



ECOTRAVEL

-Nuestra idea de proyecto principalmente se centra en el turismo, en los pueblos rurales y en el enriquecimiento de los pequeños pueblos de España.

-Queremos crear una página web o una app donde ofrecemos a nuestros clientes una experiencia de viaje distinto, donde conozcan a la España olvidada y conocer a la otra España aquella España más humilde.

Es decir, ofrecemos a nuestros clientes una página web o una aplicación donde buscar sus viajes, planearlos con la única diferencia de que nuestro objetivo es enriquecer el turismo rural español.

-Porque somos los único en el mercado o si no somos los únicos

¿Quién es la competencia? --> La competencia directa a nuestro proyecto empresarial son todas las agencias de turismo, pero estas agencias no tienen una finalidad como nuestra empresa, nuestra idea de negocio apoya a una ODS y además intentamos reactivar el turismo rural.

¿Quién son nuestros rivales? --> Nuestros rivales son las agencias de viajes, páginas web que se dedican pues a buscar el viaje el hotel, el hostel. En general todas las webs y agencias son rivales.

¿Qué nos diferencia? --> Nosotros no nos centramos en viajes a Bali, a las Maldivas o a Paris.

Nuestro objetivo es enriquecer a los pueblos rurales de España.

-Estudio del mercado (Turismo rural, despoblación)

·A quien nos dirigimos--> Nos dirigimos a un público explorador, aventurero, sobre todo al público español, pero no cerramos puertas al público extranjero.

·Que ODS apoyamos y de que formas lo apoyamos--> Objetivo 11: Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles.

META QUE CUMPLIMOS: 11.a Apoyar los vínculos económicos, sociales y ambientales

positivos entre las zonas urbanas, periurbanas y rurales fortaleciendo la planificación del desarrollo nacional y regional.

11.4 Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo

DAFO: La España vaciada, África San Victoriano Pérez

Descripción del DAFO:

Nuestra idea de proyecto se centra en el turismo y en el enriquecimiento de los pueblos de España. Es decir ofrecemos a nuestros clientes una página web/una app donde buscar sus viajes y planearlos con la diferencia de que solamente es por los pueblos rurales de España

Matriz de factores

<p> Debilidades</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none">  Insuficiente investigación de mercado  Servicio nuevo en el mercado; no nos conocen  Falta de capital  Falta de experiencia en el sector 	<p> Amenazas</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none">   Ingreso al mercado de nuevas marcas potencialmente competidoras   Cambio en el medio ambiente   Estancamiento del mercado
<p> Fortalezas</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none">  Tenemos una gran capacidad de las redes sociales para darnos a conocer  Proyecto innovador  Automatización  Apoyamos una ODS 	<p> Oportunidades</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none">   Enriquecimiento de los pueblos de España  Novedad en el mercado   Posibilidad de solicitar ayudas públicas

Matriz de estrategias



Estrategia Adaptativa

— Investigar a la competencia

En pocas palabras hacer un estudio del mercado ya que al tener una competencia muy fuerte (aunque no sea directa) como Airbnb o Booking nos metemos en un mercado muy amplio y nadie nos conoce debemos definir bien las estrategias de adaptación.



Debilidades

- ■ ■ Insuficiente investigación de mercado
- ■ ■ Servicio nuevo en el mercado; no nos conocen



Oportunidades

- ■ ■ Novedad en el mercado



Estrategia Defensiva

— Crear una campaña de publicitaria

Ya que tenemos una gran capacidad de las redes sociales y tenemos unas fortalezas muy fuertes podemos llegar a mucha gente haciendo una buena campaña publicitaria.



Fortalezas

- ■ ■ Tenemos una gran capacidad de las redes sociales para darnos a conocer
- ■ ■ Proyecto innovador



Amenazas



Estrategia Defensiva

— Formación para el emprendedor

Crear un plan de conocimiento ya que no tenemos experiencia y además es un proyecto innovador.




Fortalezas

- ■ ■ Proyecto innovador



Amenazas

- ■ ■  Ingreso al mercado de nuevas marcas potencialmente competidoras



Estrategia Ofensiva

— Automatización

Al ser un proyecto totalmente automatizado y en la era en la que estamos y teniendo en cuenta que el futuro es la tecnología nuestra estrategia ofensiva son las redes sociales.



Fortalezas

- ■ ■ Tenemos una gran capacidad de las redes sociales para darnos a conocer



Oportunidades

- ■ ■ Novedad en el mercado



Estrategia Supervivencia — Las redes sociales

Utilizar las redes sociales como herramientas de publicidad y darnos a conocer y así llegar a nuestro público objetivo.



Debilidades

- ▮▮▮ Servicio nuevo en el mercado; no nos conocen



Amenazas



Estrategia Supervivencia — Tener más experiencia

Con el tiempo agregaremos experiencia, podemos hacer cursos o también podemos hacer una investigación de mercado y así conocer a la competencia.



Debilidades

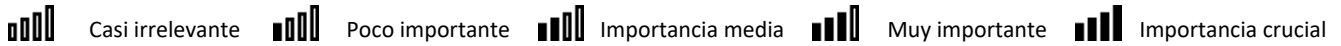
- ▮▮▮ Falta de experiencia en el sector
- ▮▮▮ Insuficiente investigación de mercado



Amenazas

- ▮▮▮ \$ Estancamiento del mercado
- ▮▮▮ \$ Ingreso al mercado de nuevas marcas potencialmente competidoras

Nivel de Importancia del Factor en el Proyecto



Categorías Pestel

