía de 60.000€, que se constituirá mediante depósito bancario en efectivo, aval o garantía de entidad financiera, de crédito o sociedades de garantía recíproca, póliza de caución o títulos de emisión pública.

II.3.2- Umbral de rentabilidad

Rentabilidad	
Desembolso inicial	-4.126,55 €
Flujo de caja* 1	1.715,13 €
Flujo de caja 2	1.731,00 €
Flujo de caja 3	1.763,05 €
K	10%

Rentabilidad	
VAN	187,84 €
TIR	12,56%

*Flujo de caja: En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado.

La rentabilidad de este proyecto se prevé que será media, ya que mediante el cálculo del VAN (Valor Actual Neto) se ha comprobado que se recupera la inversión inicial en los tres primeros años, con unos beneficios actualizados de 187,84€ en el tercer año.

Otro de los requisitos que debe de cumplirse para que este proyecto sea factible es que la TIR (Tasa Interna de Rentabilidad) sea mayor que k (Coste de oportunidad del capital), lo cual supondría que dicho proyecto tiene una rentabilidad mayor a la requerida:

El proyecto tiene una rentabilidad del 12,56%.

12,56% > 10% (el requisito se cumple)

Cabe comparar este proyecto de inversión con otro tipo de inversiones que conlleven un menor riesgo, como pueden ser las inversiones de renta fija (aquellas en las que los rendimientos están determinados de antemano). Utilizando para ello la Deuda Pública emitida por el Estado (Letras, bonos y obligaciones).

A lo largo del año 2010 la Deuda Pública ofreció una rentabilidad aproximadamente de entre el 1% y el 4%, por lo tanto, es más rentable invertir en este proyecto que adquirir una inversión de renta fija de estas características.

II.3.3- Datos del mercado

a- Competencia.

Son muchas las empresas en Tenerife que se dedican a la intermediación entre empresarios del sector turístico y el cliente final. Al margen de la singularidad y especialización de los servicios ofertados por la iniciativa planteada, debe tenerse en cuenta esta competencia.

b- Demanda.

Los clientes potenciales son tanto la población residente como los turistas que visitan la Isla. Los paquetes de servicios ofertados incluirán actividades en distintos destinos, tanto dentro como fuera de Canarias. Para ambos colectivos, turistas y residentes, la oferta de servicios de esta iniciativa se dirige a un

sector del público, cada vez más numeroso, que aprecia el tipo de valores auspiciados desde dichos servicios.

Por otro lado, Canarias es la tercera comunidad autónoma en cuanto al número de llegadas de turistas extranjeros y es la primera en cuanto a la tasa de crecimiento de las llegadas internacionales durante la primera mitad de 2010, según los datos del IET (Instituto de Estudios Turísticos). También, es un buen destino para el turismo nacional y es la primera en cuanto a la tasa de turismo intra-regional. Todos los indicadores muestran una cierta recuperación del sector turístico, a nivel nacional, regional e insular.

II.3.4- Previsión de compras y ventas

Previsión de ventas	
Descripción	Total anual (€)
Intermediación	60.500,00
Total	60.500,00

En el supuesto desarrollado en esta ficha sólo se indica el nivel de ingresos que, al margen de los costes de los suministros concretos de cada proyecto, deberá tener la empresa propuesta para cubrir los costes mínimos de referencia (personal, amortizaciones y otros costes de funcionamiento). Para que la idea sea rentable y amortizar la inversión en los primeros tres años, es necesario que se realice un cifra de ventas que permita generar unos ingresos en los conceptos señalados de unos 60.500€.

II.3.5- Periodo de tiempo estimado para el cálculo de la rentabilidad.

Se ha estimado un período de 3 años para calcular la rentabilidad, ya que según el Pay Back (mide cuándo se recupera la inversión inicial) se recuperarán los 4.126,55 € que se han invertido en 2 años y 5 meses, es decir, en los tres primeros años.

Flujo de Caja	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas netas	60.500,00 €	61.105,00 €	62.327,10 €
(-) Costes Totales	58.384,00 €	58.967,84 €	60.147,20 €
(-) Amortizaciones	512,51 €	512,51 €	512,51 €
(-)Otros costes de explotación	0,00 €	0,00 €	0,00 €
(+) Subvenciones a la explotación	0,00 €	0,00 €	0,00 €
BENEFICIO DE EXPLOTACIÓN	1.603,49 €	1.624,65 €	1.667,39 €
Ingresos procedentes de inversiones financieras	0,00 €	0,00 €	0,00 €

Flujo de Caja	Año 1	Año 2	Año 3
(±)Resultados extraordinarios	0,00 €	0,00 €	0,00 €
BENEFICIOS ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS	1.603,49 €	1.624,65 €	1.667,39 €
(-)Intereses	0,00 €	0,00 €	0,00 €
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS	1.603,49 €	1.624,65 €	1.667,39 €
(-) Impuestos	25,00%	25,00%	25,00%
BENEFICIO NETO	1.202,62 €	1.218,49 €	1.250,54 €
(+) Amortizaciones	512,51 €	512,51 €	512,51 €
(+) Valor residual en su caso	0,00 €	0,00 €	0,00 €
(-) Desembolso inversión inicial (si se efectúa en varios años)	0,00 €	0,00 €	0,00 €
(-) Necesidades del fondo de maniobra	0,00 €	0,00 €	0,00 €
(+) Recuperaciones del fondo de maniobra	0,00 €	0,00 €	0,00 €
RENDIMIENTO NETO O FLUJO DE CAJA	1.715,13 €	1.731,00 €	1.763,05 €

II.3.6- Desglose de costes

Instalaciones			
Descripción	Unidades (m ²)	Precio (€)	Total mensual (€)
Alquiler Oficina (10€/m ²)	50	10,00	500,00
Total	500,00		

Costes totales de personal incluyendo seguridad social a cargo de la empresa y seguro de autónomo del emprendedor/a *			
Descripción	Unidades	Precio (€)	Total mensual (€)
Gerente/ Técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos	1	2.000,00	2.000,00
Auxiliar administrativo	1	1.200,00	1.200,00
Total	3.200,00		

*Convenio Colectivo de Agencia de Viajes [Código:9900155]

Costes fijos			
Descripción	Unidades	Precio (€)	Total anual (€)
Costes de personal	14	3.200,00	44.800,00
Asesoría laboral, contable y fiscal	12	200,00	2.400,00
Alquiler	12	500,00	6.000,00
Mantenimiento Web	12	100,00	1.200,00
Limpieza	12	100,00	1.200,00
Material de oficina	12	50,00	600,00
Electricidad	12	50,00	600,00
Aqua	6	40,00	240,00
Teléfono ADSL	12	100,00	1.200,00
Basura	1	144,00	144,00
Total			58.384,00
Costes totales			58.384,00

No se ha incluido los costes derivados de la constitución de la garantía obligatoria de 60.000€ que se comenta en el apartado de Inversión mínima inicial.

II.3.7- IPC previsto para ese periodo.

Ventas netas año 2		
Ventas año 1	Δ IPC	Total anual año 2
60.500,00	1,00%	61.105,00

Costes Totales año 2		
Costes Totales año 1	Δ IPC	Total anual año 2
58.384,00	1,00%	58.967,84

Ventas netas año 3		
Ventas año 2	Δ IPC	Total anual año 3
61.105,00	2,00%	62.327,10

Costes Totales año 3		
Costes Totales año 2	Δ IPC	Total anual año 3
58.967,84	2,00%	60.147,20

La estimación del IPC se hace a título orientativo y referencial, con las obligadas reservas derivadas de la complicada situación actual.

II.3.8- Amortización.

Amortización				
Mobiliario				
Descripción	Precio(€)	Porcentaje	Años	Total(€)
Equipamientos informáticos	899,00	25%	4	224,75
Mobiliario de oficina	237,60	10%	10	23,76
Programa informático	800,00	33%	3	264,00
Total amortización				512,51

Se ha aplicado el método de amortización lineal o de cuotas fijas en el que, como su propio nombre indica, las cuotas de amortización son constantes.

II.3.9- Tributos exigibles.

En el supuesto que se desarrolla en esta ficha se ha considerado que el emprendedor constituirá una Sociedad de Responsabilidad Limitada, por lo tanto, tributará por el Impuesto sobre Sociedades.

Impuesto sobre sociedades

Se aplica el porcentaje adjudicado a las empresas de reducida dimensión: 25%

El usuario/a de la ficha encontrará toda la información sobre el [Impuesto sobre Sociedades](#) y sobre el tipo impositivo a aplicar, en el apartado correspondiente de la web www.creacionempresas.com

II.3.10- Estudio de la sensibilidad de la rentabilidad.

a- Valor más favorable.

Rentabilidad si k=8	
Desembolso inicial	-4.126,55 €
Flujo de caja 1	1.715,13 €
Flujo de caja 2	1.731,00 €
Flujo de caja 3	1.763,05 €
K	8%

Rentabilidad si las ventas aumenta un 20%	
Desembolso inicial	-4.126,55 €
Flujo de caja 1	10.790,13 €
Flujo de caja 2	10.896,75 €
Flujo de caja 3	11.112,12 €
k	10%

Rentabilidad si k=8	
VAN	345,15 €
TIR	12,56%

Rentabilidad si las ventas aumenta un 20%	
VAN	23.036,93 €
TIR	256,68%

Como se puede observar, si k (Coste de oportunidad del capital) disminuye a un 8%, la rentabilidad de la inversión se mantiene en el 12,56% y los beneficios actualizados para el tercer año aumentan en 157,31€.

Si las ventas previstas para el período de 3 años aumentaran un 20%, la rentabilidad de la inversión aumentaría del 12,56% al 256,68% y los beneficios actualizados para el tercer año se incrementarían en 22.849,09€.

b- Valor menos favorable.

Rentabilidad si k=12	
Desembolso inicial	-4.126,55 €
Flujo de caja 1	1.715,13 €
Flujo de caja 2	1.731,00 €
Flujo de caja 3	1.763,05 €
K	12%
VAN	39,66 €
TIR	12,56%

Rentabilidad si las ventas disminuyen un 20%	
Desembolso inicial	-4.126,55 €
Flujo de caja 1	-7.359,87 €
Flujo de caja 2	-7.434,75 €
Flujo de caja 3	-7.586,01 €
k	10%
VAN	-22.661,25 €
TIR	No estimable

Como se puede observar, si k (Coste de oportunidad del capital) aumenta a un 12%, la rentabilidad de la inversión se mantiene pero los beneficios actualizados disminuyen en 148,18€.

Si las ventas previstas para el período de 3 años disminuyeran un 20%, se obtendrían flujos de caja negativos, haciendo que la TIR (Tasa Interna de Rentabilidad) no sea estimable.

II.3.11- Argumentos comerciales de diferenciación.

El principal argumento de diferenciación con la competencia será, fundamentalmente, la singularidad y especialización de los servicios ofertados, tanto por el tipo de productos como por el público al que se dirigen.

II.3.12- Canales de comercialización.

El servicio se comercializará directamente: empresa – cliente, asumiendo el emprendedor las funciones de comercial y también mediante página web.

II.3.13- Determinación del precio.

No se puede estimar un precio determinado de los servicios, dependerá del tipo de actividad que elija el cliente. Por esta razón, en las estimaciones de ventas de la iniciativa desarrollada en esta ficha, sólo se señalan los ingresos necesarios para cubrir los costes de personal, amortizaciones y otros gastos de funcionamiento.

II.3.14- Iniciativas de promoción.

Alguna de las iniciativas de promoción que se pueden llevar a cabo son las siguientes:

- Creación de una página web de la empresa.
- Visita a ferias de turismo.

II.3.15- Atención al cliente.

Para conseguir la fidelización del cliente es necesario adecuar el producto a lo que éste espera. Por tanto, la actividad de este proyecto girará en torno al cumplimiento de las necesidades del cliente de la forma más económica para éste y más rentable para la empresa. Por último, se tendrán siempre en cuenta los aspectos más valorados por la clientela, que son por lo general: la calidad del producto y el trato y la atención ofrecidas.

II.3.16- Ayudas externas

El emprendedor pueda acceder al asesoramiento e información sobre fuentes de financiación que ofrecen las siguientes instituciones, entre otras:

- Cabildo de Tenerife:
<http://www.tenerife.es>
- Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Santa Cruz de Tenerife:
<http://www.camaratenerife.com>
- Emprende.ul:
- <http://fq.ul.es/emprendeull/>
- Tenerife Innova:
<http://www.tenerifeinnova.es/>
- Gobierno de Canarias:
<http://www.gobiernodecanarias.org>
- Servicio Canario de Empleo:
<http://www3.gobiernodecanarias.org/empleo/portal/web/sce>
- ICO (Instituto de Crédito Oficial):
<http://www.ico.es/web/ico/home>
- Guía de financiación comunitaria:

<http://www.guiafc.com>

II.4-INFORMACIÓN JURÍDICO-ADMINISTRATIVA

II.4.1- Figura jurídica

En el supuesto que se desarrolla en esta ficha se ha considerado que el emprendedor constituirá una Sociedad Limitada, donde cabe la aportación de capital por parte de los socios, siendo denominado participaciones. Es una sociedad mercantil que debe estar inscrita en el Registro Mercantil y desde este momento tendrá la consideración de sociedad de responsabilidad limitada, adquiriendo su personalidad jurídica.

Para la elección de la forma jurídica y analizar sus condicionantes, se recomienda acceder a la información sobre [forma jurídica](#), en el apartado correspondiente de la web www.creacionempresas.com

Los trámites de constitución de la sociedad son los siguientes:

- a- [Certificación negativa de denominación](#)
- b- [Aportación de capital social](#)
- c- [Redacción de los Estatutos de la Sociedad](#)
- d- [Otorgamiento de Escritura Pública de Constitución y aprobación de los Estatutos](#)
- e- [Solicitud del Código de Identificación Fiscal \(CIF\)](#)
- f- [Alta en el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados \(ITPAJD\)](#)
- g- [Inscripción en el Registro Mercantil Insular](#)
- h- [Publicación en el Boletín Oficial del Registro Mercantil \(BORME\)](#)

Los trámites para iniciar la actividad son los siguientes:

II.4.2- Trámites generales

- a- [Trámites previos](#)
 - [Licencias municipales](#)
 - Licencia de obra

Cuando sea necesario llevar a cabo obras para acondicionar el local, debe dirigirse al ayuntamiento de la localidad en el que se va a implantar el negocio.

- Licencia de apertura

Se solicitará en el ayuntamiento correspondiente donde se establezca la empresa.

- Formalización del contrato de arrendamiento o, en su caso, formalización de compra. Se alquilará un local de 50m² por 500€ mensuales.

b- Trámites de apertura:

- Hacienda Estatal
 - [Declaración Censal](#)
 - Gobierno de Canarias:
 - [Alta en el Impuesto General Indirecto Canario \(IGIC\)](#).
 - [Comunicación de Apertura del Centro de Trabajo](#).
 - [Hojas de reclamaciones y cartel anunciador](#).
 - Tesorería de la Seguridad Social:
 - [Inscripción de la empresa en el régimen de la Seguridad Social](#)
 - [Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos](#)
 - [Afiliación y alta de los trabajadores](#)
 - Dirección Provincial de Trabajo
 - [Adquisición y legalización del libro de visitas](#)
- c- Otros trámites de apertura**
- [Registro de la Propiedad Industrial](#):
 - No es de obligado cumplimiento.

II.4.3- Trámites Específicos

a- Autorizaciones

- [Comunicación de inicio de actividad de intermediación turística](#).

II.4.4- Normativa a tener en cuenta

- Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada.



- Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias.
- Ley 14/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias.
- Decreto 89/2010, de 22 de julio, por el que se regula la actividad de intermediación turística.
- Decreto 37/2014, de 9 de mayo, por el que se modifica el Decreto 89/2010, de 22 de julio, por el que se regula la actividad de intermediación turística.
- Decreto 84/2010, de 15 de julio, por el que se regula el sistema de información turística, el Registro General Turístico y el sistema informático que les da soporte.
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
- Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.
- Real Decreto 234/2013, de 5 de abril, por el que se establecen normas para la aplicación del Reglamento (CE) n.º 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2009, relativo a la etiqueta ecológica de la Unión Europea.
- Real Decreto-ley 15/2014, de 19 de diciembre, de modificación del Régimen Económico y Fiscal de Canarias.