



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat de Turisme

Memòria del Treball de Fi de Grau

MICE para Todos.

Jessica Monserrat Navarrete

Grau de Turisme

Any acadèmic 2014-15

DNI de l'alumne: 43188685K

Julio Batle
Departament d'Organització d'Empreses

S'autoritza la Universitat a incloure el meu treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació

Paraules clau del treball:
MICE, turismo, accessible, inclusivo, discapacidades.

ÍNDICE

1. Datos Personales y Profesionales del Emprendedor:	3
1.1. Identificación del proyecto:.....	3
1.2. Identificación del emprendedor:	3
2. Sumario ejecutivo y descripción de la idea:	4
2.1. Resumen ejecutivo:.....	4
2.2. Descripción del negocio:	5
3. Estudio de mercado:	6
3.1. Macroentorno:	6
3.2. Microentorno:.....	10
3.3. Análisis DAFO:.....	17
3.4. Estrategia:.....	18
4. Plan de Marketing:	19
4.1. Producto:.....	19
4.2. Precio:.....	19
4.3. Distribución:.....	19
4.4. Promoción:.....	19
5. Sistema KANBAN:	21
6. Previsión Financiera:.....	23
7. Resumen/<i>summary</i>:.....	25
8. Bibliografía:.....	26

1. Datos Personales y Profesionales del Emprendedor:

1.1. Identificación del proyecto:

Proyecto Empresarial	
Nombre	MICE para todos
Sector actividad	MICE
Inicio actividad	2016
Forma jurídica	Sociedad Limitada
Número emprendedores	1

1.2. Identificación del emprendedor:

Datos Personales			
Nombre	Jessica Monserrat Navarrete		
D.N.I.	43188685K		
Fecha de Nacimiento	27 Diciembre 1989		
Dirección	C/ Bartolomé Castell nº2, 5ºB	CP	07007
Provincia	Islas Baleares		
Situación Laboral	Desempleada		
Teléfono	606514490		
Email	jessicamonserratn@hotmail.com		

Datos Profesionales		
Estudios	Bachiller	
	FP Superior Gestión de Alojamientos	
	Grado Turismo	
Curso	Protocolo y Organización de Eventos	
Experiencia Laboral	Empresa	Gestoría Talens
	Puesto desempeñado	Auxiliar Administrativa
	Duración	1 año
	Empresa	Hotel Tryp Bellver
	Puesto desempeñado	Recepcionista
	Duración	5 años

2. Sumario ejecutivo y descripción de la idea:

2.1. Resumen ejecutivo:

MICE para todos consiste en crear una empresa de Meetings, incentives, conferences and events para discapacitados físicos, además de crear unos paquetes flexibles de viajes o estancias en la isla para grupos ya formados y grupos formados por la empresa, y así crear un producto innovador, grupos de desconocidos disfrutando de la isla mientras se conocen y comparten vivencias. Esta idea surge de ver como hay tanta gente con ciertas minusvalías que hace que la organización de este tipo de turismo se les haga cuesta arriba, tanto por los precios como por la poca oferta adaptada o por la carencia de confianza en sí mismos. Entonces, ¿porque no brindarles la oportunidad de facilitarles la organización y precios adecuados para que puedan tener acceso a MICE o al desarrollo de sus habilidades comunicativas? ¿Por qué no innovar en el producto para el desarrollo emocional, personal y social? ¿No queremos igualdad? Pues contribuyamos a ello. Además, quiero trabajar con diferentes asociaciones por varias razones, entre ellas porque ellos están muchísimo mejor formados en tema de enfermedades que yo, y yo puedo facilitarles MICE. Puede ser un intercambio exitoso de conocimientos y, también, nuestro mercado objetivo tendrá más información sobre nuestra actividad empresarial, es decir, más información sobre actividades que pueden realizar en Mallorca.

Por lo tanto, queda claro que mi mercado objetivo principal son esas personas con movilidad reducida, deficiencia auditiva e invidencia. Como mercado objetivo secundario sería el resto de personas.

Quiero que mi negocio se desarrolle en la isla de Mallorca, ya que es mi isla y tengo un mejor conocimiento de la oferta que disponemos en el territorio. No obstante, también quiero que sea en Mallorca porque así se podría contribuir a la desestacionalización que sufrimos año tras año.

Por otro lado, con la creación de esta empresa se crearían más puestos de trabajo tanto directa como indirectamente, ya que si funciona, hay miles de ideas que se podrían poner en marcha con el objetivo principal de satisfacer mi mercado objetivo principal.

Aunque es cierto que tenemos ciertas debilidades y amenazas como empresa, no quita que eso no pueda cambiar, como por ejemplo, que las leyes se modifiquen y que el personal de la empresa aprendamos. Es grato poder decir que las oportunidades que nos brinda Mallorca son perfectas para este negocio, como el clima o todos los recursos naturales que se encuentran en la isla, además, nuestras fortalezas también son interesantes para este tipo de empresa, como la especialización, las alianzas y la innovación.

Probablemente se necesite una inversión importante de dinero para adaptar los puestos de trabajo, pero creo que empezar siempre es duro por las circunstancias que sean, pero al cabo del tiempo puedes echar la vista atrás y decir, mereció la pena arriesgar e invertir.

Finalmente, quiero hacer saber que el negocio que quiero fundar es una especialización de algo que ya existe, pero la especialización y la forma de llevar a cabo las acciones son lo que marcaran la diferencia entre las que en un futuro quisieran acoger a mi público objetivo.

2.2. Descripción del negocio:

MICE para todos, acoge como mercado objetivo a un pequeño nicho de mercado, pero por ello, no menos importante. Mi idea es ofrecer los servicios en 3 idiomas, inglés, español y alemán, así puedo llegar al alcance de más personas en diferentes territorios y, por lo tanto, obtener mayor margen de beneficio. No me quiero centrar en MICE para discapacitados y ofrecer exclusividad, al menos, hoy por hoy, porque así como está la sociedad en la que vivimos, y sobre todo, la sociedad española, no está disponible para organizar eventos con altos precios. Desde mi punto de vista, es mejor, ahora mismo, ofrecer un servicio al alcance de muchos, tanto por la penetración en el mercado como para darnos a conocer. Dentro de un tiempo, hablo de un largo plazo, no se descarta que la empresa pueda tener 2 vertientes, la estándar y la exclusiva, pero creo que para un comienzo es mejor estar orientado para llegar al alcance de la mayoría.

En propiedad no tendríamos nada, es decir, actuaríamos como intermediarios, nosotros recogemos todos los establecimientos de alojamiento adaptados, restaurantes adaptados, empresas de actividades recreativas para minusválidos, salas adaptadas, transporte en la isla adaptado, agencias de viajes y tour operadores para la accesibilidad a Mallorca, ya que al ser una isla sólo se puede acceder por transporte naval o aéreo, y después, según la demanda, montar paquetes de MICE flexibles y en caso, de que así se solicite se podría barajar la posibilidad de realizar paquetes a medida.

Misión:

Ofrecer a todas las personas y empresas la misma oportunidad de realizar sus eventos, conferencias, convenciones, viajes de incentivos y reuniones a sus anchas, importando sólo su idea, cómo y cuándo. Siempre valorando por un lado, a cada una de las personas de forma individual y por otro lado, al grupo al completo.

Visión:

Llegará el día en el que en un abrir y cerrar de ojos cambiará la perspectiva, todos seremos conscientes de que todos merecemos las mismas oportunidades. Con *MICE para todos* colaboramos en el viaje para llegar a ese día.

Objetivos:

Los objetivos de *MICE para todos* se centra en crear conciencia y oportunidades. Por un lado, quiero garantizar MICE accesible para las personas con discapacidades física, especializándome en personas de movilidad reducida, invidentes y deficiencia auditiva. Por otro lado, quiero que mi empresa sea un ejemplo a seguir entre las empresas a medida que va pasando el tiempo.

3. Estudio de mercado:

3.1. Macroentorno:

Primero de todo, quiero citar las siguientes palabras:

“La palabra accesibilidad puede entenderse en relación con tres formas básicas de actividad humana: movilidad, comunicación y comprensión. Todos, según sean nuestras capacidades funcionales o mentales, tropezamos con barreras en nuestra capacidad de movimiento, en nuestras comunicaciones o fuentes de información, y en nuestro alcance de comprensión de mensajes, instrucciones, instrumentos o sistemas (...). Los efectos de dichas barreras pueden llegar incluso a la exclusión social, a la discapacitación, a la estigmatización y a agravios psicológicos para las personas afectadas. La incapacidad de la sociedad para eliminar las barreras de movilidad, de comunicación y de comprensión es sintomática de la atención desigual que merecen las personas con capacidades reducidas. A la inversa, cada barrera al acceso que cae nos acerca un poco más a la consecución de una sociedad justa.” (Equipo expertos Helios (1995) Social Integration. Annual Report. Bruselas).

(Marcos Pérez & González Velasco, 2003)

En 1995 ya se dieron cuenta de que se necesita destruir barreras para conseguir una sociedad justa. Con el paso del tiempo poco a poco se está consiguiendo, aunque el proceso sea lentitud considerable.

Seguiré haciendo referencia a las estadísticas sobre minusvalías:

“en Europa existen más de 50 millones, según datos de la Unión Europea.”

(Marcos Pérez & González Velasco, 2003)

En 2010, son más de 1.000 millones de personas con algún tipo de discapacidad en el mundo, eso quiere decir, que un 15% de la población mundial convive con alguna discapacidad.

(OMS, 2011)

En 2013 un blogero se hace la pregunta de si el turismo accesible será un generador de una gran cuota de mercado en las estadísticas. En su post, hace una reflexión sobre las etapas a tener en cuenta para poder llevar a cabo este tipo de turismo. Nombrando tres etapas de por las que tiene que pasar o pasa este tipo de turismo hasta llegar a estar en pleno auge. Las fases son la obligación que deben de tener las empresas de adaptar las instalaciones (por lo general lo hacen por obligación legislativa), oportunidad (la oportunidad hay

que brindarla y la oportunidad genera beneficios para todos) y, finalmente, la fase ordinaria (conseguir que se convierta en un tipo de turismo normal, sin restricciones o con un coste elevado, es decir, que se convierta en turismo sin más).

En mi opinión, puedo concluir diciendo que las tendencias apuntan a que se puede convertir en un segmento de mercado importante para el sector del turismo, debido a las ganas que tienen de ejercer su derecho al ocio turístico cada una de las personas sin tener de complicarse la organización de los mismo por las necesidades que puedan tener.

(Smith, 2013)

La asociación Mallorca Convention Bureau en 2013 realizó un informe sobre el turismo MICE en la isla, en el cual presenta estadísticas interesantes presentadas seguidamente.

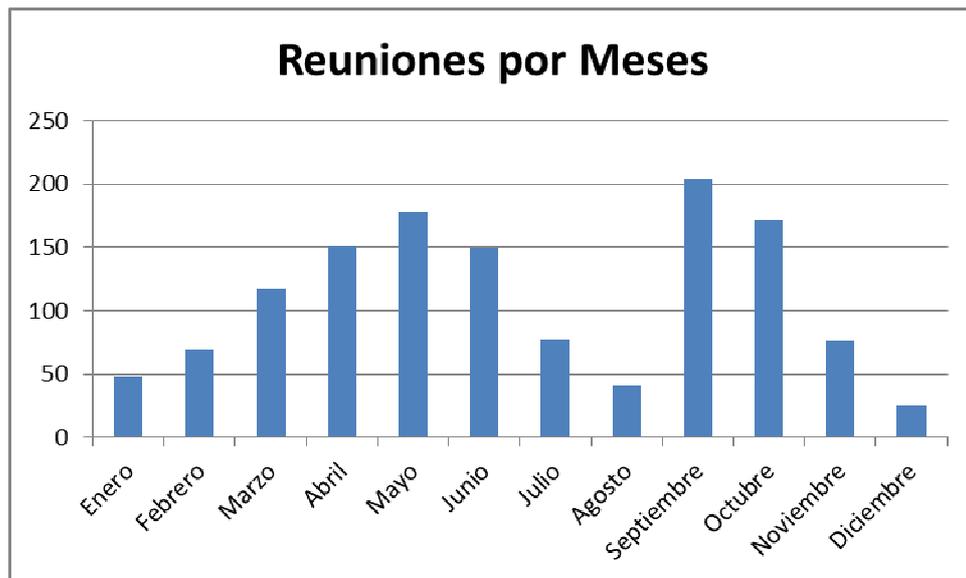
Esta primera gráfica muestra el tipo de reuniones celebradas en Mallorca en 2013.



(Mallorca Convention Bureau, 2013)

Observamos que el segmento principal para Mallorca dentro del turismo MICE es Reuniones/Jornadas seguido de Incentivos.

A continuación se presenta una gráfica donde se perciben los meses de mayor actividad de MICE en la isla.



(Mallorca Convention Bureau, 2013)

Como se puede observar de forma clara, los meses de mayor actividad de MICE en la isla son abril, mayo, junio, septiembre y octubre. Por un lado se solapa un poco con el turismo vacacional de temporada de verano y por otro lado contribuye a que la temporada turística en la isla sea más larga, dando como resultado 7 meses de 12 de gran actividad turística.

La revista Hosteltur presenta un artículo referente a las tendencias del mercado de MICE para este año (2015) en el que destaca 4 mercados clave: tecnologías, automoción, farmacéuticas y construcción. Estas son las industrias que generan la mayor parte de los congresos y las convenciones. Pero por otro lado, el experto Rob Davidson, autor del informe de tendencias de la EIBTM, dice lo siguiente:

"La buena salud del sector MICE y viajes de empresa depende mucho de la situación económica global y en este sentido el estancamiento en Europa, con riesgo de deflación, va a influir sin duda."

Y también destaca:

"Seguimos inmersos en un 'new normal' de crecimientos modestos en las economías desarrolladas, que por ser tan modestos, inferiores al 1%, pueden estar al borde de la recesión algunas veces."

El experto también añade que son factores importantes a tener en cuenta, la crisis de Ucrania, la evolución del Ébola y el riesgo de la deflación para desarrollar este tipo de turismo.

Por consiguiente, la EIBTM se realiza una previsión, en este artículo, sobre el mercado español, en la que se citan los siguientes datos:

“(...) el número de eventos de empresas españolas dentro del país aumentará un 2,6% el año que viene. Incluso se prevé un crecimiento del 2,1% de los viajes de incentivos "para motivar a los equipos de ventas", explica Ruiz. De hecho, los viajes de incentivos y eventos especiales tendrán una duración de casi cinco días, lo que supone dos días más que la media europea. También se prevé que las reuniones organizadas por los departamentos de ventas y marketing de las empresas españolas aumentará un 3%.”

Y por último, el señor Ruiz, directivo de Amex, nombra la preocupación más substancial de las empresas para el año 2015, que sin duda es, la situación política e económica. El directivo cita esta conclusión referente a los datos obtenidos de las encuestas.

(Canalis, 2014)

En el blog de eventbrite hay posts y citas de expertos sobre las tendencias de MICE para el año 2015. La mayoría de expertos en diferentes departamentos coinciden en la necesidad de implementación de tecnología para la realización de este tipo de turismo para conseguir un evento dinámico, sorprendente y de bajo coste. Otros hacen más hincapié en la vivencia de experiencias mediante los programas de las jornadas, incentivos,... que deben de ser sólidos y atractivos, además también se inclinan hacia la personalización de los eventos. Otros destacan la necesidad de que las regiones, capitales, ciudades que quieran recibir este tipo de turismo tienen que mejorar la adaptabilidad del territorio para poder desarrollar la actividad y nombran sectores potenciales para este año, como por ejemplo, el sector financiero, médico, tecnológico y el de educación. Otros creen que hay que centrarse en los métodos de venta y en como fidelizar a los clientes aportando valor al evento que se celebre, ya que los clientes potenciales cada vez quieren saber más sobre el personal encargado de la realización de MICE y de las opiniones de los que ya han sido clientes de las agencias encargadas del desempeño del evento.

Otro blog, llamado Event planning, trata con más detenimiento las tendencias de eventos enfocando a los destinos turísticos protagonistas para este año, nombra Brasil, Nicaragua, Turquía, entre otros. Después da paso, a las tendencias en colores y decoración de las instalaciones según la impresión que se quiera dar a los asistentes. En resumen, este se centra en las tendencias para este año de los países para la celebración de eventos, los elementos decorativos que envuelven los acontecimientos, las tendencias culinarias para la celebración de MICE,... cada uno de los temas tiene un post específico en su blog.

3.2. Microentorno:

En primer lugar concretaré los clientes que quiero conseguir durante el primer año, ya que los primeros 12 meses de vida de una empresa son importantísimos. A continuación los nombro:

- ASPROM (Asociación Balear de Personas con Discapacidad Física).
- UNAC (Unión de Asociaciones, Centros y Federaciones de Asistencia a Personas con Discapacidad de Baleares).
- COCEMFE (Confederación Española de Personas con Discapacidad Física y Orgánica).
- FAMMA (Federación de Asociados de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de la Comunidad de Madrid)
- APASCIDE (Asociación Española de Padres de Sordos ciegos de Madrid)
- ONCE (Organización Nacional de Ciegos de España).
- ASPAS-Mallorca (Asociación de Padres y Amigos del Sordo).
- Colegio La Purísima.
- Fundación Hanpisport Mallorca (Deportes adaptados).
- El Govern
- Conselleria de Salut.
- Conselleria de Turisme.
- Conselleria d'Educació i Cultura.
- Conselleria d'Esport i Joventut.
- Conselleria de Treball i Formació.
- Conselleria d'Educació i Cultura.
- Ajuntament de Palma.
- Ajuntament de Maó.
- Ajuntament d'Eivissa.
- Policlínica Miramar.
- Hospital Universitario Son Espases.

- Hospital de la Cruz Roja.
- Clínica Menorca.

Quizás mi propuesta es concreta y amplia a la vez. La razón de ello es porque desde mi punto de vista, primero quiero que se me conozca en mi comunidad autónoma, principalmente, y poco a poco abarcar más territorio. Quizás apunto alto con mis clientes potenciales, pero no veo razón para no hacerlo.

En segundo lugar nombraré las empresas proveedoras de materiales y servicios con las que me gustaría establecer una alianza. Estas son:

- Juanpu Transfers (Autocares adaptados).
- Rent Express Mallorca (alquiler equipamiento).
- Ortopedia en Mallorca (alquiler equipamiento).
- Europcar (alquiler coches adaptados).
- Enterprise Rent-A-Car (alquiler coches adaptados).
- Futurtrans (alquiler microbus 24h).
- Aquarium.
- Aqualand (parque acuático).
- Fundación Joan March (sala donde se celebran exposiciones, reuniones,...).
- Fundación Handisport Mallorca (también nombrado en clientes, ya que puede ser ambas cosas) → Deportes accesibles.
- Marineland (Zoo Marino).
- Es Baluard (Museo).
- Mallorca Convention Bureau (Asociación sin ánimo de lucro especializada en la promoción de Mallorca como destino de reuniones).

Esta última asociación aparece en proveedores y en competencia. Esto pasa porque puede ser un proveedor y promotor excelente para nuestros paquetes flexibles, ya que se dedica principalmente a promocionar Mallorca como un destino internacional para la realización del turismo MICE, pero a la vez ofrece unos servicios en los cuales somos prescindibles para esta asociación.

Y finalmente, en tercer lugar, están los competidores importantes que afectan a mi actividad profesional:

- Accesitravel.com.
- Runa-reisen.

- Flamingo Tours.
- Verdesicilia.
- Ilunion Viajes 2000.
- Accesibled Events Ltd.
- SIGNAR.
- Mallorca Convention Bureau.
- Fundación ONCE.
- Touradapt.
- Accesible New Zeland.
- Accesible Travel Netherlands.
- Easy Access Travel.
- Accessible Travel & Leisure.
- Disabled Access Holidays.
- Able Journeys.
- RADD.

La Fundación ONCE aparece tanto en clientes y en competencia debido a que por todo lo que abarca es un competidor, pero también puede ser un cliente porque no ofrece todo lo que existe, o siempre puede necesitar ayuda para la actividad que desee desempeñar.

Mallorca Convention Bureau es una entidad que aparece tanto en proveedores como en competencia, esto es debido a que se dedica al a promoción de la isla como destino de convenciones, es decir, compartimos la concreta actividad turística, pero por consiguiente puede ser un gran aliado estratégico.

Hay varias asociaciones, fundaciones, empresas,... que es posible tanto que yo les necesite a ellos, como que ellos me puedan necesitar a mí, ya que nunca está de más una ayuda especializada.

A continuación, expongo las fichas que he creado para poder hacer benchmark y elaborar mi producto y estrategia competitiva. Son fichas donde se encuentra la empresa lo que ofrece y un pequeño análisis de lo ventajas y desventajas que tienen cada una de las empresas que se dedican de alguna forma al sector turístico de MICE.

Empresa	Accesitravel.com (Granada)
Oferta	Turismo individual, grupos, turismo accesible, turismo inclusivo. Paquetes cerrados, cruceros, circuitos, paquetes a medida.
Bien	AAVV receptiva. Todo para discapacitados. Preios por buena praxis → Premio Thaurus (entre otros).
Mal	No hay lugar físico.

Empresa	Runa-Reisen (Alemania)
Oferta	Viajes, transfer y alojamiento adaptados, equipamiento para discapacitados, catalogo y revista.
Bien	Ofrecen todo lo necesario para un viaje para discapacitados.
Mal	Dice que hay varios idiomas disponibles en la web y no es cierto.

Empresa	Flamingo Tours (Sud África)
Oferta	Viajes a medida y paquetes de viajes.
Bien	Especializados en turismo para invidentes. Gran abanico de actividades.
Mal	Poca variedad de los paquetes de viajes.

Empresa	VerdeSicilia (Sicilia)
Oferta	MICE, grupos, viajes a medida y temáticos, guías interactivas.
Bien	Especialización en destinos ofertados.
Mal	Falta de información sobre cada producto.

Empresa	Viajes Ilunion 2000 (Madrid y Barcelona)
Oferta	Viajes de empresa y vacacionales.
Bien	Paquetes turísticos accesibles. Forman parte de ENAT (Asociación Europea de Turismo Accesible)
Mal	Oferta muy limitada y sin información sobre coches adaptados.

Empresa	Accessibled Events Ltd (UK)
Oferta	Eventos culturales, sociales y de placer.
Bien	Contribución al desarrollo personas y comunicativo de las personas con discapacidad.
Mal	La web es ambigua

Empresa	SIGNAR (Madrid)
Oferta	Interpretación, formación y eventos accesibles.
Bien	Especialización en lenguaje de signos, todos son guías intérpretes de personas sordo-ciegas. Servicios en 3 áreas concretas. Claridad en la web.
Mal	

Empresa	Mallorca Convention Bureau (Mallorca)
Oferta	Promociona Mallorca mediante la organización de eventos y viajes.
Bien	Ayuda a empresas para la organización de MICE.
Mal	No menciona casi nada sobre accesibilidad.

Empresa	Fundación ONCE (Madrid)
Oferta	Todo tipo de eventos culturales por y para personas con discapacidad.
Bien	Promoción y ayuda para discapacitados.
Mal	-

Empresa	Touradapt (online)
Oferta	Camapamentos, cruceros y estancias en hoteles acordes con el tipo de turismo a realizar.
Bien	La web es accesible para todos.
Mal	No hay opción a vuelos, sólo estancias.

Empresa	Accessible New Zeland
Oferta	Turismo vacacional (paquetes prediseñados), paquetes a medida, cruceros, testimonios y rutas que puedes hacer en coches adaptados sólo.
Bien	Viajes en coche que puedes hacer sólo.
Mal	No dan precios. Destinado sólo a PMR.

Empresa	Accessible Travel Netherlands (Holanda)
Oferta	Turismo cultural, vacacional y blogs.
Bien	Equipamiento para que las personas con discapacidad desarrollen la actividad. Web clara y sencilla
Mal	Todo para Ámsterdam. Falta información en la web.

Empresa	Easy Access Travel
Oferta	Información, blogs y ofertas concretas. Tours, paquetes, viajes de grupo y cruceros.
Bien	Mucha información y links hacia empresas de equipamiento y blogs de experiencias. Web clara y sencilla.
Mal	La web no es accesible para todos.

Empresa	Accessible Travel & Leisure (UK)
Oferta	Viajes para discapacitados internacionales.
Bien	Cruceros, paquetes y ofertas temporada.
Mal	La mayoría destinado a personas en silla de ruedas.

Empresa	Disabled Access Holidays (Escocia)
Oferta	Viajes y todo lo necesario para poder realizarlos si tiene discapacidad motora.
Bien	Según tus necesidades elaboran tu viaje. Incluye transfer adaptado y equipamiento de movilidad.
Mal	Todos los vuelos son de salida de UK. Prefieren flexibilidad en las fechas.

Empresa	Able Journeys (UK)
Oferta	Viajes para discapacitados y para voluntarios, blogs.
Bien	Destinado para PMR, sordos-mudos y ciegos. Claridad extrema de la web.
Mal	No hay precios en la web (sólo los de los extras).

Empresa	RADD (Texas)
Oferta	Instalaciones y servicios recreativos. Eventos, campamentos, clubes y actividades.
Bien	Actividades individuales y grupales. Organización de clubes.
Mal	La mayoría son actividades físicas.

3.3. Análisis DAFO:

He identificado las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de mi futuro negocio. La primera vertiente de este análisis es oportunidades, he podido observar una serie de elementos favorecedores como, el tiempo meteorológico que tenemos en la isla que desencadena la óptima promoción del turismo, la diversidad de recursos naturales de los que dispone Mallorca, donde encontramos incluso Patrimonio de la Humanidad, la Sierra de Tramuntana, que nos ofrece unos paisajes de ensueño, además estas tierras cuentan con una historia, una cultura y un valor arquitectónico insuperable. Por otro lado, al ser una comunidad autónoma donde su principal actividad económica es el turismo, la legislación en este sector permanece en constante desarrollo, adaptándose a las necesidades que se van detectando de año en año, asimismo encontramos una excelente conectividad aérea y naval, dato muy importante para la explotación de este negocio, ya que se beneficia de la entrada y salida de personas, para realizar actividades en Mallorca. Por último, he observado que día a día surgen más asociaciones a favor de las personas con discapacidades varias y esto crea en el pueblo conciencia social, que es el punto principal de nuestro negocio, la igualdad, por eso considero de relevancia acto de crear alianzas con asociaciones tales como UNAC, ONCE, ASPROM,...

La siguiente vertiente analizada es amenazas, he detectado la facilidad con la que empresas ya maduras en el segmento de MICE pueden querer absorber mi mercado objetivo al darse cuenta de no dejan de ser personas con predisposición a satisfacer sus necesidades turísticas como los demás, igualmente con la construcción del palacio de congresos, que algún día acabará, la idea de negocio propuesta en este plan, tendrá competencia directa por la creación de nuevas empresas enfocadas a las convenciones, conferencias, eventos,... Por lo tanto, tendré que estar preparada para que mi empresa aporte tal valor a cada uno de los productos ofrecidos, que el resto de empresas no supongan un rival fuerte. Por otro lado, lo que juega en nuestra contra es que la legislación sobre adaptabilidad de los establecimientos y del territorio aun es un poco pobre, en consecuencia no todo el territorio isleño está adaptado para recibir a personas con minusvalías físicas. Además, por suerte o por desgracia, al ser una isla no se puede acceder a ella por tierra. Los clientes potenciales no pueden llegar al territorio mallorquín con su coche, furgoneta o caravana, esto puede mermar la cantidad de clientes que puedo tener, porque si además de su minusvalía también tienen miedo de viajar en avión o en barco, ya no estarán interesados en contratar nuestros servicios. Asimismo, también quiero hacer referencia a la competencia ya existente tanto en otros países como en el mío propio, es decir, después de realizar un exhaustivo análisis de la competencia he detectado una serie de empresas que en este sector jugarían en contra: Ilunion Viajes 2000, Runa-reisen, accesitravel, Flamingo Tours, Verdesicilia, Accesible Events Ltd, SIGNAR,...

La tercera vertiente analizada es fortalezas, en las cuales he detectado los siguientes elementos: innovación en el producto con la creación de viajes y estancias de paquetes flexibles para grupos organizados por nosotros o ya organizados, jugamos con la especialización en el sector turístico, cosa muy importante ya que nos permite añadir un valor al producto y a la atención al

cliente diferente. Tendría a mi cargo dos personas, una con incapacidad visual y otra con incapacidad auditiva que da pie a una perfecta conexión con los clientes y al saber que necesidades exactas se deben cubrir, ya que esas personas trabajadoras también sufren esas discapacidades y conocen el lenguaje de signos y braille. Además es muy interesante el manejo de los idiomas para este negocio, para así poder llegar a la cantidad máxima de clientes sin tener como obstáculo el idioma. Y por si esto fuera poco, las alianzas empresariales anteriormente nombradas. Las asociaciones aportan fuerza, ánimo, esperanza, valor, es decir, elementos intangibles principales tanto para la vida de las personas como para la vida del negocio.

Y por último, queda por analizar la vertiente de debilidades. En ello reside las características internas negativas del plan: gran inversión monetaria para la adaptabilidad de los puestos de trabajo, destino turístico reducido a uno, segmento de mercado muy claro pero reducido y por último, poca experiencia en MICE.

3.4. Estrategia:

Después de haber realizado el análisis DAFO y el análisis de Benchmark, mi estrategia se basará en ofrecer MICE en paquetes flexibles destinado a personas con movilidad reducida, ciegos y deficiencia auditiva, familiares y amigos, combinando así respiros familiares, aprendizaje, turismo inclusivo, turismo accesible, turismo experiencial y MICE.

La idea principal de todo este proyecto es llegar a las empresas y a los ciudadanos dándoles la oportunidad de conocer el mundo, es decir, de tener el mundo a sus pies como el resto de la población, y que a la vez puedan obtener un desarrollo personal, comunicativo y social que mejoren sus vidas. Ofrezco una experiencia sin barreras para quien tenga la idea de vivir emociones y desarrollar mejoras perceptibles.

Para el desarrollo de la actividad contamos con el territorio perfecto que nos proporciona todas las oportunidades posibles para poder llevar a cabo todos los tipos de turismo nombrados anteriormente sin problemas.

Al tener el lugar perfecto para desarrollar la actividad turística, sólo ha quedado por identificar los objetivos que deseo que mis clientes consigan, en combinación con las metas propuestas por ellos mismos.

En suma, mi proyecto se destina a vivir momentos experienciales que queden de recuerdo de superación, crear un desarrollo personal y laboral tanto de forma individual como en equipo, crear retos de superación y, no podía faltar, la mejora de habilidades, esto nos lleva a poder resumirlo en dos palabras, desarrollo psicológico.

4. Plan de Marketing:

4.1. Producto:

Mi producto se caracterizará por ser paquetes flexibles, donde la mayoría ofrecen paquetes cerrados o tours hechos a medida.

Debo actualizar constantemente mis productos a ofrecer y, siempre que sea posible, ir incluyendo servicios que los clientes demanden, para así acercarnos más a la satisfacción plena del cliente con nuestro producto, es decir, debemos innovar en los productos para atraer clientes y satisfacer las necesidades de los clientes potenciales interesados en realizar eventos.

4.2. Precio:

La estrategia de precio a seguir durante el primer año será mantener los precios bajos para así lograr una rápida penetración en el mercado y hacer conocida la empresa, así incrementaríamos las ventas y aumentaríamos la clientela poco a poco. Por otro lado, es interesante ofrecer descuentos por temporadas. Con estas estrategias de precios podríamos bloquear un poco la competencia y ganar mercado, algo importante para el primer año.

4.3. Distribución:

Las vías de distribución que quiero utilizar son: lugar físico, por ejemplo, un local comercial, una web que debe estar acondicionada para invidentes y personas con deficiencia auditiva, por supuesto, un teléfono de contacto y por email. La distribución debe de ser efectiva en todos los medios. También es importante explicar, que la posibilidad de que nuestras alianzas estratégicas nos beneficien en la distribución es algo muy interesante.

4.4. Promoción:

La promoción de mi producto sería por las vías siguientes: anuncios en diarios y revistas especializadas, anuncio en internet, crear un perfil en Facebook, y crear concursos, por ejemplo, en la página de Facebook y sorteos entre los clientes.

Con esto quiero decir, que esos son las estrategias que hay que ir desarrollando a lo largo del año en el caso de la promoción, para obtener un resultado óptimo.

Seguidamente se encuentra un listado de blogs donde poder promocionarnos, debido a que reflejan la intención de mi proyecto:

- <http://blog.puedoviajar.es/> → turismo accesible cultural, da información histórica sobre los lugares y además aporta información sobre empresas de furgonetas adaptadas, asistentes personales, apoyo turístico,...
- <http://www.viajerossinlimite.com/blog/> → turismo alrededor del mundo en silla de ruedas, hay videos y texto escrito, explica perfectamente cada uno de sus viajes y la adaptabilidad tanto del territorio como de la oferta turística.

- <http://accessibletourismresearch.blogspot.com.es/> → este blog aporta información para los turistas, estadísticas sobre el turismo y las discapacidades, artículos, consejos, guías.
- <http://blog.wtmresponsibletourism.com/2013/09/17/accessible-tourism-largest-travel-market/> → es un blog de turismo responsable, donde se encuentran varios posts sobre turismo para discapacitados entre otros temas.
- <http://www.thebimblers.com/category/blog/> → este blog cuenta trata de una persona que tiene movilidad reducida pero ganas de retarse a sí misma y visitar diferentes ciudades con su silla de ruedas. Esta persona cuenta cada una de las experiencias vividas en cada uno de los lugares que visita.
- <http://blog.subastadeocio.es/turismo-inclusivo-porque-todos-podemos/> → este blog muestra la diferencia entre turismo accesible y turismo inclusivo, además de promocionar diferentes ciudades alrededor del mundo en las cuales se están poniendo en marcha medidas para que todos puedan desarrollar una actividad turística perfecta también promociona o aconseja las empresas que brindan accesibilidad y oportunidad.

Promocionar mi empresa en estos blogs o que salga mencionada sería perfecto, ya que al ser citado en posts por personas que han vivido la experiencia con la agencia o que viven experiencias turísticas en general y tienen algún tipo de discapacidad física, aporta confianza a clientes potenciales que puedo tener, por consiguiente, involuntariamente o voluntariamente, incita a las personas a hacer uso de los servicios que prestará *MICE para todos*.

5. Sistema KANBAN:

La empresa ofrecerá unos paquetes flexibles orientados a MICE para discapacitados físicos (movilidad reducida, invidencia y deficiencia auditiva). *MICE para todos* creará una serie de productos para eventos, convenciones, conferencias, viajes de incentivos, viajes respiro, teambuilding, viajes de apoyo,... es decir, organizará cualquier evento para quien así lo desee, teniendo como base la agrupación de una serie de productos/servicios, pudiendo añadir o quitar los opcionales o modificar dentro de lo posible los productos agrupados básicos.

Por otro lado, *MICE para todos* quiere organizar sus propios eventos y lanzar algo innovador, viajes grupales donde los grupos son formados por la empresa, es decir, se lanzará un viaje con una serie de actividades incluidas, por ejemplo, habrá 4 actividades a realizar incluidas y se tendrán que elegir de una lista de 10, las personas podrán apuntarse hasta llegar al cupo máximo (20 personas), por lo tanto se crea un grupo de desconocidos. En destino realizarán actividades todos juntos, además tendrán cenas concertadas para todos, desayunos,... Con esto se pretende conseguir que, de una forma divertida y experiencial, desarrollen sus habilidades sociales y comunicativas, que mejoren sus vidas cotidianas fortaleciendo la personalidad y otorgando confianza a cada una de las personas. El grupo habrá disfrutado de un viaje diferente a los demás, donde descubrirán que los límites más fuertes son los mentales y en consecuencia mejorará la vida diaria de cada uno de ellos, ya que habrán obtenido un desarrollo personal y emocional que marcará la diferencia en sus vidas.

Por otro lado, obviamente, también organizaremos paquetes flexibles de viajes para grupos ya formados, donde también obtengan un desarrollo emocional, social y personal con las actividades propuestas.

No obstante, quiero recalcar que *MICE para todos* sería una empresa receptiva, es decir, todo se desarrollaría en la isla de Mallorca. Con esto quiero subrayar que las personas de la propia isla, en vez de realizar un viaje, realizarían una estancia en un hotel durante una serie de días y realizarían actividades y demás acciones nombradas anteriormente, es decir, lo único que cambiaría sería que no tendrían que coger un avión o un barco para poder realizar esta propuesta.

Para lanzar la empresa al mercado de consumo, opto por comenzar lanzando un producto propio, es decir, los paquetes flexibles para grupos no organizados, para grupos creados por la empresa (producto explicado anteriormente).

En la siguiente página encontraremos un claro ejemplo de lo que podría ser uno de los productos a ofrecer.

Paquete Flexible Mallorca Experience	
Del 21/10/15 al 25/10/15 (5 días – 4 noches)	
<u>Producto base:</u>	<u>Actividades propuestas: (elegir 4)</u>
- Vuelos.	- Tiro con arco.
- Transfer adaptado.	- Visita al aquarium.
- Alojamiento: Hotel Tryp	- Marineland.
Bellver/Melia Palas Atenea.	- Museo Es Baluard.
- Cenas concertadas (4):	- Visita guiada por la ciudad.
Restaurante de tapas, restaurante	- Excursión cuevas del Drach
mallorquín, restaurante del hotel y	- Submarinismo.
cena con espectáculo.	- Navegación.
Precio Total → 600€/pareja – 400€/individual.	
Observaciones: si se necesita cualquier tipo de equipamiento extra, se ha de realizar una petición previa (no está incluido en el precio).	

A continuación encontramos un resumen de los servicios ofertados plasmados en una tabla:

OFERTA DE SERVICIOS DE MICE para todos	
Paquetes flexibles para grupos formados	Paquetes flexibles para conferencias
Paquetes flexibles para grupos formados por nosotros	Paquetes flexibles para reuniones
Paquetes flexibles para eventos varios	Paquetes flexibles de teambuilding
Paquetes flexibles para viajes de incentivos	Paquetes flexibles para viajes respiro

6. Previsión Financiera:

La previsión financiera para la puesta en marcha de este negocio asciende a 71.445,08€. A continuación se encuentra el desglose de la cantidad total, nombrada anteriormente:

PREVISIÓN PUESTA EN MARCHA DEL LOCAL		
Activos		Precio
Alquiler Local		600€
Materiales Oficina		2300€
3 Ordenadores		2200€
Adaptación Invidentes	Teclado	583.20€
	Lector de Pantalla	880€
Impresora Braille		1800€ - Thomas Pro
Toner Impresora Braille		700€
Impresora Multifunción		900€ - HP
Toner Impresora Multifunción		560€
Impresora Normal		40€ - Canon
Toner Impresora Normal		160€
Mobiliario IKEA		968.98€
Teléfonos (2)		40€
Línea Telefónica e Internet		600€/año (50€/mes – Moviestar)
TOTAL		12332,18€

Esta primera tabla detalla la inversión hacia los elementos necesarios para poder desarrollar la actividad turística de MICE.

En la segunda tabla veremos el desglose de gasto en recursos humanos que debería hacer la empresa para realizar de forma óptima el servicio ofertado:

PREVISIÓN DE PERSONAL	
<i>Cantidad Trabajadores</i>	<i>Coste</i>
Jefa de eventos	17500€
Retenciones y SS	1864,70€
Coordinadora de eventos sordo-muda	17000€
Retenciones y SS	374,10€
Coordinadora de eventos invidente	17000€
Retenciones y SS	374,10€
Coste Total	54112,90€

Y finalmente, la cuantía total a invertir en marketing ascendería a 5.000€, para poder tener una excelente puesta en marcha y darnos a conocer.

Quizás la cuantía inicial a invertir es elevada como consecuencia del material tecnológico prescindible y de la inversión en marketing, pero es necesaria para poder poner en marcha el proyecto y tener una buena penetración en el mercado. La previsión está hecha para un periodo de tiempo de 12 meses.

En suma, para el punto muerto de este proyecto se encuentra en el primer año con la venta de 140 paquetes en total. Contando con un 35% de la demanda total serán individuales a un precio de 400€ y un 65% dobles a un precio de 600€. Con esta cantidad de paquetes vendidos no tendríamos beneficio alguno, pero tampoco tendría pérdidas.

7. Resumen/summary:

Mi idea de proyecto se basa en ofrecer a las personas con discapacidad física (movilidad reducida, invidencia y deficiencia auditiva) la oportunidad de poder superarse y de experimentar el turismo desde diferentes ángulos, ya sea por ganas de obtener un desarrollo personal, social, comunicativo o de aprendizaje o gracias a las empresas que contribuyen a la inserción laboral de las personas minusválidas y quieren la igualdad en la sociedad.

My project idea is to offer to people with physical disabilities (limited movement, blindness and hearing impairment) the opportunity to excel and live tourism from different points of view, either by wanting to get a personal, social, communicative or learning or by companies that contribute to the employment of disabled persons and, also want the equality in all lives.

8. Bibliografía:

- acesitravel*. (s.f.). Obtenido de viajes accesibles: <http://www.acesitravel.com/>
- Accessible tourism reserach*. (s.f.). Obtenido de <http://accessibletourismresearch.blogspot.com.es/>
- APASCIDE*. (s.f.). Obtenido de Asociación Española de Padres de Sordociegos: <http://www.apascide.org/>
- Aqualand*. (s.f.). Obtenido de Parque acuático: <http://www.aqualand.es/elarenal/>
- Aquarium*. (s.f.). Obtenido de Zoo acuático: <http://palmaaquarium.com/>
- ASPAS-Mallorca*. (s.f.). Obtenido de Asociación de Padres y Amigos del Sordo: <http://aspasmallorca.com/>
- ASPROM*. (s.f.). Obtenido de Asociación Balear de Personas con Discapacidad Física: <http://www.asprom.net/>
- Canalis, X. (2014). Tendencias 2015 en congresos y convenciones: optimismo a la baja. *Hosteltur*.
- COCEMFE*. (s.f.). Obtenido de Confederación Española de Personas con Discapacidad Física y Orgánica: <http://www.cocemfe.es/portal/>
- Colegio La Purísima*. (s.f.). Obtenido de <http://la-purisima.org/wordpress/?lang=es>
- Equalitas Vitae*. (s.f.). Obtenido de Turismo accesible en Baleares: http://www.equalitasvitae.com/es/guia/guia_ccaa.php?id=4
- FAMMA*. (s.f.). Obtenido de Federación de Asociados de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de la Comunidad de Madrid: <http://www.famma.org/>
- Flamingo Tours*. (s.f.). Obtenido de Viajes adaptados: <http://www.flamingotours.co.za/>
- Fundación Handisport Mallorca*. (s.f.). Obtenido de <http://www.handisportmallorca.org/>
- Ilunion Viajes*. (s.f.). Obtenido de Viajes adaptados: <http://viajes.ilunion.com/>
- Juanpu Transfers*. (s.f.). Obtenido de Transfers adaptados: <http://www.juanpu-transfers.com/flota/>
- Mallorca Convention Bureau*. (s.f.). Obtenido de <http://www.mallorcacb.com/>
- Mallorca Convention Bureau. (2013). *Turismo de Reuniones en Mallorca*.
- Marcos Pérez, D., & González Velasco, D. J. (2003). *Turismo accesible "Hacia un Turismo para Todos"*. Mazars.

Mark. (10 de Diciembre de 2014). 30 Experts Predict The Event Trends That Will Shape Your 2015. Irlanda.

Minusval 2000. (s.f.). Obtenido de <http://www.minusval2000.com/ocioadaptado/baleares/hoteles.html#mall>

Museo Fundación Juan March. (s.f.). Obtenido de Museo : <http://www.march.es/arte/palma/?l=1>

OMS. (2011). *Informe mundial sobre la discapacidad* .

ONCE. (s.f.). Obtenido de Organización Nacional de Ciegos de España: <http://www.once.es/new>

Ortopedia en Mallorca. (s.f.). Obtenido de Alquiler de equipamiento para personas con movilidad reducida: <http://www.ortopediaenmallorca.com/>

Paginas amarillas. (s.f.). Obtenido de Alquiler de vehículos adaptados: <http://www.paginasamarillas.es/alquiler-vehiculo-adaptado/all-ma/baleares/all-is/mallorca/all-ba/all-pu/all-nc/1>

Puedo viajar. (s.f.). Obtenido de <http://blog.puedoviajar.es/>

Rent Express Mallorca. (s.f.). Obtenido de Alquiler de equipamiento para minusválidos, niños,...: <http://www.rentexpressmallorca.com/es/>

Runa Reisen. (s.f.). Obtenido de viajes adaptados: <http://www.runa-reisen.de/>

SIGNAR. (s.f.). Obtenido de Prestación de servicios de accesibilidad: <http://signar.org/>

Smith, J. (7 de Septiembre de 2013). Will accessible Tourism soon be the largest travel market?

Subasta de ocio. (s.f.). Obtenido de <http://blog.subastadeocio.es/turismo-inclusivo-porque-todos-podemos/>

The bimblers. (s.f.). Obtenido de <http://www.thebimblers.com/category/blog/>

Thornley-Brown, A. (30 de Diciembre de 2014).

UNAC. (s.f.). Obtenido de Unión de Asociaciones, Centros y Federaciones de Asistencia a Personas con Discapacidad de Baleares: <http://www.unacbaleares.com/>

Verdesicilia. (s.f.). Obtenido de Viajes adaptados: <http://www.verdesicilia.it/index.php/es/>

Viajeros sin límites. (s.f.). Obtenido de <http://www.viajerosinlimite.com/blog/>

Wtm responsible tourism. (s.f.). Obtenido de <http://blog.wtmresponsibletourism.com/2013/09/17/accessible-tourism-largest-travel-market/>