



UNIVERSITAT
JAUME·I



MyLander
Viaja, conoce, vive

Propuesta valorada de la creación de una empresa (o actividad) turística.

Alumno: Josetxo Esquíroz Olloqui

Tutor: José Miguel Albert Ortiz

Grado en Turismo

4º Curso

Índice

1. Justificación y objetivo del proyecto.....	5
2. Introducción	
2.1. Definición e idea del proyecto.....	5
2.2. Origen y motivación de la idea.....	6
2.3. Misión y visión de la empresa.....	6
2.4. Lugares iniciales y primer equipo de guías.....	7
3. Análisis del entorno	
3.1. Análisis del mercado.....	7
3.1.1. Sector de actividad y mercado elegido	7
3.1.2. Clientes potenciales y tendencias actuales.....	10
3.2. Análisis de la competencia.....	11
3.2.1. Principales competidores.....	11
3.3. Proveedores.....	12
4. Análisis DAFO	
4.1. Análisis y gráfica.....	13
5. Plan de marketing	
5.1. Servicio.....	14
5.2. Precios.....	16
5.3. Distribución.....	17
5.4. Comunicación.....	18
5.4.1. Imagen	18
5.4.2. Publicidad.....	20
6. Operaciones	
6.1. Ubicación y características de los lugares.....	21
6.2. Guías.....	23
6.3. Plan de actuación.....	25
7. Estructura jurídica.....	26
8. Plan financiero y económico	
8.1. Costes.....	27
8.2. Financiación.....	28
9. Conclusión final y valoración.....	28
10. Bibliografía.....	31
11. Anexos.....	33

Resumen

Durante los últimos años se ha experimentado un cambio en la forma de experimentar el turismo por parte del turismo juvenil. Cansados de la rutina propia del turista típico (hacer fotos a edificios mientras siguen a un guía incansable a plena luz del sol) buscan una manera de desvincularse de esos tópicos. Es ahí donde se ve la oportunidad de explotar este nuevo de mercado saciando esta nueva necesidad. Para ello, en este proyecto se ha creado una empresa desde cero su función será la de administrar una serie de guías turísticos o “landers” de manera que estos sean el compañero de viaje del cliente.

No es novedad que el mercado turístico español es un mercado amplio y cuyo gran tráfico de turistas asegura la posibilidad de éxito, claro que por otro lado el mercado turístico español es un mercado bastante sobre explotado. Aún así, las tendencias actuales del turismo mencionadas antes abren la posibilidad de expandirse a nuevos mercados con aún muy poca competencia.

MyLander es el nombre de la empresa que se ha creado para este proyecto. Su nombre es un referente a las actividades que realizará y gestionará. Básicamente MyLander administrará una base de datos por internet y organizará a los guías o “landers” que estén bajo nómina. Estos “landers” no serán guías como tal, sino que serán personas autóctonas de cada zona. Guiarán al cliente durante el tiempo que este les requiera por sitios que el “lander” conozca y que típicamente son solo conocidos por los habitantes de cada sitio. Además se busca que ambos, tanto el cliente como el “lander” puedan llegar a crear lazos de amistad, promoviendo así un cambio de la mentalidad del autóctono sobre los efectos contaminantes que atraen los turistas.

En este proyecto se han escogido tres ciudades para ser las pioneras de las actividades de MyLander, Barcelona, Granada y Menorca. Cada una de ellas dispone de un “lander” a disposición del cliente. Para contemplar la viabilidad de esta empresa se han llevado a cabo diferentes análisis (mercado, competidores, DAFO...) además de crear un listado con todos los gastos y precios con los que MyLander funcionará. Entrando ya, en una opinión personal la idea de MyLander la considero innovadora que tiene grandes posibilidades para su éxito.

Summary:

During the last years the way of how tourism is experienced has changed in the eyes of the youth public. Tired of the routine associated to the typical tourist (taking pictures at buildings while following an unflagging guide under the hot sun), young people search a way to unlink of this kind of topics. It is right there where the opportunity of exploiting this new market feeling this new need can be seen. In order to do this, a new company has been created from the bottom. Its functions will be administrate a series of touristic guides or so called "landers" so they can be the travel partner of the client.

It is well known that the Spanish touristic market is a very wide market and whose traffic of tourists assures the possibilities of success, in the other hand this touristic market is an over exploited market. Even so, the actual tendencies of tourism mentioned before open the possibility of expand to new markets with few competence.

MyLander is the name the company has received for this project. Its name is a reference of the activities that it will realize. Basically MyLander will administrate a data base by internet and will organize the guides or "landers" that will be under our employment. These "landers" won't be guides as you could think of one, they will be natives from this land. They will guide the client as much as he wants by al the places the "lander" knows and usually are not known by regular tourists. Furthermore the company seeks that both of them, client and "lander" connect and create a friendship bond between them, promoting a change in the mentality of the native over the pollution effects carried by tourists.

In this project three main cities have been chosen to be the first three to receive the activities of MyLander, Barcelona, Granada and Menorca. Each one of them has one "lander" for the client. To find if the company will be successful I have done different analysis (market, competence, SWOT...) and a list of the expenses and prices with which MyLander will work with. Now, in a personal opinion, the idea of MyLander I consider this to be innovative idea with great number of possibilities for its success.

1. Justificación y objetivo del proyecto

Este proyecto consiste en la creación de una empresa turística. Algo sencillo pudiéndose crear cualquier empresa de ocio que complemente un mercado actual pero ya demasiado explotado. Por ello intenté buscar en la necesidad una idea, una idea que ayude a saciar esa necesidad. Por fin encontré una necesidad que podía ser saciada con la idea que tenía en mente.

Las tendencias actuales del turismo juvenil que buscan separarse de las convencionalidades y de lo común vagan por un mercado que no termina de saciar su necesidad. Ese es el objetivo de la empresa creada en este proyecto. Cambiar la perspectiva con la que se ve una ciudad no viéndola como un turista, sino como un habitante de ella.

“El verdadero viaje de descubrimiento no es buscar nuevas tierras, sino mirarlas con nuevos ojos”- Voltaire

2. Introducción

2.1. Definición e idea del proyecto

MyLander es el nombre que recibirá la empresa creada para este proyecto. Será una empresa de guías turísticos, pero que buscará romper la convencionalidad establecida de estos últimos. Buscará ir más allá de las funciones básicas de un guía turístico.

Estos guías serán personas autóctonas de cada ciudad o núcleo urbano con ganas de promocionar y hacer ver la belleza interior de cada rincón de su hogar. La función de *MyLander* será básicamente la de administrar a estos guías y gestionar los servicios de estos. Cada persona podrá acceder a la página web o app móvil para contratar los servicios de una persona que viva en el lugar de sus próximas vacaciones. Podrá buscar un guía según el tipo de vacaciones que el cliente desee (especializados en senderismo, surf, patrimonio histórico...). Este guía contratado quedará al servicio del cliente acompañándolo en todo momento que desee mostrándole todas las peculiaridades y puntos de interés que quiera. Además con esta nueva experiencia también se busca un impacto social positivo, ya que se quiere que estos guías no actúen de manera estrictamente profesional sino que creen un vínculo personal duradero.

Los clientes obtendrán el beneficio de vivir una experiencia única en cada ciudad y con cada persona a la que contraten, pues cada persona es diferente y ha vivido de forma

distinta. Por la otra parte los guías encontrarán en este trabajo una forma diferente de trabajar que no requiere apenas esfuerzo ni ser el que mayor conocimiento tenga, simplemente amar el lugar donde vive y querer darlo a conocer.

2.2. Origen y motivación de la idea

Con la creación de MyLander busqué suplir una necesidad que llevaba viendo unos años pero de la que no fui consciente completamente hasta irme este año de intercambio a Estados Unidos, más concretamente al estado de Oklahoma.

Como todo estudiante de intercambio mis compañeros españoles y yo decidimos viajar lo máximo que pudimos y lo que nuestro bolsillo nos permitió. Nuestro radio de turismo no fue muy extenso para lo que es ese país pero que, comparándolo a España, en uno de esos viajes habríamos llegado a París partiendo de Cádiz. A pesar de las extensas marchas en coche el ánimo por visitar ciudades emblemáticas de los estados del sur como Colorado, Nueva Orleans, Dallas... no decaía. El principal problema llegaba en el momento de visitar la ciudad. Nos teníamos que orientar gracias a las recomendaciones de páginas web que recomendaban edificios que visitar, pero era solo eso, ver edificios. Sentíamos que nos estábamos perdiendo la verdadera esencia de la ciudad, salíamos del apartamento dábamos vueltas a la zona comercial que estaba más poblada de rascacielos que de personas y volvíamos a casa.

Nuestros viajes por la tierra de la libertad transcurrieron así hasta que uno de mis compañeros españoles nos ofreció ir a visitar Oklahoma City, que casualmente dos amigos suyos de Teruel trabajaban y vivían allí. Esta pareja se convirtieron en nuestros guías particulares, nos enseñaron sus restaurantes favoritos, un faro que poca gente conocía que es perfecto para ver el atardecer y, lo que más peculiar me pareció, un salón de baile *country* que cada media hora paraba la música para dar paso a un mini rodeo en una plaza que tenían montada. Ahí fue cuando la idea empezó a aflorar en mi cabeza. Una de los motivos para viajar es el conocer de primera mano la esencia del sitio al que vas y, aunque nunca se consigue por completo, esta forma se le acercó bastante.

2.3. Misión y visión de la empresa

Misión: Ofrecer la mejor experiencia turística del mercado, haciendo llegar la verdadera esencia de cada lugar al consumidor. Promoviendo el turismo responsable a nivel social y medioambiental.

Visión: Conseguir ser un referente en el mercado turístico a nivel mundial habiendo cambiado los aspectos perjudiciales y contaminantes del turismo.

2.4. Lugares iniciales y primer equipo de guías

En un futuro, la empresa MyLander será reconocida a nivel internacional y podrá abarcar multitud de ciudades en distintos países, pero para comenzar sus operaciones se han seleccionado tres primeras ciudades dónde comenzar sus actividades.

Estas tres ciudades han sido escogidas por ser referentes del turismo dentro de España. Se han seleccionado estas ciudades por su gran atractivo turístico y su gran diversidad de actividades culturales, deportivas, naturales...

Para fomentar la diversidad se ha escogido una ciudad con un alto número de habitantes, otra de tamaño más moderado y por último, en vez de ser una ciudad exclusivamente, una isla. Estas son las ciudades de Barcelona en Cataluña, Granada en Andalucía y la isla de Menorca en el archipiélago Balear.

El primer equipo de guías ha sido formado por tres estudiantes voluntarios de la Universidad Jaume I autóctonos de cada uno de esos lugares. Sus nombres son:

- Patricia Espona, natural de Barcelona.
- Gonzalo Olalla la Torre, natural de Granada
- Ana Gil, natural de Menorca

Se espera que este equipo de guías sea suficiente hasta conseguir llegar a todo el público y poder realizar las actividades de MyLander hasta ser una marca reconocida. En el apartado de guías se hablará individualmente de estos guías y de sus características.

3. Análisis del entorno

3.1. Análisis del mercado

3.1.1. Sector de actividad y mercado elegido

La empresa MyLander se encuentra dentro del sector servicios. Este sector es el encargado de proveer a la población de los servicios que necesite más que de producir bienes materiales.

Dentro del gran abanico de actividades que conforman el sector servicios, engrupamos la empresa dentro de las actividades de turismo. Según la Organización Mundial del Turismo, entendemos por turismo a “todos los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (al menos durante una noche y como mucho durante 365 días), por ocio, negocios u otros motivos. No considerándose turistas si en la duración del viaje no se realiza pernoctación considerándose a estos, excursionistas.”

No es novedad que el turismo es uno de los principales motores económicos de España. “Si estamos saliendo de la crisis es gracias al papel que ha jugado el turismo” fue la afirmación de Abel Matutes (2017) durante la Mesa del Turismo en FITUR el pasado enero.

En 2015 este sector aportó a la economía española un 14,5% de su PIB traducido a la suma de 167.500 millones de euros contribuyendo a un crecimiento del 0,5%

Crecimiento anual del PIB turístico (ISTE) comparado con el PIB general de la economía española 2006-2015

Tasa de variación interanual

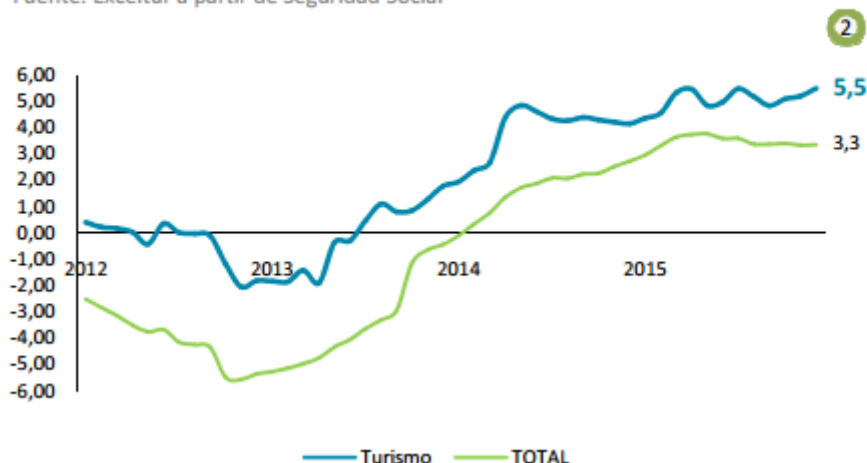
Fuente: Exceltur, INE y Banco de España (Dic 15)



Durante este año fueron 68 millones de turistas internacionales entraron a nuestro país, 5,7% del turismo mundial. En materia laboral el turismo durante 2015 genero 2,9 millones de empleos directos, 16,2% de los empleos españoles. Manteniendo así el empleo turístico por encima del empleo total de los demás sectores.

Comparación de la evolución del empleo en turismo y del empleo total 2012-2015. TV interanual.

Fuente: Exceltur a partir de Seguridad Social



Dentro del sector turístico y de sus infinitas variaciones enmarcaremos a la empresa en el mercado de los guías turísticos. “Guía turístico o guía de turismo es aquel individuo que se dedica a orientar a un grupo de personas en un entorno de turismo, mostrándole aquellos lugares más destacados del espacio que están visitando. Es un sujeto que trabaja como acompañante de los turistas y que está capacitado para informar a los viajeros sobre los hechos más relevantes de una ciudad, un museo, un edificio histórico o cualquier otro atractivo. También puede responder preguntas de los turistas y brindar asistencia general a éstos.” Julián P.P y Ana G. « Definición de guía turística»(2012).

Existen además varios tipos de guías turísticos diferenciados por las funciones que han de realizar. Aquí señalaré los más importantes.

- **Guías de traslado:** Reciben a los pasajeros en los aeropuertos o estaciones donde arriban y les prestan la información respecto al sitio que visitan junto a la programación de los eventos en los que participaran. (Julian P. y Ana G. 2012).
- **Guías de de tours:** Llevan a los turistas a lo largo de un recorrido y señalan los atractivos turísticos de ese lugar. Deben tener los conocimientos precisos del lugar al que representan. (Julian P. y Ana G. 2012).
- **Guías de sitio:** Se especializan de un punto en particular (monumento, museo, edificio...). Su información es bastante más amplia y precisa que la que un guía de recorrido podría tener de ese lugar. (Julian P. y Ana G. 2012).
- **Guías coordinadores:** Acompañan a los turistas durante todo el circuito (desde que arriban hasta que regresan) son contratados en su mayor parte por

agencias para asistir al cliente de manera personal. No es necesario que conozcan el lugar de destino, para ello dispondrán de los guías respectivos de cada atractivo turístico. Su deber es estar cerca de los pasajeros para asistirlos en todo momento. (Julian P. y Ana G. 2012).

Contemplando estos tipos de guía, no se puede situar a los guías de MyLander en ninguno de los grupos de manera exacta. Comparten aspectos con tres de esos grupos: Guías de traslados, guías de tour y guías coordinadores. Los guías de MyLander aguardarán y recogerán a los clientes en el aeropuerto o lugar de llegada y serán sus compañeros durante toda la estancia del viaje o durante el tiempo que el cliente desee. Deben de conocer de manera general todos los aspectos y particularidades del lugar y estar especializados en uno de los aspectos que el cliente haya pedido (deportes, historia, música....).

3.2.1. Clientes potenciales y tendencias actuales

Una de las grandes características de MyLander es que no distingue entre edades. En materia de edad cualquiera puede disfrutar de MyLander desde jóvenes descubriendo nuevas aventuras hasta personas de avanzada edad que quieren descubrir la mejor freiduría del puerto, pasando por familias con hijos. En MyLander las personas que aman viajar y que desean experimentar nuevas sensaciones dentro de los lugares que visitan, exprimiendo la esencia de esa ciudad encontrarán la perfección a sus deseos.

Si bien hay que destacar, que dentro de todos estos clientes potenciales a los que esperamos atraer, se hará un énfasis en el público juvenil de entre 18 y 40 años. Este será el público objetivo en el que más se centrará las campañas publicitarias de la empresa. Este es el público que más se puede sentir identificado con los valores y filosofía de la empresa por lo que hay que tenerlo en especial consideración.

En los últimos años el turismo juvenil ha sufrido un gran cambio. Las tendencias actuales en las que se busca la continua innovación han afectado, en efecto, al turismo. Viajar está de moda y la persona que más viaje es considerado más interesante.

Pero luego, hay mucha gente empeñada en ensalzar la palabra “viajero”, identificándola con una serie de valores bohemios y románticos, y de enfrentarla al término “turista” al que añaden numerosos matices negativos. Así, el postureo viajero ha convertido la palabra “turista” en algo peyorativo (“¿Hacer cola para subir a la Torre

Eiffel? ¡Eso es de turistas!”) y ha tratado de lavar sus complejos asimilando la figura del superhombre que está moralmente por encima del resto de los mortales por el simple hecho de viajar un poco tirado. (Alvaro Onieva. « Diario del viajero». 2015).

Cada vez más la gente busca no ser considerado un turista sino involucrarse en lugar que visita. Por eso MyLander es la opción más ajustada a las nuevas demandas que genera este mercado.

3.2. Análisis de la competencia

3.2.1. Principales competidores.

Al ser MyLander una empresa cuyos servicios no se limitan solo a una zona en particular, es necesario llevar a cabo un análisis de la competencia inicial en las tres primeras ciudades seleccionadas.

Cabe mencionar que no existe ningún tipo de empresa de guías turísticos que ofrezcan los mismos servicios que MyLander ofrece. Por ello, no existe una competencia que se considerase directa. Aún así, si que podemos considerar competencia a cualquier tipo de empresa turística que ofrezca un servicio similar, sobre todo en estas tres zonas dónde el turismo está muy consolidado.

- **Análisis de la competencia en Barcelona:** Barcelona es considerada una de las capitales del turismo a nivel mundial. Solo en la provincia de Cataluña el número de turistas asciende a 18 millones en el año 2016 (EFE. Diario Expansion. 2017). Esto hace que las empresas turísticas y competidores en esta zona sean muy abundantes.

Como principales competidores encontramos cualquier tipo de empresa que gestione las actividades de un guía turístico y tours alrededor de la ciudad. Estos realizaran funciones básicas de guía sin llegar a conectar tanto con el cliente. Ej. (Yourtourguides.es, Barcelona365.es...). Pero el principal competidor al que se enfrentará MyLander es la Asociación Profesional de Guías de Turismo de Catalunya (APIT). Creada hace 40 años realizan visitas culturales por Barcelona y sus lugares de interés. Se adaptan según el grupo que les contrate y pueden realizar rutas a pie, en bicicleta y en segway.

- **Análisis de la competencia en Granada.** Granada es uno de los mayores atractivos turísticos de este país. A pesar de no ser el más visitado (alcanza

el décimo puesto en número de visitas turísticas) posee el monumento más visitado de todo el país, La Alhambra.

Cómo se ha dicho antes, cualquier empresa relacionada con la gestión de guías turísticas es considerada como la principal competencia de MyLander. Como mayor amenaza esta la empresa Guías Granada. Su ámbito de negocio va desde visitas guiadas por monumentos arquitectónicos como la Alhambra o la catedral de Granada hasta visitas a espectáculos de flamenco pasando por visitas guiadas por barrios de la ciudad. Este aspecto lo convierte en el mayor rival que encontramos hasta ahora.

- **Análisis de la competencia en Menorca:** A la hora de analizar Menorca lo haremos refiriéndonos a la isla en conjunto y no solo a la capital de la isla. Esto es debido al gran atractivo natural que la isla balear posee y que no se podría dejar fuera escogiendo un solo punto en particular de la isla.

Como regla general, y al ser una de las sobre-explotadas islas baleares, el turismo es uno de los pilares fundamentales de la economía de este lugar. Si hay algo que destacar sobre esta zona, la competencia es similar a la de los lugares anteriores, es una guía turística sobre la isla cuyo lema es viajar diferente. Esta guía ha sido redactada por un viajero que alega llevar más de 20 años visitando Menorca ofreciendo una guía no para empresas sino para los viajeros. Al analizar este caso he encontrado muchas similitudes entre los valores de MyLander y la guía de Menorca diferente¹.

3.3. Proveedores

Al ser una empresa que proporciona un servicio inmaterial, MyLander no necesita proveerse de manera continua para satisfacer su demanda. Sí que es necesario, por otro lado, proveerse de los materiales necesarios para el funcionamiento de la sede de MyLander como por ejemplo material informático, muebles, acondicionamiento general, servicios de limpieza, personal informático... Así como del material identificativo de los guías y folletos informativos para la promoción de la empresa.

Para la puesta en marcha de la oficina central de MyLander en Barcelona, y tras una búsqueda de posibles proveedores, se ha optado por obtener los productos de la conocida compañía IKEA. Esta será la encargada de proporcionar el mobiliario necesario de la oficina central.

¹ Toda la información sobre la guía en el anexo.

La programación informática (web, sistema operativo...) quedará al cargo de la empresa Marketmataro, una empresa con más de 20 años en el sector y con gran experiencia en mantenimiento informático de empresas.

Los servicios de limpieza los llevará a cargo la empresa Foxclean. Uno de sus empleados limpiará diariamente las oficinas de MyLander.

El mantenimiento periódico de las instalaciones, así como las reparaciones puntuales de elementos del inmueble correrá al cargo de la empresa Habitissimo.

Los tres ordenadores necesarios para el funcionamiento inicial de MyLander serán adquiridos de la tienda OutletPc.

Demás elementos necesarios como papel, material para oficina, papel para folletos podrán ser adquiridos en tiendas locales cercanas a la sede. Los gastos exactos serán incluidos en el apartado de costes donde se cuantificarán.

4. Análisis DAFO

4.1. Análisis y gráfica

Tras haber realizado el estudio de mercado se pueden observar las siguientes debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

Fortalezas:

- Idea innovadora inexistente anteriormente en el mercado
- Capacidad de maniobra rápida ante problemas del mercado debido al pequeño tamaño de la empresa
- Equipo motivado con ilusión y pasión por su ciudad
- Capacidad de captar nuevos empleados debido al atractivo de la actividad de la empresa
- Precios económicos y competentes
- Buena imagen ante los consumidores
- Costes de la empresa reducidos al no depender de su estructura física
- Servicio acorde y amoldado al cliente
- Capacidad de adaptarse a nuevos mercados
- Posible expansión rápida

Debilidades

- Empresa nueva en un mercado muy experimentado
- Empresa pequeña que debe darse a conocer
- Poca experiencia en el sector
- Servicio solo distribuible por un solo canal, internet
- Pocos recursos iniciales obligando a la empresa a solicitar créditos bancarios
- Ciertos sectores de clientes potenciales más reacios al cambio ofrecido por la empresa
- Salarios a los guías posiblemente insuficientes a las expectativas

Oportunidades

- Gran número de clientes potenciales en las zonas elegidas
- Economía del país volcada en el turismo
- Políticas favorables al turismo
- Tendencias y filosofías actuales acordes con las actividades de la empresa
- El mercado seleccionado ya goza de buena imagen y reputación internacionalmente

Amenazas

- Imitación por parte de otras empresas
- Gran número de empresas competidoras aún no teniendo un servicio similar
- Gran número de servicios sustitutivos
- Mala reputación de los turistas en lugares turísticos
- Política del país medianamente inestable tanto internacional como nacional

5. Plan de marketing

5.1. Servicio

Una vez haber analizado el mercado en el que implantar nuestra empresa se va a proceder a describir el servicio a ofrecer por MyLander y a ejemplificar como sería el proceso de compra de este.

MyLander tiene similitudes con empresas como Airbnb o Meetic. Esto es debido a que se alquilan los servicios de un guía mediante internet o app como en la primera y este

guía es seleccionado mediante una compatibilidad personal con el cliente como en el siguiente. En un futuro se espera que los empleados asociados con MyLander sean lo suficientemente numerosos como para que el cliente pueda ser compatibilizado con el guía perfecto acorde a sus peticiones y gustos. Pero de momento y hasta que MyLander comience a crecer los guías serán los tres mencionados anteriormente y en los lugares señalados.

Los servicios que ofrece MyLander son las de guías turísticos de compañía o como se les denominara para crear un valor único “landers”. Estos acompañan al cliente en todo momento que el cliente considere oportuno mientras se dejan llevar por cada rincón de la ciudad o a sitios menos concurridos por los turistas convencionales. Un ejemplo perfecto de este servicio serían los popularmente conocidos anuncios veraniegos de la marca cervecera de Estrella Damn (incluyo uno en el Anexo si se desea visualizar). La función principal de MyLander será la de gestionar y organizar a estos guías mediante la página web y su sistema informático y la de reclutar nuevos posibles guías.

El cliente accederá a la página web de MyLander (incluida en el Anexo), en esta encontrará toda la información de la empresa, información sobre los guías/“landers”, información de los lugares disponibles con MyLander e información sobre el funcionamiento de las actividades de la empresa. A continuación el cliente escogerá uno de los lugares posibles y al guía por defecto de ese lugar (hasta que aumente el número de “landers” y pueda ser compatibilizado mediante un cuestionario). Una vez hecho esto se le proporcionará al guía el correo y número de teléfono del cliente para poder ponerse en contacto con él. Acordarán el día y lugar de llegada de este para así poder acompañarlo hasta su lugar de hospedaje teniendo así una primera toma de contacto para empezar a conocerse. Llegados a este punto el tiempo que ambos pasen juntos dependerá de la voluntad del cliente. Al guía se le pagará por jornadas acompañadas al cliente (mañana, tarde, noche o días completos). El empleado de MyLander tendrá como misión hacer vivir al cliente el día a día de su ciudad, dándole a conocer los pequeños detalles y secretos de cada lugar que, en conjunto, forman la experiencia turística más pura y sin alteraciones. MyLander además busca que durante esta experiencia tanto el cliente como el guía puedan crear lazos afectivos de amistad promoviendo así una cultura social positiva hacia lugares contaminados por el turismo masivo y sus turistas.

La empresa estará siempre al tanto de las actividades realizadas por el cliente junto al guía, si alguna actividad implica algún riesgo como son las actividades de aventura

(rafting, salto base, surf...) serán siempre por voluntad propia del cliente y la empresa no se responsabilizará por daños sufridos durante la realización de estas.

5.2. Precios

Con la creación de MyLander no se espera como objetivo lucrarse con precios excesivos, sino que su objetivo es poder ser accesible para todos los públicos. Y, además, en MyLander se es consciente de que el servicio lo proporciona el guía y la empresa solo los gestiona y recluta. Por ello se impulsaría al cliente a ayudar al guía dejando propina para este si el servicio ha sido de su gusto. Estas propinas serían completamente para el guía, fruto del esfuerzo de su trabajo.

Los turnos de trabajo de los guías pueden ser de mañana, tarde, noche, combinaciones de dos de ellas o de día completo. Por ello cada turno dispondrá de un precio. Además el precio variara según si el cliente es un grupo de personas, ascendiendo el precio en este caso debido a la mayor complicación de transporte de personas y de que el guía necesitará realizar reservas para los lugares que deseen visitar para asegurar la entrada de todos los miembros del grupo.

Los precios además variaran durante las temporadas baja y alta. El bajar los precios en temporada baja ayudará a evitar la estacionalidad perjudicial del turismo español.

Precios Temporada Baja	Individual	Grupos
Mañana	20€	35€
Tarde	20€	35€
Noche	30€	50€
Mañana y Tarde	40€	75€
Mañana y Noche	45€	90€
Tarde y Noche	45€	90€
Día completo	60€	110€

Elaboración propia

Precios Temporada Alta	Individual	Grupos
Mañana	30€	50€
Tarde	30€	50€
Noche	40€	70€
Mañana y Tarde	50€	90€
Mañana y Noche	65€	120€
Tarde y Noche	65€	120€
Día completo	90€	170€

Elaboración propia

Estos precios son iniciales y orientativos. Han sido elaborados lo más competitivos y económico posible. Si es necesario ajustarlos en un futuro debido a la escasez de clientela o nuevas trabas del mercado al ser una empresa pequeña podrá hacerse sin mucha complicación. También destacar que estos son los precios oficiales compartidos entre la empresa MyLander y el guía contratado, todo dinero que se le quiera dar al guía gracias a su buen trabajo será completamente suyo. Si en el momento el cliente no dispone de dinero en efectivo para la propina la empresa, tras la finalización del viaje del cliente, mandará una encuesta de satisfacción al cliente. En esta encuesta podrá ayudarnos a mejorar y además podrá abonar la propina deseada a su guía sin cargo alguno.

5.3. Distribución

Como tal, MyLander no produce un producto físico. Ni tiene una serie de instalaciones físicas dónde venderlo. Es por este motivo que una distribución en este caso no será necesaria. El cliente es el que viene a MyLander. Si que se enviarán al cliente, antes de la realización del viaje, una serie de documentos informativos y permisos necesarios para el disfrute de sus actividades al correo electrónico que facilite. Estos deberán ser impresos, firmados, escaneados y mandados de vuelta antes del inicio de la experiencia MyLander.

5.4. Comunicación

“El mix de comunicación hace referencia a las herramientas que se utilizan para informar, persuadir y recordar. Es necesario gestionar y coordinar los diferentes instrumentos de comunicación como un “todo” integrado, y no como si fueran elementos inconexos e independientes.” (Territorio Marketing, 2017)

Como la cita anterior sugiere, a continuación se hablará sobre las estrategias de comunicación pensadas para la empresa. Estas estrategias están pensadas para la captación de clientes y para poder potenciar la imagen de la empresa. Se confía en una rápida expansión y popularización de la empresa, por ello es imprescindible la creación de una imagen corporativa que pueda facilitar al público su identificación. Esta imagen será un conjunto de símbolos como el logo, colores, tipografía... Además se explicaran los dominios en internet que serán parte de la empresa como la web, redes sociales...

Esta imagen será llevada al público mediante campañas publicitarias y estará presente en todas ellas.

5.4.1. Imagen

Nombre: Como se ha ido mencionado durante todo el proyecto el nombre de la empresa es MyLander. Es una composición de las palabras inglesas “My” (pronombre posesivo de primera persona) y “Lander”. La palabra “Lander” por si sola su único significado es el de “vehículo espacial diseñado para aterrizar sobre un cuerpo celeste, como una luna o planeta” (Definition of Lander, The Free Dictionary, 2016). Ahora, si esta palabra es combinada con un elemento como “out” o “east” se forma un significado distinto. Por ejemplo “outlander” se refiere a la persona que viene de fuera o extranjero, “eastlander” el habitante del este. Con la composición propia de My se quiere hacer referencia a la posibilidad de tener un habitante del lugar al que se visita a la disposición del cliente. Por eso el resultado final sería MyLander, mi habitante.

Para la elección de este nombre se ha tratado de buscar algo que definiera lo más verazmente a la empresa y sus valores. También que fuera sencillo y fácil de recordar para el consumidor y así ser retenido más fácilmente en su cabeza.

Logotipo: Para la imagen corporativa de la empresa se ha creado un logo propio acorde con los servicios de la empresa, su filosofía y valores.



Elaboración propia

Este logo está compuesto por varios elementos. La figura principal es una flecha localizadora utilizada normalmente en apps móvil/ páginas web para la localización de un lugar buscado, dentro de esta se ha situado una cordillera de montañas. Esto hace ver al cliente que la principal función de la empresa está relacionada con los viajes y el turismo. A continuación aparece el nombre de la empresa ya comentado antes en una tipografía que ha intentado ser lo más atractiva posible al ojo del cliente. El último elemento del logo es el eslogan, el cual comentaré a continuación.

Eslogan: Viaja, conoce, vive.

A pesar de que sean tres palabras que a primera vista no parece tener una conexión, tras analizarlas se puede encontrar una relación de principio a fin entre las tres. Las tres palabras están dirigiéndose directamente al consumidor para hacer sentir que el mensaje va dirigido para él. Con este eslogan se quiere hacer ver al cliente que mediante el hecho de viajar a distintos lugares le hará conocer. Conocer mundo, otras personas, lugares, lenguas... cosas que desconocía antes y que solo tras esto podrá sentir la sensación de vivir en su interior.

Web: Junto a la aplicación móvil serán los dos pilares maestros de la empresa MyLander. Al no ser un producto físico, sino que su función es la de organización y gestión de guías la empresa se debe volcar por completo en la versión online de esta.

En la web (creada para este proyecto) el cliente dispondrá de toda la información sobre la empresa y sus funciones.

Enlace a la página web: <https://jeor74.wixsite.com/mylandervive>

Habrán un apartado para conocer experiencias de otros clientes junto con sus reseñas, videos, fotos... Además en esta web (junto con la app móvil) estará el único método para contratar los servicios del guía. El cliente escogerá su ciudad de destino vacacional, rellenará el cuestionario de compatibilización y será asignado a un guía. En la web además se facilitará un apartado para quien quiera convertirse en miembro de los guías MyLander. En caso de ser seleccionado como uno, se le realizará una entrevista online.

App móvil: El otro pilar básico para el funcionamiento y éxito de MyLander. Los últimos avances en tecnología móvil han convertido al móvil en un mercado de compra y venta de gran magnitud. Por ello la empresa MyLander creará una aplicación móvil similar a la página web con todos los apartados y opciones. Será mucho más cómoda de acceder de esta forma a los servicios de MyLander pues permitirá poder utilizarla en cualquier lugar. Esta app está aún en vías de desarrollo.

Redes sociales: La presencia de MyLander en redes sociales es vital para la promoción de esta. Las redes sociales es uno de los canales más directos que existen para llegar al cliente. Por ello la empresa contará con cuentas en redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram... Estas redes son las más utilizadas por los usuarios y que conseguirán transmitir los grandes atractivos de la empresa.

Además, a estas plataformas de internet se irán subiendo fotos de clientes realizando actividades con sus "Landers" y también a los usuarios que nos sigan en estas redes podrán participar en diferentes sorteos que se irán publicando como material de "MyLander", ofertas...

5.4.2. Publicidad

No se concibe el éxito de la empresa sin un buen programa publicitario, de este dependerá el futuro de la empresa hasta hacerse una marca reconocida en el mercado.

Las principales campañas publicitarias serán llevadas a cabo en las plataformas de internet antes mencionadas. Redes como Facebook, Instagram, twitter son el mejor y

más eficaz método para llegar directamente a nuestro público objetivo debido a que su uso es diario.

Además, la empresa invertirá también en campañas publicitarias como el reparto de flyers publicitarios en zonas turísticas, un posible spot televisivo... Para este último será necesaria una gran inversión.

6. Operaciones

6.1. Ubicación y características de los lugares

Durante todo el proyecto se han mencionado las tres ciudades que van a formar parte del primer elenco inicial de MyLander, ahora se hablará exclusivamente sobre ellas y las características individuales que poseen.

6.1.1. Barcelona

La primera ciudad a analizar es la de mayor tamaño y dónde va a estar situada la sede principal de MyLander. Capital de la comunidad autónoma de Cataluña está situada en el noreste de la península, a orillas del mediterráneo dentro de la provincia de Barcelona.



Cuenta con una población de 1,609 millones de habitantes según el INE. Barcelona ha sido siempre cuna de grandes mentes y celebridades como Dalí, Gaudí, Picasso...

Barcelona es uno de los pilares imprescindibles y con más peso turístico del país junto con Madrid. Acogiendo cada año a millones de turistas de todas partes del mundo.



El estar situada entre el mar y la montaña hace de ella un mercado turístico con inmensas posibilidades. Los turistas encuentran aquí la posibilidad de poder disfrutar de un turismo natural con sus playas y sus montañas, turismo cultural con la Sagrada Familia, el parque Gaudí, las Ramblas...Además de un mercado que va adquiriendo gran peso en el panorama actual, el Turismo Deportivo. Este tipo de turismo encuentra en Barcelona una joya siendo esta una ciudad Olímpica durante los juegos del 92 y la casa del equipo Futbol Club Barcelona, uno de los grandes equipos conocidos a nivel mundial.

6.1.2. Granada

La segunda ciudad está situada en la parte meridional de la península y es considerada por muchos como La Joya de España, Granada. Situada a pies de la Sierra Nevada cuenta con 234.978 habitantes se sitúa en el puesto decimonoveno de las ciudades más pobladas de España según la página “enterat”. Además posee una de las universidades más grandes de España y es uno de los destinos más populares entre los estudiantes del programa Erasmus.



Que sea una de los focos turísticos no es

de extrañar. Granada es la representación de la imagen española que se tiene en el exterior. En ella podemos encontrar los tópicos más buscados por los turistas internacionales flamenco y tapas. Pero de todas las atracciones turísticas de las que dispone Granada no hay lugar a duda de cuál es la mayor y más demandada, La Alhambra.

Es el monumento más visitado de España y la obra cumbre del patrimonio musulmán en Europa. Declarada patrimonio de la humanidad en 1984, fue el palacio de los reyes Nazaríes de Granada durante siglos, su más emblemático patio es el Patio de



los Leones. El acceso cada vez es más complicado debido a su necesaria conservación por lo que se recomienda reservar siempre con antelación las entradas.



6.1.3. Menorca

El sitio final no se limita únicamente a la ciudad sino a la isla entera, Menorca. Es la más oriental y septentrional del archipiélago balear. Su capital es Mahón aunque la ciudad más poblada es la Ciudadela de Menorca con 92.348 habitantes. Es una ciudad que representa a la perfección el paisaje mediterráneo. Aguas cristalinas dentro de calas pedregosas ocultas. Todos estos parajes están tan bien



conservado debido a que la incorporación de Menorca al mercado turístico fue más tardía que el resto debido a que la economía que había en ese momento en la isla (calzado y agrícola) podía sustentar sin necesidad de turismo.

Pero Menorca no se limita exclusivamente al paisaje, pues el patrimonio histórico es inmenso. Estar situada en un punto intermedio entre la península y las cunas de las civilizaciones clásicas como Grecia y Roma la convirtieron en un punto de abastecimiento idóneo. Además de haber estado bajo dominio inglés durante más de 60 años, cosa que dejó gran marca en la cultura de esta y hasta día de hoy el turismo británico es el que más tránsito tiene en la isla.

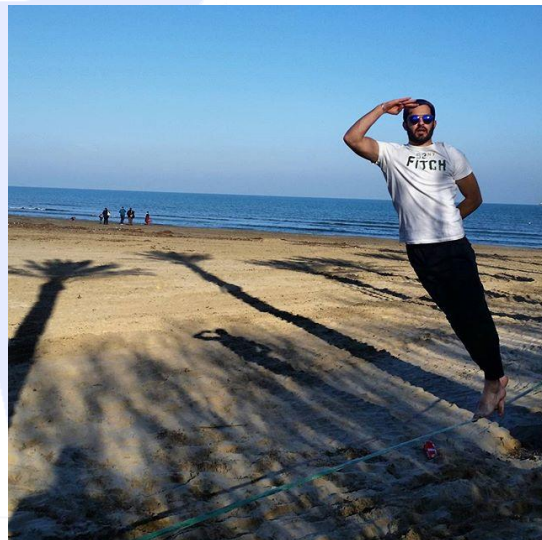
6.2. Guías

En este apartado se va a hablar de los 3 primeros guías que formarán parte del elenco original de MyLander. Estos "landers" son todos estudiantes de entre los 20 y 22 años que estudian en la ciudad de Castellón de La Plana.

- La primera “Lander” de la que se va a hablar es la residente en Barcelona, Patricia Espona. Tiene 21 años y es estudiante de 3º curso de medicina. Ama cada rincón de Barcelona y su gente. Muy dada a pasear y encontrar sitios que no conocía antes. Prefiere una tarde al sol con sus amigos en una azotea hablando de la vida antes que pagar por entrar a cualquier pub. Además, es amante del surf y de componer canciones en la playa.



- El segundo “Lander” es el responsable de la zona de Granada, Gonzalo Olalla La Torre. Comparte con Patricia la carrera ya que también es estudiante en el 3º año de medicina. Para él la ciudad idónea para vivir es Granada, la considera la mejor ciudad de toda Andalucía (recalcando que es mucho mejor que Sevilla). Igual de idóneo considera a su equipo de fútbol que defenderá hasta la saciedad, El Granada. Es un apasionado de las motos, guitarras y una cerveza fría mientras contempla el atardecer ponerse sobre La Alhambra para después irse a continuación de tapas durante la noche Granadina.



- La última “Lander” por conocer es la menorquina Ana Gil. Cursando el segundo curso de Publicidad y Relaciones Públicas. Amante de la fotografía y la naturaleza. Le encanta explorar cada rincón de su isla y



disfrutar de calas que nadie más conozca y poder saltar de sus acantilados. Además de ser una aficionada al snorkel y a las verbenas veraniegas.

6.3. Plan de actuación

Una vez conocidos a estos 3 “landers” se les pidió que en el caso de tener que acompañar durante un día a un cliente que harían con él.

- **Patricia (Barcelona):** En su recorrido Patricia recogería al cliente en el hotel con su coche para dirigirse dirección a Sitges (20 min de Barcelona) y desayunar en uno de los bares que hay en frente del mar. Después de desayunar pasaría la mañana en la playa disfrutando de una playa menos colapsada como son las de Barcelona. A la hora de comer volverían a Barcelona para buscar un buen restaurante dónde comer. A continuación le llevaría paseando desde la diagonal Francesc Macia por Paseo de Gracia dónde hay multitud de tiendas y llegar al barrio Gótico para poder ver todas las casas antiguas y catedrales escondidas y que no tendrán tantos visitantes como la Sagrada Familia. Para descansar de tanto paseo Patricia acompañaría al cliente a un bar cercano a la playa para poder disfrutar los últimos rayos de sol acompañados de un *gin tonic*.
- **Gonzalo (Granada):** Gonzalo comenzaría el día acercándose al hotel del cliente con una ración de churros recién hechos para coger el día con fuerzas según él. Justo después de desayunar lo subiría a su moto para llevarlo hasta la Alhambra, para esto habría que realizar reservas, y pasaría toda la mañana haciendo de guía por la Alhambra, ya que debido al tamaño de esta se necesitan unas cuantas horas para recorrerla. Al salir de la Alhambra, y viendo que el hambre apremia, se dirigiría al centro para comer. Disfrutaría de una comida exclusivamente de tapas gratis con la bebida y así compensar el dinero que cuesta la Alhambra. Después de comer volverían a montarse en la moto para realizar un recorrido por distintos miradores en las inmediaciones de Granada mientras el sol va cayendo y ver la Sierra Nevada. Después del recorrido subirían al Albaicín para tomarse un café mientras el sol se pone sobre la Alhambra, cosa que según Gonzalo es mágica. Para finalizar el día y después de una cena a bien de tapas o de restaurante irían a la zona de Pedro Antonio de Alarcón, que es una zona de pubs de todos los estilos, antes de acompañar al cliente de vuelta al hotel.

- **Ana (Menorca):** Nuestra Menorquina recogería al cliente de una forma peculiar. Recogería a nuestro cliente en caballo para realizar parte del conocido Camí de Cavalls. Este es un recorrido de 185 km que circunvala la isla. Recogería al cliente en Ciudadela de Menorca para ir a caballo por los distintos parajes menorquines hasta Punta de Artrutx. Para la hora de llegada a este sitio ya sería medio día por lo que buscarían un restaurante dónde poder comer uno de los productos gastronómicos más importantes de Menorca. El queso de Mahón. Después, Ana llevaría al cliente a alguna cala poco transitada y que pocas personas conozcan para poder ver el sol ponerse en el horizonte. Para acabar el día, y si es temporada, Ana llevaría al cliente en busca de una verbena para conocer así la fiesta menorquina antes de llevar de vuelta al cliente a su hotel.

7. Estructura jurídica

Para la creación de la estructura jurídica de la empresa se ha investigado todas las características jurídicas de las estructuras de los tipos de sociedades en la legislación española. Tras esta investigación y comparándola con las características de MyLander se ha llegado a la selección de la siguiente.

La empresa será formada por una única persona física, esto acarreará una serie de beneficios jurídicos como no estar obligada a necesitar más socios físicos o jurídicos limitando así el poder de decisión. Se ha decidido escoger una forma jurídica para la empresa, esto limitará la responsabilidad del socio únicamente al capital aportado. De esta forma, el socio podrá protegerse ante el posible fracaso de la empresa.

Con estas preferencias la sociedad elegida para formar la estructura jurídica de la empresa es la de **sociedad limitada de nueva empresa**. Además de reunir los requisitos pedidos esta sociedad conlleva una serie de ventajas en comparación con el resto.

Esta sociedad requiere de un capital mínimo de 3.012 euros y un máximo de 120.202 euros. Se debe desembolsar en el momento de iniciarse la actividad. Permite su tramitación por vía telemática para toda su documentación, con la excepción de la firma notarial en escrituras de constitución. Esto hace que su constitución sea especialmente rápida pudiendo tenerla en un plazo de 48 horas. Tiene como régimen fiscal el de impuesto de sociedades.

Este es un listado de otras pequeñas ventajas que la SLNE aporta:

- Modificación gratuita de la denominación social durante los tres primeros meses a la constitución de esta.
- Libro de registros de participantes no obligatorio.
- Utilización de los fondos de una cuenta ahorro-empresa para la constitución de la sociedad.
- Aplazamiento del pago de impuesto de sociedades durante los dos primeros periodos impositivos.

La denominación social de la empresa exige que conste de los apellidos y nombre de un socio más un código único seguido de la abreviación del nombre de la sociedad. (Sociedad Limitada de Nueva Empresa. Real Decreto Legislativo 1/2010. Circe. 2017.) Por lo tanto la denominación social de la empresa “MyLander” es la siguiente: Esquíroz Olloqui Josetxo (ID CIRCE), SLNE.

8. Plan financiero y económico

8.1. Costes

En este apartado se anotaran los posibles gastos y costes que afectaran a la empresa durante su apertura.

- Los costes notariales para la constitución rondarán entre los 400 600 euros en función del capital aportado.
- Los costes de la reserva de la denominación social ascienden a 15 euros. La inscripción en el Registro Mercantil asciende a 250 euros aprox
- Para demás gastos de trámites se estima unos 400 euros
- Local en la calle San Jaume 26 con todos los servicios básicos como baños, luz etc 350 euros por mes
- Tres ordenadores Lenovo para el funcionamiento del sistema informático 129 la unidad.
- Tres sillas giratorias de oficina 70 euros la unidad y escritorio con capacidad de 6 personas 479 euros.
- Para la gestión de la página web y del sistema informático para el funcionamiento de la empresa se contratará a la empresa MarketMataro que tendrán un coste de 139 euros anuales por sus servicios.
- La limpieza de la oficina correrá al cargo de la empresa foxclean con un presupuesto de 30 euros mensuales aproximados.

- Mantenimiento de las instalaciones por la empresa Habitissimo con un presupuesto de 100 euros mensuales.
- Cuota de autónomo tras bonificaciones de ser menor de 30 años asciende a:
 - 53,07€ mensuales durante los 6 primeros meses
 - 131,36€ mensuales del mes 7 al 12
 - 183,55€ mensuales del mes 13 al 18
 - 261,83€ mensual a partir del mes 19

Juntando todos estos costes el gasto inicial a la apertura de la empresa asciende a 2.913,07€.

8.2. Financiación

Para el comienzo de las actividades de MyLander encontrar un método de financiación viable es vital. Esto es debido a que dependemos totalmente del capital social que aportemos inicialmente. En una Sociedad Limitada de Nueva Empresa el capital inicial mínimo es de 3.012€ y el máximo 120.202€.

Por suerte, en la coyuntura actual grandes bancos como BBVA, Santander ofrecen una gran variedad de créditos a jóvenes emprendedores para la apertura de sus empresas.

El crédito que se ha elegido es con la entidad BBVA por un valor de 30.000 €. Esta cantidad ayudará a poder cubrir los gastos iniciales que cause la apertura de la empresa y además si surgen gastos imprevistos podremos solventarlos. Otro motivo es que esta cantidad se puede devolver de manera sencilla y cómoda, pudiendo devolverá incluso si la empresa fracasa y debemos una responsabilidad equivalente al capital aportado inicialmente.

9. Conclusión final y valoración

Una vez llevados a cabo todos estos análisis y presupuestos se ha llegado a la conclusión de que el éxito de las actividades de MyLander es viable. Analizando los costes mensuales la empresa generaría un gasto fijo de 544,58 euros. Los sueldos de los "landers" por lo que solo se pueden hacer estimaciones. Cuantos más clientes consigan más remuneración recibirán. Se estima que con unos ingresos mensuales de 2.400€ por lo que cada "lander" en el periodo inicial deberá poder alcanzar 620€. Esta cifra es fácilmente alcanzable dentro de un periodo mensual. Con esta estimación al año la empresa embolsaría una cifra de 28.800€ (2.400€x12). Después de los gastos mensuales (544.58x12€) y fijos (139€) del periodo anual el capital producido por la

empresa se verá reducido a 22.126,04€ menos los costes de constitución. En estas tablas a continuación se ejemplifican estos datos.

Costes de constitución	Euros
Notariales	600€
Reserva de dominio	15€
Inscripción en el registro	250€
Otros gastos	400€
Total	1.265€

Costes de mantenimiento	Euros
Alquiler del local	(350*12)= 4.200€
Ordenadores	(3*129)= 387€
Sillas Giratorias	(3*70)= 210€
Mesa escritorio	479€
Página Web y sistema informático	139€
Limpieza oficina	(30*12)= 360€
Mantenimiento	100€
Cuota Autónomo	(131,36*12)= 1.576,32€
Landers	(600*12) = 7.200€ ¹²
Total	14.651,32€

Ingresos totales	Costes de constitución	Costes de mantenimiento	Beneficios
28.800€	-1265€	-14.651,32€	12.883,68

Tras estos análisis se deduce que la empresa MyLander puede ser viable aún no registrando un gran beneficio. Este pequeño margen de beneficios es debido a que es una empresa nueva que aún no es conocida.

Pero la clave del éxito para esta empresa reside en una fidelización del mercado. Convertirse en una empresa clave e indispensable dentro de este. Así, se aumentaría el valor de la empresa frente al consumidor y conseguiría la estrategia de marketing más efectiva, el boca a boca. La gente confía en lo que una persona cercana a el le

¹² El sueldo de los landers variará según las veces que sean contratados. La estimación de la tabla se basa en que los tres landers reciban un sueldo de 200€ cada mes.

diga y por lo menos aunque solo sea una vez lo probará. En ese momento sería la empresa la que se encargara de la satisfacción del cliente y de que vuelvan a utilizar en un futuro los servicios de MyLander. Pues lo importante no es que vengas, sino que vuelvas.

Ahora, ya dentro de mi opinión, este TFG ha conseguido mostrarme y enseñarme de lo que soy capaz. No tuve duda a la hora de escogerlo, pero si a la de elegir la temática de mi empresa y de sus actividades. Sabía que la idea tenía que saciar una necesidad, todas las grandes ideas han surgido de esa búsqueda. La idea me gustó desde un primer momento porque era algo mío, que nadie me había aconsejado ni dado. Por esto, le cogí mucho cariño y sé que podré defenderla, porque creo en ella. En este TFG he investigado, calculado e imaginado, he sacado todo lo que tenía dentro. Por ello, y aunque posiblemente tenga que hacer modificaciones, estoy muy orgulloso de este.

10. Bibliografía

- (Abel Matutes, FITUR, 2017.) http://www.ifema.es/fitur_01/
- (Alquiler de oficina.2017) http://www.pisos.com/alquilar/oficina-granollers_centre-945856909098386_109700/
- (Cuota de autónomos. 2016) <http://www.serautonomo.net/cuota-de-autonomos>
- (Definición de turismo. Organización mundial del turismo. 2017) <http://www2.unwto.org/es>
- (Definition of Lander, The Free Dictionary, 2016). <http://thefreedictionary.com>
- (El poder de la imagen de la empresa. Territorio Marketing. 2017)<http://territoriomarketing.es/herramientas-de-la-comunicacion-de-marketing-mix-de-comunicacion/>
- (EFE. Diario Expansion. 2017) <http://diarioexpansion.com>
- (Empresa de limpieza. Fox Clean.2017) <http://www.foxclean.es/>
- (Guía Menorca Diferente Guía Menorquín, 2016.) <https://menorcadiferente.com/sobre-esta-guia/>
- (Julián P.P y Ana G. « Definición de guía turística» 2012). <http://definicion.de/guia-turistica/>
- (La Alhambra. Tu Granada. 2017) <http://www.turgranada.es/fichas/la-alhambra-16620/>
- (Menorca. Wikipedia. 2017) <https://es.wikipedia.org/wiki/Menorca>
- (Mobiliario de oficina ikea. Ikea)http://onlinecatalogue.ikea.com/ES/es/Business_Brochure/pages/22
- (Ordenadores para la empresa. PcOutlet.2017) <http://outlet-pc.es/es/port%C3%A1tiles-pc/4865-lenovo-m58p-sff-c2d-e8400-refurbished.html>
- (Ranking de población por municipios. Enterat. 2017) <http://www.enterat.com/servicios/poblacion-espana-provincias-municipios.php>
- (Sistemas informáticos. MarketMataro.2017) <http://marketmataro.com/alojamiento-web/>

(Sociedad limitada de nueva empresa. Pymes y autónomos. 2017) <https://www.pymesyautonomos.com/tramites/sociedad-limitada-nueva-empresa-su-empresa-inmediata>

(Tasa de empleo turístico y datos sobre el turismo en España. INE. 2017.) <http://www.ine.es/>



Mylander

11. Anexos

Video del anuncio de Estrella Damn en el que se describe perfectamente la filosofía e intención de la empresa MyLander respecto a la experiencia que desea que sus clientes experimenten.

<https://www.youtube.com/watch?v=1VRZISSlrwY>

Guía de Menorca diferente

<https://menorcadiferente.com/sobre-esta-guia/>



MyLander