

TERCERA EDICIÓ

PREMI CÀTEDRA TIM



Flash Informatiu 2 (2024)

Amb la col·laboració de:



Universitat de Lleida
Càtedra de Turisme
d'Interior i de Muntanya



Tercera edició Premi Càtedra TIM

-

Resum executiu dels treballs guanyadors

Novembre de 2024

Direcció: Eduard Cristóbal

Sotsdirecció: Daniel Paül

Redacció: Jaume Macià

Imatge de portada: Parc Nacional d'Aigüestortes i Estany de Sant Maurici (Font: aralleida.cat)

Flash Informatiu 2 (2024)

Amb la col·laboració de:



Universitat de Lleida
Càtedra de Turisme
d'Interior i de Muntanya




Diputació de Lleida
Patronat de Turisme

INTRODUCCIÓ

El premi Càtedra TIM és un premi patrocinat per la Diputació de Lleida en el marc de la Càtedra “Turisme d’Interior i de Muntanya” de la Universitat de Lleida i el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, ofert al millor Treball Final de Grau i Treball Final de Màster que tingui com a aspecte principal el turisme d’interior i de muntanya a les terres de Lleida.

Aquest any 2024 s’ha celebrat la tercera edició del Premi Càtedra TIM, en el qual s’han presentat treballs finals de grau i de màster corresponents al cursos 2022/23 i 2023/24. El premi està dotat amb 500€ per al millor TFG i 1.000€ per al millor TFM.

Tots els treballs presentats han destacat per la seva la seva qualitat i l’aposta que fan per a l’estudi i el coneixement del turisme a les Terres de Lleida. Pel que fa als treballs guanyadors s’ha considerat que els dos treballs premiats, tant en la categoria de TFG com de TFM, són un molt bon exemple de la transferència de coneixement que vol impulsar aquesta Càtedra, fruit de la voluntat d’unir esforços entre la Universitat de Lleida i el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida.

Treballs guanyadors:

• Premi al Millor Treball Final de Grau

Blanca Vilalta i Gallart pel treball ***La percepció dels recursos naturals de la província de Lleida: anàlisi i proposta d’accions.***

Titulació: Doble titulació en Administració i Direcció d’Empreses i Turisme de la Universitat de Lleida.

Tutora: Juliana Fernandes (UdL)

• Premi al Millor Treball Final de Màster

Josep Maria Agustí i Roca pel treball ***Pla d’Empresa: Creació de 7 allotjaments turístics accessibles. CASA CANSAT, By Aremi.***

Titulació: Màster en Màrqueting de Mitjans Socials de la Universitat de Lleida.

Tutors: Estela Mariné (UdL) i Jordi Agost (UdL)

El jurat d’aquesta tercera edició ha estat format per Eduard Cristóbal Fransi, doctor en Economia i director de la Càtedra; Juli Alegre Alcázar, director del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, que ha actuat com a representant del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida; Daniel Paül Agustí, doctor en Geografia i sotsdirector de la Càtedra; i Jaume Macià Amorós, geògraf i secretari de la Càtedra.

RESUM EXECUTIU DELS TREBALLS GUANYADORS

Millor Treball Final de Grau

Blanca Vilalta i Gallart

La percepció dels recursos naturals de la província de Lleida: anàlisi i proposta d'accions

Aquest Treball Final de Grau explora la percepció dels recursos naturals de la província de Lleida a través de les ressenyes publicades a TripAdvisor, amb l'objectiu d'entendre com valoren els visitants els atractius naturals locals i proposar estratègies de màrqueting per millorar-ne el posicionament. Els atractius naturals s'agrupen en paisatges de muntanya, recursos hídrics, rutes i parcs, dividits entre les unitats de paisatge de l'Alt Pirineu i Aran i les Terres de Lleida.

Context i motivació de l'estudi

La diversitat natural de Lleida representa una gran oportunitat per al turisme, amb paisatges adaptats a diferents estacions i activitats. Les ressenyes en línia són una font de User Generated Content (UGC) influent en les decisions dels viatgers, fet que les fa imprescindibles en estratègies de màrqueting turístic. Aquest treball sorgeix de la manca d'estudis específics sobre les opinions dels visitants respecte als recursos naturals de Lleida i pretén contribuir a un millor coneixement del potencial turístic de la província, especialment rellevant en el context post-COVID-19, on el turisme de natura ha experimentat un augment significatiu.

Objectius

L'estudi busca analitzar la percepció i satisfacció dels visitants amb els recursos naturals de Lleida mitjançant ressenyes a TripAdvisor, amb especial atenció a les possibles diferències segons el tipus de recurs (muntanyes, rius, pistes d'esquí) i la ubicació geogràfica. També es volen identificar crítiques recurrents relacionades amb la gestió, l'accés i l'atenció al públic. A partir dels resultats, s'han proposat accions de màrqueting per millorar el posicionament de Lleida com a destinació turística de qualitat i incrementar el nombre de ressenyes positives.

Resultats

Els visitants tenen una percepció generalment positiva dels recursos, amb puntuacions altes en paisatges de muntanya i recursos hídrics, que reben elogis pel seu entorn natural i bellesa. Les crítiques s'orienten més a aspectes de gestió i accés que als recursos en si. Les famílies són el principal segment de visitants, seguides de parelles i grups d'amics. També es detecta una alta estacionalitat, amb l'estiu com a temporada de màxima afluència, mentre que les pistes d'esquí atenen majoritàriament en els mesos d'hivern.

Propostes de màrqueting

1. Díptic promocional: Crear un material visual per promocionar els principals atractius de Lleida, destacant llocs menys coneguts per diversificar l'interès dels visitants.
2. Estratègia digital per Fomentar Ressenyes: Utilitzar codis QR en els panells d'informació dels recursos per facilitar l'accés a TripAdvisor i animar els visitants a compartir experiències, millorant la presència en línia de Lleida.
3. Campanya familiar: Desenvolupar una campanya que posicioni Lleida com a destinació natural atractiva i segura per a famílies.

Conclusions i aportacions

Aquest treball aporta un anàlisi pioner sobre la percepció dels recursos naturals de Lleida i la seva valoració positiva en general, especialment en zones del Pirineu i la Vall d'Aran. Identifica àrees de millora en la gestió i la necessitat de continuar l'estudi en altres idiomes i destinacions, així com d'analitzar les ressenyes abans i després de la COVID-19 per a una visió més completa. A més, proposa estratègies de màrqueting per consolidar la imatge de Lleida com a destí natural de referència a Catalunya, contribuint al desenvolupament turístic basat en el feedback dels visitants i oferint una base per a futures investigacions en màrqueting digital i gestió de recursos naturals.



Imatges: Disseny xarxes socials; instruccions i portada. (Font: B. Vilalta i Gallart, 2024)

Millor Treball Final de Màster

Josep Maria Agustí i Roca

Pla d'Empresa: Creació de 7 allotjaments turístics accessibles. CASA CANSAT, By Aremi

Aquest Treball Final de Màster (TFM) es centra en l'elaboració d'un pla d'empresa amb l'objectiu de rehabilitar un edifici a La Pobleta de Bellveí (La Torre de Capdella, Pallars Jussà) i convertir-lo en set apartaments turístics totalment accessibles, dissenyats especialment per a persones amb discapacitats severes. El projecte es desenvolupa en col·laboració amb la Fundació Aremi, entitat dedicada a l'atenció de persones amb paràlisi cerebral i discapacitats similars, i s'emmarca en un programa d'Aprenentatge i Servei, que combina processos d'aprenentatge amb serveis a la comunitat, aportant així un component social al projecte en donar resposta a una necessitat real identificada per una entitat del tercer sector.

Desenvolupament del projecte

La Fundació Aremi pretén transformar un edifici donat el 2004 en un espai d'allotjament turístic inclusiu a la comarca del Pallars Jussà. La missió és oferir apartaments completament accessibles, adaptats per a persones amb mobilitat reduïda, en un entorn segur i adaptat a les seves necessitats, permetent-los gaudir de les vacances amb dignitat i autonomia. El projecte inclou serveis addicionals, com el transport adaptat, la neteja i la restauració. Els beneficiaris seran, en primer lloc, persones amb paràlisi cerebral i altres discapacitats greus, tot i que també es posarà a disposició d'altres col·lectius que necessiten accessibilitat.

L'estratègia de negoci es basa en una alta segmentació del mercat, enfocant-se en satisfer necessitats específiques de persones amb discapacitat. El preu de l'allotjament serà de 125€/nit, amb una estada mínima de dues nits, i el projecte tindrà una capacitat mínima per a 20 persones, ampliable a 34. La gestió del projecte es farà mitjançant una societat limitada, amb la possibilitat d'incorporar entitats públiques o privades que puguin aportar capital o experiència en el sector.

Viabilitat econòmica i financera

Per portar a terme el projecte, es calcula una inversió inicial de 640.000€, que es preveu finançar mitjançant una combinació de capital propi, préstec bancari i subvencions o donacions. Segons els anàlisis financers, el projecte podria generar un benefici operatiu positiu (BAII) de 5.680€ en el segon any, després d'un primer exercici amb pèrdues. Tanmateix, les despeses financeres associades al préstec de 200.000€ absorbirien aquests beneficis, obtenint així un benefici financer (BAI) nul fins al tercer any.

L'anàlisi econòmic també indica que el projecte aconseguirà el punt d'equilibri amb ingressos d'aproximadament 57.000€, equivalents a 33 estades anuals. Malgrat alguns indicadors financers negatius, com el Valor Actual Net (VAN) i la Taxa Interna de Rendibilitat (TIR), que plantegen limitacions en la rendibilitat financera, el projecte es considera viable des d'una perspectiva operativa, social i econòmica. Aporta beneficis socials importants sense generar pèrdues econòmiques, aconseguint així un equilibri entre sostenibilitat econòmica i benefici comunitari.

Impacte social i sostenibilitat del projecte

L'objectiu principal del projecte no és maximitzar beneficis, sinó millorar la qualitat de vida de les persones amb discapacitat, facilitant el seu accés a opcions de lleure i turisme accessibles en un entorn natural com la Vall Fosca. A través d'aquest equipament, la Fundació Aremi busca promoure la integració social i el benestar de les persones amb discapacitats, permetent-los accedir a activitats recreatives i turístiques adaptades a la regió perifèrica del Parc Nacional d'Aigüestortes.

Aquest TFM no només proposa una alternativa d'allotjament accessible a la regió, sinó que respon a una demanda social no satisfeta i té el potencial de generar un impacte positiu i durador en la comunitat.



Fotografia: Façana Nord-Oest de l'edifici que acollirà els apartaments turístics accessibles. La Pobleta de Bellveí (La Torre de Capdella). (Font: J.M. Agustí i Roca, 2024)

Flash Informatiu 2 (2024)



Universitat de Lleida
Càtedra de Turisme
d'Interior i de Muntanya



Diputació de Lleida
Patronat de Turisme