

TREBALL FINAL DE MÀSTER

**PROPOSTA D'EMPRESA DE
TURISME ACTIU**

INFINITE SPORTS

&

CONSULTING SL

**JORDI JOHER PRENAFETA I MANEL LOSADA TAGUA
MU GESTIÓ D'ORGANITZACIONS I PROJECTES ESPORTIUS**

CURS 2017/18

FPCEE BLANQUERNA (URL)

TUTOR: JORDI VIÑAS FORT

DIJOUS, 7 DE JUNY DE 2018

Índex

1. Resum executiu	3
2. Introducció	5
3. Equip emprenedor	7
4. Descripció de la idea i de l'oportunitat de negoci	9
5. Definició operativa	11
5.1. Pla de màrqueting	11
5.1.1. Anàlisi de mercat	11
5.1.2. Estudi de la competència	19
5.2. Pla d'operacions	34
5.2.1. Descripció del producte	34
5.2.2. Paquets d'activitats	37
5.2.3. Aspectes legals del producte	38
5.3. Pla de recursos humans	38
5.4. Pla jurídic i fiscal	41
5.5. Pla econòmic i financer	44
6. Conclusions	50
7. Referències bibliogràfiques	52
8. Annexos	53

1. Resum executiu

Aquest projecte consisteix en la proposta de creació d'una empresa dedicada al turisme actiu. Aquesta empresa, anomenada Infinite Sports & Consulting es dedicarà a donar solucions i a facilitar la pràctica esportiva i aquells aspectes relacionats amb aquesta a altres empreses i particulars. L'empresa, a l'inici, es centrarà en donar serveis relacionats amb el ciclisme de carretera, ja que és un esport que es troba a l'alça en l'actualitat. Així doncs, un dels primers serveis que s'oferiran als usuaris serà un sèrie de paquets que inclouran experiències ciclistes als llocs més emblemàtics d'Europa per a la pràctica d'aquest esport.

Tot i la gran oferta i diversitat que existeix en el mercat d'empreses que ofereixen un servei semblant al nostre, Infinte Sports & Consulting es distingirà de la competència per oferir als seus clients un serveis totalment exclusius i personalitzats. Aquests serveis, es basaran en oferir la possibilitat al client de realitzar durant una setmana les etapes i ports de muntanya més emblemàtics de les tres grans voltes ciclistes europees: el Tour de França, el Giro d'Itàlia i la Vuelta España. Aquestes experiències permetran a l'usuari viure durant una setmana com un vertader professional, ja que posarem a la seva disposició servei d'assistència mecànica i de fisioteràpia, a part de gestionar i encarregar-nos de tots els aspectes logístics que incideixen en un estància així: allotjament, àpats, transfers, bitllets d'avions, activitats complementàries, etc. El client només s'haurà de preocupar de pedalejar i de gaudir de l'experiència.

A més a més d'aquest servei, també s'oferirà al nostres clients la possibilitat de realitzar un stage de preparació esportiva per aquelles competicions o fites que s'hagin proposat.

Els nostres serveis, aniran dirigits a un perfil d'usuari molt específic, ja que es tracta d'experiències úniques, personalitzades i exclusives, fet que comporta un preu elevat per a cada un d'aquests packs.

Ens dirigirem principalment a clients amb un nivell econòmic mig-alt, majoritàriament estrangers, i que siguin apassionats i practicants freqüents del ciclisme de carretera.

Els serveis que oferirem en un inici centrats en el ciclisme de carretera són els següents:

- Experiència Gold
- Experiència Silver
- Stage Península (Sierra Nevada)

- Stage Illes Canàries

A part d'aquest quatre paquets, se'n derivarà un més que es basarà en la planificació anual d'entrenaments de ciclisme de carretera enfocats a fites o proves específiques proposades i marcades per cada un dels clients.

Pel que fa al rendiment econòmic d'aquesta proposta, creiem que seria un servei amb una bona acceptació i que es podria dur a terme en un curt període de temps. La viabilitat econòmica del projecte està pensada per a que en el primer any d'activitat es realitzin un total de 12 sortides, amb 68 clients que contractaran els nostres serveis. Això es veu reflectit en un nivell d'ingressos totals de 268.754€ i un beneficis nets el primer any de 62.950,15€. Per al segon any, està pensat augmentar fins a 18 les sortides a realitzar, fet que comportaria un augment dels clients que arribaria als 150 en total. Això repercutiria directament en els ingressos i beneficis nets del segon any d'activitat de l'empresa.

Per tal de promocionar i donar a conèixer la nostra proposta, es comptarà amb la col·laboració de dos personatges famosos en el món del ciclisme, que ens ajudaran a crear imatge d'empresa i a que la nostra proposta sigui més global. Aquests dos ciclistes seran la Sandra Jordà, i l'Alberto Losada. Aquest últim, ha estat ciclista pro tour fins l'any 2017.

A més a més, la distribució dels nostres serveis es realitzarà mitjançant touoperadors que ens facilitaran l'arribada al nostre públic objectiu.

2. Introducció

La idea principal del treball de final de màster és la de pensar, crear i desenvolupar una projecte de negoci que estigui protagonitzat per l'activitat física. D'aquesta forma, s'assegura la relació necessària d'esport i món empresarial i de gestió, motiu pel qual hem cursat durant aquest any aquest màster.

Com el títol del treball ja mostra, la nostra empresa s'anomena **Infinte Sports & Consulting SL**, i es tractarà d'una empresa dedicada a facilitar i donar serveis esportius de tots tipus als nostres clients.

L'objectiu principal del nostre treball és el de *realitzar una proposta de negoci dintre del sector esportiu, que ens permeti desenvolupar i posar en pràctica tots els conceptes tan pràctics com teòrics que hem anat experimentant durant aquest any.*

Per tant, durant el treball realitzat, han estat de gran importància tots aquells aprenentatges teòrics i pràctics sobre gestió esportiva i gestió empresarial que hem anat parlant i treballant a les diferents sessions durant aquest any de durada del màster en gestió d'organitzacions i projectes esportius.

La idea de negoci que es planteja i desenvolupa en aquest treball, tracta sobre la possibilitat d'oferir un servei de ciclisme de carretera molt exclusiu i personalitzat, en el que s'oferirà la possibilitat als usuaris de realitzar les grans etapes i els ports de muntanya més mítics de les diferents grans voltes ciclistes europees. El tret diferencial del nostre servei recaurà en la cura en que es realitzarà tot el procés i l'atenció personalitzada al màxim detall que rebran els nostres clients, per tal de permetre'ls viure l'experiència com si fossin ciclistes professionals en actiu. Per aconseguir-ho, comptarem amb diferents serveis complementaris a més a més de la pròpia experiència sobre la bicicleta, aconseguint que durant la seva estància amb la nostra empresa el client no s'hagi de preocupar per absolutament res. El nostre objectiu principal a l'hora de dur a terme aquesta activitat és que el client visqui una experiència inoblidable al nostre costat i que es senti tractat amb exclusivitat i amb una atenció immillorable.

Durant el treball, es desenvoluparan de forma més detinguda i curiosa aquells apartats referents a l'estudi de mercat i al màrqueting, i als aspectes relacionats amb el pla econòmic i viabilitat econòmica del nostre projecte.

Si volem oferir un servei exclusiu amb un preu elevat de mercat, serà de vital importància identificar de forma correcta la tipologia de clients a la que oferirem els nostres serveis. És per això, que el treball de camp de l'estudi de mercat té una importància rellevant en el nostre treball, ja que ens ha permès fer una radiografia del sector del ciclisme a Europa, i ens ha donat les eines per a identificar aquelles necessitats encara no cobertes. A part, l'apartat relacionat amb la explotació econòmica del negoci és especialment interessant també, ja que és la que marcarà a priori la viabilitat i possibilitat de tirar endavant un projecte d'aquestes característiques.

Creiem que és interessant una proposta de negoci com aquesta per tal de trencar amb la tipicitat de les ofertes que trobem avui en dia en el món del ciclisme de carretera amateur. Donar un punt d'exclusivitat i personalització extres al servei creiem que serà determinant i que agradarà al públic al que ens dirigirem.

Tot i l'envergadura del projecte i del treball que significaria dur-lo a la realitat, els dos membres del grup ens sentim molt identificats amb el negoci proposat i no descartem intentar fer-lo realitat en un període de temps no molt llarg.

3. Equip emprenedor

L'equip d'emprenedors d'aquest projecte està format per en Manel Losada Tagua i per en Jordi Joher Prenafeta. Ambdós, ens coneixem al setembre del 2017 amb motiu de l'inici del Màster Universitari en Gestió d'Organitzacions i Projectes Esportius que cursarem de forma conjunta durant aquest curs. Des de l'inici va existir un gran feeling entre nosaltres dos, però no va ser fins al moment que ens van demanar que escollíssim parella per a realitzar el treball de final de màster que no ens vam plantejar la possibilitat de treballar junts i compartir un projecte com aquest. Així doncs, l'entesa va ser total i es va iniciar d'aquesta forma el camí que ha acabat sent aquest projecte d'empresa i negoci.

En Manel LosadaTagua, té en l'actualitat 32 anys, i va finalitzar els seus estudis de CAFE a l'INEFC de Lleida l'any 2010. Ha treballat com a tècnic esportiu, Team Manager d'un pilot professional de motociclisme, ha estat CEO d'empreses cosmètiques com KLS i LDA, i és en l'actualitat Bomber Voluntari de la Generalitat de Catalunya. A dia d'avui, treballa a Dorna Sports, fruit de les seves pràctiques realitzades durant el màster.

En Jordi Joher Prenafeta, té en l'actualitat 27 anys, i és graduat en CAFE per la Universitat Blanquerna al juny de l'any 2017. Ha treballat com a tècnic esportiu, tant d'activitats extraescolars de multi esports i de basquetbol. En l'actualitat és coordinador esportiu del club de bàsquet de Sant Fost de Campsentelles.

En el moment d'escollir parella per a realitzar el treball de final de màster, vam creure molt convenient i encertat formar parella ja que pensem que els nostres perfils són idonis per al desenvolupament del projecte. Entre els dos hi ha una gran afinitat des de l'inici del curs, tenint formes de pensar, treballar i actuar molt similars i properes. A més a més, el fet de provenir de mons esportius diferents ens permet tenir una visió més àmplia i global del sector esportiu en l'actualitat. Un altre punt que ens juga a favor és el fet de tenir experiències laborals variades i en àmbits molt diferents, com podria ser el món empresarial dirigit a la cosmètica, i un sector més educatiu i pedagògic dirigit a la iniciació de nenes i nens al món de l'esport amb només cinc i sis anys. Aquesta varietat, ens dóna una certa capacitat a l'hora de treballar diferents aspectes i a l'hora d'opinar, enriquint sempre de forma complementaria els nostres punts de vista.

Tot i aquestes característiques a priori diferents però que ens complementen a la perfecció, el més important és que tant un com l'altre ens considerem persones disciplinades i treballadores, fet que ajuda a que el funcionament de la parella a l'hora de treballar i tirar endavant la feina sigui correcte i assegura gairebé del tot l'absència de conflictes. Per últim, i segurament el factor més important, ha estat les ganes d'emprendre de tots dos components del grup. Tant un com l'altre senten gran atracció i interès per el món de l'empresa i de la gestió més purament empresarial, sempre si pot ser, relacionada amb l'esport. És per això, que no vam dubtar ni un segon a l'hora de formar equip i de tirar endavant la nostra proposta d'empresa i negoci per aquest treball de final de màster.

4. Descripció de la idea i de l'oportunitat de negoci

La idea de negoci va enfocada a la creació d'una empresa de turisme actiu dedicada al món del ciclisme de carretera. El que pretenem, és oferir als clients la possibilitat de realitzar les etapes més mítiques i emblemàtiques de les grans voltes ciclistes europees, de forma exclusiva i molt personalitzada. El que buscarem serà que els practicants puguin viure l'experiència com si fossin ciclistes professionals, així doncs, no s'hauran de preocupar dels aspectes logístics, com són el viatge, transport de bicicletes, organització de les etapes, allotjaments, àpats, etc.

Aquesta idea de negoci va sorgir de l'interès dels dos membres del grup per al turisme actiu i de l'atenció que havíem mostrat ja per a aquest tipus d'empreses. A més a més, després d'un viatge a Mallorca, vam veure com una empresa Alemanya establerta a l'illa, oferia un servei de lloguer de bicicletes de carretera. Des d'aquest punt de partida, vam pensar que a qualsevol apassionat del ciclisme li agradaria realitzar com a mínim un cop a la seva vida els ports més mítics i coneguts del Tour de França, del Giro d'Itàlia i de la Volta a Espanya.

La principal necessitat que es vol cobrir és la d'oferir la possibilitat als apassionats del ciclisme de fer l'esport que més els hi agrada en les millors zones d'Europa per a la pràctica d'aquest esport, sense la necessitat de viatjar amb la teva bicicleta i amb els problemes que això en multitud de casos ocasiona.

Hem detectat que les empreses actuals (en altres zones de la geografia) donen possibilitats diferents a les nostres i creiem que no són tan complertes. Nosaltres oferim una experiència total on el client només s'haurà de preocupar de pedalejar i de gaudir de les activitats. A més a més, comptarem amb la imatge com a empresa d'un ex-ciclista professional que participarà en el projecte, fet que distingirà encara més la nostra proposta de les ja existents.

Els nostres serveis aniran destinats principalment a un col·lectiu amb un nivell econòmic mig-alt, a un públic majoritàriament estranger, apassionats i practicants freqüents del ciclisme de carretera, que busquin la realització d'esport de recreació juntament amb un grup de persones, i que busquin trencar amb la rutina i variar el seu entorn de pràctica habitual.

La nostra oferta estarà composta per diferents serveis que s'ajustaran a les necessitats dels clients esperant així satisfer-les de forma satisfactòria i significativa per a ells.

5. Definició operativa

5.1 Pla de Màrqueting

5.1.1 Anàlisi de mercat

El turisme esportiu està cada cop més en alça, sobretot el referent a ciclisme. En aquest context, la bicicleta no només és un mitjà de transport, sinó també una part integral de l'experiència turística. El cicloturisme pot ser de base central (on el turista es troba en un lloc determinat durant diversos dies i fa sortides de bici de un dia, retornant a la mateixa base) o com a recorregut (el lloc d'inici no és el mateix que el lloc de destí).

Podem diferenciar diversos objectius en la pràctica del ciclisme i diverses intensitats. Les activitats que s'ofereixen poden anar des de la vessant lúdica o recreativa al rendiment, per aquesta raó el públic objectiu pot ser molt variat.

Podem dir que el mercat al qual pertany el cicloturisme és el del mercat d'esports d'aventura o del turisme esportiu.

Segons les recerques realitzades, podem identificar algunes de les característiques generals dels turistes Europeus que consumeixen serveis semblants al nostre:

- Públic majoritàriament masculí
- Edats compreses entre els 40 i 60 anys
- En general, són persones altament qualificades i amb elevats ingressos.
- Gaudeixen del ciclisme com a forma d'esport o exercici físic.
- Els agrada estar en contacte amb la natura.
- Sovint viatgen en parella o en grups reduïts.
- Sovint s'organitzen els viatges i l'allotjament per ells mateixos.

Podem distingir quatre segments principals dels cicloturistes, en funció de la freqüència amb que es desplacen amb bicicleta:

1. Ciclistes d'oci amb poca freqüència d'activitat

Són persones que raras vegades circulen. És probable que hagin practicat ciclisme en la joventut, però rara vegada practiquen en l'edat adulta. Potser que ni tan sols tinguin una bicicleta, però si la tenen, gairebé mai l'utilitzen. Estan interessats en el ciclisme de poc recorregut i les vacances en bicicleta emmarcades com a mitjà per a veure el paisatge escènic a un ritme moderat. S'estima que aquest segment supera els altres segments.

2. Ciclistes d'oci ocasionals

Aquest segment inclou persones que es desplacen per plaer unes quantes vegades l'any, principalment durant l'estiu. Estan especialment interessats en els recorreguts entre 30 o 40 quilòmetres, en camins rurals tranquils i de baix trànsit. Es calcula que és el segon segment més gran, que ofereix oportunitats per als viatges en bicicleta diürns com a activitat addicional.

3. Ciclistes d'oci freqüents

Aquestes són persones que recorren aproximadament d'una o dues vegades a quinze dies durant l'estiu, i possiblement almenys una o dues vegades durant l'hivern. Estan especialment interessats en passejades amb bicicleta de 40 a 60 quilòmetres en camins rurals tranquils i camins amb trànsit baix.

4. Entusiastes del ciclisme

Aquest segment inclou persones que facin ciclisme d'oci com a mínim un cop per setmana, sigui l'època de l'any que sigui, encara que potser amb menys freqüència durant l'hivern. Generalment porten la seva pròpia bicicleta i estan especialment interessats en viatges de ciclisme més llargs (mes de 60 quilòmetres) i viatges de ciclisme independents. Tendeixen a planificar els seus propis passejos, utilitzant bases de dades d'internet o aplicacions específiques. Encara que aquest és el segment més petit, ofereix oportunitats interessants per als proveïdors de cicloturisme, ja que són els que tenen més possibilitats de fer viatges a l'estranger.

Per altra banda, hem de tenir en consideració una sèrie d'aspectes relacionats amb l'activitat, que el usuari o client valora molt:

- Seguretat

La seguretat és un dels requisits més importants per als ciclistes de tots els segments. La seguretat inclou aspectes com àrees de ciclisme segur i rutes (per exemple, rutes sense trànsit o rutes amb baixa densitat de trànsit) i equipament segur. La investigació mostra que els nivells d'ús del ciclisme són més alts en zones on s'ha desenvolupat vies ciclistes sense trànsit.

- Infraestructures de ciclisme

Una bona infraestructura ciclista és un altre requisit principal dels turistes europeus en bicicleta. Això inclou, per exemple, diverses rutes de ciclisme, bona qualitat de la superfície de la carretera, senyalització de rutes clara i consistent, mapes de ruta,

material informatiu sobre visites turístiques, botigues de manteniment de ciclisme, infraestructures en llocs de descans i accés al transport públic.

- Material destacat

Els cicloturismes s'utilitzen amb estàndards d'alta qualitat. Esperen que les bicicletes i el material relacionat a la seva destinació de vacances també sigui de bona qualitat.

- Allotjament Bike Friendly

Els cicloturismes prefereixen allotjar-se en instal·lacions que estan adaptades per a guardar i preparar les seves bicicletes. Aquestes instal·lacions inclouen, per exemple, espai per emmagatzematge de bicicletes, recepció de bicicletes, esmorzar per a ciclistes, informació específica sobre rutes i també serveis de transport d'equipatges.

- Transport d'equipatge

En el cas de cicloturismes que fan rutes amb un inici de l'activitat i el final diferent esperen que el seu equipatge sigui transportat mentre que ells fan l'activitat i que estigui al lloc quan han arribat.

- Guies experts de la zona

Aquest perfil de turista necessita que els seus guies tinguin coneixement sobre diversos temes, com ara ajuts, reparacions de bicicletes i naturalesa i cultura locals. Un altre aspecte important és que parlin el seu idioma i si és possible del seu país.

La demanda de cicloturisme a Europa

El cicloturisme és un nínxol de mercat important dins del turisme d'aventura i ofereix interessants oportunitats per generar comerç local, especialment per a les zones rurals. Segons una enquesta global de l'associació de comerciants de turisme d'aventura el 2017, el 46% dels ingressos de les companyies de turisme d'aventura es deriven de les vendes de viatges en bicicleta o serveis de viatges relacionats amb el ciclisme. La mateixa enquesta també va indicar que la demanda de viatges augmenta. Les reserves de viatges en bicicleta entre novembre de 2013 i abril de 2017 van ser de un 47% superiors a l'any anterior. El principal factor d'aquest increment són les vacances actives, el creixement de l'interès de les vacances "verdes" i el creixement de les vacances de recreació en el camp.

Europa és una de les principals regions d'origen dels cicloturistes

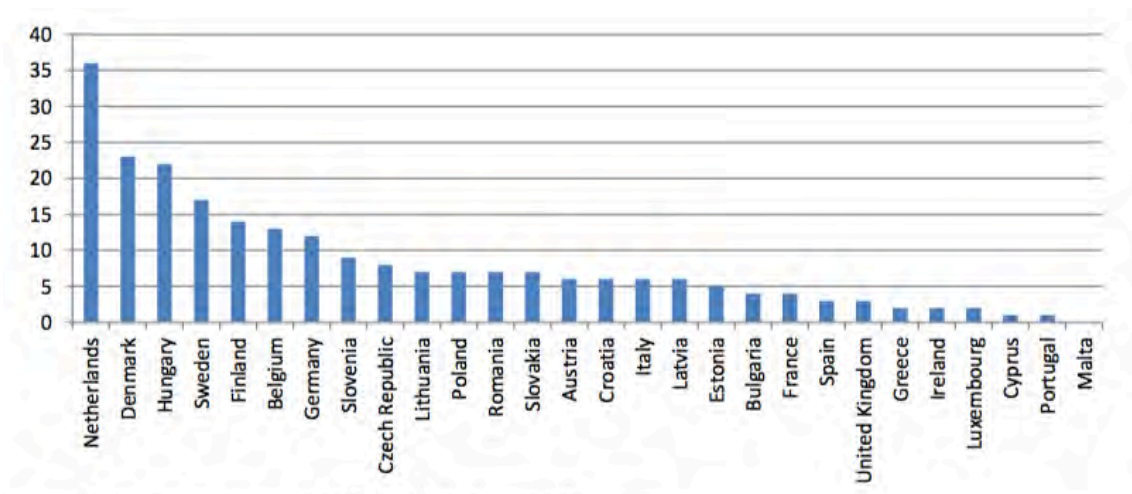
Europa és el segon mercat font per al cicloturisme després dels EUA. Segons l'associació de comerciants de turisme d'aventura, el 42% de les reserves de viatges en

bicicleta es van originar a Amèrica del Nord, el 38% d'Europa, el 6% d'Oceania, el 5% d'Amèrica del Sud, el 4% d'Àsia i el 3% d'Àfrica.

Ús de bicicletes

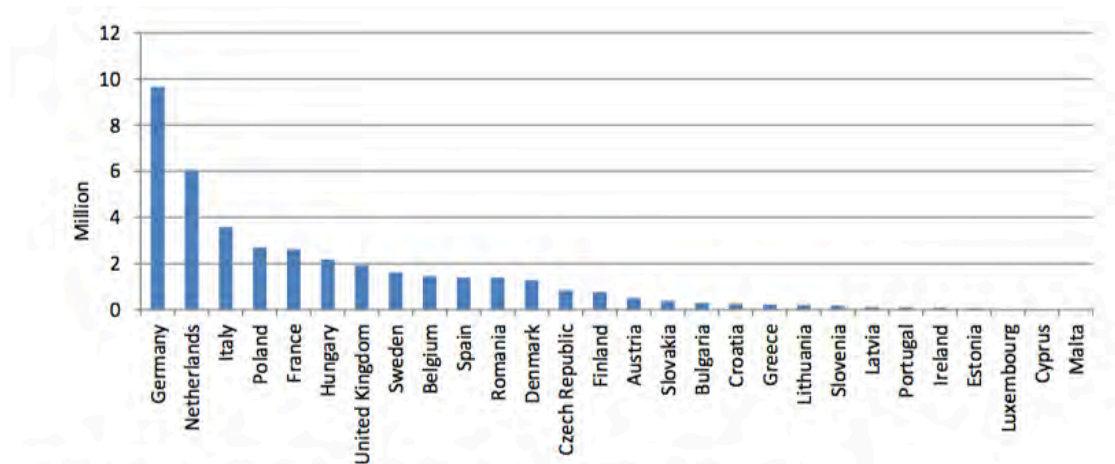
L'ús de les bicicletes dóna una indicació de la importància del ciclisme en un país en general. Al voltant del 8% de la població europea utilitza la bicicleta com el mitjà de transport més utilitzat, que representa prop de 42 milions de persones. L'ús de bicicletes varia significativament entre els països europeus. La gent dels països baixos és, amb molt diferència, la que més tendeix utilitzar una bicicleta, segons la investigació de la comissió europea. Això fa que Holanda sigui un mercat objectiu interessant per al cicloturisme. En xifres absolutes, Alemanya pren el lideratge.

Ús relatiu de la bicicleta com a mitjà de transport més utilitzat, països de la UE28, 2017, en% de la població



Source: Eurobarometer 'Quality of Transport' of the European Commission

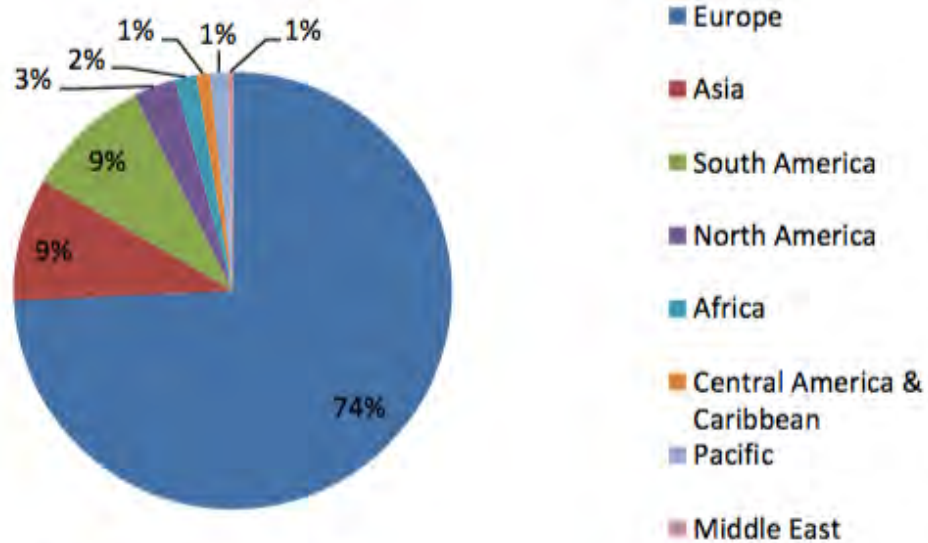
Ús absolut de la bicicleta com a mode de transport més utilitzat, països de la UE28, 2017, en milions



Source: Eurobarometer 'Quality of Transport' of the European Commission and Eurostat

Destinacions turístiques de ciclisme populars

El mercat del cicloturisme és prioritàriament domèstic. Els experts en la indústria estimen que al voltant del 10% dels viatges en bicicleta es duen a terme a l'estranger. Els països europeus com Alemanya, Àustria, Dinamarca, Suïssa i França són els destins turístics més populars del ciclisme. Els viatges de ciclisme fora d'Europa tenen lloc a una escala molt més petita. Les destinacions de llarg recorregut més populars per al turisme ciclista es poden trobar especialment al sud-est d'Àsia (per exemple a Laos, Vietnam, Cambodja i Tailàndia), Amèrica del sud i Àfrica (Kenya).

Ubicació dels itineraris turístics de ciclisme oferts, per continent, 2017, en%

Source: Adventure Tourism Trade Association

Impacte econòmic del sector de la bicicleta l'any 2016:

- 1.300M€ anuals a Catalunya
- Venta de bicicletes i components: 580M€
- Cicloturisme amb pernoctacions: 285M€
- Excursionisme en bicicleta: 330M€
- Esport: 40M€
 - o Esdeveniments: 27M€
 - o Ciclisme professional: 4M€
 - o Clubs esportius, escoles i federacions: 7M€
- Inversions infraestructures ciclisme: 65M€

Més dades...

Al 2016, el 20,54% del total de vendes ha estat de bicicletes de carretera.

El 46% de les empreses dedicades al sector de la bicicleta es troben a Catalunya.

El preu mitjà que es gasta el consumidor en la compra d'una bicicleta és de 535€, això suposa un 30% respecte a l'any anterior (2015).

Característiques del servei**1. Major personalització**

Els cicloturistes exigeixen cada vegada més itineraris de ciclisme personalitzats en comptes d'itineraris estandarditzats, especialment en els mercats font més turístics del nord i l'Europa occidental. Els proveïdors d'activitats de cicloturisme dels països en desenvolupament han d'utilitzar-ho en benefici d'ells, convertint-se en un facilitador de viatges en comptes d'un proveïdor de viatges estàndard.

2. Viatges familiars o multi generacionals

Els operadors turístics europeus estan observant un tendència cap als viatges multi generacionals, també en el mercat del cicloturisme. S'espera que aquesta tendència continuï a causa de l'envelliment de la població europea i de la forma física més forta dels majors. Moltes persones grans veuen el viatge com un excel·lent manera de crear records inoblidables amb els seus fills i néts.

3. Experiències de ciclisme com a complement

Les experiències de cicloturisme s'incorporen cada vegada més com a part d'un programa de vacances. Els creuers fluvials, per exemple, inclouen bicicletes per oferir als passatgers la possibilitat d'explorar les costes. Els viatges en bicicleta també s'afegeixen cada vegada més als viatges a la ciutat com a excursions d'un dia o fins i tot més.

Requisits addicionals: Fiabilitat

Els operadors turístics europeus busquen socis professionals fiables. Per tant, sovint demanen als seus socis que s'adhereixin a un codi de conducta que han establert, en general, incloent requisits de salut i seguretat, ètica empresarial i responsabilitat social. A més, veuen la pertinença a associacions i xarxes del sector nacional i internacional com a prova de fiabilitat i professionalitat.

- Responsabilitat

Els operadors turístics europeus demanen cada cop més als socis sobre l'existència d'una assegurança de responsabilitat civil per cobrir possibles danys i accidents que pateixen els clients durant les seves vacances, especialment per viatjar fora d'Europa. Això és degut a que les seves pròpies assegurances de responsabilitat sovint no cobreixen els danys causats per tercers. Els proveïdors de turisme que tinguin aquesta assegurança tenen un avantatge important sobre els que no ho fan.

- ISO per al turisme d'aventura

Les vacances en bicicleta es consideren un nínxol de mercat de turisme d'aventura. ISO ha desenvolupat dos estàndards internacionals per donar suport a pràctiques segures en el turisme d'aventura, que poden servir de guia per millorar la seguretat del turisme d'aventura, inclòs el ciclisme.

- Etiquetes de sostenibilitat

El ciclisme generalment està centrat en la naturalesa. Per tant, la sostenibilitat té un paper més important que en els segments principals com el turisme de sol i platja. Els operadors turístics europeus no requereixen directament etiquetes de sostenibilitat, però si poden triar entre empreses sostenibles i negocis comparables sense una etiqueta, sovint optaran per l'opció sostenible. La integració d'elements sostenibles en el nostre producte, per tant, li proporciona un avantatge competitiu. Hi ha moltes etiquetes diferents per als mercats mundials, europeus i locals, cosa que fa que sigui difícil triar o reconèixer una etiqueta. Exemples de programes de certificació de turisme sostenible i/o verd verificables globals són Green Globe, Rainforest Alliance i Travelife. També hi ha iniciatives locals de sostenibilitat, com ara Smartvoyager a Equador i Green Lotus a Vietnam.

Quins són els canals de comerç i els segments interessants al mercat europeu per al cicloturisme?

L'estructura comercial del cicloturisme d'Europa no difereix significativament de l'estructura comercial del turisme de llarg recorregut en general. Els canals comercials més importants per als proveïdors de turisme ciclista als països en desenvolupament són operadors turístics locals d'entrada, operadors turístics europeus especialitzats en bicicleta, associacions ciclistes i vendes directes.

1. Operadors turístics especialitzats

La gran majoria dels turistes europeus en bicicleta són majors de 40 anys que sovint prefereixen reservar a través d'operadors turístics, especialment per a destinacions de llarg recorregut. El mercat europeu de vacances de llarg recorregut en bicicleta està fragmentat i atès per un elevat nombre d'operadors turístics especialitzats en ciclisme. Ofereixen principalment visites a mida i necessiten socis locals fiables, com ara operadors turístics entrants o companyies de gestió de destinació per seleccionar paquets/visites per a ells i ajudar-los a organitzar els viatges. Els operadors turístics

europaus especialitzats en viatges a la ciutat o viatges rodons també poden ser socis interessants, ja que el ciclisme podria ser un add-on d'un dia per a aquests operadors turístics.

2. Negocis a través d'associacions

Alguns ciclistes europeus s'han incorporat a associacions/clubs de membres per a ciclistes, especialment des del segment de ciclistes. Als Països Baixos, per exemple, més de 60.000 ciclistes són membres d'associacions/clubs de ciclisme. Per als proveïdors de turisme ciclista als països en desenvolupament, hi ha un gran valor a l'hora d'apropar-se a aquests clubs. Aquests clubs no només poden organitzar excursions turístiques en bicicleta per als seus membres, sinó que també ofereixen accés directe als clients potencials.

3. Vendes directes

Alguns cicloturistes organitzen les seves vacances en bicicleta per si mateixes, especialment en el segment d'aficionats al ciclisme. Ometen els operadors turístics i contacten directament amb les empreses turístiques del país de destinació. Sovint utilitzen Internet com a font d'informació, com ara els mitjans de comunicació social i els fòrums i comunitats de ciclisme en línia.

5.1.2 Estudi de la competència

Per poder conèixer la realitat del mercat, hem de saber quins són els competidors principals en el mercat Espanyol i en el mercat Mundial per a poder estructurar les nostres estratègies i així ser el més efectius possibles.

En un servei tant concret com el que ens disposem a oferir i que hi ha tants competidors, realitzar un bon anàlisi de la competència ens permetrà descobrir quin és el tret diferencial envers als competidors i tenir un avantatge competitiu que pot ser la clau de l'èxit del projecte.

1. Els objectius que volem aconseguir amb l'anàlisi de la competència són:

- Identificar els principals competidors i tendències del mercat
- Trobar la diferenciació i avantatge competitiva
- Localitzar l'oportunitat de negoci
- Anticipar-se a la reacció de la competència

2. Els factors que volem analitzar són els següents:

- Recerca de les empreses més rellevants
- Localització de les activitats
- Tipologia de client
- Tipologia de serveis
- Preus
- Materials utilitzats
- Estratègia de comunicació i venda
- Anàlisi de l'estratègia online
- Serveis complementaris
- Missió, visió i valors

3. Metodologia de recerca de la informació

Principalment hem utilitzat la recerca mitjançant internet per a recopilar informació de les empreses del sector i altres empreses relacionades amb el turisme esportiu o el cicloturisme.

4. Principals empreses de cicloturisme de Espanya



5. Principals empreses de cicloturisme d'Europa



Altres empreses del sector

- GRUP RPM MKTG

RPM Events → organització esdeveniments de tota mena

RPM Marketing → consultoria, gestió marketing, llançament productes

RPM Sports → creació esdeveniments esportius, consultoria i sponsorship.

Exemples: Titan Desert, Dakar, etc

Lloc web: alesport.com

- A.S.O.: Amary Sport Organisation

Dissenya, organitza i té en propietat esdeveniments esportiu internacionals.

Ofereix 250 dies a l'any d'activitats, en més de 70 esdeveniments i en 21 països diferents.

Exemples: Le Tour de France, Dakar, Marathon París, etc

Lloc web: aso.fr

- AVENTURISMO

Pertany al grup RPM MKTG.

Agència de viatges especialitzada en packs per a proves esportives.

Motor: F1

Marathon: BCN, Berlín, París,...

Ciclisme: Titan Desert, Powerade Madrid-Lisbon,...

Lloc web: aventurisme.es

- SPORT NO LIMIT TRAVEL

Agència de viatges que ofereix paquets per a diferents esdeveniments esportius (triatló, ciclisme i running).

A més, ofereix rutes cicloturistes i training camps (triatló, ciclisme, running).

Lloc web: sportnolimittravel.com

6. Principals zones on es realitzen les activitats

Com que en una primera fase del negoci, només ens centrarem en Europa, hem localitzat les principals zones de pràctica del ciclisme d'Europa.



7. Serveis oferts per les empreses

A continuació passem a detallar els serveis que ofereixen les empreses competidores en el sector turístic relacionat al ciclisme.

Com es pot observar, no existeix molta diferenciació ja que totes tenen els mateixos paquets. L'única diferència que podem trobar és una empresa que tenen bicis per llogar durant l'activitat. Aquesta empresa, Trek Travel, és la que té un servei més complet i que pot ser la que s'enfoca al mateix públic objectiu que nosaltres.

a) Serveis Bàsics

- Avituallament durant activitat
- Assegurança d'accidents
- Obsequi per participar
- Welcome pack
- Mapes de la ruta

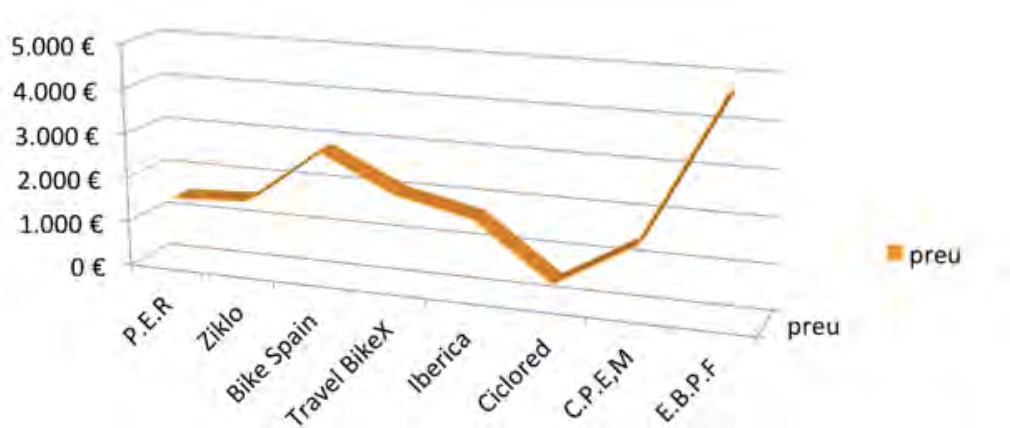
b) Serveis Complementaris (es paga per adquirir el servei)

- Maillot de l'activitat
- Desplaçament durant l'estada
- Allotjament
- Vehicle de recolzament
- Assistència en ruta
- Neteja i manteniment de la bici
- Servei de guia
- Transport d'equipatges
- Massatgista
- Personal de recolzament
- Llibre de ruta
- Atenció personalitzada abans del viatge
- Fotos de l'experiència
- Nutrició esportiva
- Possibilitat de que vagin acompanyants
- Turisme per la ciutat
- Kit de primers auxilis
- Organització de la ruta
- Garatge de bicis
- Lloguer de bicis

El que hem pogut observar amb aquest anàlisi de les activitats o serveis prestats per la resta d'empreses és que els serveis bàsics són molt simples, i només permeten al usuari beneficiar-se d'aspectes com els itineraris a realitzar, l'assegurança per a fer l'activitat o l'obsequi per fer la reserva.

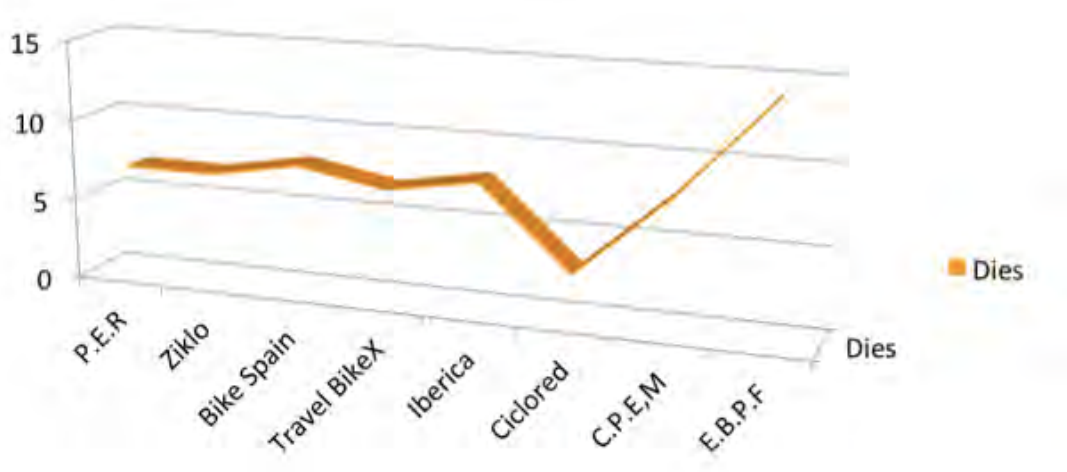
Aquest fet fa que el servei sigui molt econòmic, però el factor determinant és que a mesura que vas incorporant altres serveis, el preu final puja exponencialment.

8. Preu del servei de les empreses nacionals.



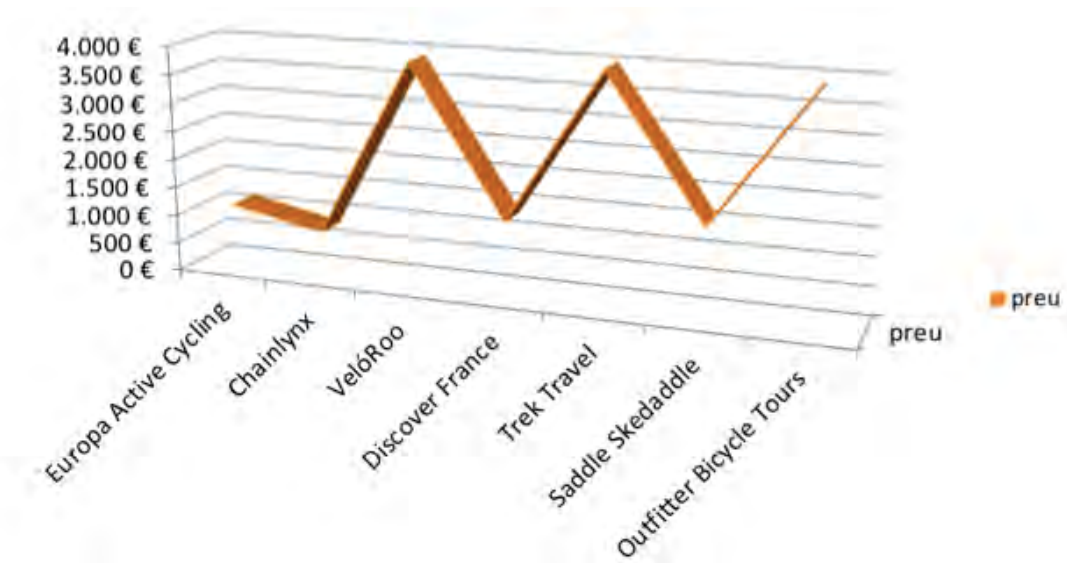
Les empreses nacionals estan al voltant dels 1.800€ de mitjana per el paquet cicloturista. El valor més econòmic el trobaríem en l'empresa Ciclored que seria de 850€ i el més car a l'empresa E.B.P.F amb uns 4.850€.

9. Dies d'activitat de les empreses nacionals.



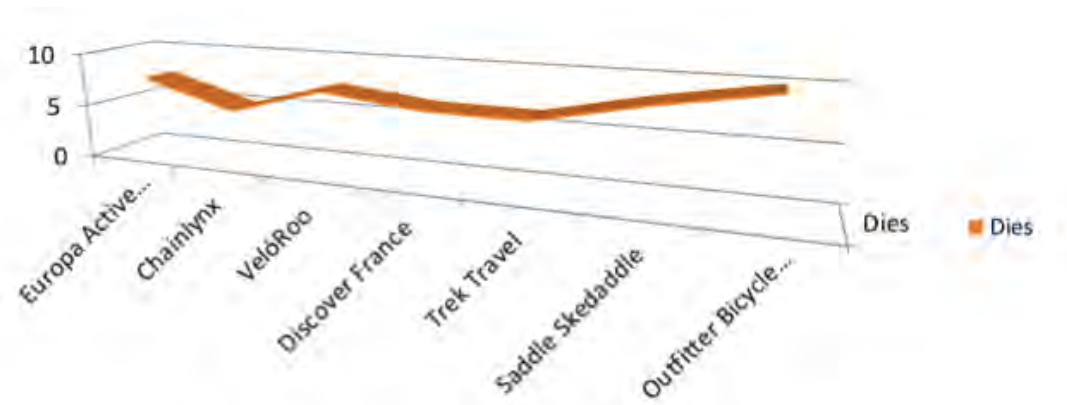
Pel que fa als dies d'activitat de les empreses nacionals, podem observar que la majoria ofereixen paquets d'una durada de 7 o 8 dies. En aquest cas, creiem que s'adapten a les necessitats de mercat. Podem observar que va en consonància el preu amb la durada de l'activitat ja que veiem que Ciclored té una durada de 4 dies (coincidint amb el preu més baix) i E.B.P.F una durada de 14 dies (coincidint amb el preu més alt).

10. Preu del servei de les empreses internacionals



En aquest gràfic podem observar el preu de les activitats de les empreses internacionals. En aquest cas, amb diferència amb les empreses espanyoles, hi ha més variació de preus, tot i que trobem empreses amb preus més elevats. El preu mínim per el paquet d'activitats és de 700€ i el preu màxim és de 4.000€.

11. Dies d'activitat de les empreses internacionals



Els dies d'activitats a diferència de les empreses espanyoles, no és tant diferent i no depèn del preu del servei. En aquest cas, veiem que la mitjana es troba entre els 7 i 8 dies, com en el cas anterior.

Comunicació de les empreses

Empresa	twitter	facebook	youtube	instagram
Pirineos en ruta		5016	5	
Travel Bike X		1626		
Ciclo Red	4651	4941	38	
Ibérica Coast to Coast	467	4749		
Bike Spain Tours	298	848		258
Corriendo por el mundo	518	1315	3	210
En bici por Francia	845	11884		2577
Ziklo	676	2866		1157
europe active cycling		2571		
Discover france	5059	10715	73	
Trek travel	10500	40428	1212	10700
veloroo	26	612		
outfitter byculce tours	590	1482		
Chainlynx cycling tours	32	362		328
saddle skedabble	5329	3685	244	1224

En aquesta gràfica podem veure l'ús de les xarxes socials i els seguidors que tenen les diferents empreses en cada un d'aquets mitjans.

El que podem observar és que la principal eina que utilitzen totes les empreses és el Facebook, ja que és l'única que la tenen totes.

En segona posició trobem el Twitter, que la tenen totes les empreses menys 3, però podem observar que els usuaris són molt menors en comparació amb els de Facebook.

El canal que nosaltres volem explotar més és potser el menys utilitzat per part dels competidors. El Youtube només l'utilitzen 6 empreses i tenen molt pocs subscriptors a les seves pàgines.

12. Diagnòstic estratègic

Per tal d'avaluar la estratègia que volem dur a terme, primer hem de fer un anàlisi intern i extern de la nostra empresa i de l'idea de negoci. És fonamental saber els nostres punts dèbils per poder corregir-los o que incideixin el menys possible i a la vegada tenir clars els punts forts per a potenciar-los i aprofitar l'avantatge competitiu que ens pot donar. També és necessari saber les amenaces que podem tenir dels nostres competidors i les oportunitats del mercat.

Per a poder fer aquest anàlisi intern, hem utilitzat un anàlisi DAFO, en el qual podrem veure les nostres debilitats, les amenaces, les fortaleces i les oportunitats.



Estratègia de comunicació i venda

Per a poder diferenciar-nos dels nostres competidors creiem que hem d'utilitzar diferents mitjans per a la promoció del nostre negoci i per a realitzar una difusió diferent de les activitats.

Una de les principals diferències és que com a imatge de les nostres activitats cicloturistes tenim a dos ex-professionals del ciclisme que col·laboren amb nosaltres, un és Alberto Losada i l'altra és Sandra Jordà, això farà que des del començament les activitats que plantejem tinguin un ressò més gran.

Per altra banda, utilitzarem aquestes dos figures per a poder comunicar d'una forma diferent a través de les nostres xarxes socials, donant contingut valuós per als amants de les bicicletes.

Un exemple d'aquest contingut és penjar vídeos setmanals al nostre canal de Youtube per ensenyar estratègies d'entrenament en diferents situacions.

Els diferents canals que utilitzarem són:

- **Twitter:** on penjarem notícies, contingut orientat a la informació tècnica sobre els grans ports, entrenaments, aspectes de nutrició.
- **Instagram:** imatges i vídeos de les sortides o per promocionar el nostre canal de Youtube.
- **Youtube:** El canal més important per a nosaltres, ja que cada vegada més el públic objectiu consumeix aquest tipus de contingut i ens permet arribar a molta gent. Aquí penjarem vídeos setmanals amb els dos protagonistes per tal d'ensenyar aspectes importants del ciclisme.
- **Facebook:** més enfocat a la imatge del producte, informació de les activitats i dates d'aquestes activitats.
- **Pagina web:** on es podrà veure els serveis oferts, rutes, possibilitats de personalització de l'activitat i reserva de les activitats.

Per altra banda, hem arribat a un acord amb Alberto Losada per a que a través de la seva botiga de bicis Protour Barcelona ens faci part de la comunicació i venda d'aquets paquets.

La gran majoria de les ventes vindran a través de tour operadors a nivell europeu, sobretot de països com Holanda, Alemanya, Regne Unit o EEUU. Aquest és un dels factors claus per a la venda ràpida del nostre servei i de la globalització d'aquest.

Perfil de comprador del servei



Com podem observar el perfil del nostre potencial usuari és un home, entre 40 i 60 anys, amb una posició econòmica força alta, amb estudis superiors i per al qual l'esport forma part de la seva vida diària.

Li agrada fer viatges culturals i esportius i també li agrada fer-los acompanyat, no sempre de persones que coneix.

És un apassionat del ciclisme de carretera i té el somni de realitzar les grans ascensions als mítics ports de muntanya de les grans curses internacionals.

Li agradaria sentir-se com un professional, tot i saber que té una condició física mitjana-alta.

Al nostre comprador li agrada comprar a través de tour operador, i li agrada principalment que tot estigui programat i preparat. Li agrada els productes de qualitat i està disposat a pagar un preu elevat per un servei d'aquestes característiques.

Les conclusions de l'estudi de mercat són les següents:

- Sobre els competidors
 - Similitud d'oferta per part de totes les empreses
 - Preus elevats pel servei ofert
 - Poc personalitzat
 - No són activitats amb tot inclòs
 - La majoria es limiten a l'atenció durant l'activitat
 - La majoria es compra mitjançant pàgina web

- Sobre el nostre servei
 - Alt grau de personalització i professionalització
 - Atenció abans, durant i després de l'activitat
 - Tot està inclòs en l'experiència
 - Materials de qualitat per a fer l'activitat
 - Clients acompanyats en tot el procés

- Sobre els nostres usuaris
 - Volen personalització
 - No els importa pagar un preu elevat per un servei de qualitat
 - Majoritàriament seran estrangers
 - Els hi agrada el tot inclòs
 - No es volen preocupar de res durant l'activitat
 - Els serveis complementaris són importants

Proposta de valor diferencial

L'experiència que plantegem no és solament una ruta cicloturista, sinó que és l'experiència de la vida, pels amants del ciclisme.

Hi ha diversos trets diferencials en l'experiència que oferim, però el principal és el de realitzar l'experiència de pujar els ports mes mítics de les grans voltes com un professional.

Què vol dir com un professional, doncs amb l'acompanyament que tenen els professionals:

- Cuidar l'alimentació durant les etapes
- Fisioterapeuta per preparar o recuperar la musculatura abans i després de l'activitat.
- Equipament per a tots el participants
- Bicis d'alta gama
- Entrenament previ per a arribar amb les condicions òptimes per a realitzar la sortida
- GPS individual per veure paràmetres bàsics durant l'activitat, com per exemple: velocitat, cadència, FC..

A part de tot això, volem oferir un servei 360 graus i fer que el client no es preocupi de res abans, durant o després de l'activitat.

- Compra de bitllets d'avió o de tren
- Desplaçament fins al lloc de l'activitat
- Trasllat de material i maletes durant l'activitat
- Activitats culturals per als acompanyants durant la pràctica

Concepte de negoci

L'empresa es dedica al turisme esportiu, en particular al cicloturisme.

L'objectiu principal és el d'oferir paquets de ciclisme d'alta gama a zones d'Europa.

Aquets paquets que oferim als nostres clients tenen una durada de 7 dies i estan enfocats a realitzar els ports més importants de les tres principals voltes a nivell mundial: el Tour de France, Le Giro D'Italià, La Vuelta España.

La Missió de l'empresa és oferir un producte d'altíssima qualitat, amb un alt grau de personalització per a que el client o usuari gaudeixi al màxim de l'experiència i que aquest procés sigui el màxim sostenible possible.

La visió: Creació de valor afegit en les zones on anem a desenvolupar la nostra activitat empresarial.

Aconseguir una projecció a nivell internacional en 3 anys i consolidar el model de negoci.

Els Valors: Els principals valors en els quals es fonamenta l'empresa són:

- Sostenibilitat i cuidar el medi ambient
- Creació de treball a les zones on fem les activitat
- Be Local: contractació de personal local per al desenvolupament de les activitats i per a donar valor afegit al producte.
- Cuidar als treballadors

Model de negoci

A continuació es mostra el model de negoci utilitzant el model Canvas

Partners/Aliances	Serveis	Proposició de valor	Segmentació de clients	Relació amb els clients
<p>Orbea Bikes</p> <p>Alberto Losada</p> <p>Sandra Jordà</p> <p>Mavic</p> <p>Pro-tour Barcelona</p> <p>Aptonia</p>	<p>Empresa dedicada al turisme actiu esportiu. En la qual oferim experiències per a persones apassionades del ciclisme, que vulguin gaudir de les etapes més emblemàtiques de les principals voltes ciclistes (Tour de France, Giro d'Itàlia, La Vuelta Ciclista), sense haver de preocupar-se de res, ja que l'empresa s'encarrega de proporcionar tot el necessari per a que es gaudeixi al màxim de l'experiència.</p> <p>L'empresa s'encarrega de preparar des del viatge en avió, tren o autobús, les rutes en funció del nivell, dels allotjaments, els àpats, les activitats suplementàries culturals o lúdiques...</p>	<p>El projecte té varies diferències respecte a les empreses competidores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Imatge d'un ex-ciclista d'elit que donarà un valor afegit a l'experiència dels usuaris del servei. - Les bicicletes que utilitzem són de gama alta, fet que fa que la pràctica sigui molt diferent a la que estem acostumats. - Diferent tipus de packs, en funció de les necessitats dels clients. - Tots els nostres serveis ofereixen vehicle d'assistència amb mecànic, avituallament.. - Activitats complementàries culturals i gastronòmiques característiques del lloc on anem. <p>L'empresa gestiona tot el relacionat amb l'allotjament, àpats i viatges.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sortida "master class" amb un ciclista d'elit. - Servei de fisioterapeuta després de cada sortida. 	<p>El perfil dels nostres clients és:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posició econòmica mitja- alta. - De 28 a 55 anys. - Que vulguin fer esport de forma lúdica, no competició. - Principalment públic d'Europa central i del Regne Unit. - Apassionats pel ciclisme. - Que vulguin complir el somni de pujar els principals ports de muntanya de les voltes més importants com uns professionals. - Que els agradi sortir en grup i conèixer gent nova. 	<p>La relació amb els clients volem que sigui lo més propera possible, tot i que algun servei es pugui contractar via tercers, sempre existirà un contacte directe amb l'empresa per a que el tracte sigui personalitzat, i oferir el que realment està buscant el nostre client.</p> <p>Aquest contacte pot ser personal, via telefònica, mitjançant Skype o videotrucada i sempre al finalitzar l'experiència, intentarem rebre el feedback dels clients mitjançant una resposta per e-mail.</p>
	<p>Recursos clau</p> <p>Tècnics preparats físicament per acompanyar els grups de clients.</p> <p>Alt nivell en rendiment esportiu i gestió d'equips/persones.</p> <p>Informàtic amb experiència per al desenvolupament web i de les xarxes socials.</p> <p>Equip comercial per a la venda dels serveis.</p>		<p>Canal de distribució</p> <p>Els principals canals de distribució seran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pàgina web pròpia i anuncis en altres específiques del món del ciclisme. - Tour operators especialitzats que faran la venda als seus clients. - Xarxes socials (Instagram, Facebook, Youtube). - El boca a boca, després de rebre el servei. 	
	<p>Estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Furgonetes per l'assistència. - Lloguer de les Bicicletes. - Salari: tècnics, mecànics, fisioterapeuta. - Recanvis de bici. - Aprovisionaments 			<p>Línies de negoci</p> <ul style="list-style-type: none"> - La venda de les bicicletes després d'haver-la utilitzat. - Roba tècnica específica que potser no disposen els clients. - GPS, mesuradors de cadència, potència. - Pla d'entrenament anual i prova d'esforç. - Entrenament específic per a esportistes d'elit (sobretot motociclisme)

5.2. Pla d'operacions

5.2.1. Descripció del producte

La nostra empresa ofereix varis productes turístics enfocats al ciclisme de carretera.

Aquests productes estan dirigits a un perfil de client premium i es distingeixen per diverses característiques:

- **Ubicació**
 - Itàlia
 - França
 - Espanya
 - Illes Canàries
- **Tipus de servei**
 - Expedicions als grans ports
 - Stage
 - Planificació entrenaments
- **Lloguer de bicicleta**
 - Sí
 - No

Què inclouen els nostres serveis?

- Fisioterapeuta
- Llibre de ruta
- Mallot, culot i paravent
- Àpats i avituallaments
- Allotjament
- Vídeo de l'experiència
- Pla d'entrenaments previ
- Pla d'alimentació previ
- Mecànics
- Components de la bicicleta de recanvi
- Desplaçament durant estància
- Organització Viatge (reserva dels bitllets d'avió, desplaçament..)
- Neteja de roba diària

1. Fisioterapeuta

Tenim a la disposició dels nostres clients servei de fisioterapeuta per abans i per després de l'activitat. Això permetrà als nostres clients gaudir al màxim de l'experiència i afrontar-la amb total garanties dia rere dia.

2. Llibre de ruta

Per a que el client es pugui preparar i per a que sàpiguen que es farà cada dia, rebrà a casa un llibre informatiu amb totes les etapes que farem, desnivell de cada dia, Km, previsió meteorològica, entre altres paràmetres.

3. Mallot, culot i paravent

Per a poder gaudir al màxim de l'experiència i per a sentir-se com un professional, els clients tindran un equipament complet per a poder afrontar tots els dies d'activitat.

4. Àpats i avituallaments

Durant la activitat ciclista, tindran un servei d'avituallament personalitzat en funció de les preferències del client. Per altra banda, també estan inclosos tots els àpats, tant els esmorzars com els sopars.

5. Allotjament

Amb el preu de l'experiència, inclou l'allotjament en espais adaptats per a guardar i fer el manteniment de les bicicletes. Tots els allotjaments són d'altíssima qualitat i cada client tindrà una habitació individual. Per altra banda, els hotels seleccionats, tindran una zona d'aigües per a poder relaxar-se després de fer la sortida.

6. Vídeo de l'experiència

Un cop finalitzada l'experiència, s'entrega un vídeo amb les imatges de tota l'estada, amb els millors moments.

7. Pla d'entrenaments previs

Per poder arribar en unes condicions òptimes a l'activitat, preparem un entrenament personalitzat per a tots el clients. Aquest entrenament partirà d'un anàlisi previ per poder saber la situació de partida i es farà una evolució de la condició física en un període aproximat de 2 mesos (sempre en funció de la condició prèvia).

8. Pla d'alimentació previ

Per a poder ajudar a la preparació física, es farà un pla d'alimentació personalitzar. Aquest pla, el que vol aconseguir és millorar el rendiment que pugui tenir el client i sobretot ajudar a afrontar l'activitat amb totes les garanties.

9. Mecànic

Durant el transcurs de l'experiència hi haurà assistència mecànica per a que les bicicletes funcionin correctament i que no hi hagi problemes inesperats. També s'encarregarà de la posada a punt de les bicicletes després de cada jornada.

10. Components de la bicicleta de recanvi

Si hi ha algun component que es trenca de la bicicleta, es substituirà, per a poder continuar fent l'activitat amb normalitat.

11. Desplaçament durant l'estància

Hi haurà servei de transport per a tots els clients per a portar-los als diferents punts on es realitzaran les sortides. També ens encarreguem del transport de l'equipatge.

12. Organització del viatge

Un cop escollit el tipus de pack que es vol comprar, l'empresa s'encarrega d'organitzar i comprar tot el necessari. En aquest cas inclou els bitllets d'avió, el desplaçament fins al lloc de les activitats, hotels...

13. Neteja de la roba d'esport

Per a poder realitzar l'activitat de cada dia d'una forma còmoda, tenim un servei de neteja de l'equipament diari, amb el que cada dia, el client, tindrà la roba neta.

En funció dels paràmetres anteriors tenim una sèrie de productes, en funció de les preferències del client.

Els productes no són tancats, tot i que la intenció es realitzar els principals ports de cada un dels països en els que realitzem les experiències.

Totes les experiències tenen tots els serveis addicionals inclosos excepte la bicicleta, que només la tenen les experiències Gold.

5.2.2. Paquets d'activitats

En funció dels paràmetres descrits anteriorment, tenim 5 productes diferents:

1. Experiència Gold

Aquesta experiència consta de realitzar una ruta cicloturista per els principals ports de muntanya de les principals voltes ciclistes (Vuelta Espanya, Giro D'Itàlia i Tour de França), en funció de les demanades del client.

El factor diferencial amb la Silver, és que aquesta posa a disposició del client una bici d'alta gama.

A aquesta experiència es pot apuntar qualsevol tipus de client.

2. Experiència Silver

Aquesta experiència consta de realitzar una ruta cicloturista per els principals ports de muntanya de les principals voltes ciclistes (Vuelta Espanya, Giro D'Itàlia i Tour de França), en funció de les demanades del client.

En aquest cas, a diferència de la Gold, el client es fa càrrec de portar la seva pròpia bicicleta.

A aquesta experiència es pot apuntar qualsevol tipus de client.

3. Stage península

Aquest stage consta d'una setmana d'entrenament en alçada a Sierra Nevada per a millorar el rendiment esportiu.

Els usuaris d'aquest servei són persones entrenades, que normalment competeixen com a professionals o semi professionals i que busquen fer una pretemporada en alçada.

4. Stage illes Canàries

Aquest stage consta d'una setmana d'entrenament en alçada a Tenerife per a millorar el rendiment esportiu.

Els usuaris d'aquest servei són persones entrenades, que normalment competeixen com a professionals o semi professionals i que busquen fer una pretemporada en alçada.

5. Planificació temporada

Aquest servei s'ofereix per a preparar físicament a tothom que vulgui un entrenador expert en ciclisme i que l'assessori per a preparar tota la temporada.

Aquest servei inclou prova d'avaluació de rendiment i 3 macro cicles d'entrenament que correspondran a una temporada. També, hi ha un seguiment de l'evolució mitjançant les noves tecnologies i una aplicació en concret, on ens permetrà observar totes les dades referents als entrenaments realitzats.

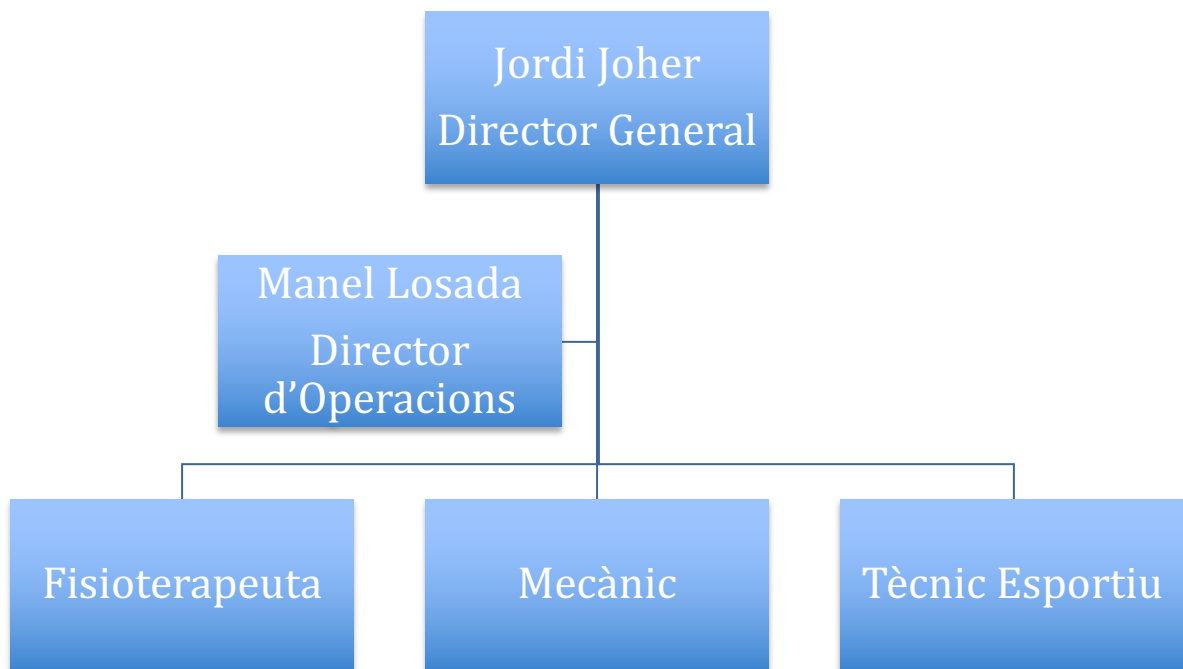
5.2.3. Aspectes legals del producte

L'empresa té una assegurança que cobreix totes les activitats realitzades i els danys que poden sorgir d'aquestes als usuaris o a tercers.

Per altra banda, quan es fa la reserva de l'activitat, el client ha de firmar un document en el qual eximeix de responsabilitat a l'empresa en el cas d'accident o defunció per algun motiu físic.

També s'aconsella realitzar una prova d'esforç prèvia a realitzar l'experiència per a fer-la amb tota seguretat.

5.3. Pla de Recursos Humans



L'empresa té un equip petit i consta de dues parts diferenciades per tipus de contracte:

- Personal fixe: els dos propietaris de l'empresa i que realitzen les funcions de director general i director d'operacions.
- Personal discontinu: hi haurà dos persones contractades autònomes que realitzaran les funcions de fisioterapeuta, mecànic i tècnic esportiu.

Funcions de cada membre de l'equip:

- **Jordi Joher**
 - Gestió econòmica
 - Gestió dels RRHH
 - Màrqueting i comunicació
- **Manel Losada**
 - Gestió comercial (proveïdors, agents turístics..)
 - Gestió tècnica de les activitats
 - Tècnic esportiu
- **Fisioterapeuta**
 - Encarregat de tractar als clients
 - Tècnic esportiu
 - Aquesta persona està contractada dos mesos complets a l'any coincidint amb les activitats programades.
- **Mecànic**
 - Tasques tècniques de mecànic
 - Conducció de la furgoneta en ruta
 - Aquesta persona està contractada dos mesos complets a l'any coincidint amb les activitats programades.

Política de RRHH

Selecció de personal

En la primera fase de l'empresa, hem optat per fer la selecció de personal nosaltres mateixos ja que és un equip petit i creiem que estem capacitats per a seleccionar el perfil que ens interessa.

En els següents anys, la previsió és la d'anar incorporant a més treballadors, sobretot tècnics amb l'increment de l'ocupació de les activitats.

Com que funcionem sota demanda, tenim marge de maniobra per a contractar aquets professionals, ja que les reserves són amb un cert temps d'antelació.

Per altra banda, hem optat per un model de contractació de persones autònomes per alliberar a l'empresa de costos estructurals. Per compensar, paguem un 10% més que el preu de mercat a aquets treballadors, per a que ofereixin el servei que nosaltres volem i per que estiguin contents.

Retribució del personal

Per als dos socis hem estipulat un sou el primer any de 25.000€ bruts anuals. En el moment que hi hagi beneficis en l'empresa, es repartiran al 50% ja que en els 3 primers anys no tenim previst cap inversió.

Al personal autònom els hi pagarem un salari de 1.900€ al mes amb l'IVA inclòs. En el primer any només es necessari contractar-los durant dos mesos ja que s'han pogut organitzar les activitats de tal forma que coincideixin per a poder reduir costos.

Formació i desenvolupament

Tot l'equip rep una formació inicial per saber el funcionament de l'empresa i la metodologia operacional.

La formació tracta temes importants com:

- Protocols de rebuda dels clients
- Protocols de realització de les activitats
- Coneixement del territori
- Coneixement tècnic del material utilitzat
- Coneixement dels protocols de seguretat
- Sistemes de comunicació

Manual operatiu de l'empresa

Per últim, es redactarà un manual operatiu on s'indiquen tots els procediments, conductes desitjades, missió, visió i valors de l'empresa, per a que el treballador el pugui revisar quan cregui convenient i que sàpiga com són tots els procediments de l'empresa.

5.4. Pla jurídic i fiscal

Aquesta àrea fa referència als aspectes legals que afecten en el moment de constitució de l'empresa i transcurs de la vida útil d'aquesta.

Primer de tot hem definit el tipus de societat que hem creat, en aquest cas, hem constituït una Societat Limitada, denominada Infinite Sports & Consulting S.L.

El procediment per a crear la SL es el següent:

- Demanar el certificat negatiu del nom al Registre Mercantil Central. Només en el cas de les SL.
- Baixar i omplir els formularis corresponents.
- Un cop disposeu de tota la informació i tota la documentació requerida, realitzarem la tramitació definitiva i us reservarem cita amb la notaria que hagueu escollit per signar les escriptures.
- Prèviament a la firma, caldrà que dipositeu el capital social en una entitat financera. Aquesta emetrà una certificació que us caldrà aportar el dia de la cita amb el notari.
- Anar a l'Agència Tributària a sol·licitar el NIF.
- Anar al Registre Mercantil Provincial a fer la inscripció de l'empresa (amb caràcter voluntari).
- Anar al Departament d'Economia i Coneixement a liquidar l'impost de transmissions patrimonials i actes jurídics documentats, si s'escau.
- Anar a la Seguretat Social a gestionar l'alta dels socis i persones treballadores.

En la mateixa visita també es poden fer altres tràmits necessaris per realitzar l'activitat: la comunicació d'obertura de centre de treball, els registres relacionats amb les indústries i la seguretat industrial, agraris o sanitaris, registre de marca, etc.

La constitució ha tingut un cost de 3.001€ i cada soci ha aportat un capital de 1.500,5€ per a fer front a la despesa inicial.

Els dos socis són autònoms, amb lo qual paguen la seva quota d'autònom de 300€ al mes (que es descompta dels 25.000€ de salari).

L'empresa tributarà els impostos corresponents, en aquest cas, l'impost de societats. Aquest es un impost personal i directe que grava l'obtenció de la renda per part de les

societats i a entitats jurídiques que resideixin en el territori Espanyol a les que aplica societats civils amb objecte mercantil, sociacions, fundacions, en contraprestació al IRPF que grava els obtinguts per les persones físiques.

L'impost de societats s'estructura al voltant de la comptabilitat i la determinació del resultat comptable de la societat, que són els punts de partida per determinar la base imposable i la quantitat a pagar anualment.

És un impost molt important a tenir en compte per part de tots els autònoms que han creat una societat, en el nostre cas una SL.

Tipus impositiu

Per el model de negoci que hem creat aplicarem un tipus impositiu del 15% per ser emprenedors. Des del 2015 el tipus preferent aplicable durant els dos primers anys a societats de nova creació és del 15%. Queden excloses d'aquesta condició les societats patrimonials. Per a que s'apliqui aquesta condició és necessari que la societat inici una activitat econòmica. S'aplicarà en el primer període en el que la base imposable sigui positiva.

Declaracions a presentar en l'impost de societats

Model 200: declaració anual del impost de societats a presentar entre els dies 1 i 25 de juliol de cada any, en el cas d'empreses que el seu exercici econòmic coincideixi amb l'any natural. És obligatori presentar-lo inclús si no s'ha realitzat activitat durant l'exercici o encara que no s'hagin obtingut rendes subjectes a l'impost.

Model 202: pagament fraccionat del impost de societats. S'ha de presentar aquest model si el resultat es positiu en la ultima declaració del model 200. Es presenta en els mesos d'abril, d'octubre i desembre. Aquets pagaments suposen un pagament anticipat o pagament a compte del import a pagar en la propera declaració del model 200. El tipus a aplicar en els pagaments fraccionats es del 18% de la quantitat que es va pagar en el model 200.

Com calculem la base imposable i la quota de l'impost de societats

A partir del resultat comptable de la societat, equivalent a la diferència entre els ingressos i les despeses obtingudes a l'exercici.

Aquest impost es pot compensar amb les bases imposable negatives que es tinguin pendents d'exercicis anteriors, i arribarem a obtenir la base imposable de l'exercici, que

multiplicada per el tipus impositiu ens portarà a obtindre la quota integral o quantitat a pagar, de la que es deduiran també possibles deduccions, bonificacions, sense comptar les retencions i pagaments a compte que s'hagin satisfet.

Assegurances

L'empresa ha contractat una assegurança per a cobrir possibles accidents durant la realització de les activitats. Cada client tindrà la seva assegurança personal per a que quedi cobert de qualsevol accident que tingui fent la pràctica contractada.

Per altra banda, l'empresa té una altra assegurança de responsabilitat civil per a possibles danys a tercers.

5.5. Pla econòmic i financer

Infinite Sports & Consulting SL, és una empresa que proporciona experiències de ciclisme als ports més mítics d'Europa. La particularitat de la nostra empresa pel que fa a la vessant econòmica és que tenim una estructura mínima i que les úniques despeses fixes són els dos salaris que tenim els dos socis.

La part bona del nostre negoci és que cobrem anticipadament les activitats que fem, amb el que el nostre propi client ens finança per a poder fer els pagaments de les reserves, materials, etc...

Amb aquesta particularitat, no ens ha sigut necessari anar a buscar finançament als bancs, ja que les nostres despeses van estretament lligades als serveis que oferim (si no es fan serveis, no hi ha despesa).

A continuació detallem la previsió d'ingressos dels tres primers anys d'activitat del nostre negoci:

ANY 1

Producte	BI €	Sortides ut	Mitjana pax ut	Total €
Experiència silver	3.800 €	4	5	76.000,00 €
Experiència gold	4.500 €	4	5	90.000,00 €
Stage península	2.300 €	3	7	48.300,00 €
Stage illes canàries	2.700 €	1	7	18.900,00 €
Venda merchandising	5.000 €			5.000,00 €
Venda bicicletes	3.554 €			3.554,00 €
Planificació	900 €	30		27.000,00 €
			TOTAL	268.754,00 €

Com es pot observar, la previsió per al primera any és molt realista, ja que es plantegen 12 activitats. El total de clients el primer any és de 68. Els ingressos totals del primer any són de 268.754€.

Concepto	Cost Unitat	Cost total
despeses gestió constitució	350 €	350,00 €
assegurances	6 €	432,00 €
Personal autonom	1.900 €	11.400,00 €
Salaris	25.000 €	50.000,00 €
Instal.lacions	0 €	0,00 €
material		42.240,00 €
Bicis	400€/ setmanal	28.800,00 €
2 furgonetes renting	370€/mes	4.440,00 €
Recanvis Bici		5.000,00 €
Productes esportius		4.000,00 €
Hotels+ PC	600€/setmanal	43.200,00 €
Transport	0,30 Km	1.500,00 €
Marketing y comunicació		10.780,00 €
Mallots personalitzats	90€/ persona	6.480,00 €
Pagina web	2.000 €	2.500,00 €
Publicitat	800 €	1.800,00 €
Comissions Tour Operadors	15%	31.673,00 €
estructura		3.120,00 €
Telefonia	60 €	720,00 €
Portatils	1.200 €	2.400,00 €
	Total despeses	194.695,00 €
marge de seguretat	5%	8.094,00 €
marge comercial	20%	32.375,00 €
	TOTAL	194.695,00 €
TOTAL INGRESSOS		268.754,00 €
RESULTAT		74.059,00 €

Els resultats del primer any abans d'impostos són positius, donant un marge de 74.059€.

Com hem comentat abans, les despeses van en funció del usuaris que tenim. Per altra banda, hem aplicat un marge comercial i un marge de seguretat que el farem servir per a futures inversions en l'empresa.

ANY 2

Producte	BI €	Sortides ut	Mitjana pax ut	Total €
Experiència silver	3.800 €	6	7	159.600,00 €
Experiència gold	4.500 €	6	7	189.000,00 €
Stage península	2.300 €	4	11	101.200,00 €
Stage illes canàries	2.700 €	2	11	59.400,00 €
Venda merchandising	9.000 €			9.000,00 €
Venda bicicletes	6.300 €			6.300,00 €
Planificació	661 €	55		36.363,64 €
			TOTAL	560.863,64 €

El segon any, s'incrementa el número d'activitats realitzades i el número d'usuaris en cada sortida. La previsió que hem fet per al segon any es que vindran a realitzar l'activitat 150 persones i realitzarem 18 sortides diferents. Els ingressos total del segon any són de 560.863,64€.

Concepto	Cost Unitat	Cost total
assegurances	6 €	432,00 €
Personal autonom	1.900 €	19.000,00 €
Salaris	30.000 €	60.000,00 €
Instal.lacions	0 €	0,00 €
material		42.240,00 €
Bicis	400€/ setmana	28.800,00 €
2 furgonetes renting	370€/mes	4.440,00 €
Recanvis Bici		5.000,00 €
Productes esportius		4.000,00 €
Hotels+ PC	600€/setmana	86.400,00 €
Transport	0,30 Km	3.000,00 €
mk y comunicació		15.000,00 €
Mallots personalitzats	90€/ persona	12.960,00 €
Pagina web	1.500 €	1.500,00 €
Publicitat	1.200 €	2.400,00 €
Comissions Tour Operado	15%	84.129,45 €
estructura		720,00 €
Telefonia	60 €	720,00 €
Total despeses		310.921,45 €
TOTAL INGRESSOS		560.863,64 €
RESULTAT		249.942,19 €

Aquest segon any tenim una previsió de beneficis força més gran que el primer, aconseguint un total de 249.942,19€ abans d'impostos.

ANY 3

Producte	BI €	Sortides ut	Mitjana pax ut	Total €
Experiència silver	3.800 €	9	10	342.000 €
Experiència gold	4.500 €	9	10	405.000 €
Stage península	2.300 €	4	15	138.000 €
Stage illes canàries	2.700 €	2	15	81.000 €
Venda merchandising	12.000 €			12.000 €
Venda bicicletes	10.400 €			10.400 €
Planificació	661 €	70		46.281 €
			TOTAL	1.034.681 €

En el tercer any, tenim una previsió de que vinguin a fer l'activitat 270 usuaris, en un total de 24 activitats organitzades. Per altra banda, cada cop més, es fa important el servei de planificació de l'entrenament, que en aquest tercer any puja fins als 70 clients. Obtindrem per tant uns ingressos totals de 1.034.681€.

Concepto	Cost Unitat	Cost total
assegurances	6 €	432,00 €
Personal autonom	1.900 €	22.800,00 €
Salaris	35.000 €	70.000,00 €
Instal.lacions	0 €	0,00 €
material		42.240,00 €
Bicis	400€/ setman	28.800,00 €
2 furgonetes renting	370€/mes	4.440,00 €
Recanvis Bici		5.000,00 €
Productes esportius		4.000,00 €
Hotels+ PC	600€/setmana	129.600,00 €
Transport	0,30 Km	4.500,00 €
mk y comunicació		20.000,00 €
Mallots personalitzats	90€/ persona	19.440,00 €
Pagina web	1.500 €	1.500,00 €
Publicitat	1.200 €	2.400,00 €
Comissions Tour Operad	15%	155.202,14 €
estructura		720,00 €
Telefonia	60 €	720,00 €
	Total despese	445.494,14 €
TOTAL INGRESSOS		1.034.680,99 €
RESULTAT		589.186,85 €

En aquest tercer any, els ingressos es disparen a xifres consolidades i ens permetrà agafar una estabilitat important i començar la segona fase del projecte amb més garanties. Per aquest any es calcula obtenir uns beneficis abans d'impostos de 589.186,85€.

A continuació, mostrarem el compte de pèrdues i guanys dels tres primers anys d'activitat de l'empresa, d'on podrem extreure finalment els beneficis nets que s'obtindran després de cada un dels exercicis.

COMPTE DE PÈRDUES I GUANYS		EXERCICI 2020	EXERCICI 2019	EXERCICI 2018
IMPORT NET DE LA XIFRA DE NEGOCIS	14	1.012.280,99	545.563,64	260.200,00
b) PRESTACIÓ DE SERVEIS		1.012.280,99	545.563,64	260.200,00
APROVISIONAMENTS	10, 14	-197.442,14	-126.369,45	-73.913,00
a) CONSUM DE MERCADERIES I MAT. PRIMERES		-42.240,00	-42.240,00	-42.240,00
b) TREBALLS REALITZATS PER ALTRES EMPRESES		-155.202,14	-84.129,45	-31.673,00
ALTRES INGRESSOS D'EXPLOTACIÓ		22.400,00	15.300,00	8.554,00
a) INGRESSOS ACCESSORIS I ALTRES	14	22.400,00	15.300,00	8.554,00
b) SUBVENCIONS	11, 14	0,00	0,00	0,00
DESPESES DE PERSONAL	14	-92.800,00	-79.000,00	-61.400,00
a) SOUS, SALARIS I SIMILARS		-92.800,00	-79.000,00	-61.400,00
b) CÀRREGUES SOCIALS	10	0,00	0,00	0,00
ALTRES DESPESES D'EXPLOTACIÓ	10, 14	-155.252,00	-105.552,00	-59.382,00
a) SERVEIS EXTERIORS		-154.532,00	-104.832,00	-56.262,00
b) TRIBUTS		0,00	0,00	0,00
c) ALTRES DESPESES DE GESTIÓ CORRENT		-720,00	-720,00	-3.120,00
DOTACIONS A L'AMORTITZACIÓ	5, 6, 14	0,00	0,00	0,00
ALTRES RESULTATS	10, 14	0,00	0,00	0,00
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ		589.186,85	249.942,19	74.059,00
INGRESSOS FINANCERS		0,00	0,00	0,00
a) D'ALTRES		0,00	0,00	0,00
DESPESES FINANCERES	14	0,00	0,00	0,00
c) PER DEUTES AMB TERCERS I DESP. ASSIMILADES		0,00	0,00	0,00
RESULTAT FINANCER		0,00	0,00	0,00
RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS		589.186,85	249.942,19	74.059,00
Impost de Societats		147.296,71	37.491,33	11.108,85
RESULTAT DE L'EXERCICI		441.890,14	212.450,86	62.950,15

En aquest quadre podem observar com els beneficis nets, és a dir, després de pagar impostos, seran de 62.950,15€ pel primer any, de 212.450,86€ el segon any, i de 441.890,14€ el tercer any.

6. Conclusions

La realització d'aquest treball significa el punt i final a una formació continuada realitzada durant tot aquest curs on hem anat adquirint una sèrie de coneixements i competències de caire multidisciplinars, enfocades al món de l'esport i de la gestió esportiva. És per això, que aquest treball té la intenció des d'un inici de recollir i posar en pràctica tot allò que hem anat treballant i interioritzant durant aquest període, tant a nivell educatiu i acadèmic com a nivell personal.

Durant la realització d'aquest treball han anat sorgint varis moments de dubte i reflexió on ens hem arribat a plantejar seriosament la idoneïtat i qualitat de la proposta pensada, ja que fins ben entrat el curs no hem pogut veure de forma clara i positiva allò pensat i que en un principi volíem desenvolupar. Tot i així, a mesura que el treball anava avançant i agafant forma, els dubtes han anat desapareixent fins al punt de creure i confiar en allò que estàvem realitzant, afrontant-ho amb ganes, il·lusió i confiança.

Creiem que el fet de formar un equip i de treballar conjuntament amb una altre persona, és un aspecte molt positiu en moments de dubtes i frustració, ja que una altre mirada al problema i una altra opinió, ajuden a trobar una solució i a tirar endavant. Creiem que el treball en equip i el bon enteniment entre els dos membres del grup ha estat de vital importància per a aconseguir el resultat desitjat.

Creiem que un dels punts diferencials i que han facilitat en gran part la realització d'aquest treball ha estat que hem treballat en tot moment sobre una idea que ens agradava i ens motivava. Gràcies a això, posar-s'hi i anar avançant el treball durant el transcurs del curs ha estat fàcil i molt amè.

Un cop finalitzat el treball, i valorant el resultat final i tot l'esforç que hi hem dedicat, pensem que podem estar contents i satisfets del treball fet i del resultat obtingut. Un dels nostres principals objectius era el de proposar i treballar sobre una idea de negoci realista i que es pogués tirar endavant si ens ho proposàvem, i creiem que ho hem aconseguit. Pensem que el projecte creat és força realista i que es podria dur a la realitat sense gaires esforços ni problemes. Pensem que seria interessant comprovar fins a quin punt allò plasmat sobre el paper pot funcionar a la pràctica real.

La realització d'aquest treball ha estat una bona eina de mesura per ser conscients del nivell d'autonomia i capacitat d'afrontar els problemes i reptes, així com per descobrir i

ser conscients de les nostres debilitats, per tal de poder corregir-les o enfortir-les de cara a futures tasques.

Per finalitzar, ens agradaria agrair al nostre tutor del treball, en Jordi Viñas Fort, tot el recolzament mostrat durant tot el curs, i el guiatge realitzat que ens ha permès dur a terme i finalitzar aquesta proposta. Gràcies.

7. Referències bibliogràfiques

Bike Europe. (2018). *Bike Europe: Connecting professionals*. Recuperat a www.bike-eu.com

CBI Ministry of Foreign Affairs. (2015). *Product Factsheet: Cycling tourism from Europe*. Recuperat a https://www.cbi.eu/sites/default/files/market_information/researches/product-factsheet-europe-cycling-tourism-2015.pdf

ECF. (2018). *EuroVelo*. Recuperat a <https://ecf.com/projects/eurovelo>

EuroVelo. (2018). *The European cycle route network*. Recuperat a www.eurovelo.org

Generalitat de Catalunya. (2015). *Impacte socioeconòmic de la bicicleta a Catalunya*. Recuperat a http://territori.gencat.cat/web/.content/home/01_departament/documentacio/territori_mobilitat/bicicleta/Estudi_impacte_socioeconomic_bici_Catalunya.pdf

Statista. (2017). *Productos relacionados con la bicicleta por gasto medio de la población España 2017*. Recuperat a <https://es.statista.com/estadisticas/861702/productos-relacionados-con-la-bicicleta-por-gasto-medio-de-la-poblacion-espana/>

8. Annexos

Document 1. Currículum Vitae Manel Losada i Jordi Joher Pàg. 54

Document 2. Exposicions generades durant la creació del TFM Pàg. 59

Currículum Vitae

Datos personales

Nombre: Manel Losada Tagua

Fecha de nacimiento: 15/09/1985

Población: Barcelona **Provincia:** Barcelona

Dirección: Av. Paralelo 127, 8-3a

Tlf: 932 776 027 **Mov:** 606 369 855

E-mail: manelmlt@gmail.com www.linkedin.com/in/manel-losada-tagua

Datos académicos:

- - **Máster en Sport Management** Blanquerna- Universidad Ramón Llull.
Septiembre 2017- Junio 2018.
- - **Ciencias de la Actividad Física y el Deporte.** INEFC Lleida.
Septiembre 2006 a Junio 2010.
- - **CFGS Actividades Físico Deportivas.**
Instituto Joan Oró.
Septiembre 2004 a Junio 2006.

Experiencia Laboral:

- - **Pasantía en Dorna Sports, SL.** Departamento de Marketing. Abril 2018-
Actualidad
- - **Investigador Colaborador Universidad Ramón Llull.**
Investigación sobre los hábitos deportivos en los espacios públicos de la
ciudad de Barcelona.
Febrero 2018- Actualidad.
- - **CEO Jifi Cosmetics 21, SL.** Empresa del Grupo Cosmética XXI. Enero
2016- Junio 2017.

- - **CEO KLS, LDA.**
Empresa del Grupo Cosmética XXI (Filial de Portugal). Septiembre 2012- Enero 2016.
- - **Team Manager de Gerard Farrés (Piloto top 5 mundial de Rallys).**
Campeones de la Baja España Aragón 2011.
Junio 2011- Agosto 2012
- - **Bombero voluntario de la Generalitat de Cataluña** Jefe del Parque de Bomberos Voluntarios de Organyà Septiembre 2006- Actualidad
- - **Coordinador Instalaciones deportivas en Esport en Joc.** Segundo semestre del año 2005.
- - **Coordinador Instalaciones deportivas en Esport en Joc.** Segundo semestre del año 2005.

Otros datos académicos:

- - Titulo de socorrista terrestre de la Cruz Roja.
- - Titulo de monitor de natación de la Real Federación Española de Natación.
- - Bombero Voluntario de la Generalitat de Cataluña.
- - Curso de atención sanitaria inmediata nivel II, por el instituto de seguridad pública de Cataluña.
- - Curso de mantenimiento de instalaciones deportivas.
- - Curso de gestión de proyectos deportivos.
- - Curso de organización y dirección de actividades en un centro deportivo.
- - Carnet de utilización del DEA (Desfibrilador semi-automático).

Idiomas:

- - Español
- - Catalán
- - Inglés (B1 Estudios realizados en Bournemouth)
- - Portugués

Habilidades específicas

- - Gestión de equipos.
- - Creación y desarrollo de un plan de empresa.
- - Análisis económico y financiero de la empresa.
- - Estrategias para el desarrollo empresarial.
- - Negociación y cierre de contratos.
- - Trabajar mediante la consecución de objetivos.
- - Formación de equipos de trabajo.

CURRÍCULUM VITAE

Nom complet: Jordi Joher Prenafeta

Data de naixement: 10/04/1991

E-mail: jordijoher@gmail.com

Població: Mollet del Vallès

Telèfon mòbil: 666.739.345

ESTUDIS

- **Màster en Gestió d'Organitzacions i Projectes Esportius**
Blanquerna – Universitat Ramon Llull
Setembre 2017 – Actualment
- **Graduat en Ciències de l'Activitat Física i de l'Esport (CAFE)**
Blanquerna – Universitat Ramon Llull
Setembre 2013 – Juny 2017
- **CFGS Animació d'Activitats Físiques i Esportives (AAFE)**
Escola Pia Sarrià-Calassanç (Barcelona)
Setembre 2010 – Juny 2012
- **Prova d'accés a Formació Professional de Grau Superior (Curs pont)**
Escola Pia Sarrià-Calassanç (Barcelona)
Setembre 2009 – Maig 2010
- **CFGM Conducció d'Activitats Físiques i Esportives en el Medi Natural (CAFEMN)**
Escola Pia Sarrià-Calassanç (Barcelona)
Setembre 2008 – Juny 2009

ALTRES ESTUDIS I TITULACIONS

- **Tècnic d'Iniciació al Basquetbol**
Federació Catalana de Basquetbol
Gener 2013
- **Salvament Aquàtic**
Generalitat de Catalunya
Juny 2012
- **Salvament Terrestre**
Creu Roja Catalunya
Juny 2010

EXPERIÈNCIA LABORAL

- **Coordinador Esportiu**
UE Sant Fost Bàsquet

Juny 2017 – Actualment

- **Dependent botiga**

Decathlon Terrassa – Secció aigua i neu

Desembre 2014 – Març 2015

- **Entrenador de basquetbol**

UE Sant Fost Bàsquet

Setembre 2015 – Actualment

Escola Sant Gervasi (Mollet del Vallès)

Setembre 2010 – Juny 2013

- **Monitor esportiu – activitats extraescolars**

UE Sant Fost Bàsquet

Juny 2016 – Actualment

Escola Sant Gervasi (Mollet del Vallès)

Setembre 2009 – Juny 2013

IDIOMES

- **Català**

Parlat → natiu

Escrit → excel·lent

Llegit → excel·lent

- **Castellà**

Parlat → natiu

Escrit → excel·lent

Llegit → excel·lent

- **Anglès**

Parlat → conversació

Escrit → mitjà

Llegit → alt

- **Alemanys**

Parlat → elemental

Escrit → bàsic

Llegit → bàsic

ALTRES DADES

- **Permís de conduir**

B

- **Vehicle propi**

Sí

INFINITE SPORTS

SPORTS, TRAVEL & CONSULTING

TREBALL DE FINAL DE MÀSTER

JORDI JOHER & MANEL LOSADA

Dijous, 16 de novembre de 2017



MANEL LOSADA



JORDI JOHER

Llicenciat CAFE (2010)

Tècnic esportiu

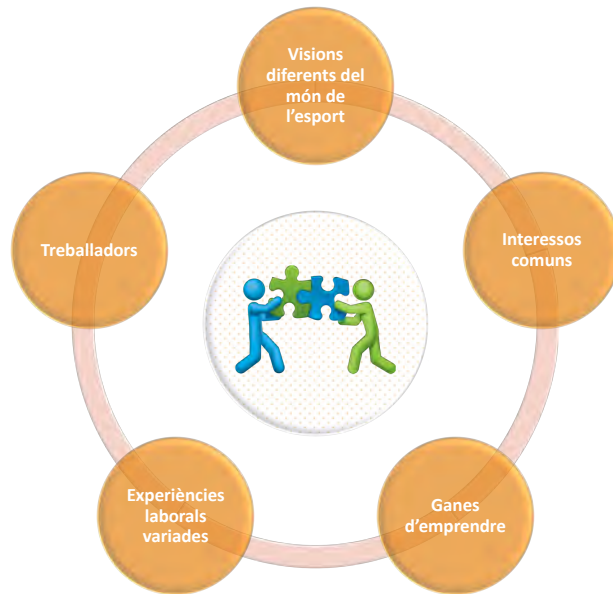
Team manager

CEO empresa cosmètics

Graduat CAFE (2017)

Tècnic esportiu

Coordinador esportiu



IDEA DE NEGOCI...



MODEL CANVAS

Partners/Aliances	Serveis	Proposició de valor	Segmentació de clients	Relació amb els clients
<p>Merida Bikes Purito Rodríguez Mavic Taller mecànic Top Bikes Aptonia</p>	<p>Empresa dedicada al turisme actiu esportiu. En la qual oferim experiències per a persones apassionades del ciclisme, que vulguin gaudir de les etapes més emblemàtiques de les principals voltes ciclistes (Tour de France, Giro d'Itàlia, La Vuelta Ciclista), sense haver de preocupar-se de res, ja que l'empresa s'encarrega de proporcionar tot el necessari per a que es gaudeixi al màxim de l'experiència.</p> <p>L'empresa s'encarrega de preparar des del viatge en avió, tren o autobús, les rutes en funció del nivell, dels allotjaments, els àpats, les activitats suplementàries culturals o lúdiques...</p> <p>Recursos clau</p> <p>Tècnics preparats físicament per acompanyar els grups de clients. Alt nivell en rendiment esportiu i gestió d'equips/persones. Informàtic amb experiència per al desenvolupament web i de les xarxes socials. Equip comercial per a la venda dels serveis.</p>	<p>El projecte té varies diferències respecte a les empreses competidores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Imatge d'un ex-ciclista d'elit que donarà un valor afegit a l'experiència dels usuaris del servei. - Les bicicletes que utilitzem són de gama alta, fet que fa que la pràctica sigui molt diferent a la que estem acostumats. - Diferent tipus de packs, en funció de les necessitats dels clients. - Tots els nostres serveis ofereixen vehicle d'assistència amb mecànic, avituallament. - Activitats complementàries culturals i gastronòmiques característiques del lloc on anem. <p>L'empresa gestiona tot el relacionat amb l'allotjament, àpats i viatges.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sortida "master class" amb un ciclista d'elit. - Servei de fisioterapeuta després de cada sortida. 	<p>El perfil dels nostres clients és:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posició econòmica mitja-alta. - De 28 a 55 anys. - Que vulguin fer esport de forma lúdica, no competició. - Principalment públic d'Europa central i del Regne Unit. - Apassionats pel ciclisme. - Que vulguin complir el somni de pujar els principals ports de muntanya de les voltes més importants com uns professionals. - Que els agradi sortir en grup i conèixer gent nova. <p>Canal de distribució</p> <p>Els principals canals de distribució seran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pàgina web pròpia i anuncis en altres específiques del món del ciclisme. - La direcció de l'empresa farà venda directa dels serveis a diferents tour operadors europeus especialitzats en un target de client mig-alt. - Xarxes socials (Instagram, Facebook). - El boca a boca, després de rebre el servei. 	<p>La relació amb els clients volem que sigui lo més propera possible, tot i que algun servei es pugui contractar via tercers, sempre existirà un contacte directe amb l'empresa per a que el tracte sigui personalitzat, i oferir el que realment està buscant el nostre client.</p> <p>Aquest contacte pot ser personal, via telefònica, mitjançant Skype o videotrucada i sempre al finalitzar l'experiència, intentarem rebre el feedback dels clients mitjançant una resposta per e-mail.</p>
Estructura de costos			Linies de negoci	
<ul style="list-style-type: none"> - Furgonetes per l'assistència. - Lloguer de les Bicicletes. - Salari: tècnics, mecànics, fisioterapeuta. - Recanvis de bici. - Aprovisionaments 			<ul style="list-style-type: none"> - La venda de les bicicletes després d'haver-la utilitzat. - Roba tècnica específica que potser no disposen els clients. - GPS, mesuradors de cadència, potència. - Pla d'entrenament anual i prova d'esforç. - Entrenament específic per a esportistes d'elit (sobretot motociclisme) 	




INFINITE SPORTS

SPORTS, TRAVEL & CONSULTING

TREBALL DE FINAL DE MÀSTER

JORDI JOHER & MANEL LOSADA

Dijous, 15 de març de 2018



ESTUDI DE MERCAT

CLIENTS



PREMIUM

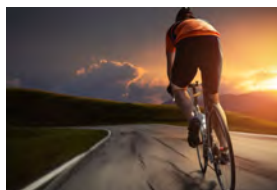
MODEL PERIODISTA

- Breu presentació del projecte
- Entrevista posterior
- Mostra: 10 participants



MODEL CIENTÍFIC

- Presentació del producte o servei
- Realització d'un dels nostres serveis
- Entrevista posterior
- Mostra: 3 participants



RENDIMENT

MODEL COCREADOR

- Breu presentació del projecte
- Anàlisi i discussió en grup:
 - Feedback per pensar de De Bono:
 - Barret Blanc: informació i dades neutrals i objectives
 - Barret Negre: dificultats, debilitats i perills. Localització dels riscos
 - Barret groc: Punts positius. Per què és útil la idea
 - Barret verd: Idees, alternatives, possibilitats. Solucions als problemes del barret negre
- Mostra: 20 participants (2 grups de 10 participants)



ESTUDI DE MERCAT

COMPETÈNCIA



ANÀLISI DE LA COMPETÈNCIA

OBJECTIUS

1. Identificar competidors i tendències del mercat
2. Trobar la diferenciació i avantatge competitiva
3. Localitzar oportunitat de negoci
4. Anticipar-se a la reacció de la competència



ANÀLISI DE LA COMPETÈNCIA

FACTORS A ANALITZAR

1. Número d'empreses
2. Localització de les activitats
3. Tipologia de client
4. Tipologia de serveis
5. Preus
6. Materials utilitzats
7. Estratègia de comunicació i venda
8. Anàlisi estratègia online
9. Serveis complementaris
10. Missió, visió i valors



Recopilació de dades a internet



PRINCIPALS EMPRESSES DEL SECTOR



ZIKLO



Viajes y paseos
en bici por Francia



LOCALITZACIÓ DE LES ACTIVITATS I TIPUS DE SERVEIS



- Rutes
- Stage
- Segumient curses
- Preparació curses cicloturistes

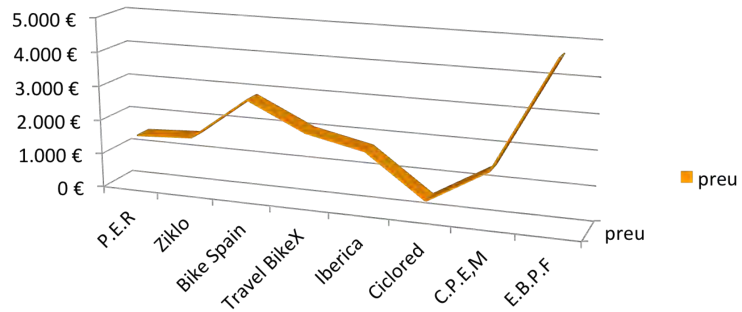


SERVEIS OFERTS dividir per segments

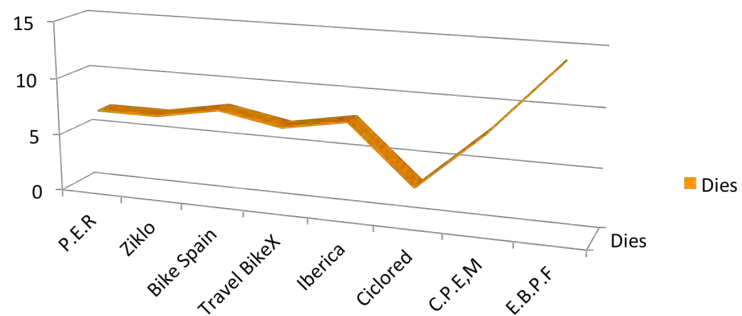
- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Desplaçament durant l'estada - Allotjament - Avituallament durant activitat - Assegurança d'accidents - Assistència en ruta - Neteja i manteniment de la bici - Obsequi per participar - Welcome pack - Maillot de l'activitat - Servei de guia - Vehicle de recolzament - Transport d'equipatges | <ul style="list-style-type: none"> - Llibre de ruta - Personal de recolzament - Massatgista - Atenció personalitzada abans del viatge - Fotos de l'experiència - Mapes de la ruta - Nutrició esportiva - Possibilitat de que vagin acompanyants - Turisme per la ciutat - Kit de primers auxilis - Organització de la ruta - Garatge de bicis |
|--|---|



PREUS



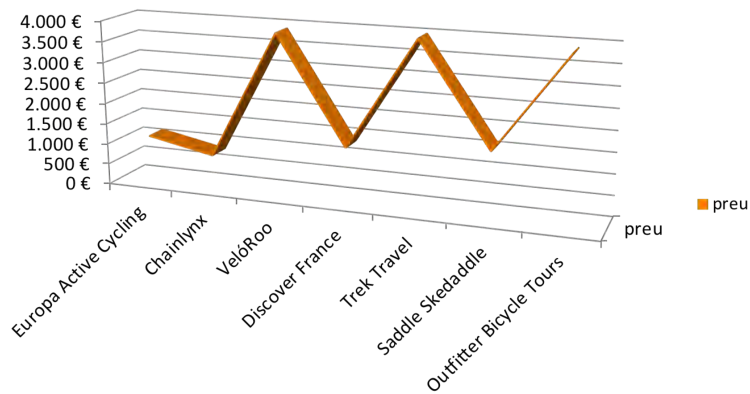
DIES ACTIVITAT



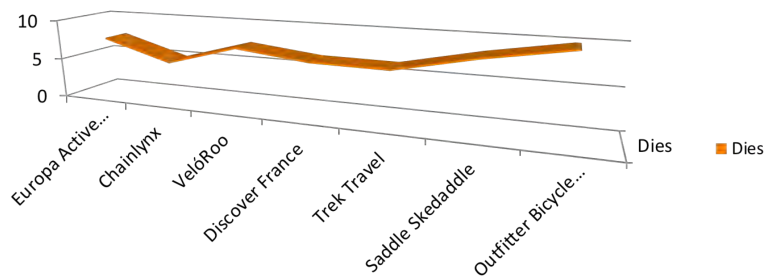
EMPRESES INTERNACIONALS



PREUS



DIES ACTIVITAT



EMPRESA REFERÈNCIA



ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ I VENTA



DAFO

Cap certificació o ISO
Cartera de clients
Experiència prèvia
Oferta més curta

Pes competidors
Nombre competidors
Concentració zones geogràfiques

Personalització
Qualitat
Exclusivitat
Materials
Serveis
Partners

Oferta innovadora
Target diferent
Auge pràctica ciclisme

CONCLUSIONS

Els...

- Similitud d'oferta per part de totes les empreses
- Preus elevats pel servei ofert
- Poc personalitzat
- No són activitats amb tot inclòs
- La majoria es limiten a l'atenció durant l'activitat
- La majoria es compra mitjançant pàgina web

Nosaltres...

- Alt grau de personalització i professionalització
- Atenció abans, durant i després de l'activitat
- Tot està inclòs en l'experiència
- Materials de qualitat
- Clients acompanyats en tot el procés

