

UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS. FACULTAT D'ECONOMIA I
EMPRESA. GADE.

Projectes innovadors de creació i comercialització de noves ofertes turístiques

ÀMBIT BALEAR

Xavier Taltavull Balaguer
Antoni Serra Cantallops

14/05/2013

ÍNDIX:

1. Resum del treball.....	3
2. Introducció.....	3
3. Objecte del treball.....	4
4. Descripció de la metodologia emprada.....	4
5. Contingut del treball.....	5
- Rutes pel camí de cavalls a Menorca.....	5
- Vacances familiars que fan compatible el benestar dels fills amb la tranquil·litat desitjada pels pares.....	6
- Vacances sostenibles a Eivissa.....	7
- Pac conjunt d'excursions i productes típics de les illes.....	8
- Turisme de tercera generació.....	13
- Parc d'aventures per a totes les edats.....	15
- Circuits d'entrenament per triatló en plena natura.....	17
6. Conclusions.....	19
7. Bibliografia.....	19

1. RESUM DEL TREBALL

El treball consisteix en diverses propostes sobre projectes innovadors de creació i comercialització de noves ofertes turístiques enfocats a l'àmbit balear. Es proposen, llavors, una sèrie d'idees sobre futurs possibles projectes els quals es podrien dur a terme a les Illes Balears. Cada projecte s'explica de la manera més clara possible, prestant especial atenció als punts més importants de cada un d'ells.

2. INTRODUCCIÓ

El motiu principal pel qual m'he sentit interessat en desenvolupar aquest tema en concret és que m'agrada tot el que està relacionat en oferir nous serveis/productes al mercat d'una manera innovadora i original, ja sigui a través del turisme o a través d'altres rames. Cal esmentar, a més, que Menorca, la meua estimada terra, depèn en gran part del turisme, motivació extra per profunditzar en aquest tema.

A nivell espanyol, és inevitable parlar del turisme com a principal font d'ingressos del país, el balanç turístic de l'any 2012 recollit per el Baròmetre de la OTM (Organización Mundial del Turismo) va consagrar de nou a Espanya com una de les principals potències turístiques. El nostre país va rebre el passat any 57,7 milions de turistes estrangers, un 2,7% més que al 2011. A més, Espanya va aconseguir elevar els ingressos turístics i ser "la millor balança turística del món".¹

Passant ja a l'àmbit balear, convé destacar que les Illes Balears són un arxipèlag molt ric en quant a productes o serveis disponibles per a la comercialització, fet que provoca una certa facilitat per captar d'aquesta manera l'interès dels turistes estrangers. Fins fa poc, el turisme que més es promocionava era el "de sol i platja", en altres paraules, es donava una imatge de les Balears de lloc idíl·lic per passar unes vacances tranquil·les. Aquesta imatge consistia en ressaltar la tranquil·litat de les illes, les seves platges boniques i verges, d'arena fina i blanca, entre d'altres factors els quals juntament, fan de les nostres illes un lloc realment idíl·lic. Afortunadament però, durant els darrers anys, el turisme de les illes s'ha anat diversificant i ha anat

¹ <http://www.eleconomista.es/turismo-viajes/noticias/4564391/01/13/Buenas-perspectivas-para-el-turismo-mundial-en-2013.html>

guanyant terreny el turisme “de tot l’any”, és a dir, a més del turisme d’estiu també ha anat guanyant importància el turisme d’hivern, hem ampliat els horitzons. Així i tot, crec que encara queden molts nous projectes innovadors per dur endavant, projectes que seran capaços d’aprofitar al màxim tots els recursos dels que disposem, cuidant i respectant alhora el medi ambient de les illes.

Pel que fa la diferència entre les illes, cal destacar que el turisme de masses arribà a Menorca uns anys més tard que a la resta, és per aquesta raó que, en segons quins aspectes, l’illa de Menorca està millor conservada que la resta de les illes, on el turisme de masses arribà abans i el descontrol urbanístic va ser major.

A continuació es proposen una sèrie de possibles projectes que, des del meu punt de vista, compleixen els requisits abans esmentats.

3. OBJECTE DEL TREBALL

L’objectiu principal del treball és demostrar que encara queden nous projectes a inventar, noves empreses que aparèixer i nous mètodes de captació de turistes. Encara que un pugui pensar que ja està tot inventat, la veritat no és aquesta i amb aquest treball espero motivar als lectors del mateix a ser més creatius. Davant el problema de ser creatiu i crear nous negocis turístics que tinguin bones perspectives de futur, aquest treball pot ser la solució, ja que cada un dels projectes plantejats pot ser estudiat més a fons i dut a la pràctica per algun emprenedor.

4. DESCRIPCIÓ DE LA METODOLOGIA EMPRADA

La metodologia que he seguit per desenvolupar el treball ha estat molt senzilla. Primerament, he pensat amb les necessitats que poden tenir els turistes d’avui dia, així com els desitjos o pensaments. Després he fet florir la imaginació, informant-me sobre projectes innovadors ja existents, invents revolucionaris, entre d’altres, per tal de trobar jo mateix la manera de satisfer les necessitats abans esmentades. Finalment, he posat nom a cada projecte i l’he desenvolupat fent èmfasi en els punts més importants de cada un d’ells.

5. CONTINGUT DEL TREBALL

Rutes pel camí de cavalls a Menorca

Al 2012, aprofitant la restauració del camí de cavalls² que volta per complet l'illa de Menorca, gràcies a la iniciativa de diverses empreses públiques i privades³, varis emprenedors van saber aprofitar l'oportunitat per crear i oferir diverses activitats esportives per aquest meravellós i alhora històric camí rural, com ara rutes fent senderisme o trekking, trail running o btt, entre d'altres.

A més, cal destacar que s'han habilitat establiments per passar una o diverses nits, mentre es gaudeix d'alguna d'aquestes activitats. Personalment, ja fa anys que esperava impacient aquesta iniciativa per part d'alguna entitat, ja que a més de ser un atractiu pels turistes, també ho és pels residents de l'illa. Per aquesta raó, encara que no esmenti cap projecte del tot nou, comentaré un parell d'aspectes que es podrien dur a terme per seguir explotant i millorant aquesta gran oportunitat que ens dóna l'illa de Menorca.

- Donar l'opció de fer un reportatge complet de l'experiència, amb vídeos i fotografies de bona qualitat a un preu assequible. Crec que és una bona opció ja que darrerament, amb la contínua aparició de noves i diferents xarxes socials, el fet de poder compartir les experiències viscudes a través de vídeos o fotografies de bona qualitat ha anat guanyant molta importància. L'empresa promotora de l'excursió haurà de disposar de personal qualificat en l'àmbit de la fotografia, el qual anirà seguint en algunes etapes als clients que escullin aquesta opció i durà a terme el reportatge. A més, l'empresa disposarà del material necessari per realitzar la tasca. Evidentment, aquesta opció farà augmentar una mica el cost final de la ruta escollida, però com es tracta d'una opció extra, només els clients que estiguin realment interessats l'escolliran, sense devaluar d'aquesta manera la relació qualitat-preu de les altres alternatives.

- Donar l'opció de realitzar un tipus de ruta que sigui una mescla de les ja existents, és a dir, que els participants recorrin un tram del camí de cavalls en bicicleta, un altre caminant, o fins i tot muntant a cavall. Crec que és una bona opció ja que darrerament els esports com el triatló, sobretot a Menorca, estan agafant un pes important. L'empresa promotora, al igual que en l'opció anterior, disposarà del material necessari, tot en bones condicions, per realitzar la tasca. Al client se li oferirà una sèrie d'alternatives a escollir, amb diferents preus depenent del material que sigui necessari per realitzar la ruta. Aquesta alternativa és ideal pels amants dels esports en general, ja que podran gaudir de tots ells en una sola ruta.

² <http://boib.caib.es/pdf/2004076/mp55.pdf>

³ <http://www.menorca.info/menorca/348750/cami/cavalls/camino?d=print&pagCom=1>

Vacances familiars que fan compatible el benestar dels fills amb la tranquil·litat desitjada pels pares

Aquesta és una oferta turística que es pot aplicar a totes les illes. La idea principal d'aquest projecte és oferir el servei de donar aquella tranquil·litat que volen els pares quan viatgen a l'estranger amb fillets petits. El servei consistirà en el lloguer d'un d'apartament, el qual estarà situat dins un bloc d'apartaments, tots ells adaptats i equipats de tal manera que els pares no s'hagin de preocupar en excés pel benestar dels seus fills. El procés de selecció d'aquests blocs d'apartaments es realitzarà seguint unes pautes molt estrictes, ja que només seran útils per al projecte en qüestió aquells blocs que estiguin situats a les urbanitzacions més tranquil·les i alhora menys conflictives de les illes.

Cada apartament disposarà de tots els elements necessaris per a què una família nombrosa (almenys 3 fills) hi pugui conviure, d'aquesta manera, la família podrà gaudir d'unes agradables vacances però alhora es sentirà com a casa. Així doncs, cada apartament disposarà de tot tipus d'electrodomèstics (rentadora, rentaplats, nevera/congelador, torradora, cafetera, microones, etc.), tot tipus d'estrís que puguin fer falta en la vida diària, aparells d'aire acondicionat, bressols i parcs infantils on deixar-hi els nadons, televisor d'alta definició equipats amb algun aparell com l'sky tv que permeti la visió de canals de diversos països u idiomes, reproductor DVD – Blue ray, reproductor CD, un ordinador de taula amb connexió wifi, telèfon sense cables, entre d'altres. Pel que fa als banys, aquests disposaran d'una banyera i es donarà la possibilitat d'obtenir una banyera específica per als nadons. Per fomentar la tranquil·litat dels clients, cada bloc disposarà d'un certificat que acrediti la seguretat dels apartaments, de manera que les taules no tindran puntes que puguin suposar algun accident, els endolls estaran protegits i disposaran d'adaptadors per a diversos països, entre d'altres mesures que figuraran inscrites en aquests certificats. En el cas de que els apartaments disposin d'una piscina, també disposaran dels instruments necessaris perquè els fills puguin gaudir d'ella de manera segura: una zona poc profunda pels petits, proteccions a les escales, proteccions al terra per no relliscar, flotadors, etc.

A més, cada bloc d'apartaments disposarà d'un servei de guarderia una mica especial, és a dir, a cada bloc d'apartaments s'hi assignarà un alumne (o més, en funció del nombre de persones que s'hi allotgin) que hagi cursat (o estigui en procés) la carrera de magisteri o similar, en concepte de pràctiques d'empresa, acompanyat també per un professional que el supervisi. Trobo que és una gran idea, ja que d'aquesta manera l'empresa promotora s'estalviarà una part del cost de contractar personal i els alumnes que estiguin fent pràctiques agafaran experiència fora del lloc habitual de treball, a l'aire lliure i en un ambient agradable. Cal destacar, com a observació personal, que normalment els turistes satisfets són molt generosos, per tant el més segur és que acabin per donar una "propina" als alumnes que faixin bé la seva feina. Totes aquestes prestacions en conjunt, faran d'aquest projecte un atractiu irresistible per aquelles famílies que pel fet de tenir fills petits, no poden gaudir de les vacances que es mereixen.

D'altra banda, serà necessari la creació d'una pàgina web on es pugui trobar tota la informació referent als apartaments, l'illa i el lloc exacte on es trobin localitzats. En aquesta web es donarà la possibilitat reservar tants dies com estiguin disponibles, realitzant una part de l'ingrés a través d'una plataforma de pagament amb varies opcions (Pay-pal, diverses targetes, transferència bancària, entre d'altres). Serà important que la web tingui una bona imatge, sigui atractiva a la vista i estigui ben posicionada als principals cercadors d'Internet (Google, Bing, etc), ja que serà la principal font de captació de clients i la primera impressió que aquests tindran de la nostra empresa. A més, la web estarà disponible en diversos idiomes i oferirà als clients enllaços a altres webs d'interès des de les quals puguin contractar activitats lucratives en diversos camps: estades a parcs aquàtics, rutes culturals, excursions en plena natura, entre molts d'altres.

Com a aspecte final, cal destacar que aquest servei es diferencia en gran mesura d'altres serveis similars ja existents, i alhora ho fa sense assumir uns costos massa elevats per part de l'empresa. Normalment, les famílies que viatgen amb nens es senten incòmodes anant als hotels perquè saben que poden interrompre el descans dels altres, d'altra banda, tampoc els agrada anar als blocs d'apartaments comunitaris perquè representen estances menys còmodes, aquesta idea de projecte soluciona aquest problema i dona la possibilitat de gaudir d'unes vacances idíl·liques. Així doncs, si el servei millora, el preu pot augmentar una mica, per tant augmenta l'ingrés de l'empresa, però com s'ha comentat abans els costos no augmenten i això es tradueix en un major benefici. $B^0 = I - C$; Si $\uparrow I$ i $C = cte$
 $\rightarrow B^0 = \uparrow$.

Vacances sostenibles a Eivissa

La idea de projecte que exposo a continuació va dirigida a un tipus de turisme selectiu, concretament a un turisme d'elevat poder adquisitiu, per tant, trobo que l'illa més convenient per a què aquest projecte pogués arribar a tenir èxit és Eivissa. Així doncs, el projecte consisteix en la construcció o remodelació d'un tipus exclusiu de residències temporals, cases adaptades de tal manera que respectin el medi ambient, que faixin possible un turisme sostenible.

És important destacar que aquest projecte necessita d'una gran inversió de capital inicial, però que alhora té grans possibilitats d'èxit i pot aportar grans beneficis en un futur. Les cases o apartaments que es construïran o adaptaran es trobaran situades a la perifèria dels nuclis de població, amb l'objectiu de trobar un clima de calma, tranquil·litat i exclusivitat. La característica principal d'aquestes residències és que cada una d'elles generarà la seva pròpia energia, aquest fet s'aconseguirà mitjançant tot tipus d'energies renovables (plaques solars, molinets de vent, instal·lacions de biomassa, entre d'altres). Aquest fet donarà un toc de distinció al negoci que de segur cridarà l'atenció dels turistes amb un alt poder adquisitiu, com els que van cada any a Eivissa amb els seus iots d'eslora immensurable, el seu personal exclusiu, etc. D'aquesta manera, l'atractiu principal d'aquest

projecte és el fet de passar unes agradables i luxoses vacances i alhora contribuir a fer possible un turisme sostenible i un món millor pels nostres fills.

Pel que fa al temps o a l'excessiva competència en temporada alta, l'avantatge d'aquest projecte és que es podrien aprofitar els dies de primavera, quan el turisme de masses de l'estiu encara no ha començat i el temps dóna qualche dia d'agradables temperatures i Sol en abundància. A més, també existeix la possibilitat de centrar-se en captar clients a l'hivern, oferint serveis alternatius, però aquest tema el deixarem apart.

Prestant més atenció a l'estructura i les característiques de cada llar, aquestes estaran equipades amb la darrera tecnologia, disposaran de gimnàs, *jacuzzi*, grans habitacions, televisors d'alta definició amb connexió a Internet, en definitiva, tot tipus de comoditats i serveis exclusius que tan sols estan en mans d'uns pocs. Com totes aquestes comoditats necessiten consumir una quantitat considerable d'energia, s'aprofitaran al màxim les energies renovables. Cada casa tindrà el màxim de plaques solars que sigui possible, depenent dels metres quadrats dels que disposi. El gimnàs estarà pensat de tal manera que mentre s'utilitzi qualsevol de les màquines s'estarà generant i alhora emmagatzemant energia, la qual s'aprofitarà més endavant per encendre els llums, escalfar la llar, etc. Pel que fa l'energia eòlica, sent conscient del gran cost que suposa la construcció de grans molins de vent particulars, es disposarà de diversos i petits molinets de vent, situats de tal manera que s'aprofiti al màxim el vent predominant de l'illa. Previ a la instal·lació de tots aquests aparells que generen energia renovable, es durà a terme un estudi on es cercaran i s'avaluaran totes les possibles empreses que ofereixin aquest tipus de productes, després d'analitzar detingudament cada de les opcions, s'escollirà una o altra en funció de les prestacions que ofereixen i del preu al que les ofereixen.

En conclusió, aquest projecte proporciona aquell toc de distinció desitjat per a aquelles persones que posseeixen un gran poder adquisitiu i necessiten demostrar-ho per sentir-se millors, alhora que contribueix a crear un futur millor per a tots, cuidant i respectant el medi ambient, apostant per idees innovadores que de segur ens faran falta en un futur no massa llunyà. Trobo que és una bona manera d'oferir un servei alternatiu i exclusiu per aquest tipus de turistes, ja que a més es sentiran a gust sabent que estan actuant de manera correcte apostant per les energies renovables.

Pac conjunt d'excursions i productes típics de les illes

Aquesta és una oferta turística que es podrà aplicar a totes les illes. La idea principal d'aquest projecte és oferir un nou tipus d'excursions en grup organitzades, la diferència amb les excursions ja existents és que aquestes oferiran als clients una amplia selecció de productes típics de cada illa. Aquests productes no estaran basats en els típics *souvenirs* barats que es poden trobar en qualsevol tenda de qualsevol municipi de l'illa, sinó que seran productes típics com una peça de formatge, una botella de vi, un dinar a un restaurant conegut, entre d'altres. Es crearan una sèrie de pacs,

depenent del pressupost que es vulgui gastar cada turista (bàsic, normal o complet). D'aquesta manera, el pac més barat estarà creat per una o varies rutes més una opció de compra d'una prèvia selecció dels productes més destacats de cada illa. Al final de la ruta, els turistes seran transportats a un recinte detalladament adornat, allà es trobaran amb tot tipus dels productes esmentats anteriorment. Per altra banda, pels turistes que no es vulguin perdre cap detall de l'illa i vulguin sentir-se com autèntics residents, es crearan altres pacos amb diferents opcions, com un dinar a un restaurant conegut, una entrada a una atracció cultural d'una empresa privada, entre d'altres similars. A més, al igual que abans, al final de l'excursió els turistes seran conduïts a un recinte expressament adornat per l'ocasió, però en aquest cas, s'oferiran un altre tipus de productes més cars i selectius que en l'opció anterior. Per tal de no disposar de *stock* i evitar d'aquesta manera una despesa important, s'arribarà a un acord amb les empreses que vulguin adherir-se al projecte, per tal de que siguin elles les que portin els productes que s'oferiran al final de cada excursió. Així, cal destacar que la nostra principal font d'ingressos no serà la venda d'aquests productes sinó la venda del pac conjunt inicial, encara que en alguns casos, si és possible, s'intentarà negociar amb l'empresa adherida per tal d'obtenir una part dels beneficis obtinguts amb la venda dels productes. Anem a centrar-nos doncs en el que es pot oferir depenent de l'illa en la que ens trobem:

En el cas de Menorca, es podrà aprofitar el *Camí de Cavalls* (GR 223)⁴ per dissenyar el trajecte de les diferents rutes que es duran a terme. Un exemple dels pacos que s'oferiran podria ser el següent:

- Pac bàsic: Ruta pel camí de cavalls, es farà a peu acompanyat per un guia turístic resident de l'illa, el qual anirà explicant als clients algunes curiositats dels llocs que vagin visitant. El recorregut anirà des de *Algaiarens* fins *cala Morell*, la distància entre un punt i altre és de 3,97km i el temps estimat del recorregut a peu amb aturada als punts més interessants és de 2h 30min. Aquest tram del camí de cavalls és l'inici del trànsit de la tramuntana de l'illa cap al que es coneix com a Menorca seca⁵.

Al final del recorregut els clients seran conduïts al recinte prèviament preparat per l'ocasió, allà s'hi podran trobar amb dues persones encarregades d'ensenyar-los els productes que els oferirem. En aquest cas, els productes seran els següents: productes gourmet com diferents tipus d'ensaïmades amb farciment o sense farciment, carquinyols, amargos, pastissets, formatjades, crespells; productes de mercat com sobrassada, cuixot, formatge, carnixua, mel, figat; begudes com el gin amb llimonada (també anomenat pomada), vi, entre d'altres.

⁴ <http://www.elcamidecavalls.cat/cami/>

⁵ *Guia Camí de Cavalls. 20 itineraris per a descobrir Menorca. Itinerari número8*

Una de les empreses ideals amb la que negociar per tal d'obtenir alguns d'aquests productes serà Can Pons S.L., una tenda de productes delicatessen de venda online situada a Menorca, concretament, a Es Mercadal. D'aquesta manera, els clients que quedin satisfets amb les compres podran repetir en un futur sense cap problema, a través de la seva web: www.can-pons.com.

- Pac normal: Ruta pel camí de cavalls amb aturada final al restaurant Es Molí d'es Racó, situat al mig de l'illa de Menorca, al costat de la carretera general que la recorre d'una punta a l'altra. El recorregut anirà des de *Son Saura* fins *ses Salines de Fornells*, la distància entre un punt i altre és de 4,88km i el temps estimat del recorregut a peu amb aturada als punts més interessants és de 3h. Aquest tram del camí de cavalls discorre per una zona planera sense grans dificultats en el relleu⁶.

Després de l'excursió i d'haver reposat energies amb un fantàstic dinar a un dels restaurants més anomenats de l'illa, els clients seran conduïts al recinte abans esmentat (serà el mateix en cada cas), allà s'hi trobaran, a més dels productes anomenats al pac bàsic, amb els següents: avarques menorquines, el calçat més típic de Menorca; diferents varietats de Coca Rosses, un tipus de cadires molt còmodes i alhora plegables, ideals per anar a la platja; capells de diferents mides i colors, per protegir-se del Sol; entre d'altres productes una mica més cars i voluminosos que en el cas anterior.

- Pac complet: Aquest és un pac exclusiu pels turistes que vulguin conèixer de ben ran el màxim possible de meravelles que ens ofereixen les illes. Per tant, hi haurà varies opcions. Una d'elles serà la d'anar a passar un dia complet amb barca, fent una aturada al mig dia per quedar a dinar a una de les platges verges de les que encara podem gaudir a Menorca. Una altra possible opció, pels turistes més aventurats, serà la d'anar a passar un dia amb caiac, fent també varies aturades a cada una de les platges per descansar i contemplar el paisatge. Al final d'aquestes opcions, com és habitual, els clients seran transportats al recinte de l'empresa on s'hi podran trobar amb els productes anomenats en el pac normal.

En el cas d'Eivissa, encara que no s'hagi remodelat cap camí històric com en el cas de Menorca, també s'hi poden trobar rutes del tot interessants i boniques. Un exemple dels pacos que s'oferiran podria ser el següent:

- Pac bàsic: excursió a peu amb el *Port d'Eivissa* com a punt de partida i d'arribada. Es recorrerà una distància de 13,3 km amb un temps estimat de 3 hores⁷. En aquest cas, es tracta d'una ruta més activa que no pas en el cas de Menorca, ja que es recorrerà una distància més llarga en menys temps, en relació a les excursions del camí de cavalls.

⁶Guia Camí de Cavalls. 20 itineraris per a descobrir Menorca. Itinerari número 4
⁷http://www.ibiza.travel/img/descargas/18_es_Rutas%20de%20Senderismo.pdf

Després de l'excursió els clients seran conduïts a un recinte expressament preparat per l'ocasió (com en el cas de Menorca, es tractarà d'una nau de lloguer), allà s'hi podran trobar amb dues persones que els mostraran els següents productes: olis, vins, guisat de peix, "sofrit pagès", "flaó", herbes eivissenques, mel certificada a Eivissa, entre d'altres.

- Pac normal: excursió a peu amb *Cala Llonga* com a punt de partida i d'arribada. Es recorrerà una distància de 4,7 km amb un temps estimat de 2 hores⁸. Al final del recorregut es reposaran energies al restaurant Cala Llonga, on es podrà escollir entre un menú molt variat i fresc. Després d'haver reposat energies, els clients seran transportats al recinte habitual, allà s'hi trobaran, a més dels productes anomenats al pac bàsic, amb els següents: articles de joieria, peces i complements de pell o de cuir, peces de ceràmica, instruments musicals tradicionals com les castanyoles, entre d'altres.
- Pac complet: com en el cas de Menorca, els turistes que escullin aquest pac disposaran de diverses opcions, com ara passar un dia amb barca, en caiac, dalt cavall, etc. Al final del dia els clients seran transportats al recinte de l'empresa, on s'hi trobaran amb els productes anomenats al pac normal.

Finalment, en el cas de Mallorca, hi ha la possibilitat d'aprofundir una mica més en activitats relacionades amb la muntanya, aprofitant d'aquesta manera la Serra de Tramuntana i els seus encants. Com en el cas de Menorca, en aquesta illa també ens podem trobar amb rutes oficials⁹ (Gran Recorregut) marcades amb estaques numerades, anomenades GR 221 i GR 222. Ens centrarem, doncs, en el GR 221 *Ruta de la Pedra en Sec*, que travessa la Serra de Tramuntana. Un exemple dels pacos que s'oferiran podria ser el següent:

- Pac bàsic: excursió a peu des de *Banyalbufar* fins *Esporles*. Es recorrerà una distància de 7,59 km amb un temps aproximat de 2 hores i 30 minuts¹⁰. Al final del recorregut el clients seran conduïts al recinte on s'hi trobaran amb dues persones que els ensenyaran els següents productes: sobrassades, ensaïmades, oli d'oliva, oli i vi ecològic, pebre "tap de corti", entre d'altres.

⁸http://www.ibiza.travel/img/descargas/18_es_Rutas%20de%20Senderismo.pdf

⁹ http://www.euro-senders.com/web_cas/

¹⁰http://www.conselldemallorca.net/index.php?&id_parent=491&id_class=2992&id_section=3198&id_son=3204&id_grandson=4002&id_greatgrandson=4009

- Pac normal: excursió a peu des de *Can Boi* fins *Muleta*. Es recorrerà una distància de 10,11 km amb un temps aproximat de 2 hores i 45 minuts¹¹. Al final de la ruta els clients seran conduïts al restaurant *Ca'n Boqueta*, situat a Sóller, un dels dos municipis per on discorre la ruta. Després d'haver gaudit d'un dinar tradicional de l'illa, se'ls portarà al recinte on, a més dels productes anomenats al pac bàsic, s'hi trobaran amb els següents: peces de ceràmica, olis i vins de més categoria, diferents licors com el "Sermita", entre d'altres.
- Pac complet: com en els casos anteriors, aquest pac estarà format per opcions com anar a muntar a cavall, anar a passar el dia amb barca, entrada a algun lloc turístic de l'illa, etc. Aquesta opció inclou el dinar i la possibilitat final d'escollir entre els productes del pac normal.

Pel que fa les vies de comunicació d'aquest projecte, s'utilitzaran varies formes per tal d'aprofitar al màxim les oportunitats de donar-nos a conèixer. La principal eina de comunicació d'aquesta empresa serà la creació d'una pàgina web treballada i sobretot ben posicionada, pensada de tal forma que sigui bona de trobar utilitzant una sèrie de paraules clau als principals cercadors d'Internet. En aquesta web hi figuraran totes les opcions que oferirem, classificades per illes. El client que vulgui reservar una de les opcions podrà fer-ho a través de la mateixa web, via correu electrònic o a través d'una telefonada. La segona eina de comunicació important serà l'acord amb les empreses adherides al projecte, nosaltres les ajudarem a vendre els seus productes a canvi de que elles ens facin publicitat als seus clients a través de cartels publicitaris, fulls informatius, etc. A més, com s'ha comentat abans, s'intentarà negociar amb les empreses per obtenir un marge dels beneficis que aquestes obtinguin amb cada venda a una de les nostres excursions. Com a alternativa de futur, en el cas de que el negoci funcioni, es plantejarà la possibilitat de crear un altre tipus de publicitat més cara, com ara anuncis publicitaris a la televisió, anuncis als diaris, etc.

Referent al temps de disponibilitat dels serveis de l'empresa, es tindrà el gran avantatge de que es tracta d'un projecte adequat per qualsevol època de l'any. No serà necessari esperar a l'estiu per obtindre clients, sinó que es podran realitzar excursions tant a la primavera, a la tardor, a l'estiu o a l'hivern. Això serà un gran avantatge pels turistes que no es trobin a gust als llocs on hi hagi un número massa elevat de persones, ja que podran gaudir de les meravelles de les illes a les èpoques de l'any que es troben pràcticament desertes d'altres turistes.

En conclusió, la clau principal d'aquest projecte es basa en el fet de que els turistes tenen un BATNA (Best Alternative To a Negotiated Agreement) inferior al dels venedors, en aquest cas la nostra empresa, quan es

¹¹http://www.conselldemallorca.net/index.php?&id_parent=491&id_class=2992&id_section=3198&id_son=3204&id_grandson=4002&id_greatgrandson=4011

comença la fase de venda dels productes. Això es degut a vàries raons, una d'elles és que els residents tenim un coneixement més precís dels preus dels nostres productes, per tant podem aprofitar aquest avantatge informatiu per vendre'ls una mica més cars del normal. Una altra raó per la que el nostre BATNA és major, és la pressió que exerceix el temps sobre els turistes, és a dir, els turistes que venen a visitar la nostra illa només tenen aquesta oportunitat per comprar aquest producte en concret, ja que es tracten de productes típics de cada illa. Aquests són els principals factors que fan d'aquesta idea de projecte una idea interessant per obtenir grans beneficis i alhora satisfer de manera professional les necessitats dels turistes.

Turisme de tercera generació

La idea de projecte que s'exposa a continuació és del tot innovadora i alhora arrelada al passat. És un servei turístic que es podrà aplicar a totes les illes, sense ser necessari cap requisit en especial del que només una o dues illes disposin. Es tracta de crear un servei alternatiu a unes vacances comunes, oferir unes vacances diferents i alhora molt econòmiques. Així doncs, la idea principal és establir una sèrie de convenis amb llocs, empreses i altres entitats turístiques arrelades des de fa temps a les illes que necessitin personal esporàdicament. Aquests convenis tindran la finalitat d'establir una sèrie de normes i pautes a seguir per tal de els turistes puguin treballar de forma remunerada durant una o dues setmanes en alguns d'aquests negocis. L'atractiu pels turistes és que podran aprendre de ben prop els costums de la nostra cultura, alhora que guanyaran una quantitat suficient de diners per pagar-se el transport fins les illes i/o l'estància en aquestes.

Referent al mercat objectiu al que intentarem arribar, aquests són turistes amb poc pressupost per gaudir d'unues vacances a les illes i alhora amb ganes de viure de ben prop una experiència autèntica i diferent per descobrir les arrels i les costums de la nostra cultura. De fet, ja existeix des de fa temps un tipus de turista diferent a l'habitual, és l'anomenat *turisme creatiu*. Al 2004 la UNESCO va crear una *ret de ciutats creatives* els membres de la qual van definir aquest fenomen com la tercera generació turística¹². Posem per cas una família estrangera que vulgui conèixer com es treballa al camp, aquesta família es posarà en contacte amb la nostra empresa i nosaltres, a través dels diferents convenis, arribarem a un acord amb algun dels llocs de les illes que s'hagin adherit al projecte. S'arribaran a una sèrie d'acords depenent del temps que vulguin fer els turistes, la feina que estiguin disposats a fer, la remuneració que desitgin, entre d'altres aspectes a concretar. Un exemple pot ser: estada de dues setmanes per tres persones a un lloc de Mallorca, amb una remuneració fixada prèviament, una sèrie de tasques a realitzar i suficient temps lliure per visitar

¹²http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/05/03/actualidad/1367592536_461332.html

la resta de l'illa. L'amo del lloc podrà donar unes vacances (si així ho desitja) al pagès que treballi actualment en aquest lloc, per tal de que no hi hagi complicacions, un inspector contractat per la nostra empresa revisarà periòdicament que els acords imposats pel contracte es compleixen.

Cal destacar que tota empresa necessita d'ingressos per tal de fer front a les despeses, en aquest cas, les despeses no seran molt elevades pel que podrem oferir uns preus econòmics als turistes que vulguin gaudir d'aquesta novadora experiència. Els preus seran molt similars en cada cas, ja que el fet de negociar amb una o altra entitat, en principi, no suposa cap cost afegit. Per tant, es crearà una pàgina web on s'explicarà de que tracta el negoci, qui són els propulsors i les diferents opcions que tindran els clients. En la mateixa pàgina web es crearà un formulari de contacte per tal de poder concretar les característiques de cada client / grup de clients en particular. Després d'haver acordat amb el client quins són els seus interessos i d'haver-ho comunicat a l'entitat adherida, es posaran en contacte l'un amb l'altra per augmentar una mica la confiança i fer desaparèixer el sentiment d'incertesa que de segur tindran els primers clients. A mesura que el negoci vagi avançant i es vagin obtenint experiències, es valorarà el més positiu i el més negatiu de cada una de elles, donant un qüestionari als clients i un altre a l'entitat pertinent. Quan es tingui un nombre prou elevat de d'opinions, es crearà una llista de favorits i es penjarà a la pàgina web per tal de que els turistes es facin una idea del que es trobaran. A més, també es crearan tríptics i fulls informatius sobre les diferents opcions que s'oferiran, les entitats adherides seran les encarregades de repartir aquests fulls. A continuació es detalla un exemple del que podria ser un dels acords, amb l'objectiu de donar una idea més concreta del projecte en potència:

- Clients: Una família formada per un pare, una mare i dos fills, un major d'edat i l'altre de 10 anys.
- Entitat col·laboradora: Lloc X de l'illa Y.
- Possibilitat d'establir-se al lloc de treball durant els dies acordats: Sí.
- Duració del contracte: Des del dia 1/06/2013 fins el dia 15/06/2013.
- Treball assignat als clients: Cuidar del lloc en qüestió realitzant les tasques diàries les quals du a terme el pagès / pagesos. Aquestes tasques s'explicaran detalladament a la pàgina web o als fulls informatius.
- Contraprestació obtinguda per les tasques realitzades: XYZ €.
- Import que s'haurà d'abonar a l'empresa promotora (els nostres ingressos): XY €. Es dona per suposat que $XYZ > XY$.

Es tracta d'un exemple molt simplificat de les condicions que s'acordaran als contractes que crearà la nostra empresa.

Per acabar, convé destacar que aquest projecte pot semblar poc viable al principi, però de segur que a mesura que es vagin obtenint opinions i experiències, el negoci s'anirà expandint i perfeccionant, oferint d'aquesta manera un servei del tot novador als turistes i un petit descans a la gent que treballi a les illes. El *turisme d'experiències* està agafant cada vegada més pes,

els turistes no tan sols volen passar unes bones vacances per desconnectar del seu dia a dia, sinó que també volen viure una experiència la qual puguin recordar i explicar més endavant¹³. Aquest servei és precisament un dels exemples més clars de *turisme d'experiències*. La *Real Academia Española* defineix el turisme com “actividad o hecho de viajar por placer”, així doncs podríem definir el *turisme de experiències* com l'activitat o fet de viatjar per viure experiències enriquidores.

Parc d'aventures per a totes les edats

El projecte que s'exposa a continuació consisteix en la construcció d'un o varis parcs d'aventures aprofitant els nombrosos espais verds dels que disposem a les illes. Cada parc disposarà de diferents circuits i activitats adaptades a diferents franges d'edat, per tal de captar l'interès dels joves així com dels no tant joves. A continuació s'explica amb una mica més de detall les característiques dels parcs, el mercat objectiu, els competidors existents i els instruments de comunicació.

Com s'ha dit anteriorment, cada parc disposarà de diferents apartats destinats a diferents franges d'edat, no s'imposarà cap límit d'edat en particular però es recomanarà la més adequada en cada cas. Una part del parc anirà destinada als filllets petits que encara depenguin dels pares per desenvolupar-se de manera segura, una altra als adolescents que vulguin divertir-se sense la vigilància d'aquests i la darrera part anirà destinada als adults en general (a partir dels 18 anys), que vulguin gaudir d'una experiència inoblidable i excitant. Així doncs, es crearà un espai amb *colxonetes*, tobogans, joguines de mida gran, entre d'altres, tot tancat i adaptat per tal de que els pares puguin asseure's ben prop i vigilar els filllets. Aquest espai estarà situat a l'entrada del parc, on s'hi podran trobar amb seients, un bar, diverses màquines expendedores de beguda, serveis *wc*, així com tota la informació que desitgin. Pels filllets més grans (adolescents) es construiran una sèrie de descensos en *tiroolina*, circuits BTT, batalles de *paintball*, *botibotis*, etc. Totes aquestes activitats estaran dirigides i supervisades pel personal del parc. Finalment, el potencial del parc estarà sobretot en la part destinada als adults, ja que es construirà un circuit d'activitats només apte pels més aventurers. Es crearà un circuit de descensos amb *tiroolina* molt gran i situat el més alt possible, per tal que les vistes siguin espectaculars, aquesta serà l'atracció estrella del parc. A més, s'adaptarà un circuit de BTT amb una dificultat major que en el cas anterior, un espai per practicar *paintball* amb més obstacles i terreny, així com altres atraccions similars que no contaminin i siguin respectuoses amb el medi en el que es trobaran. Com en el cas anterior, totes aquestes activitats estaran dirigides i supervisades per personal del parc. Una empresa que ofereix diversos serveis és una empresa diversificada, més competitiva i amb més marge de maniobra davant els possibles canvis de la demanda.

¹³ <http://www.economista.es/interstitial/volver/acierto-abril/turismo-viajes/noticias/2387427/08/10/Que-es-el-turismo-experiencial-Las-empresas-ofrecen-sensaciones-nuevas-para-un-publico-exigente.html>

Basat en el servei que ofereixen els grans parcs d'atraccions com són *Port Aventura*, *Warner Bros Park*, entre d'altres, es contractaran una sèrie de fotògrafs perquè vagin fent fotos als clients i al final de la visita aquests tinguin l'opció de comprar les fotografies o els vídeos que vulguin a un preu assequible. A més, es signaran convenis amb col·legis que cursin el grau mitjà o superior de fotografia per tal de que ens vagin enviant alumnes en concepte de pràctiques d'empresa, d'aquesta manera el cost de contractar personal que es dediqui a la fotografia no serà massa elevat.

Referent al mercat objectiu al que intentarem arribar, principalment s'intentarà captar l'atenció dels més grans, amb l'objectiu de donar una imatge de parc d'atraccions per a aventurers atrevits però que també està adaptat pels més joves així com per a les seves famílies en el cas de que vinguin acompanyats. El passat any 2012, a Menorca es va dur a terme un projecte similar per un període curt de temps¹⁴, la idea va agradar als residents de l'illa ja que s'hi van presentar un número elevat de persones. Per tant, a més d'un atractiu turístic aquest projecte té totes les característiques necessàries per convertir-se en un negoci sostenible durant casi tot l'any.

Pel que fa als competidors, actualment a les Illes Balears ens podem trobar amb gran quantitat d'empreses que ofereixen serveis i activitats d'aventura¹⁵ (a través de guies professionals ben qualificats), parcs d'aventura dedicats exclusivament als més petits o basats en activitats aquàtiques¹⁶, però tan sols ens trobem amb un parc d'aventures similar a l'explicat en aquest document, el qual s'anomena Jungle Parc (www.jungleparc.es) i es troba situat a Santa Ponsa (Mallorca). Així doncs, l'avantatge competitiu en el que ens centrarem serà el posicionament geogràfic, creant el /els parcs a suficient distància per tal de no entrar en una forta competència per obtenir una bona quota de mercat. Si més no, cal tenir en compte que les empreses que ofereixen serveis d'aventures, encara que no ofereixen els mateixos serveis que l'empresa en qüestió, absorbeixen també bona part del mercat objectiu al que aquest projecte intentarà arribar, per tant s'intentarà alleugerar aquest fet mitjançant la diferenciació d'activitats, amb la intenció de donar als clients una imatge de marca única. Com a aspecte positiu, cal destacar que com més diferenciats estiguin els serveis entre les empreses d'un mateix mercat menor serà la competència de preus, fet que ens beneficia en gran mesura.

El concepte de màrqueting té un abast molt general, es podria definir com "l'actitud creativa i planificada de l'empresa orientada a satisfer les necessitats del client i del consumidor final partint d'uns mitjans disponibles amb la finalitat d'obtenir un benefici mutu"¹⁷. Part d'aquesta actitud

¹⁴ <http://ultimahora.es/menorca/noticia/noticias/local/heroes-por-unas-horas.html>

¹⁵ <http://www.deportesdeaventura.com/Baleares.html>

¹⁶ <http://www.yumping.com/parques-tematicos/islas-baleares>

¹⁷ Apunts de l'assignatura "Direcció Comercial I"

consisteix doncs en els instruments de comunicació utilitzats per arribar al públic objectiu. Un dels conceptes més importants a destacar a la hora de vendre productes o oferir serveis és la gran importància de saber arribar als potencials clients del teu negoci, ja que es pot tenir una bona oferta de venda però si el missatge que es vol transmetre no conté el contingut, l'estructura, la font o el format adequat, difícilment s'obtidran els resultats desitjats. Així doncs, inicialment s'estudiaran a fons totes les vies de comunicació utilitzades per l'únic competidor actualment existent, s'exploraran altres alternatives i posteriorment es decidirà com actuar. No obstant, una de les eines que de segur s'utilitzarà serà la creació d'una pàgina web, així com varis perfils a totes les xarxes socials possibles per tal de poder arribar a turistes de tot el món.

Per acabar, convé remarcar la importància d'anar innovant constantment per tal de no quedar-se obsolet. S'aniran fent ofertes per temporades, per grups, variant d'aquesta manera l'estratègia de promoció, s'aniran afegint i/o canviant els recorreguts de les *tirolines*, dels circuits de BTT, en definitiva, s'aniran fent canvis al negoci per tal d'anar creant valor afegit al servei ofert, ja que d'aquesta manera els clients que ja hagin gaudit de l'experiència tindran incentius a tornar al parc.

Circuits d'entrenament per triatló en plena natura

El triatló és un esport de caràcter individual, compost per tres proves de diferent naturalesa: la natació, el ciclisme i per últim la cursa a peu. Aquestes tres proves es realitzen sobre distàncies de fons i de mig fons. Es disputen de manera consecutiva enllaçant el final d'una amb el principi de la pròxima.¹⁸ És un esport que ha anat agafant pes durant els últims anys sobretot a Menorca, les recents aparicions als diaris sobre proves realitzades pels residents i l'augment de socis del club de triatló de l'illa són un fet que no passa desapercbut. Si més no, el fet més destacable del triatló a Menorca va ser la implantació de l'*Extreme Man*¹⁹ l'any 2010, una prova oficial la qual cada any crida més l'atenció de nombrosos turistes amants d'aquest esport, els quals venen a Menorca a fer uns dies i realitzar la prova.

Davant aquest escenari, el projecte que s'exposa a continuació pretén cridar l'atenció de molts turistes amants dels esports, així com dels residents de les illes. El negoci consisteix en l'adaptació d'una gran finca privada amb la finalitat de construir varis circuits en els quals s'hi puguin practicar aquests tres esports de manera còmode i segura. En una part de la finca s'hi construirà un recinte amb una petita oficina, així com vestuaris i un bar on es serveixin begudes energètiques i menjars saludables. A més, hi haurà una part del terreny destinat a l'estacionament gratuït dels vehicles dels clients. En un principi es construirà un únic circuit a Menorca i si el negoci funciona s'estudiarà la possibilitat d'expandir-se per les altres illes.

¹⁸<http://www.ibertalleres.com/guias/Guia%20deportes%20adaptados%20de%20Valencia/32triatlon/01.htm>

¹⁹ <http://www.extreme-man.com/emgeneral/index.html>

Actualment a l'illa de Menorca no hi ha cap entitat que ofereixi aquest servei, essent *Sport Bike & Fitness Center Menorca* (web: <http://www.sportbikemenorca.com/es/inicio/>) la més semblant. Així doncs, per fixar el preu ens centrarem en el mètode basat en els costos (totals i marginals). Sense tenir en compte la inversió inicial, es tindran una sèrie de costos fixos (el manteniment de les instal·lacions, el pagament d'una assegurança, etc.), així com una sèrie de costos variables (les factures de llum i d'aigua, les nòmines del personal contractat, entre d'altres). El preu inicial es fixarà doncs tenint en compte aquests factors i més endavant, depenent de la reacció de la demanda del mercat, es duran a terme estratègies de promoció de vendes, oferint descomptes i ofertes especials per mantenir la clientela.

Referent als circuits que es construïran per tal de poder entrenar les tres proves de manera segura, la idea és la següent:

- El circuit de cursa a peu estarà situat al centre de la finca, on es crearan una sèrie de petites muntanyes de terra artificials per fer-lo més entretingut, així com altres obstacles semblants.
- El circuit de bicicleta recorrerà la part exterior de la finca, voltant el circuit de cursa a peu i les instal·lacions de l'empresa, per tal de fer-lo el més gran possible. Com en el cas anterior, també es construïran petites muntanyetes de terra i d'altres obstacles per fer-lo més complet i entretingut.
- La part de natació serà la més costosa, ja que s'haurà de construir una piscina climatitzada coberta, fet que suposa un cost de manteniment molt elevat.

Com a servei extra, es llogaran una sèrie de bicicletes estàndard, així com barrets de piscina i altres complements, pels clients que no puguin (o no vulguin) portar el seu propi material. A més, hi haurà un servei de taquilles de franc, per poder deixar els objectes de valor i entrenar tranquil·lament.

Pel que fa les vies de comunicació del projecte, s'utilitzaran varies opcions per tal d'arribar al màxim nombre de persones. Es crearà una pàgina web senzilla però ben posicionada, es crearan perfils a totes les xarxes socials possibles i es crearan fulls informatius els quals seran repartits per les principals tendes de material d'esport de l'illa. A més, s'estudiarà la possibilitat de col·locar un immens cartell publicitari just a l'entrada de la finca. Amb aquestes eines i l'avantatge de que el triatló està agafant cada vegada més importància, el missatge que es vol transmetre arribarà ràpidament al públic objectiu.

Com a aspecte final, és important remarcar que l'esport és addictiu, els bons resultats que genera fer esport són molts, la generació d'endorfines, que és la hormona principal de la felicitat, fa que la gent que una volta hagi començat a fer esport s'ho prengui com un hàbit. Per tant, si el negoci està ben muntat, de segur que els clients seran fidels.

6. CONCLUSIONS

Com a conclusió final d'aquest projecte de final de grau m'agradaria destacar la idea principal que he volgut donar amb la seva realització. M'agradaria demostrar que, encara que corrin temps difícils per la gran majoria de la població espanyola, encara que sembli que està tot inventat i que és impossible innovar, queden per desenvolupar moltes idees de projectes del tot innovadors i satisfactoris per tothom, que són capaços de crear valor afegit. Queden per inventar moltes empreses que poden reportar grans beneficis, alhora que satisfan les necessitats dels turistes que cada any venen a visitar les nostres illes. La majoria de projectes aquí exposats aposten per la innovació, alhora que tenen en compte la sostenibilitat del medi ambient i la convivència dels residents de les illes amb els nombrosos turistes que cada any les visiten.

Com ja s'ha comentat en la introducció, les illes Balears són un arxipèlag molt ric en quant a productes o serveis disponibles per a la comercialització, però per conservar aquest avantatge, perquè el turisme a les illes sigui sostenible, s'ha d'apostar per projectes que respectin el medi ambient, la flora i la fauna de les mateixes.

Com a punt final, acabaré citant a l'escriptora, investigadora i educadora Brené Brown, amb la següent traducció d'una de les seves frases més emblemàtiques: "La vulnerabilitat és el lloc on neix la innovació, la creativitat i el canvi."

7. BIBLIOGRAFIA

A continuació s'exposen els recursos consultats durant la realització del treball.

- <http://www.eleconomista.es/turismo-viajes/noticias/4564391/01/13/Buenas-perspectivas-para-el-turismo-mundial-en-2013.html>
- <http://boib.caib.es/pdf/2004076/mp55.pdf>
- <http://www.menorca.info/menorca/348750/cami/cavalls/camino?d=pri&pagCom=1>
- <http://www.elcamidecavalls.cat/cami/>
- http://www.ciudadellaantiga.es/es/productos_tipicos_menorquines/
- Guia Camí de Cavalls. 20 itineraris per a descobrir Menorca. Edició: Fundació Destí Menorca
- http://www.ibiza.travel/img/descargas/18_es_Rutas%20de%20Senderismo.pdf
- <http://www.ibiza.travel/es/enogastronomia.php>

- http://www.eivissa.org/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=512&Itemid=251&lang=ca
- <http://www.puroibiza.com/es/descubre-ibiza/productos-tipicos-de-ibiza/>
- http://www.euro-senders.com/web_cas/
- http://www.conselldemallorca.net/index.php?&id_parent=491&id_classes=2992&id_section=3198&id_son=3204&id_grandson=4002
- <http://www.masmallorca.es/productos-tipicos/>
- http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/05/03/actualidad/1367592536_461332.html
- <http://www.eleconomista.es/interstitial/volver/acierto-abril/turismo-viajes/noticias/2387427/08/10/Que-es-el-turismo-experencial-Las-empresas-ofrecen-sensaciones-nuevas-para-un-publico-exigente.html>
- <http://ultimahora.es/menorca/noticia/noticias/local/heroes-por-unas-horas.html>
- <http://www.deportesdeaventura.com/Baleares.html>
- <http://www.yumping.com/parques-tematicos/islas-baleares>
- <http://www.jungleparc.es/>
- <http://www.ibertalleres.com/guias/Guia%20deportes%20adaptados%20de%20Valencia/32triatlon/01.htm>
- <http://www.extreme-man.com/emgeneral/index.html>
- Apunts de l'assignatura "Investigació Comercial i Comportament del Consumidor" – Diversos temes. Estudis de GADE a la UIB.
- Apunts de l'assignatura "Estratègia Empresarial" – Diversos temes. Estudis de GADE a la UIB.
- Apunts de l'assignatura "Estrategias de negociación empresarial" – Bloque temàtico número 6. El poder de la negociación. Estudis de GADE a la UIB.
- Apunts de l'assignatura "Direcció comercial I" i "Direcció Comercial II" – Diversos temes. Estudis de GADE a la UIB.