



Interreg

España - Portugal

Espacio Talento Joven

Fondo Europeo de Desarrollo Regional



UNIÓN EUROPEA

ECOTURISMO Y EDUCACIÓN AMBIENTAL

SECTOR: TURISMO

TABLA DE CONTENIDOS

- RESUMEN EJECUTIVO
- EQUIPO PROMOTOR
- ANÁLISIS EXTERNO
- MODELO DE NEGOCIO
- DAFO
- VISIONING ESTRATÉGICO
- ORGANIGRAMA
- CADENA DE VALOR
- PLAN FINANCIERO

RESUMEN EJECUTIVO

Ecoturismo nace con vocación naturalista y con el fin de fomentar el conocimiento y la conservación, tanto por parte de los visitantes, como por parte de la población local, de las riberas del Torío y del Bernesga y de los Parques Naturales cercanos.

A través de novedosos itinerarios de fauna, de flora y de geomorfología, diversifica la actual oferta turística, añadiendo como nueva actividad el Turismo de Naturaleza, aprovechando la amplia oferta de alojamientos rurales y de restauración de la región.

Constituye un modelo de conservación, promoviendo:

- *Protección de espacios*
- *Recuperación del conocimiento secular y de las tradiciones*
- *Apoyo a las campañas en materia de conservación*
- *Conocimiento del medio natural*
- *Turismo de interior y de naturaleza*
- *Incremento del disfrute del visitante*
- *Mejora del entorno*

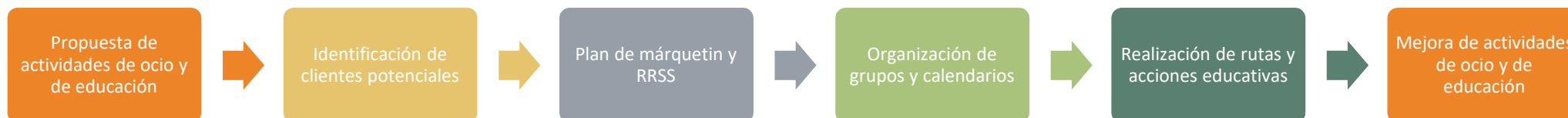


EQUIPO PROMOTOR

Ecoturismo nace con el deseo de conservar el entorno en el que vive su equipo promotor, enraizado en su formación y expectativas profesionales, y haciendo partícipe a todos los que se encuentran en él.

El perfil de los-as emprendedores-as en el ámbito del ecoturismo es de Biólogos / Geólogos / Ambientalistas, con poca experiencia previa y alto contacto y pasión por la naturaleza que les rodea. Detectan oportunidades relacionadas con su pasión por el entorno y deciden poner en marcha su idea de negocio. Se requieren algunas habilidades complementarias en gestión y de comunicación, para la transmisión de conocimientos de forma dinámica, por lo que al perfil técnico le ha de acompañar las buenas relaciones sociales con todo tipo de público que asiste a las rutas o a las sesiones de educación ambiental.

La complementariedad del equipo promotor en el ciclo de vida de los servicios es de vital importancia para poder crear marca durante los primeros años, consolidar clientes y poder hacer el proyecto viable desde el punto de vista técnico-económico, donde el principal gasto proviene del coste salarial de un equipo altamente cualificado.



CICLO DE VIDA ACTIVIDAD ECOTURISMO Y EDUCACIÓN AMBIENTAL

Fuente: Elaboración propia.

ANÁLISIS EXTERNO



El turismo de naturaleza se enmarca en un sector **estratégico emergente y en constante crecimiento**, el turismo activo y el turismo rural. Además de una fuente de ingreso y actividad generadora de empleo, contribuyen al desarrollo social y económico de la comarca ribereña.

El proyecto se enmarca en un paisaje heredado con más de tres mil años de historia humanizada que le han brindado una riqueza de biodiversidad, asociada a la singularidad de endemismos y hábitats esteparios, únicos en el contexto europeo, y que hacen de la Ribera del Bernesga y del Torío, un **enclave privilegiado** para el desarrollo del turismo de observación de naturaleza, potenciando el prestigioso turismo arquitectónico, enológico y gastronómico que atesora la comarca.

Atendiendo a los datos, 178 son las empresas de turismo activo que operan en Castilla y León, de las que 42 son leonesas y 8 están radicadas en León y Alfoz (ATACYL (Asociación Empresas Turismo Activo Castilla y León)). Un porcentaje pequeño de sus actividades está vinculado directamente con el turismo de naturaleza.

ANÁLISIS EXTERNO.

Análisis PEST

FACTORES POLÍTICOS

Procesos y entidades reguladoras

DECRETO 96/2007, de 27 de septiembre, por el que se regula la ordenación de las empresas de turismo activo de la Comunidad de Castilla y León.

ORDEN CYT/1865/2007, de 15 de noviembre, por la que se desarrolla el Decreto 96/2007 de 27 de septiembre, por el que se regula la Ordenación de las Empresas de Turismo Activo de la Comunidad de Castilla y León

Políticas fiscales vinculadas a aspectos medioambientales,
Financiación y beneficios fiscales

FACTORES ECONÓMICOS

Ciclo económico positivo

Inversiones en medio natural por parte de empresas privadas y de AAPP.

Incentivos fiscales

Bajos niveles de competencia

Fondos europeos (H2020) para el desarrollo de tecnologías y metodologías de impacto positivo frente al cambio climático y mejora del medioambiente.

ECOTURISMO Y EDUCACIÓN AMBIENTAL

FACTORES SOCIALES

El tiempo libre no es un tiempo para el descanso, sino para el desarrollo personal

Mayor concienciación por parte de las empresas y de la sociedad sobre la necesidad de actuaciones relacionadas con el medio ambiente.

El deporte y las actividades al aire libre cobran importancia y son apoyadas por las AAPP

FACTORES TECNOLÓGICOS

Desarrollo de página Web y utilización de RRSS para la interacción con clientes potenciales y otros grupos de interés

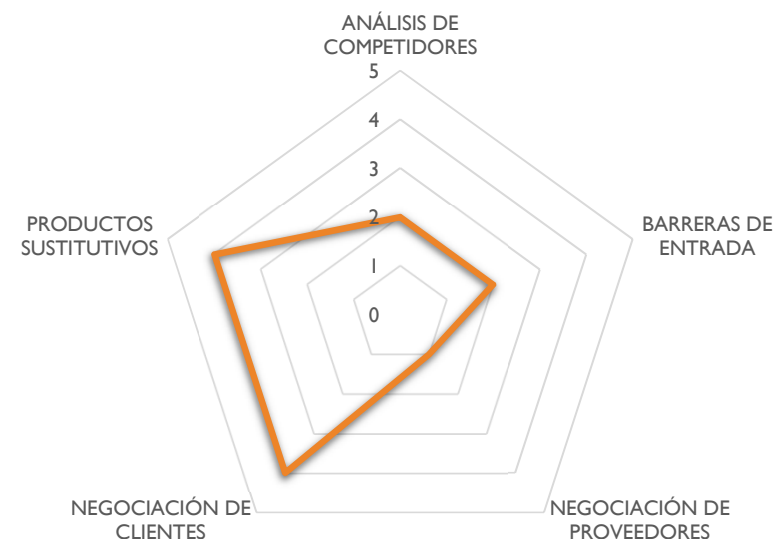
Herramientas de observación y de guiado por la naturaleza a precios competitivo

Colaboración con centros educativos para salvar la estacionalidad de las rutas por la naturaleza

ANÁLISIS EXTERNO. Análisis PORTER

Análisis de la competencia	Bajo	Poca competencia en el sector, especializada en rutas por las riberas de los ríos en busca de avifauna y de especies vegetales.
Barreras de entrada	Bajo	Sin barreras de entrada, más allá del cumplimiento de la legislación autonómica en materia de actividades de ocio y tiempo libre. Las inversiones necesarias no son muy elevadas.
Negociación de proveedores	Muy Bajo	El servicio se prestará con medios propios en la mayoría de las ocasiones. No obstante, es posible incluir servicios complementarios: turismo ecuestre, descenso de ríos, hostelería, etc.
Negociación de clientes	Medio-alto	Al existir una oferta amplia, los clientes pueden decantarse por opciones más baratas, incluso organizar sus propias rutas.
Productos sustitutivos	Medio-alto	Existe multitud de oferta de ocio y tiempo libre, tanto clásica, como de ocio y tiempo libre.

Análisis PORTER



ANÁLISIS PORTER. Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS EXTERNO. Modelo de Negocio

<p>Socios clave</p> <p>Agencias de viaje Servicios complementarios de las rutas por la naturaleza Socios tecnológicos (Web y RRSS) Ayuntamientos y sociedad rural de las riberas del Bernesga y del Torío</p>	<p>Actividades clave</p> <p>Rutas por la naturaleza Educación ambiental</p>	<p>Propuesta de valor</p> <p>Organización de rutas comentadas por las riberas del Bernesga y del Torío para conocer y disfrutar de su avifauna y de su vegetación Educación ambiental infantil para mejorar el respeto al medio ambiente</p>	<p>Relación con el cliente</p> <p>Identificación de necesidades y adaptación de las rutas a sus requerimientos y particularidades.</p>	<p>Segmento de clientes</p> <p>Familias interesadas en las rutas por naturaleza Asociaciones culturales, colegios y centros de formación Personas de cualquier edad comprometidas con el medio ambiente y en búsqueda de nuevas experiencias en la naturaleza</p>
<p>Recursos clave</p> <p>Recursos financieros Formación y conocimiento del entorno ribereño del Bernesga y del Torío</p>	<p>Canales</p> <p>Marketing on-line Web Actividades extraescolares de centros de educación</p>			
<p>Estructura de costes</p> <p>Vehículo y elementos ópticos y de orientación Recursos humanos Marketing y publicidad Asesoría económico financiero</p>			<p>Fuentes de ingresos</p> <p>Rutas de naturaleza Acciones de formación y actividades extraescolares</p>	

ANÁLISIS INTERNO



FORTALEZAS

Experiencia y especialización ambiental en la ribera de los ríos de León
Servicio personalizado y adaptación al cliente
Baja inversión inicial
Disposición de material de apoyo (en el caso de que se disponga)
Actividades en español e inglés

DEBILIDADES



Inexistencia de una marca o falta del posicionamiento.
BBDD clientes (si no se dispone)
Bajo poder de negociación con clientes por amplitud de oferta
Alta inversión en tiempo y en desplazamientos para la elaboración de las rutas

ANÁLISIS EXTERNO



OPORTUNIDADES

Demanda en auge del turismo de naturaleza
Desarrollo de turismo respetuoso con el medio ambiente y el medio rural
Ampliación de las actividades extraescolares en los centros de educación
Escasa competencia a nivel local
Actividad novedosa en la zona

AMENAZAS



Dependencia del turismo internacional
Amplia oferta de actividades de ocio y turismo activo
Baja tendencia a contratar guías de naturaleza por el turista nacional
Condiciones meteorológicas adversas

VISIONING ESTRATÉGICO

MISIÓN

Fomentar la conservación de la naturaleza en la Ribera del Torío y del Bernesga a través de la puesta en marcha de un programa de educación ambiental al aire libre, que integre la observación, recreación y aprendizaje de los ecosistemas ribereños en recorridos guiados en la naturaleza, resaltando la identidad del patrimonio natural y cultural y contribuyendo al desarrollo sostenible de nuestro entorno

VISIÓN

Constituir una entidad ambiental de referencia en la conservación de la ribera leonesa. Fomento del desarrollo rural, incorporando la variable ambiental en las actuaciones. Potenciar un turismo respetuoso con el medio ambiente.

VALORES

Respeto de la naturaleza

Promoción de las riberas leonesas

Flexibilidad y adaptación al cliente

PLAN FINANCIERO

INFORMACIÓN QUE DEBE CONTENER EL PLAN DE EMPRESA

Datos de inicio (nombre de la empresa), registros, fecha de inicio de la actividad, etc.
Índice de contenidos

Inversiones	Inversiones a realizar la puesta en marcha del negocio
Financiación	Financiación del proyecto (capital y préstamos)
Gastos operativos	Gastos de marketing, ventas y administración
Personal	Gastos de personal
Ventas	Ingresos
Cobros y pagos	Detalle de los plazos de cobros y pagos, así como la gestión de la tesorería

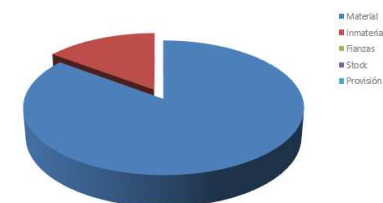
INVERSIONES

Inversiones en ACTIVO MATERIAL	Tipo de activo	importe
Vehículo todoterreno	Vehículos y elementos de transporte	5.800
Equipo óptico y fotográfico	Maquinaria, utillaje y herramientas	1.500
Libros y material informativo	Maquinaria, utillaje y herramientas	200
Equipo óptico y fotográfico	Maquinaria, utillaje y herramientas	2.500
Equipo informático	Equipos informáticos	1.500

Inversiones en ACTIVO INTANGIBLE	Tipo de activo	importe
Página web	Aplicaciones informáticas	2.000

Gastos de nuevo ESTABLECIMIENTO	importe
Gastos legales de constitución	200

TOTAL fondos necesarios 13.700



INFORMACIÓN QUE DEBE CONTENER EL PLAN FINANCIERO. Fuente: Elaboración propia

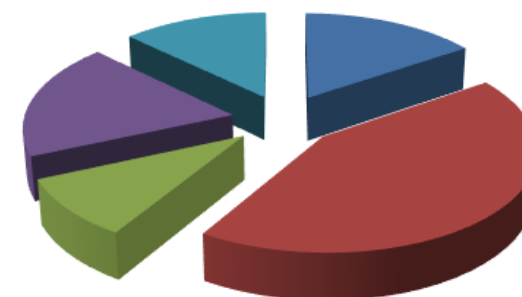
INVERSIONES. Fuente: Elaboración propia

PLAN FINANCIERO

GASTOS CORRIENTES

Coste de ventas		10.418	66,5%											
% Margen BRUTO	90,00%													
Marketing y ventas		1.700	10,9%											
Concepto	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Imagen de Marca	300				300									
Relaciones Púb.	0													
Publicidad	1.400	50	50	50	100	100	200	200	300	100	100	100	50	
Gastos Generales		3.340	21,3%											
Gastos I+D	0													
Arrendamientos	0													
Conservación	0													
Asesoramiento Legal	600	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
Tributos	0													
Seguros	400				200					200				
Otros servicios	0													
Suministros	1.200	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Viajes, dietas...	840	30	30	30	60	60	120	120	180	60	60	60	30	
Material Oficina	300	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	

TOTAL gastos operativos 17.725 €



- Material
- Inmaterial
- Fianzas
- Stock
- Provisión

PREVISIÓN DE GASTOS CORRIENTES. Fuente: Elaboración propia

PLAN FINANCIERO

SALARIOS

Salarios			Número de personas cada mes con ese salario											
Directivos	Tarea	Salario B/mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Directivos	Prod./Servicio	1.000	0,3	0,3	0,3	0,6	0,6	1,0	1,0	1,0	0,6	0,6	0,4	0,4

TOTAL salarios 7.668 €

SALARIOS. Fuente: Elaboración propia

VENTAS

INGRESOS PREVISTOS													
Ventas	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número/Uds.	12												
Venta Neta	27.500	1.000	1.000	1.500	1.500	2.000	3.000	5.000	5.000	3.000	2.000	1.500	1.000

TOTAL ventas 27.500 €

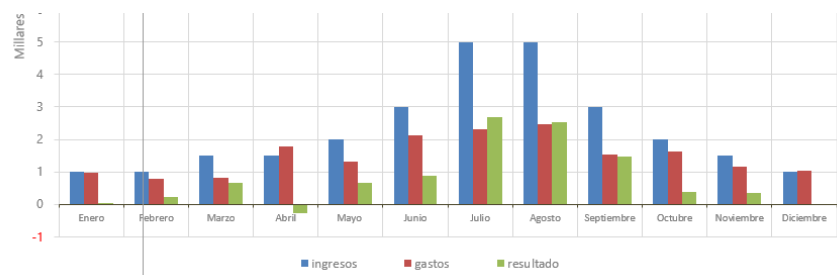
VENTAS. Fuente: Elaboración propia

PLAN FINANCIERO

CUENTA DE RESULTADOS

CUENTA DE RESULTADOS PREVISIONAL 2018									% Beneficio bruto		34,82%		
ingresos	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total ingresos	27.500	1.000	1.000	1.500	1.500	2.000	3.000	5.000	5.000	3.000	2.000	1.500	1.000
gastos	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Coste de ventas	10.418	424	424	474	798	848	1.380	1.580	1.580	948	848	582	532
margen bruto	17.082	576	576	1.026	702	1.152	1.620	3.420	3.420	2.052	1.152	918	468
Costes marketing	1.700	50	50	50	400	100	200	200	300	100	100	100	50
Gastos generales	3.540	405	205	205	435	235	295	295	355	235	435	235	205
ebitda	11.842	121	321	771	-133	817	1.125	2.925	2.765	1.717	617	583	213
Amortizaciones	2.267	101	101	101	143	143	240	240	240	240	240	240	240
Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
total gastos	17.925	980	780	830	1.776	1.326	2.115	2.315	2.475	1.523	1.623	1.157	1.027
beneficio-bai	9.575	20	220	670	-276	674	885	2.685	2.525	1.477	377	343	-27

CUENTA DE RESULTADOS. Fuente: Elaboración propia

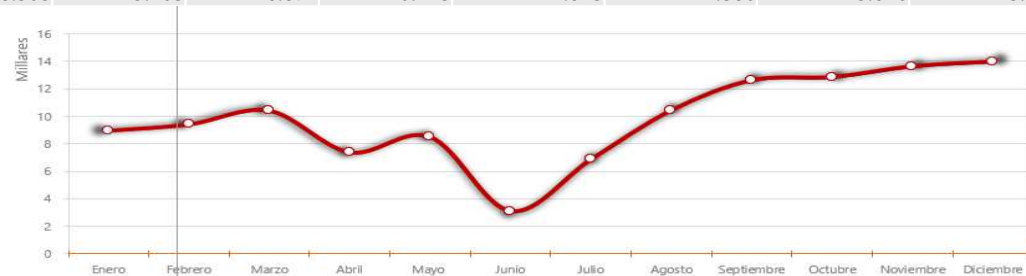


PLAN FINANCIERO

FLUJOS DE CAJA

CASHFLOW	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiem	Octubre	Noviem	Diciem
COBROS	16.210	1.210	1.815	1.815	2.420	3.630	6.050	6.050	3.630	2.420	1.815	1.210
ventas en el MES	1.210	1.210	1.815	1.815	2.420	3.630	6.050	6.050	3.630	2.420	1.815	1.210
Otros ingresos	15.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PAGOS	7.264	754	814	4.841	1.295	9.028	2.284	2.478	1.448	2.185	1.035	862
Pagos al personal en el MES	300	300	300	600	600	1.000	1.000	1.000	600	600	400	400
Compras (prod) en el MES	121	121	182	182	242	363	605	605	363	242	182	121
Otros proveed. en el MES	151	151	151	575	212	333	333	454	212	212	212	151
Seguros en el MES	0	0	0	242	0	0	0	0	0	242	0	0
Suministros en el MES	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
Viajes, dietas... en el MES	36	36	36	73	73	145	145	218	73	73	73	36
Costes salariales MENSUAL	0	24	24	24	48	48	80	80	80	48	48	32
Liquidación I.V.A. TRIMESTRAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	648	0	0
Otros prefijados	6.534	0	0	3.025	0	7.018	0	0	0	0	0	0
Saldo mensual	8.946	456	1.001	-3.026	1.125	-5.398	3.766	3.572	2.182	235	780	348
Saldo acumulado	8.946	9.403	10.404	7.378	8.503	3.105	6.871	10.443	12.625	12.860	13.640	13.988

FLUJOS DE CAJA. Fuente: Elaboración propia





Este **Modelo de Negocio** se edita en el marco de los trabajos del proyecto ESPACIO TALENTO JOVEN, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) a través del Programa Interreg V-A España-Portugal (POCTEP) 2014-2020

Eje prioritario 2: Crecimiento integrador a través de una cooperación transfronteriza a favor de la competitividad

ECOTURISMO Y EDUCACIÓN AMBIENTAL

SECTOR: TURISMO