



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

IO1	
ENGLISH VERSION	SPANISH VERSION
TRAINING GUIDE ON BUSINESS PLANS IN BLUE ECOTOURISM WWW.ECOBLUETOURISM.EU	GUÍA FORMATIVA SOBRE PLANES DE NEGOCIO EN ECOTURISMO AZUL WWW.ECOBLUETOURISM.EU
Training Guide on Business Plans in Blue Ecotourism	Guía formativa sobre Planes de Negocio en Ecoturismo Azul
ERASMUS+ KA2: Cooperation for Innovation and the Exchange of Good Practices	Erasmus+ KA2 - Cooperación para la Innovación y el intercambio de buenas prácticas



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

PROJECT NUMBER: 2019-1-ES01-KA204-063951	NÚMERO DEL PROYECTO: 2019-1-ES01-KA204-063951
DISCLAIMER The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.	DESCARGO DE RESPONSABILIDAD El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye un respaldo a su contenido, que refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no puede ser considerada responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.
INDEX What is a Business Plan? Tips for Drawing up a Business Plan Elements to be Included in your Business Plan Executive Summary Project Description	ÍNDICE ¿Qué es un Plan de Trabajo? Consejos para redactar un Plan de Trabajo Elementos para incluir en tu Plan de Trabajo Informe ejecutivo Descripción del proyecto



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

Description of the Market	Descripción del mercado
Marketing Plan	Plan de Marketing
Team and Management	Equipo y gestión
Stage of Development	Etapas de desarrollo
Financial Plan	Plan financiero
INTRODUCTION The following training guide is part of the "Ecoblue Tourism", project whose main objective is to increase entrepreneurship opportunities in blue ecotourism in coastal countries through an innovative training methodology that improves the entrepreneurial skills of those young long-term unemployed who	INTRODUCCIÓN La guía formativa forma parte del proyecto "Ecoblue Tourism", cuyo objetivo principal es aumentar las oportunidades de emprendimiento en ecoturismo azul en los países costeros a través de una innovadora metodología formativa que mejora las habilidades de los jóvenes desempleados de larga



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



wish develop their own ideas and businesses in this sector.

The blue economy represents 5.4 million jobs in Europe and a gross added value of almost €500 billion per year. Among the sectors with the greatest potential within the blue economy is maritime tourism, which is an important source of entrepreneurship. This sector would include entrepreneurship in tourism services linked to ecology and sustainability, as responsible and environmentally friendly tourism can be promoted in certain coastal areas not exploited by the traditional tourism industry.

According to the annual economic report on the EU blue economy presented by the European Commission, coastal tourism contributes significantly to job creation. The blue tourism sector therefore has a special potential to encourage the development of new enterprises, this implies the implementation of actions that aim to improve the entrepreneurial skills of those young people who have a vocation as entrepreneurs and who want to have a greater knowledge of blue tourism linked to ecology.

duración que deseen desarrollar sus propias ideas y negocios en este sector.

La economía azul representa 5,4 millones de puestos de trabajo en Europa y un valor añadido bruto de casi 500.000 millones de euros al año. Entre los sectores con mayores posibilidades dentro de la economía azul se encuentra el turismo marítimo, que es un foco importante de emprendimiento. Este sector incluye el emprendimiento en servicios turísticos relacionados con la ecología y la sostenibilidad, ya que puede fomentar un turismo responsable y respetuoso con el medio ambiente en determinados lugares costeros en los que la industria turística tradicional no está presente.

Según el informe económico anual sobre la economía azul de la UE presentado por la Comisión Europea, el turismo costero contribuye de manera muy significativa a la creación de empleo. Por tanto, el sector del turismo azul tiene un potencial especial para incentivar el desarrollo de nuevas empresas, lo que implica la implementación de acciones que tengan como objetivo mejorar las habilidades empresariales de los jóvenes



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



There is a low supply of training related to blue tourism and the individual needs of young people who, being in a situation of long-term unemployment, wish to develop entrepreneurial skills in this important sector of activity. The lack of training and preparation on the real demands of the blue and green tourism sector results in missed opportunities for the creation and development of new businesses.

que tienen vocación emprendedora y que quieren tener un mayor conocimiento del turismo azul vinculado a la Ecología.

La oferta de capacitación relacionada con el turismo azul y las necesidades individuales de los jóvenes que, al encontrarse en una situación de desempleo de larga duración, desean desarrollar aptitudes empresariales en este importante sector de actividad es escasa. La falta de formación y preparación sobre las demandas reales del sector del turismo azul y verde hace que se pierdan oportunidades para la creación y el desarrollo de nuevas empresas.

INTRODUCTION II

The "Ecoblue tourism" project will help to promote the employment and economic integration of unemployed young people in Spain, Italy, Greece, Malta, Cyprus and Turkey, offering innovative solutions for their training as entrepreneurs and future entrepreneurs with the aim that they can create businesses in a future activity.

INTRODUCCIÓN II

El proyecto "Ecoblue tourism" contribuirá a promover el empleo y la integración económica de los jóvenes desempleados en España, Italia, Grecia, Malta, Chipre y Turquía, ofreciendo soluciones innovadoras para su formación como empresarios y futuros empresarios con el objetivo de que puedan crear empresas en una actividad futura.



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

The main beneficiaries of the project will be long-term unemployed young people who want to improve their entrepreneurial skills and the trainers who will know about a new method of entrepreneurship training aimed at setting up businesses in blue ecotourism. The project also targets other stakeholders such as training centres, entrepreneurial organisations, chambers of commerce, business associations, and local, regional or national authorities involved in entrepreneurship and tourism.

In this way, the main objective of this training guide is to teach young people who wish to undertake in blue ecotourism to prepare a business plan as a first step towards the creation of a successful business. The methodology of the guide is practical and simple and is structured in such a way that the main steps to follow are made known for the elaboration of a business plan focused on entrepreneurship in blue ecotourism. In addition, it includes examples and success stories that allow students a holistic understanding.

It is therefore an innovative and necessary product, since it is the first guide focused on this sector of activity, which will allow adult

Los principales beneficiarios del proyecto serán jóvenes desempleados de larga duración que quieran mejorar sus habilidades en emprendimiento y formadores que conocerán un nuevo método de formación en emprendimiento orientado a la creación de empresas en Ecoturismo azul. El proyecto estará dirigido a otras partes interesadas como centros de formación, organizaciones de emprendedores, cámaras de comercio, asociaciones empresariales y autoridades locales, regionales o nacionales relacionadas con el emprendimiento y el turismo.

De esta manera, el objetivo principal de esta guía formativa es enseñar a los jóvenes que desean emprender en el ecoturismo azul a preparar un plan de negocios como primer paso para la creación de una empresa de éxito. La metodología de la guía es práctica y sencilla y está estructurada de tal manera que se dan a conocer los principales pasos a seguir para la elaboración de un plan de negocios centrado en el emprendimiento en el ecoturismo azul. Además, incluye ejemplos e historias de éxito que permiten a los estudiantes una comprensión holística.

Se trata, por tanto, de un producto innovador y necesario, ya



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

<p>training organisations and centres to use it as support in entrepreneurship courses in a completely new way.</p>	<p>que es la primera guía centrada en este sector de actividad, que permitirá a las organizaciones y centros de formación de adultos utilizarla como apoyo en los cursos de iniciativa empresarial de una forma completamente nueva.</p>
<p>INTRODUCTION III</p> <p>By incorporating this guide into the training offered by adult training centres for young long-term unemployed people, the aim is to increase the opportunities for setting up blue ecotourism enterprises, improving the skills of young people involved in drawing up a business plan and increasing the number of young entrepreneurs at local level, regional, national and European blue ecotourism activity in any coastal country where blue tourism is relevant.</p>	<p>INTRODUCCIÓN III</p> <p>Al incorporar esta guía en la formación que ofrecen los centros de capacitación de adultos a los jóvenes desempleados de larga duración, se pretende aumentar las oportunidades de crear empresas de ecoturismo azul, mejorar las aptitudes de los jóvenes que participan en la elaboración de un plan de negocios y aumentar el número de jóvenes empresarios a nivel local, regional, nacional y europeo de la actividad de ecoturismo azul en cualquier país costero donde el turismo azul sea pertinente.</p>
<p>Project Partnership</p>	<p>Socios del Proyecto</p>



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

<p>This training guide on how to develop a business plan in Blue Ecotourism has been prepared by the following partner organizations:</p>	<p>Esta guía formativa sobre cómo desarrollar un plan de negocios en ecoturismo azul se ha preparado con la ayuda de los siguientes socios:</p>
<p>Fundación Universitat Jaume I – Empresa</p> <p>The Fundació Universitat Jaume I Empresa de Castellón, Comunidad Valenciana (España), is promoted by the University, the Social Council of the University and the Confederation of Entrepreneurs of Castellón (CEC) (Association of Entrepreneurs of Castellón). And its main objective is to collaborate with the University in the development and creation of activities to educate, obtain results in research projects, generate opportunities for graduate work and improve the potential of companies.</p> <p>www.fue.uji.es</p>	<p>Fundación Universitat Jaume I – Empresa</p> <p>La Fundación Jaume I - Empresa de Castellón, Comunidad Valenciana (España), es promocionada por la Universidad, el consejo social de la universidad y la Confederación de Empresarios de Castellón (CEC).</p> <p>Su objetivo principal es colaborar con la universidad en el desarrollo y la creación de actividades para educar, obtener resultados en los proyectos de investigación, generar oportunidades de trabajos de postgrado y mejorar el potencial de las empresas.</p> <p>www.fue.uji.es</p>
<p>ASOCIACION DE EMPRESARIOS GALLEGOS EN ARAGON Y RIBERAS DEL EBRO (AEGARE)</p>	<p>ASOCIACION DE EMPRESARIOS GALLEGOS EN ARAGON Y RIBERAS DEL EBRO (AEGARE)</p>



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

<p>AEGARE is a business association founded with the aim of strengthening relations between Galician entrepreneurs and entrepreneurs based in Aragon and the banks of the Ebro. As a representative entity of the business spectrum, it brings experience related to the analysis of professional profiles of young people without work experience, their employability and the development of professional skills. AEGARE has extensive and successful experience in entrepreneurship projects in Spain. www.aegare.org</p>	<p>AEGARE es una asociación empresarial fundada con el objetivo de fortalecer las relaciones entre los empresarios gallegos y los empresarios radicados en Aragón y las riberas del Ebro. Como entidad representativa del espectro empresarial, aporta experiencia relacionada con el análisis de los perfiles profesionales de los jóvenes sin experiencia laboral, su empleabilidad y el desarrollo de competencias profesionales. AEGARE tiene una amplia y exitosa experiencia en proyectos de emprendimiento en España. www.aegare.org</p>
<p>Dorea Educational Institute</p> <p>DOREA Educational Institute is a non-profit organization established in 2012 in Cyprus. It aims to provide high quality non-formal education for young people and adults through socio-cultural (popular) education and vocational training. for personal development and vocational training. DOREA professionals are specialised in offering excellent and viable solutions for those who wish to continue personal and professional development through lifelong learning educational programs.</p>	<p>Dorea International Institute</p> <p>Dorea International Institute es una organización sin ánimo de lucro establecida en Chipre en 2012. Su objetivo es aportar educación no formal de alta calidad para jóvenes y adultos a través de educación sociocultural (popular) y formación profesional para el desarrollo personal y formación profesional. Los profesionales de Dorea están especializados en ofrecer soluciones excelentes y viables para los que deseen continuar con el desarrollo personal y profesional a través de programas educativos de aprendizaje permanente.</p>



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

<p>University of Patras</p> <p>The University of Patras (UPAT), which was founded in the city of Patras in 1964, is the third largest university in Greece in terms of academic staff and number of students. This university has been involved in the design and implementation of many projects related to lifelong learning.</p> <p>www.upatras.gr</p>	<p>Universidad de Patras</p> <p>La Universidad de Patras (UPAT), que fue fundada en la ciudad de su mismo nombre en 1964, es la tercera universidad más grande de Grecia en términos de personal académico y número de estudiantes. La universidad ha participado en el diseño y ejecución de muchos proyectos de aprendizaje permanente.</p> <p>www.upatras.gr</p>
<p>KEMER HALK EGITIM MERKEZI MUDURLUGU</p> <p>The Kemer Public Education Centre is located in southern Turkey, and not far from Antalya. This education centre has 20% access to adults. It offers various training courses in the adult field.</p> <p>http://kemerhem.meb.k12.tr</p>	<p>KEMER HALK EGITIM MERKEZI MUDURLUGU</p> <p>El Centro de Educación Pública KEMER se ubica en el sur de Turquía, no muy lejos de Antalya. Este centro educacional tiene acceso de un 20% a los adultos. Ofrece varios cursos de formación para los adultos.</p> <p>http://kemerhem.meb.k12.tr</p>



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

<p>Future Focus Ltd</p> <p>Future Focus is one of the largest private training organisations operating in Malta. Its head office is located in Floriana, which is a very central location providing easy access for students and educators. Its aim is to provide high quality training.</p> <p>www.futurefocus.com.mt</p>	<p>Future Focus Ltd</p> <p>Future Focus es una de las mayores organizaciones privadas de formación que trabajan en Malta. Su oficina central está situada en Floriana, un lugar muy céntrico y de fácil acceso para estudiantes y profesores.</p> <p>www.futurefocus.com.mt</p>
<p>Training 2000 psc</p> <p>TRAINING 2000 is a certified adult education and training organization in the Marche region for regional training (VET), with experience in education and training in different sectors.</p> <p>www.training2000.it</p>	<p>Training 2000 psc</p> <p>TRAINING 2000 es una organización certificada de educación y formación de adultos en la región de Marche para la formación (FP) regional, con experiencia en educación y formación en diferentes sectores.</p> <p>www.training2000.it</p>



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

BLUE ECOTOURISM AS AN OPPORTUNITY FOR ENTREPRENEURSHIP

Tourism is an economic sector that is constantly growing in Europe.

In 2014, one in ten companies in the European non-financial economy belonged to the tourism sector. In 2018, the «travel and tourism» sector contributed directly to the Union's gross domestic product (GDP) at 3.9% and accounted for 5.1% of the total workforce (representing some 11.9 million jobs). Given the links with other economic sectors, the contribution of the tourism sector can be considered even higher (10.3% of GDP and 11.7% of total employment, namely 27.3 million workers).

In 2017, there were 1.32 billion international tourist arrivals worldwide (+7%) and 671 million in Europe, or 51% of the total volume (+8%). In addition, a long-term study by the World

ECOTURISMO AZUL COMO UNA OPORTUNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

El turismo es un sector que crece continuamente en Europa.

En 2014, una de cada diez empresas de la economía no financiera europea pertenecía al sector del turismo. En 2018, el sector de "viajes y turismo" contribuyó directamente al producto interior bruto (PIB) de la Unión con un 3,9% y representó el 5,1% del total de la fuerza de trabajo (lo que representa unos 11,9 millones de puestos de trabajo). Dados los vínculos con otros sectores económicos, la contribución del sector del turismo puede considerarse aún mayor (10,3% del PIB y 11,7% del empleo total, es decir, 27,3 millones de trabajadores).

En 2017, hubo 1.320 millones de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo (+7%) y 671 millones en Europa, o el 51% del volumen total (+8%). Además, un estudio a largo plazo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) prevé



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

Tourism Organisation (WTO) foresees a more modest growth of tourism in Europe by 2030, estimated at 744 million tourists (+1.8%), or 41.1% of the world market.

We can therefore safely conclude that the economic impact of tourism is of great importance in Europe.

But are there other impacts caused by mass tourism? Obviously, this classic model of mass tourism has a negative impact on the natural and social environment of coastal and maritime areas, which are the preferred destination for tourists.

There is an alteration of the ecosystems and biodiversity of the area, as well as the artificialization and change of land use and also an increase in marine pollution. Waste production, pollution and carbon emissions, uncontrolled over-consumption (food, electricity, water) are some of the consequences of mass tourism. In addition, it is also a problem at the labour level, since it generates seasonality and precariousness in the jobs that are created in the area, moving away from the interaction with local

un crecimiento más modesto del turismo en Europa para 2030, estimado en 744 millones de turistas (+1,8%), o sea el 41,1% del mercado mundial.

Por lo tanto, podemos concluir con seguridad que el impacto económico del turismo es de gran importancia en Europa.

¿Pero hay otros impactos causados por el turismo masivo? Obviamente, este modelo clásico de turismo masivo tiene un impacto negativo en el entorno natural y social de las zonas costeras y marítimas, que son el destino preferido de los turistas.

Hay una alteración de los ecosistemas y la biodiversidad de la zona, así como la artificialización y el cambio de uso de la tierra y también un aumento de la contaminación marina. La producción de desechos, la contaminación y las emisiones de carbono, el consumo excesivo e incontrolado (alimentos, electricidad, agua) son algunas de las consecuencias del turismo masivo. Además, también es un problema a nivel laboral, ya que genera estacionalidad y precariedad en los empleos que se



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



commerce and life.

On the other hand, tourists seek to travel to those places whose ecosystem presents an optimal quality, but precisely this massification is destroying the nature of coastal places, presenting a trend that will eventually become unsustainable because of the damage it causes.

For all these reasons, we are facing a new challenge in which tourism and sustainability must unite: Ecotourism.

Ecotourism appears as the sustainable alternative in coastal and maritime places, which will improve the conservation of natural resources, causing a minimal impact on the environment. It is based on the creation of a greener tourism industry, based on local communities, nature, awareness and supporting the conservation of ecosystems.

This type of ecotourism is based on the promotion of three

crean en la zona, alejándose de la interacción con el comercio y la vida local.

Por otro lado, los turistas buscan viajar a aquellos lugares cuyo ecosistema presenta una calidad óptima, pero precisamente esta masificación está destruyendo la naturaleza de los lugares costeros, presentando una tendencia que con el tiempo se volverá insostenible por los daños que causa.

Por todas estas razones, nos enfrentamos a un nuevo reto en el que el turismo y la sostenibilidad deben unirse: El ecoturismo.

El ecoturismo aparece como la alternativa sostenible en los lugares costeros y marítimos, que mejorará la conservación de los recursos naturales, causando un impacto mínimo en el medio ambiente. Se basa en la creación de una industria turística más ecológica, basada en las comunidades locales, la naturaleza, la concienciación y el apoyo a la conservación de los ecosistemas.

Este tipo de ecoturismo se basa en la promoción de tres pilares



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

fundamental pillars in the conservation of coastal areas:

Promotion of social sustainability, supporting the personal and professional development of the inhabitants of rural areas. It aims to attract quality tourism that approaches the inhabitants of coastal villages, encouraging these communities to improve their living conditions without altering their traditions and customs.

Promotion of economic sustainability, since it seeks the employment and self-employment of disadvantaged groups (young people, women, etc.), the creation of responsible businesses related to active tourism, the reuse of places abandoned by the rural exodus, etc. Promotion of environmental sustainability, reducing the negative impact of mass tourism. The various educational and information-based ecotourism activities also promote the intelligent use of natural and non-polluting energy resources, the cleaning of seas and rivers, the non-use of harmful plastic containers, awareness of recycling and reuse practices of everyday objects to give them a second useful life,

fundamentales en la conservación de las áreas costales:

- Promoción de la sostenibilidad, apoyando al desarrollo personal y profesional de los habitantes de las áreas rurales. El objetivo es atraer turismo de calidad que se dirija a los habitantes de los pueblos costales, incentivando a esas comunidades a mejorar sus condiciones de vida sin alterar sus costumbres y tradiciones.

- Promoción de la sostenibilidad económica, ya que se busca el empleo y el autoempleo de los grupos desfavorecidos (jóvenes, mujeres, etc.), la creación de empresas responsables relacionadas con el turismo activo, la reutilización de lugares abandonados por el éxodo rural, etc. Promoción de la sostenibilidad ambiental, reduciendo el impacto negativo del turismo masivo. Las diversas actividades de ecoturismo educativo e informativo también promueven el uso inteligente de los recursos energéticos naturales y no contaminantes, la limpieza de mares y ríos, la no utilización de envases plásticos nocivos, la sensibilización sobre las prácticas de reciclaje y



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



<p>etc.</p> <p>Ecological tourism also involves enjoying and appreciating the natural attractions that the coast offers us: landscapes, flora and fauna, animals in their natural habitat...</p> <p>For all these reasons, we believe that betting on ecotourism is a golden opportunity to start in a booming sector, guaranteeing the sustainability of tourism and, in turn, the conservation of our coasts and natural spaces.</p>	<p>reutilización de objetos cotidianos para darles una segunda vida útil, etc.</p> <p>- El turismo ecológico también implica disfrutar y apreciar los atractivos naturales que nos ofrece la costa: paisajes, flora y fauna, animales en su hábitat natural...</p> <p>Por todo ello, creemos que apostar por el ecoturismo es una gran oportunidad para iniciarse en un sector en auge, garantizando la sostenibilidad del turismo y, a su vez, la conservación de nuestras costas y espacios naturales.</p>
<p>WHAT IS A BUSINESS PLAN?</p> <p>The business plan is the document that will allow your business idea to materialize into a real company. Not only will help you to observe your idea in a holistic way and solve possible problems that may arise in the future, it will be your road map and will help</p>	<p>¿QUÉ ES UN PLAN DE NEGOCIOS?</p> <p>El Plan de Negocios es un documento que permite a tus ideas de negocios a materializarse en una empresa real. No solo te ayuda a observar tus ideas de manera holística y resolver posibles problemas que pueden surgir en un futuro, sino también</p>



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

you to attract investors and pursue funding to enter a booming market such as blue ecotourism.

será tu mapa y te ayudará a atraer inversores y buscar financiación para entrar en un mercado en auge como el ecoturismo azul.

Two main functions of the Business Plan

Two main functions of the Business Plan

To set the objectives of your company

Preparing your business plan will force you to spend a lot of time thinking about it. You can detail its structure, make an opening budget, define the amount of funding you need to start and identify what sets you apart from other companies in the market to define your action strategies.

As an ecotourism company, you can define those conservation and environmental care policies that you are going to carry out.

Think of the Business Plan as a system to envision your company's

Dos funciones principales del Plan de Negocios

Dos funciones principales del Plan de Negocios para establecer los objetivos de su empresa.

La preparación de tu plan de negocios te hará pasar mucho tiempo pensando en ello. Puedes detallar su estructura, hacer un presupuesto de apertura, definir la cantidad de financiación que necesitas para empezar e identificar lo que le diferencia de otras empresas del mercado para definir sus estrategias de acción.

Como empresa de ecoturismo, puedes definir las políticas de conservación y cuidado del medio ambiente que vas a llevar a cabo.

Piensa en el Plan de Negocios como un sistema para prever el futuro de tu empresa a corto plazo. Gracias a eso, serás capaz de verificar la



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

<p>short-term future. Thanks to it, you will be able to check the internal coherence of your project, its economic viability, the situation of the market in which you will be moving and establish possible solutions by anticipating future difficulties even before beginning your journey.</p> <p>The Business Plan will be the guide in which you can set the direction you want to take with your company, establishing a calendar of milestones that you can follow during your first years of life.</p>	<p>coherencia interna de tu proyecto, la viabilidad económica, la situación del mercado en el que te vas a mover y establecer posibles soluciones anticipándose a futuras dificultades antes de comenzar el proyecto.</p> <p>El Plan de Negocios será la guía en la que podrás fijar la dirección que quiera tomar tu empresa, estableciendo un calendario de metas que podrá seguir durante los primeros años de vida.</p>
<p>Attract the attention of your investors</p> <p>Your business plan will be your company's business card for potential investors. It will facilitate the communication of your idea to potential partners or investors.</p> <p>It has to be a hook for the investor to be interested and convinced that your idea is profitable and interesting. Thanks to this document, you will transmit what your project is worth and the sustainability it represents by addressing the current mass tourism model. The idea is that when he finishes reading your plan, the investor will think that if he doesn't invest in your business, he is missing out on a great</p>	<p>LLamar la atención de tus inversores</p> <p>Tu Plan de Negocios será la tarjeta de presentación de tu empresa para los potenciales inversores. Te facilitará la comunicación de tu idea a posibles socios o inversores.</p> <p>Tiene que ser un gancho para que los inversores se interesen y se convenzan de que tu idea es rentable e interesante. Gracias a este documento, transmitirás lo que vale tu proyecto y la sostenibilidad que representa al abordar el actual modelo de turismo masivo. La idea es que cuando los inversores acaben de leer tu plan, piensen que si no invierten en tu negocio, perderán una gran oportunidad. No solo</p>



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

<p>opportunity. Not only economically, but an opportunity to invest in ecology and environmental conservation.</p> <p>In the following pages, we will help you create your Business Plan through a 7-step guide that we will explain. But before we get into content, let's give you some basic tips on how to make your Business Plan a success.</p>	<p>económicamente, sino también una oportunidad de invertir en ecología y conservación medioambiental.</p> <p>En las próximas páginas, te ayudaremos a crear un Plan de Negocios a través de una guía de 7 pasos. Pero antes de entrar en el contenido, vamos a darte algunos consejos básicos sobre cómo hacer que tu Plan de Negocios sea un éxito.</p>
<p>A good business plan will fulfill two main functions:</p>	<p>Un buen Plan de Negocios cumplirá las funciones principales:</p>
<p>TIPS FOR DRAWING UP A BUSINESS PLAN</p> <p>1- RESEARCH</p> <p>Before you start writing your Business Plan, you should spend a lot of time gathering information on all the key points of your business.</p> <p>You need to know both the internal and external aspects of your</p>	<p>CONSEJOS PARA REDACTAR UN PLAN DE NEGOCIOS</p> <p>1- INVESTIGACIÓN</p> <p>Antes de comenzar a escribir tu Plan de Negocios, deberías emplear mucho tiempo en recopilar información en todos los</p>



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



company; know the tourism market, the competition in the coastal zone, the type of customer you are addressing, the investors you want to contact... It is important that you have all the data available before you start writing this document, because that way you will ensure there are no gaps and the end result is truly effective.

2- CLEARLY AND CONCISELY

Before you start writing your Business Plan, you should spend a lot of time gathering information on all the key points of your business.

You need to know both the internal and external aspects of your company; know the tourism market, the competition in the coastal zone, the type of customer you are addressing, the investors you want to contact... It is important that you have all the data available before you start writing this document, because that way you will ensure there are no gaps and the end

aspectos de tu negocio.

Necesitas conocer los aspectos internos y los externos de tu empresa, conocer el mercado turístico, la competencia en la zona costal, el tipo de cliente al que se dirige, los inversores con los que quieres contactar, etc. Es importante que tengas todos los datos disponibles antes de empezar a redactar este documento, de esta manera te aseguras que no existe ninguna brecha y el resultado final sea realmente efectivo.

2- DE FORMA CLARA Y PRECISA

Antes de comenzar a escribir tu Plan de Negocios, deberías emplear mucho tiempo recopilando información de todos los puntos clave de tu negocio.

Necesitas conocer los aspectos internos y externos de tu empresa; conocer el mercado turístico, la competencia en la zona costera, el tipo de cliente al que se dirige, los inversores con los que quiere contactar, etc. Es importante que tengas



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



result is truly effective.

3- SUGGESTIVE

Both the exterior design and the interior must be attractive for your audience.

Remember that in the case of investors, they receive many different business plans and we want yours to stand out from the competition.

First thing you have to do is get to know your audience well and adapt the presentation of the contents to it. Use an attractive design for the external format of your Business Plan.

A neat and precise cover, with the main data of your company like logo, name, address, phone, email, web, etc. will help you make a good first impression on the readers.

The content must be well organized and structured. Make a complete index for the reader to get a clear idea of what the

todos los datos disponibles antes de empezar a redactar este documento, de esta manera te aseguras de que no existe ninguna brecha y el resultado final sea realmente efectivo.

3- SUGERENTE

Tanto el diseño exterior como el interior ha de llamar la atención de la audiencia.

Recuerda que en el caso de los inversores, reciben distintos planes de negocios y queremos que el tuyo destaque entre la competencia.

Una portada ordenada y precisa, con los principales datos de su empresa como logotipo, nombre, dirección, número de teléfono, correo electrónico, web, etc. te ayudará a causar una buena primera impresión en los lectores.

El contenido debe estar bien organizado y estructurado. Crea un índice completo para que el lector se haga una idea clara de lo



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

document contains. In addition, you can use tools such as headers, bold, bullets, etc. to highlight the key points. You can use photographs of the coastal area where you are going to develop your business, so that the beauty and richness of the location help you attract the attention of your readers.

On the other hand, the content of your Business Plan should convey at all times your passion for your business and the care and dedication you put into it, as there is nothing more attractive than the emotional connection you will create with your audience when they realize how involved you are and your commitment to the environment and the conservation of nature and biodiversity of the coastal area.

4- GO FOR IT

At first, drawing up a Business Plan may seem complicated, but don't be intimidated. Most entrepreneurs are not business experts and learn from day to day.

que contiene el documento. Además, puede utilizar herramientas como encabezados, negritas, viñetas, etc. para resaltar los puntos clave. Puedes utilizar fotografías de la zona costera donde va a desarrollar tu negocio, de modo que la belleza y la riqueza del lugar te ayuden a atraer la atención de tus lectores.

Por otra parte, el contenido de tu Plan de Negocios debe transmitir en todo momento la pasión por tu negocio y el cuidado y dedicación que le pones, ya que no hay nada más atractivo que la conexión emocional que crearás con tu público cuando se den cuenta de lo involucrado que estás y tu compromiso con el medio ambiente y la conservación de la naturaleza y la biodiversidad de la zona costera.

4- ¡A POR ELLO!

Al principio, la elaboración de un plan de negocios puede parecer complicada, pero no te dejes intimidar. La mayoría de los empresarios no son expertos en negocios y aprenden día a



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

No one knows your company, your motivation and the results you aspire to better than you do, so take note of the following tips and go for it!

día.

Nadie conoce tu empresa, tu motivación y los resultados a los que aspiras mejor que tú, así que toma nota de los siguientes consejos y ¡a por ello!

ELEMENTS TO BE INCLUDED IN YOUR BUSINESS PLAN

Although you can customize the content of your Business Plan, there are some key points that you can't ignore. These are the following:

- EXECUTIVE SUMMARY.
- PROJECT DESCRIPTION.
- DESCRIPTION OF THE MARKET.
- MARKETING PLAN.

ELEMENTOS PARA INCLUIR EN TU PLAN DE NEGOCIOS

Aunque puedes personalizar el contenido de tu Plan de Negocios, hay algunos puntos clave que no puedes ignorar y son los siguientes:

- INFORME EJECUTIVO.
- DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.
- DESCRIPCIÓN DEL MERCADO.
- PLAN DE MARKETING.



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

- STAGE OF DEVELOPMENT.
- FINANCIAL PLAN.
- APPENDIX.

Now that you know how to structure your Plan, let's move on to describing one by one these content elements.

- ETAPA DE DESARROLLO.
- PLAN FINANCIERO.
- ANEXO.

Ahora que sabes cómo estructurar tu Plan, pasemos a describir uno por uno estos elementos de contenido.

EXECUTIVE SUMMARY

The Executive Summary is one of the vital parts of your business plan, as it will be your cover letter to the readers.

It is about providing an overview of the main aspects of your document that will attract the attention of future investors and make them feel attracted by your idea and want to know more about it. Most investors usually make a first decision based on the executive summary, so you have to incorporate the main

INFORME EJECUTIVO

El Informe Ejecutivo es una de las partes vitales de tu plan de negocios, ya que será tu carta de presentación a los lectores.

Se trata de proporcionar una visión general de los principales aspectos de tu documento que atraerá la atención de los futuros inversores y hará que se sientan atraídos por tu idea y quieran saber más sobre ella. La mayoría de los inversores suelen tomar una primera decisión basada en el resumen ejecutivo, por lo que



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

points of your business and get them to the reader in a clear and direct way.

That is why even if the summary is included in the first place, it may be easier for you to make it when your Business Plan is finished, to know exactly what points to make.

It is not a question of doing a sales or marketing exercise through your executive summary, but of explaining clearly the logic of your business, your motivation to carry it out, the kind of activity you will develop and how you plan to carry it out.

In addition, we recommend that you do not occupy more than 1 or 2 pages, unless absolutely necessary, since usually investors have little time and it is essential that your ideas are captured quickly.

- BUSINESS OPPORTUNITY

Briefly describe your idea, your vision of the business and its

hay que incorporar los puntos principales de tu negocio y hacerlos llegar al lector de forma clara y directa.

Por eso, incluso si el resumen se incluye en primer lugar, puede ser más fácil para ti hacerlo cuando tu Plan de Negocios esté terminado, para saber exactamente qué puntos incluir.

No se trata de hacer un ejercicio de ventas o de marketing a través de tu resumen ejecutivo, sino de explicar claramente la lógica de tu negocio, tu motivación para llevarlo a cabo, el tipo de actividad que desarrollarás y cómo planeas llevarla a cabo.

Además, le recomendamos que no ocupe más de 1 ó 2 páginas, a menos que sea absolutamente necesario, ya que normalmente los inversores disponen de poco tiempo y es esencial que tus ideas se capten rápidamente.

- OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Describe brevemente tu idea, tu visión del negocio y su razón de



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

raison d'être.

How is the service you offer? Explain the essence of it and how it responds to the market needs that you intend to cover.

Covering one market need is the key to every successful business. You have to be as specific as you can about how yours will make it.

You can say that your company represents the opportunity to create a sustainable business, so necessary at a time when the tourism sector is booming, but through a massive and unsustainable model in the long term.

Therefore, sustainable tourism that protects the conservation of coastal areas is drawn as a new need in the market. A good example of sustainable business that has been able to take advantage and develop this opportunity is [the Environmental Information and Education Centre at Cape Greco](#). The Environmental Information and Education Centre at Cape Greco,

ser.

¿Cómo es el servicio que ofreces? Explica la esencia del mismo y cómo responde a las necesidades del mercado que pretendes cubrir.

La clave de todo negocio de éxito es cubrir una necesidad del mercado. Tienes que ser lo más específico posible sobre cómo lo hará el tuyo.

Se puede decir que tu empresa representa la oportunidad de crear un negocio sostenible, tan necesario en un momento en el que el sector turístico está en auge, pero a través de un modelo masivo e insostenible a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible que protege la conservación de las zonas costeras se dibuja como una nueva necesidad en el mercado. Un buen ejemplo de negocio sostenible que ha sido capaz de aprovechar y desarrollar esta oportunidad es el [Centro de Información y Educación Ambiental de Cabo Greco](#). Es un



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

<p>is a specialised exhibition and education centre aiming at formulating public awareness on problems posed by the coexistence of a consumer society with fragile ecosystems; it provides visitors with information regarding the land and marine ecosystems of the Cape Greco peninsula and is a learning hub for school children. The eco-friendly building incorporates a Welcome Centre, souvenir shop, exhibition rooms (with visual and audio guides explaining the different ecosystems of the coastal area and the sea), three aquariums (where visitors can view the marine ecosystems up close), and a café.</p>	<p>centro especializado de exposición y educación que tiene por objeto formular la conciencia pública sobre los problemas que plantea la coexistencia de una sociedad de consumo con ecosistemas frágiles; proporciona a los visitantes información sobre los ecosistemas terrestres y marinos de la península de Cabo Greco y es un centro de aprendizaje para los escolares. El edificio ecológico incorpora un Centro de Bienvenida, una tienda de souvenirs, salas de exposiciones (con guías visuales y auditivas que explican los diferentes ecosistemas de la zona costera y el mar), tres acuarios (donde los visitantes pueden ver los ecosistemas marinos de cerca) y una cafetería.</p>
<p>Hereby we propose a series of basic contents that should include your executive summary:</p>	<p>A continuación proponemos una serie de contenidos básicos que debe incluir tu informe ejecutivo:</p>
<p>- YOUR ADDED VALUE</p>	<p>- TU VALOR AÑADIDO</p>



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Surely there are other companies offering a solution to the market need that you will cover. At this point you should briefly describe how existing companies are doing it and what innovations you bring to market with your business. What makes you original and why your contribution will be valuable in the market.

For example, Campers and Nicholson's has become the global leader in yachting activities in Malta, specialising in the sale, purchase, charter, marketing, management and construction of the finest yachts in the world. It was first founded in 1782 as a construction shipyard. It operates the Birgu marina offering excellent berthing facilities. The marina is a five star marina in the most beautiful setting. It attracts super yachts owned by the rich and famous. The marina is used by boat owners and many sailing boats are berthed here because the marina is sheltered and located on one side of the main harbour which is called the Grand harbour. The traffic in the marina also supports the restaurants located at the Birgu waterfront which are jam packed

Seguramente hay otras empresas que ofrecen una solución a la necesidad del mercado que cubrirá. En este punto, se debe describir brevemente cómo lo están haciendo las empresas presentes y qué innovaciones aportas al mercado con tu negocio. Qué te hace original y por qué tu contribución será valiosa en el mercado.

Por ejemplo, "Campers and Nicholson's" se ha convertido en el líder global en actividades náuticas en Malta, especializándose en la venta, compra, alquiler, comercialización, gestión y construcción de los mejores yates del mundo. Fue fundada en 1782 como un astillero. Opera el puerto deportivo de Birgu y ofrece excelentes instalaciones de atraque. El puerto deportivo es un puerto deportivo de cinco estrellas en un entorno idílico. Atrae grandes yates propiedad de gente adinerada y famosa. El puerto deportivo es utilizado por los propietarios de barcos, muchos barcos de vela están atracados aquí porque está protegido y ubicado al lado del puerto principal que se llama el Gran Puerto. Este tráfico en la marina también beneficia a los



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



with people most of the time. The operator has helped to put Malta on the world map as a great place for sailing. This business was chosen as an example because it has attracted to Malta some of the largest and most beautiful sailing boats in the world.

- MARKET CHARACTERISTICS AND TARGET AUDIENCE

Explain the main characteristics you have found out about the market you are about to enter. Describe how the tourism sector is located in the area and look for new opportunities. In Malta, "Dive Shack" found a niche to explore, being one of the first diving schools to be established in Malta, in the coastal town of Sliema. When the owner created the school, she was not only one of the first to have a diving centre, but in those days it was difficult to be a business woman. Access to finance was difficult and the business world was dominated by men. Today Dive Shack is one of the leading diving schools which promotes sustainability and environmental protection.

What is your target market? Describe your primary audience.

restaurantes ubicados en el paseo marítimo de Birgu, que están abarrotados de gente casi siempre.

-CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO Y PÚBLICO OBJETIVO

Explica las principales características que ha averiguado sobre el mercado al que estás por entrar. Describe cómo está el sector turístico en la zona y busca nuevas oportunidades. En Malta, "Dive Shack" encontró un nicho de mercado para explorar, siendo una de las primeras escuelas de buceo que se estableció en Malta, en la ciudad costera de Sliema. Cuando la propietaria fundó la escuela fue una de las primeras mujeres en tener un centro de buceo y en esos días era difícil ser una mujer de negocios. El acceso a la financiación era difícil y el mundo empresarial estaba dominado por hombres. Hoy, Dive Shack es una de las principales escuelas de buceo que promueve la sostenibilidad y la protección del medio ambiente.

¿Cuál es tu mercado objetivo? Describe tu público principal.



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



What would your ideal consumer look like? It's important to be as specific as you can at this point.

Think of the consumer to whom you direct your services and what are their characteristics. How many of them are there? What is their mode of consumption?

Your primary audience will be interested in the preservation of the environment and the true discovery of the coast. EcoTour Adventures knew how to take advantage of it. This small company that operates tours in Western and central Cyprus, take pride in showing their guests "authentic Cyprus" and what the island has to offer with regards to its natural, cultural and traditional heritage. The company supports responsible ecotourism conserving the environment and improving the well-being of local people.

- TEAM

Describe your company, your team and what unites you.

¿Cómo sería tu usuario ideal? Es importante ser lo más específico posible en este momento.

Piensa en el consumidor al que diriges sus servicios y cuáles son sus características. ¿Cuántos son? ¿Cuáles son sus hábitos de consumo?

Tu público principal estará interesado en la preservación del medio ambiente y en el verdadero descubrimiento de la costa. "EcoTour Adventures" supo aprovecharlo. Esta pequeña empresa que opera tours en el oeste y en el centro de Chipre se enorgullece de mostrar a sus invitados el "auténtico Chipre", y lo que la isla tiene que ofrecer con respecto a su patrimonio natural, cultural y tradicional. La empresa apoya el ecoturismo responsable conservando el medio ambiente y mejorando el bienestar de la población local.

-EQUIPO

Describe tu empresa, tu equipo y lo que os une. Los inversores



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

Investors attach great importance to how the team that is going to carry out the business is structured to know if there is a real potential for success.

Make them see that you are the ideal team.

If you have in mind new members with specific qualifications, you can include it here as well.

- FINANCIAL PLAN AND FUNDING

Highlight key aspects of your financial plan. For this it may be helpful to include a table with sales, expenses and benefits you expect to realize.

It is also important that you express what funding you need and how long it will take to recover it. It could always be negotiated later with investors, but this point must be made clear.

- MILESTONES

dan mucha importancia a cómo está estructurado el equipo que va a realizar el negocio, para saber si existe un potencial real de éxito.

Hazles ver que sois el equipo ideal.

Si tienes en mente nuevos miembros con cualificaciones específicas, puedes incluirlo aquí también.

- PLAN FINANCIERO Y FINANCIACIÓN

Resalta los aspectos clave de tu plan financiero. Para esto, puede ser útil incluir unos gráficos con las ventas, los gastos y los beneficios que esperas obtener.

También es importante que exprese qué financiación necesitas y cuánto tiempo llevará recuperarla. Siempre se puede negociar más tarde con los inversores, pero este punto debe quedar claro.



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

As the last key element, you can include the milestones you want to achieve.

It is particularly important in a sector as saturated as tourism to include those objectives that you have already been able to achieve and those that will be next, as well as the possibility that there are customers who may already be interested in your business model. Including your milestones will always work in your favor.

For Çirali Project, the milestones were to avoid the destruction of its fragile coastline and then grow, creating economic opportunities for the community. Created by WWF, this is a successful model of sustainable tourism, with the local community actively participating in conservation activities and reaping economic benefits from their environment. The Government of Turkey adopted the Integrated Coastal Management approach aimed not only at nature conservation but also at preserving social and cultural integrity. Ecotourism activities were started which can generate awareness of and

-METAS

Como último elemento clave, puedes incluir las metas que deseas alcanzar.

Es especialmente importante en un sector tan saturado como el turismo incluir aquellos objetivos que ya has podido conseguir y los que están próximos, así como la posibilidad de que haya clientes que ya puedan estar interesados en tu modelo de negocio. Incluir las metas siempre funcionará a tu favor.

Para el “Proyecto Çirali”, las metas fueron evitar la destrucción de su frágil línea de costa y luego crecer, creando oportunidades económicas para la comunidad. Creado por WWF, este es un modelo exitoso de turismo sostenible, con la comunidad local participando activamente en actividades de conservación y obteniendo beneficios económicos de su medio ambiente. El Gobierno de Turquía adoptó el enfoque de Gestión Costera Integrada dirigido no solo a la conservación



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



support for conservation, and create economic opportunities for the community. In the process of making Çirali a nature and people-friendly tourism destination, the community has developed the sense of ownership and responsibility needed for the long-term sustainability of the project

de la naturaleza sino también a preservar la integridad social y cultural. Se iniciaron actividades de ecoturismo que pueden generar conciencia y apoyo a la conservación y crear oportunidades económicas para la comunidad. En el proceso de hacer de Çirali un destino turístico amigable con la naturaleza y las personas, la comunidad ha desarrollado el sentido de propiedad y responsabilidad necesarios para la sostenibilidad a largo plazo del proyecto.

PROJECT DESCRIPTION

The next section of your Business Plan will be the description of your project. In this section you can explain in detail what your value proposition in blue ecotourism consists of.

It is your opportunity to offer a summary of what your company does, what its business structure is, the mission of it, the details of its location and how your services will meet the needs of the

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El siguiente apartado de tu Plan de Negocios será la descripción del proyecto. En esta sección podrás explicar en detalle en qué consiste tu propuesta de valor en ecoturismo azul.



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



tourism market on which you will focus.

Es tu oportunidad de ofrecer un resumen de lo que hace tu empresa, cuál es su estructura comercial, la misión de la misma, los detalles de su ubicación y cómo sus servicios cubrirán las necesidades del mercado turístico en el que se centrará.

Try to think about the client's needs to explain the details of your project.

For example, [Pastoral Vadi Ecological Farm](#) is a very interesting project that opted to offer farm activities, providing a different attraction for those tourists who want to escape the tumult of the city. Nestled right in the middle of a valley in the Yanıklar Village of the resort town of Fethiye, the Pastoral Vadi Ecological Farm features stone, wood and mud-brick houses surrounded by a pine forest. Farmers there have committed themselves to organic farming centered around an ecological lifestyle, offering

Piensa en las necesidades del cliente para explicar los detalles de tu proyecto

Por ejemplo, "Pastoral Vadi Ecological Farm" es un proyecto muy interesante que optó por ofrecer actividades agrícolas, brindando un atractivo diferente para aquellos turistas que quieran escapar del tumulto de la ciudad. Ubicado justo en medio de un valle, en la aldea de Yanıklar de la ciudad turística de Fethiye, la Granja Ecológica Pastoral Vadi cuenta con casas de piedra, madera y adobe rodeadas por un bosque de pinos. Los agricultores se han comprometido con la agricultura orgánica centrada en un estilo



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional Erasmus+ Educación y Formación

<p>healthy Mediterranean foods prepared from produce grown on the farm. This facility enables visitors to take part in a variety of training sessions, activities and workshops in the heart of nature.</p> <p>Present the services that you want to offer in a simple way and emphasizing the competitive advantages, the state of the project, and also the strengths and weaknesses or disadvantages that it has. Your sincerity will be greatly appreciated by the readers.</p> <p>As always, we recommend that you do not extend unnecessarily, that the explanations stand out for their clarity and direct language and that they leave no room for doubt on the way.</p> <p>The key points that this section should contain are the following:</p>	<p>de vida ecológico, ofreciendo comidas mediterráneas saludables preparadas con productos cultivados en la granja. Esta instalación permite también a los visitantes participar en sesiones de formación, actividades y talleres en el corazón de la naturaleza.</p> <p>Presentar los servicios que quieres ofrecer de forma sencilla y remarcando las ventajas competitivas, el estado del proyecto, y también las fortalezas y debilidades o desventajas que tiene. Los lectores interesados valorarán tu sinceridad.</p> <p>Como siempre, te recomendamos que no te extiendas innecesariamente, que las explicaciones destaquen por su claridad y lenguaje directo y que no dejen lugar a dudas.</p> <p>Los puntos clave que debe contener esta sección son los siguientes:</p>
<p>Think about the client's perspective and describe what he/she would</p>	<p>Piensa en la perspectiva del cliente y describe lo que te parecería</p>



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

find interesting, innovative and attractive.

- THE BUSINESS NAME

Present the name you have chosen to give visibility to your business. You can choose a name that matches the identity of your business and that can be quickly identified as a company dedicated to ecotourism. For example, the organization **Cyprus Sustainable Tourism Initiative (CSTI)** makes clear its intentions of harness tourism demand (tour operators, agents) with the supply of tourism resources (small producers and their communities) so as to develop a sustainable approach to tourism in Cyprus. This approach also provides a clear economic benefit to villages marginalized by mass tourism, while minimizing adverse socio-economic and environmental impact.

- THE LOCATION OF THE BUSINESS

Where will your business be located? In a company dedicated to

interesante, innovador y atractivo.

- EL NOMBRE DE LA EMPRESA

Presenta el nombre que has elegido para dar visibilidad a tu negocio. Puedes elegir un nombre que coincida con la identidad de tu negocio y que se pueda identificar rápidamente como una empresa dedicada al ecoturismo. Por ejemplo, la organización “Iniciativa de Turismo Sostenible de Chipre (CSTI)” deja en claro sus intenciones de aprovechar la demanda turística (operadores turísticos, agentes) con la oferta de recursos turísticos (pequeños productores y sus comunidades) para desarrollar un enfoque sostenible del turismo en Chipre. Este enfoque también proporciona un claro beneficio económico a las aldeas alejadas del turismo de masas, al tiempo que minimiza el impacto socioeconómico y ambiental adverso.

- LA UBICACIÓN DE LA EMPRESA



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



ecotourism, the choice of location is an essential point. Here you can expand on the geographical location, the characteristics of the area, of tourist and environmental attractions in the region, etc.

For example, [Albufera National Park](#) is located in the province of Valencia, in the Valencian Community. It was declared a natural park by the Valencian Government on 23 July 1986. It has a wide range of recreational activities (guided tours, talks) as well as various infrastructures for public use (picnic and recreational areas) that promote ecotourism. It is committed to the respect and maintenance of customs, the conservation of culture, traditions, economic activities and typical gastronomy. In addition, its ecological value is very great since species of great ecological value in danger of extinction are found there.

¿Dónde estará ubicada la empresa? En una empresa dedicada al ecoturismo, la elección del lugar es un punto fundamental. Aquí puedes ampliar la ubicación geográfica, las características de la zona, los atractivos turísticos y ambientales de la región, etc.

Por ejemplo, el “Parque Nacional de la Albufera” se encuentra en la provincia de Valencia, en la Comunidad Valenciana. Fue declarado parque natural por la Generalitat Valenciana el 23 de julio de 1986.

Cuenta con una amplia oferta de actividades recreativas (visitas guiadas, charlas) así como diversas infraestructuras de uso público (merenderos y áreas recreativas) que promueven el ecoturismo. Está comprometida con el respeto y el mantenimiento de las costumbres, la conservación de la cultura, las tradiciones, las actividades económicas y la gastronomía típica. Además, su valor ecológico es muy grande ya que allí se encuentran especies de gran valor ecológico en peligro de



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

	extinción.
<p>In addition, the coast offers many possibilities for ecotourism, such as Villa de Noja, Cantabria, which takes advantage of both the beaches and the Bird Mill located there. Noja has promoted numerous tourist initiatives related to sustainability and environmental conservation. Additionally, there are fairs such as Econoja, which has consolidated numerous initiatives aimed at environmental awareness, the unanimous support of the plenary for the Declaration of Climate Emergency and the rich cultural heritage of the town.</p> <p>- TYPE OF ENTERPRISE AND TYPE OF ECONOMIC ACTIVITY.</p> <p>We are referring to the type of company under which the business and the economic activity to which it will be dedicated will be legally constituted (provision of tourism services in this</p>	<p>Además, la costa ofrece muchas posibilidades para el ecoturismo, como la “Villa de Noja”, en Cantabria, que aprovecha tanto las playas como el Molino de Aves que allí se encuentran. Noja ha impulsado numerosas iniciativas turísticas relacionadas con la sostenibilidad y la conservación del medio ambiente. Además, hay ferias como Econoja, que ha consolidado numerosas iniciativas orientadas a la concienciación medioambiental, el apoyo unánime a la Declaración de Emergencia Climática y al rico patrimonio cultural de la localidad.</p> <p>- TIPO DE EMPRESA Y TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA</p> <p>Nos referimos al tipo de empresa bajo la cual se constituirá legalmente el negocio y la actividad económica a la que se dedicará (prestación de servicios turísticos en este caso).</p> <p>Puedes incluir cuándo se formó la empresa (si lo fue) y una</p>



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



case).

You can include when the company was formed (if it was) and a brief history of the achievements you've made to get to the point you're currently at.

- THE BUSINESS DESCRIPTION.

In this section you will explain how you will carry out your business and how it will be the service you will offer.

Describe in detail how you plan to provide your services and how you will structure them. What kind of activities are you going to carry out? What impact will these activities have? What management capacity do you have on the area? These are important questions that you could answer in this section.

Malta Cruising Club, for example, has specialized in cruising. The club organizes many activities, including trips to Italy. It also organizes activities for members. These activities are popular as

breve historia de lo que has logrado para llegar al punto en el que te encuentras actualmente.

- DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

En este apartado se explica cómo llevarás a cabo tu negocio y cómo será el servicio que ofrecerás.

Describe en detalle cómo planeas proveer los servicios y cómo los estructurarás. ¿Qué tipo de actividades vas a realizar? ¿Qué impacto tendrán estas actividades? ¿Qué capacidad de gestión tienes en la zona? Estas son preguntas importantes que podría responder en esta sección.

“Malta Cruising Club”, por ejemplo, se ha especializado en cruceros. El club organiza muchas actividades, incluidos viajes a Italia. También organiza actividades para los socios. Estas actividades son populares ya que se consideran una excelente manera de hacer contactos. La directiva del Club de cruceros tiene previsto organizar actividades medioambientales que



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



they are considered an excellent way to make contacts. The cruise club committee plans to organize environmental activities that will encourage its members to spend a few hours collecting waste such as plastic bottles that sometimes litter the islands' coastlines.

In addition, you can include the good environmental and sustainability practices that your business will include. Even those that refer to technical characteristics such as emissions management, water and energy resources, etc.

An exemplary business of best practices in ecotourism and sustainability, is the '[Hotel Daniel](#)' at [Bellaria](#). Located in Igea Marina, Rimini, the hotel won the Legambiente 1 award in 2015: It has recently evolved towards sustainability, offering for breakfast organic products or km 0 from local farmers/producers. They are very aware of the environment and one of their main measures is the separate collection of waste. All rooms have soap dispensers to minimize the use of plastic bottles, the light is regulated thanks to energy-saving bulbs.. The cleaning staff use

animen a sus miembros a dedicar unas horas a recoger residuos, como botellas de plástico que a veces ensucian la línea de la costa de las islas.

Además, puedes incluir las buenas prácticas ambientales y de sostenibilidad que incluirá tu negocio. Incluso esos que se refieren a características técnicas como gestión de emisiones, recursos hídricos y energéticos, etc.

Un negocio ejemplar de mejores prácticas en ecoturismo y sostenibilidad, es el "Hotel Daniel" en Bellaria. Ubicado en Igea Marina, Rimini, el hotel ganó el premio Legambiente 1 en 2015: recientemente ha evolucionado hacia la sostenibilidad, ofreciendo para el desayuno productos orgánicos o de km 0 de agricultores y productores locales. Son muy conscientes del medio ambiente y una de sus principales medidas es la recogida selectiva de residuos. Todas las habitaciones cuentan con dispensadores de jabón para minimizar el uso de botellas de plástico, la luz se regula gracias a bombillas de bajo consumo. El personal de limpieza utiliza productos ecológicos que tienen un



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



ecological products that have a limited impact on the environment. The hotel is easily accessible by public transport. In addition, there are reminders in the hotel that promote eco innovative sustainability.

It is a good time to highlight the attractions of the area in which you are going to provide your services and the possibilities you find in it. You can include images if you consider them illustrative at this point.

[The Igea Marina beach-Bellaria](#), for example, is a major attraction of the Italian coasts. It is the result of good business activity aimed at sustainability and increasing the quality of its clients' leisure activities and the profitability of the company itself. The beach represents a real model for the other Italian coasts that want to be more eco-innovative, it combines the need for eco-sustainability with technology: clean energy is stored through photovoltaic umbrellas, there is a cloud computing system that allows wifi connection and timely access to information on air and sea quality. In addition, there are

impacto medioambiental limitado. El hotel es fácilmente accesible en transporte público. Además, hay recordatorios informativos en el hotel que promueven la sostenibilidad eco innovadora.

Es un buen momento para destacar los atractivos de la zona en la que vas a prestar tus servicios y las posibilidades que encuentras en ella. Puedes incluir imágenes si las consideras ilustrativas en este momento.

“[La playa de Igea Marina-Bellaria](#)”, por ejemplo, es un gran atractivo de las costas italianas. Es el resultado de una buena actividad empresarial orientada a la sostenibilidad y al aumento de la calidad de las actividades de ocio de sus clientes y la rentabilidad de la propia empresa. La playa representa un modelo real para las otras costas italianas que quieren ser más eco-innovadoras, combina la necesidad de la eco-sostenibilidad con la tecnología: la energía limpia se almacena a través de paraguas fotovoltaicos, hay un sistema de computación en la nube que permite la conexión wifi y acceso puntual a la



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



recharging stations for smartphones, tablets and electric bicycles.

- YOUR DISTINGUISHING CHARACTERISTICS

They are the characteristics that allow your business and the services you will provide to be different from the competition.

información sobre la calidad del aire y del mar. Además, hay estaciones de recarga para teléfonos inteligentes, tabletas y bicicletas eléctricas.

- TUS CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS

Son las características que permiten que tu negocio y los servicios que prestará sean diferentes a los de la competencia.

Today's market is full of new ideas that arise daily

A different business example is [Galician Seas Finisterre Shipwrecks](#), an international project aimed at highlighting the underwater heritage of north-western Spain and, specifically, the ships that have sunk throughout history in the waters of the Costa da Morte, between Fisterra and Porto do Son (A Coruña, Galicia). It brings the reality of this underwater heritage closer to

El mercado actual está lleno de ideas que surgen a diario

Otro ejemplo empresarial es “Galician Seas Finisterre Shipwrecks”, un proyecto internacional destinado a poner en valor el patrimonio subacuático del noroeste de España y, en concreto, los barcos que se han hundido a lo largo de la historia en las aguas de la Costa da Morte, entre Fisterra y Porto do Son.



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

the public, document and highlight this important historical legacy for the public domain and promote its conservation and protection. Thus, the project involves two diving centres prepared for tourism and for recreational diving guided by expert instructors.

Focus this section on the sustainability of your business, the ecological and environmental benefits you will achieve, how your services will be an excellent experience for customers and what is the unique and distinctive value of those services. Take example of [Ayii Anargyri Natural Healing SPA Resort](#), Ayii Anargyri is a resort with a heart and an environmental friendly concept. Great emphasise was given to the fact of saving energy! Both buildings (Spa & Hotel), use renewable energy for all of the mechanical systems. Furthermore, the buildings are well insulated, taking advantage of the loss of the energy.

(A Coruña, Galicia). Acerca al público a la realidad de este patrimonio subacuático, documenta y resalta este importante legado histórico para el conocimiento público y promueve su conservación y protección. Así, el proyecto incorpora dos centros de buceo preparados para el turismo y para buceo recreativo guiado por instructores expertos.

Enfoca esta sección en la sostenibilidad de tu negocio, los beneficios ecológicos y ambientales que obtendrás, cómo tus servicios serán una excelente experiencia para los clientes y cuál es el valor único y distintivo de esos servicios. Tomemos el ejemplo de “Ayii Anargyri Natural Healing SPA Resort”, Ayii Anargyri es un complejo con corazón y concepto ecológico. Hizo mucho hincapié en el hecho de ahorrar energía. Ambos edificios (Spa & Hotel) utilizan energías renovables para todos los sistemas mecánicos. Además, los edificios están bien aislados, evitando la pérdida de energía.



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

This is why you must highlight those features that will make your business different and draw the attention of the customers above the rest, allowing you not to go unnoticed in the market.

Es por ello que debes destacar aquellas características que harán diferente tu negocio y llamarán la atención de los clientes por encima del resto, permitiéndote no pasar desapercibido en el mercado.

- BUSINESS VISION AND MISSION.

Where does your business go in the long run? You must briefly answer this question and also state the purpose and raison d'être of your idea.

Talk about your business philosophy, how the idea was born and where you want to develop it. Communicate those goals you set as a company, such as raising awareness of caring for the environment, promoting activities of conservation and cleanliness of the area, having a good relationship with local commerce, promoting recycling, controlling emissions, create

- VISIÓN Y MISIÓN EMPRESARIAL

¿A dónde va tu negocio a largo plazo? Debes responder brevemente a esta pregunta y también indicar el propósito y la razón de ser de tu idea.

Habla sobre tu filosofía empresarial, cómo nació la idea y dónde quieres desarrollarla. Comunica aquellos objetivos que se proponga como empresa, como concienciar sobre el cuidado del medio ambiente, promover actividades de conservación y limpieza de la zona, tener una buena relación con el comercio local, promover el reciclaje, controlar las emisiones, crear



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



facilities without toxic materials or try to generate as little waste as possible.

It is a good time to show your illusion that has motivated the start-up of your business.

For example, all **FAST&BIO SL.** products strictly comply with their principles from the very beginning. Is an example of a hospitality industry which promotes a healthy and ecological lifestyle through the sale of ecological food,

the sustainability in food consumption and production, environmental care using natural resources and respecting animals, since they reject any type of animal exploitation in the food industry, which motivated them to form their company.

- BUSINESS OBJECTIVES AND BUSINESS STRATEGIES

Every business must have its own objectives, since, among other things, they allow us to set a course and serve as a source

instalaciones sin materiales tóxicos o intentar generar la menor cantidad de residuos posible.

Es un buen momento para mostrar la ilusión que ha motivado la puesta en marcha de tu negocio.

Por ejemplo, “FAST & BIO SL.” todos los productos cumplen estrictamente su filosofía desde el principio. Es un ejemplo de una industria hostelera que promueve un estilo de vida saludable y ecológico a través de la venta de alimentos ecológicos, la sostenibilidad en el consumo y producción de alimentos, el cuidado del medio ambiente utilizando los recursos naturales y el respeto a los animales, ya que rechazan cualquier tipo de explotación animal en la industria alimentaria, lo que los motivó a crear su empresa

- OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Cada negocio debe tener sus propios objetivos, ya que, entre otras cosas, nos permiten marcar un rumbo y servir como fuente



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



of motivation. Describe the main objectives you want to achieve, both general and specific.

Specific Example: Increase sales by 20% in the second semester.

General Example: Promote the collection of plastic waste, as in [The Santa Marina Salina Beach-Messina, Sicily](#).

This is an exemplary beach that stands out for promoting the environmental care of their coasts. Its main sustainable activity is the selective collection of waste to minimize the risk of tourists and visitors leaving paper and plastic that can contaminate the dunes and the sea, eliminating the risk that this waste can travel through our seas. To ensure that everyone collects waste separately, there is a pulling cart service that collects the wastes from umbrellas to umbrellas.

You can also include in this section what are the strategies you have designed to achieve these objectives that you have set as

de motivación. Describe los principales objetivos que quieres conseguir, tanto generales como específicos.

Ejemplo específico: Incrementar las ventas en un 20% en el segundo semestre.

Ejemplo general: Fomentar la recogida de residuos plásticos, como en [“La Playa de Santa Marina Salina-Messina, Sicilia”](#).

Se trata de una playa ejemplar que destaca por promover el cuidado medioambiental de sus costas. Su principal actividad sostenible es la recogida selectiva de residuos para minimizar el riesgo de que turistas y visitantes dejen papeles y plásticos que puedan contaminar las dunas y el mar, eliminando el riesgo de que estos residuos puedan adentrarse y viajar por nuestros mares. Para garantizar que todos recojan los desechos por separado, existe un servicio de carro de arrastre que recolecta los desechos de sombrilla a sombrilla.

También puedes incluir en este apartado cuáles son las estrategias que has diseñado para conseguir estos objetivos que



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

a company.

Example: Specialization, variety of services, etc.

By including all these points in your business description you will be able to communicate to the reader a general idea of who you are, what your values are and how you will carry out the activity that you intend to offer to the market.

Remember that less is more, in a sense of clarity and conciseness in the way you write your summary.

te has marcado como empresa.

Ejemplo: especialización, variedad de servicios, etc.

Al incluir todos estos puntos en la descripción de tu negocio podrás comunicar al lector interesado una idea general de quién eres, cuáles son tus valores y cómo llevarás a cabo la actividad que pretendes ofrecer al mercado.

Recuerda que menos es más, en el sentido de claridad y precisión al escribir el documento.

DESCRIPTION OF THE MARKET

This is a key point for your Business Plan. It can help you reduce risks, because if you know and understand your potential customers and market conditions, you have more opportunities

DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

Este es un punto clave para tu plan de negocios. Puede ayudarte a reducir los riesgos, porque si conoces y comprendes a tus clientes potenciales y a las condiciones del mercado, tienes



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

to develop a successful service.

On the one hand, you will analyze the tourism market in which your company is going to be introduced, its size, the barriers that you can find in it, what are the success factors that characterize it, its evolution and growth, rates and current trends.

To write this part you may need to perform a market research beforehand that allows you to collect and analyze all this information. Don't feel overwhelmed, you can start by going to places your target consumer frequents and observing their behavior.

- MARKET AND CUSTOMER ANALYSIS

To begin with, you'll have to show your readers that you know the market you want to enter. To do this, you will need to analyse the conditions of the market, starting with a description, analysing the size of the market (sales volume, profitability, potential profit), how demand evolves, the rate at which it grows,

más oportunidades para desarrollar un servicio de éxito.

Por un lado, debes analizar el mercado turístico en el que se va a introducir tu empresa, su tamaño, las barreras que puedes encontrar en ella, cuáles son los factores de éxito que la caracterizan, su evolución y crecimiento, precios y tendencias actuales.

Para escribir esta parte, es posible que debas realizar una investigación de mercado previa que te permita recopilar y analizar toda esta información. No te sientas desbordado, puedes comenzar por visitar los lugares que frecuenta tu cliente-consumidor objetivo y observar su comportamiento.

- ANÁLISIS DE MERCADO Y DE CLIENTES

Para empezar, tendrás que mostrar a los lectores interesados que conoces el mercado al que deseas ingresar. Para ello, deberás analizar las condiciones del mercado, comenzando con una descripción, analizando el tamaño del mercado (volumen de



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



the degree of consolidation of the sector and what market share you will have.

As for the clients, you will need to investigate and analyze what your target audience or target market is. These are the consumers to whom your business will offer its services. You must define your target market well and not be generalist, specializing in a particular type of consumer to achieve greater efficiency. Don't fall into the trap of describing your business as 'for everyone'. You need to target a specific sector of the market to succeed!

The classic method you can use to identify your target market is the one that uses **TAM, SAM and SOM**.

These concepts mean:

- **TAM:** Total Available Market (all the people you'd like your services to reach)

ventas, rentabilidad, beneficio potencial), cómo evoluciona la demanda, el porcentaje al que crece, el grado de consolidación del sector y qué cuota de mercado tendrá.

En cuanto a los clientes, deberás investigar y analizar cuál es tu público objetivo o mercado objetivo. Estos son los consumidores a los que tu empresa ofrecerá sus servicios. Debes definir bien tu mercado objetivo y no ser generalista, especializándote en un tipo particular de consumidor para lograr una mayor eficiencia. No caigas en la trampa de describir tu empresa como "para todos". ¡Necesitas apuntarte a un sector específico del mercado para tener éxito!

El método clásico que puede utilizar para identificar tu mercado objetivo es el que utiliza TAM, SAM y SOM.

Esos conceptos significan:

TAM: mercado total disponible (todas las personas a las que



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



· **SAM:** Segmented Available Market (the portion of TAM you will target)

· **SOM:** Share Of The Market (the subset of your SAM that you will realistically reach particularly in the first few years of your business)

Once defined your target audience, you should point out what are the main characteristics of the consumer that conforms it; their tastes, their preferences regarding the service, how often they come to it, what are their consumption habits, customs, etc. In your case, these are people who want another type of tourism and who want to take advantage of their holidays by actively participating in the care of the environment.

One way to do this is to use an 'user persona', which is a fictitious representation of your market through a character with name, gender, tastes, income level...

This tool can be very useful to identify your marketing techniques

desea que lleguen sus servicios).

SAM: mercado disponible segmentado (la parte de TAM a la que te dirigirás).

SOM: Participación del mercado (el subconjunto de tu SAM al que alcanzarás de manera realista, particularmente en los primeros años de tu negocio).

Una vez definido tu público objetivo, debes señalar cuáles son las principales características del consumidor que lo conforma; sus gustos, sus preferencias en cuanto al servicio, la frecuencia con la que acuden, cuáles son sus hábitos de consumo, sus costumbres, etc. En tu caso, se trata de personas que quieren otro tipo de turismo y que quieren aprovechar sus vacaciones de forma activa participando en el cuidado del medio ambiente.

Una forma de hacerlo es utilizar una "persona de usuario", que es una representación ficticia del mercado a través de un



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



and attract ideal customers, knowing how to answer the question of why your services are perfect for them.

SECTOR AND COMPETITION

Having defined the target market, it is just as important to be clear about who your main competitors are and to know them well, as this will allow us to formulate a good strategy that will allow us to compete successfully and highlight our advantages over them.

Take this opportunity to show your readers the strengths with which you can fill the weaknesses of the competition and how you differ from them.

- **Direct competitors:** Locate and describe which companies are offering a similar service to yours and to which your potential customers could turn instead of you. Study its parameters; sales volume, prices, positioning, market share, etc.

personaje con nombre, género, gustos, nivel de ingresos ...

Esta herramienta puede ser de gran utilidad para identificar tus técnicas de marketing y atraer clientes ideales, sabiendo responder a la pregunta de por qué tus servicios son perfectos para ellos.

SECTOR Y COMPETENCIA

Una vez definido el mercado objetivo, es muy importante tener claro quiénes son tus principales competidores y conocerlos bien, ya que esto nos permitirá formular una buena estrategia que nos permitirá competir con éxito y destacar nuestras ventajas sobre ellos.

Aprovecha esta oportunidad para mostrar a tus lectores interesados las fortalezas con las que puede imponerse a las debilidades de la competencia y en qué se diferencia de ellos.

- **Competidores directos:** busca y describe qué empresas ofrecen



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



· **Indirect competitors:** You are going to offer an innovative service in the market and your direct competitors may not be very numerous, but surely there are other similar business models that may be trying to reach your target audience, for example, within tourism in general. It's important that you keep an eye on the sector.

· **Strengths and weaknesses of your competitors:** What are your competitors' strengths? What are their sales strategies? And above all, take advantage of this section to put on the table your competitive advantages and how you can take advantage of the weaknesses of your competition to fill them in the market.

· **Entry barriers:** Examine the cost of entering the market you want to access. Is it easy to make your way into the market? How will your competitors react to the launch of a new business? What are the chances of new potential competitors entering?

Do not be afraid to expose your possible weaknesses in this

un servicio similar al tuyo y a las que sus clientes potenciales podrían acudir en su lugar. Estudie sus parámetros; volumen de ventas, precios, posicionamiento, cuota de mercado, etc.

· **Competidores indirectos:** vas a ofrecer un servicio innovador en el mercado y tus competidores directos pueden no ser muy numerosos, pero seguro que existen otros modelos de negocio similares que pueden estar intentando llegar a tu público objetivo dentro del turismo en general. Es importante que estés atento al sector.

· **Fortalezas y debilidades de tus competidores:** ¿Cuáles son las fortalezas de tus competidores? ¿Cuáles son sus estrategias de ventas? Y sobre todo, aprovecha este apartado para poner sobre la mesa tus ventajas competitivas y cómo puedes aprovechar las debilidades de tu competencia para suplirlas en el mercado.

· **Barreras de entrada:** examina el coste de ingresar al mercado al que deseas acceder. ¿Es fácil abrirse camino en el mercado?



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

<p>section. Remember that sincerity will be valued by your readers.</p>	<p>¿Cómo reaccionarán los competidores ante el lanzamiento de un nuevo negocio? ¿Cuáles son las posibilidades de que entren nuevos competidores potenciales?</p> <p>No temas exponer tus posibles debilidades en este apartado. Recuerde que sus lectores valorarán la sinceridad.</p>
<p>A good analysis of your competition should contain:</p>	<p>Un buen análisis de tu competencia deberá contener:</p>
<p>- SETTING</p> <p>You must include those economic, social, political, geographical, technological or environmental factors that can directly or indirectly influence the development of your business.</p> <p>In this section you should mention whether there are government regulations that affect the development of your business,</p>	<p>- AJUSTES</p> <p>Debe incluir aquellos factores económicos, sociales, políticos, geográficos, tecnológicos o ambientales que puedan directa o indirectamente influir en el desarrollo de tu negocio.</p> <p>En este apartado debes mencionar si existen normativas gubernamentales que afecten el desarrollo de tu negocio,</p>



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

environmental policies, promotion of tourism by the country in which you are going to provide your services, etc.

The setting evolution is fundamental in the progress of your business, so to carry out an analysis of the tourism sector in the area and of tourism trends, both foreign and national will help you to finish framing the market description.

políticas ambientales, promoción del turismo por parte del país en el que vas a prestar tus servicios, etc.

La evolución del entorno es fundamental en el avance de tu negocio, por lo que realizar un análisis del sector turístico de la zona y de las tendencias turísticas, tanto extranjeras como nacionales, te ayudará a terminar de enmarcar la descripción del mercado.

MARKETING PLAN

Once you have studied the market in depth, it is time to demonstrate how you will access the potential tourism market you have located and how you will achieve the goals you have set with your Eco blue tourism business.

For this purpose you will expose your Marketing Plan.

The Marketing Plan should collect an analysis of the situation of

PLAN DE MARKETING

Una vez que hayas estudiado el mercado en profundidad, es el momento de demostrar cómo accederás al potencial mercado turístico que has identificado y cómo lograrás las metas que te has marcado con tu negocio de turismo Ecoblue.

Para ello, presentarás tu Plan de Marketing.

El Plan de Marketing debe recoger un análisis de la situación de



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

your company at the present time, the objectives you want to achieve and the path you will choose to achieve them. When drawing up your Marketing Plan, there are a number of aspects that you must include following a logical order in which to work so that the final result is coherent and operational.

Next we are going to explain what the basic sections to describe are.

- ANALYSIS OF THE CURRENT SITUATION OF YOUR BUSINESS

This is the mandatory first step of every marketing plan. You must analyse the general situation of your company and the resources you have. To systematize this analysis and make sure we don't miss anything along the way, you can go to the SWOT analysis: strengths, weaknesses, opportunities and threats.

In the section on weaknesses, you can introduce those internal aspects of your company that either manifest some deficiencies,

tu empresa en el momento actual, los objetivos que deseas alcanzar y el camino que elegirás para conseguirlos. Cuando elaboras tu Plan de Marketing, hay una serie de aspectos que debes incluir siguiendo un orden lógico en el que trabajar para que el resultado final sea coherente y operativo.

A continuación, vamos a explicar cuáles son los apartados básicos a describir.

- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE TU NEGOCIO

Este es el primer paso obligatorio de todo plan de marketing. Debes analizar la situación general de tu empresa y los recursos de los que dispones. Para sistematizar este análisis y asegurarnos de que no olvidamos nada en el camino, puedes acudir al análisis DAFO: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

En el apartado de debilidades, puedes introducir aquellos aspectos internos de tu empresa que, o bien manifiestan algunas



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

or in which you are at a disadvantage in front of the competition or simply want to improve.

Some examples of weaknesses may be due to a lack of funding, limitations or aspects of your company with which you are less satisfied.

Threats are those external factors that reduce your company's market rate or put it at risk. By identifying them in time you can neutralize them, so it is of great importance.

To find them you can ask yourself about changes in the market sector, new market trends or the entry of new competitors.

Now, moving on to the positive aspects of your business, strengths are those features of your company that make it stand out from your competition and of which you are most proud. Describe your strengths, competitive advantages and the resources you have that lead to success.

deficiencias, o en los que estás en desventaja frente a la competencia, o simplemente quieres mejorar.

Algunos ejemplos de debilidades pueden deberse a la falta de financiación, limitaciones o aspectos de tu empresa con los que estás menos satisfecho.

Las amenazas son aquellos factores externos que reducen la cuota de mercado de tu empresa o la ponen en riesgo. Identificándolos a tiempo puedes neutralizarlos, por eso es de gran importancia.

Para encontrarlos puedes preguntarte sobre cambios en el sector del mercado, nuevas tendencias del mercado o la entrada de nuevos competidores.

Ahora, pasando a los aspectos positivos de tu negocio, las fortalezas son aquellas características de tu empresa que la distinguen de la competencia y de las que está más orgulloso. Describe tus fortalezas, ventajas competitivas y los recursos que



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Finally, opportunities are the external factors you can use to your advantage.

As with threats, you can find them wondering about new trends and changes in the market. An example would be changes in government policies, economic conditions in the country where you work, etc.

- POSITIONING

Positioning refers to how you want to present your company to your future clients. It's about explaining where you want to place your company in the Marketplace and what value proposition you're going to offer.

In this section the competition plays an important role, as you will have to explain the differences in positioning between your company and those of your competitors that will make the potential customers choose your business model before the

tienes que te llevan al éxito.

Finalmente, las oportunidades son los factores externos que puedes utilizar a tu favor.

Al igual que con las amenazas, puedes encontrarlas preguntándote sobre las nuevas tendencias y los cambios en el mercado. Un ejemplo serían los cambios en las políticas gubernamentales, las condiciones económicas del país donde trabaja, etc.

- POSICIONAMIENTO

El posicionamiento se refiere a cómo deseas presentar tu empresa a tus futuros clientes. Se trata de explicar dónde deseas ubicar tu empresa en el Mercado, Marketplace, y qué propuesta de valor vas a ofrecer.

En este apartado la competencia juega un papel importante, ya que tendrás que explicar las diferencias de posicionamiento



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



others.

You can study what budget and business volume competition handles, the prices of their services, their sales processes and what their marketing and promotion strategies are.

From here it will be easier to explain what are the characteristics of the service you will offer to attract consumers and how you will present yourself in the market.

- GOALS

It is the moment when you will pose exactly where you want to go and where you can go. To do this you will set your marketing goals.

It is one of the most important aspects of the whole marketing plan, but it is often neglected by companies setting unrealistic targets. To avoid this, you can base your goals on the acronym **SMART**.

entre tu empresa y las de tus competidores que harán que los potenciales clientes elijan tu modelo de negocio antes que el de los demás.

Puedes estudiar qué presupuesto y que volumen de negocio maneja la competencia, los precios de sus servicios, sus procesos de venta y cuáles son sus estrategias de marketing y promoción.

A partir de aquí te resultará más fácil explicar cuáles son las características del servicio que ofrecerás para atraer consumidores y cómo te presentarás en el mercado.

- METAS

Es el momento en el que te plantearás exactamente donde quieres ir y donde puedes ir. Para ello, establecerás tus objetivos de marketing.

Es uno de los aspectos más importantes de todo el plan de



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

S for Specific: Be sure to set specific goals. Do not describe generic objectives. Try to make them quantifiable and easily identifiable when dealing with them.

M for Measurable: In line with the specificity of your objectives, try to make them measurable and clarify how you will do it. Describe your goals with quantitative and qualitative measurements.

A for Achievable: Before setting your goals, take into account the effort required, the time and other costs needed to achieve them. Remember to always start from your current situation to keep your goals realistic.

R for Relevant: The goals you propose must be relevant to your company. For example, if you are going to launch a web campaign, the important thing is not that you get a very large number of visits but that they are of quality and bring you benefits.

marketing, pero las empresas que establecen objetivos poco realistas suelen descuidarlo. Para evitarlo, puedes basar tus objetivos en el acrónimo **SMART**.

S de eEspecífico: asegúrate de establecer objetivos específicos. No describas objetivos genéricos. Intenta que sean cuantificables y fácilmente identificables al manejarte con ellos.

M de Medible: de acuerdo con la especificidad de tus objetivos, trata de hacerlos mensurables y aclara cómo lo harás. Describe tus objetivos con medidas cuantitativas y cualitativas.

A de Alcanzables: antes de establecer tus objetivos, ten en cuenta el esfuerzo requerido, el tiempo y otros costes necesarios para lograrlos. Recuerda siempre comenzar desde tu situación actual para mantener unas metas realistas.

R de Relevante: Los objetivos que propongas deben ser relevantes para tu empresa. Por ejemplo, si vas a lanzar una campaña web, lo importante no es que consigas un número muy



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



T for Time-bound: Propose a deadline for the achievement of your goals, since they need a temporal context to have a true meaning.

- ACTION PLAN: MARKETING STRATEGIES

In this section you will define your marketing strategies, establishing what are the steps you will follow and the order in which you will carry them out. How are you going to achieve your goals?

You can classify the different strategies you are going to follow:

- **Product strategy:** Define how you will present your services considering the preferences and needs of your consumers. What feature of your service are you going to prioritize? What variety of services and activities are you going to offer? How long are you going to do that?
- **Price strategy:** Set the launch prices of the services and

elevado de visitas sino que sean de calidad y te traigan beneficios.

T de Tiempo-Límite: proponte una fecha límite para el logro de tus objetivos, ya que necesitan un contexto temporal para tener un verdadero significado.

- PLAN DE ACCIÓN: ESTRATEGIAS DE MARKETING

En este apartado definirás tus estrategias de marketing, estableciendo cuáles son los pasos que seguirás y el orden en el que los llevarás a cabo. ¿Cómo vas a lograr tus objetivos?

Puedes clasificar las diferentes estrategias que vas a seguir:

- **Estrategia de Producto:** Define cómo presentarás tus servicios considerando las preferencias y necesidades de tus consumidores. ¿Qué característica de tu servicio vas a priorizar? ¿Qué variedad de servicios y actividades vas a ofrecer? ¿Durante cuánto tiempo vas a hacer eso?



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



determine if you want to follow any strategy of discounts, offers or promotions. In order to set prices, you must take into account certain factors such as whether your costs are covered or whether they are kept in line with those offered by your competition, because putting a very high price on your service will make you lose customers and too low can make consumers underestimate your services.

· **Promotion and communication strategy:** How will you present your business? In this section you will detail how you will make your company and your services known both online and offline.

-Image

Your corporate image must be coherent and representative with the services you offer. It has to convey the values of your company and get them to the public. You can include images of your ideas at this point.

· **Estrategia de Precios:** Fija los precios de lanzamiento de los servicios y determina si quieres seguir alguna estrategia de descuentos, ofertas o promociones. Para fijar los precios debes tener en cuenta ciertos factores como si tus costes están cubiertos o si se mantienen en línea con los que ofrece tu competencia, porque poner un precio muy alto a tu servicio te hará perder clientes y ponerlo bajo, puede hacer que los consumidores subestimen tus servicios.

· **Estrategia de Promoción y Comunicación:** ¿Cómo presentarás tu negocio? En esta sección detallarás cómo darás a conocer tu empresa y tus servicios tanto online como offline.

- Imágen

Tu imagen corporativa debe ser coherente y representativa con los servicios que ofreces. Tiene que transmitir los valores de tu empresa y llevarlos al público. Puedes incluir imágenes de tus ideas en este momento.



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

-Publicity

Specify the type of advertising you are going to choose to promote your business, which media you want your ads to appear in and which external companies you would like to count on to develop your advertising campaigns. How are you going to carry out your launch campaign? What loyalty plans do you have? Focus on both online and offline advertising.

-Public relations

Here you can include your ideas about promotion policies in fairs and congresses, sponsorship programs, etc.

-Social media

Establish in which social media channels you want to appear and how you want to have presence. To do this, you need to observe what networks your audience and your consumers are on and attract them through them.

- Publicidad

Especifica el tipo de publicidad que vas a elegir para promocionar tu negocio, en qué medios quieres que aparezcan tus anuncios y con qué empresas externas te gustaría contar para desarrollar tus campañas publicitarias. ¿Cómo vas a llevar a cabo tu campaña de lanzamiento? ¿Qué planes de fidelización tienes? Céntrate en la publicidad tanto online como offline.

- Relaciones públicas

Aquí puedes incluir tus ideas sobre políticas de promoción en ferias y congresos, programas de patrocinio, etc.

- Medios de comunicación social

Establece en qué canales de redes sociales quieres aparecer y cómo quieres tener presencia. Para hacer esto, necesitas observar en qué redes se encuentra tu audiencia y tus consumidores y atraerlos a través de ellos.



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

<p>You can focus on the following points:</p>	<p>Puedes centrarte en los siguientes puntos:</p>
<p>TEAM AND MANAGEMENT</p> <p>This section is usually the second in which investors put their attention after reading the executive summary. For an investor it is very important to know if your team will be able to carry out the business you are presenting to it. In fact, there is a fairly popular phrase on the subject: "I invest in people, not in ideas", with which you can get used to the idea of the importance that is currently given to a powerful team.</p> <p>Make sure you develop this section well. Your team needs to have a common vision and complementary skills to get the job done. You have to make sure that the team you are counting on is the ideal one to carry out your idea, to meet the needs of your business and take it to success and so you are going to show it</p>	<p>EQUIPO Y GESTIÓN</p> <p>Este apartado suele ser el segundo en el que los inversores ponen su atención tras leer el resumen ejecutivo. Para un inversor es muy importante saber si tu equipo podrá llevar a cabo el negocio que le estás presentando. De hecho, hay una frase bastante popular sobre el tema: "Invierto en personas, no en ideas", con la que te puedes hacer a la idea de la importancia que se le da actualmente a un equipo potente.</p> <p>Asegúrate de desarrollar bien esta sección. Tu equipo debe tener una visión común y habilidades complementarias para realizar el trabajo. Tienes que asegurarte de que el equipo con el que cuentas es el idóneo para llevar a cabo tu idea, para satisfacer las necesidades de tu negocio y llevarlo al éxito y así</p>



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

at this point.

The key aspects to be detailed in this section are as follows:

- MANAGERS AND OWNERS

Here you will explain who the members of your management team are and what is their profile; education, professional experience, successes, etc. Emphasize the skills or experience of your management team that are necessary to carry out your project and how it fits your profile with the needs of the business.

You can also include here a reference to the mission and objectives of the management team; to what its motivation is.

If your management team has any gaps to fill, don't hesitate to expose it. Identify them and suggest how you plan to fill them out. In the end, all businesses are evolving and new needs are emerging.

lo vas a demostrar en este punto.

Los aspectos clave a detallar en este apartado son los siguientes:

- DIRECTIVOS Y PROPIETARIOS

Aquí explicarás quiénes son los miembros de tu equipo directivo y cuál es su perfil; formación, experiencia profesional, éxitos, etc. Enfatiza las habilidades o experiencia de tu equipo directivo que son necesarias para llevar a cabo tu proyecto y cómo encaja su perfil con las necesidades del negocio.

También puedes incluir aquí una referencia a la misión y los objetivos del equipo de gestión; a cuál es su motivación.

Si en tu equipo de dirección tienes algún hueco que llenar, no dudes en exponerlo. Identifícalos y sugiere cómo piensas completarlos. Al final, todas las empresas están evolucionando y surgen nuevas necesidades.



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

- ORGANIZATIONAL CHART

Describe how your company is organized. What the main positions and responsibilities of each team member are. It explains the areas or departments that will form it and their hierarchical functioning, as well as the delegation system.

Show that your organisational design is flexible enough to cope with the different circumstances that may arise throughout the evolution of your project.

- HUMAN RESOURCES

Describe the key employees your company currently has. At this point you can also explain what your staffing needs are. You can make a chart showing the necessary jobs, the number of vacancies and the profile required for each position.

If you want, you can add how you want the selection process to be carried out and what the working conditions are for each

- ORGANIGRAMA

Describe cómo está organizada tu empresa. Cuáles son los principales cargos y responsabilidades de cada miembro del equipo. Explica las áreas o departamentos que lo conformarán y su funcionamiento jerárquico, así como el sistema de delegación.

Demuestra que su diseño organizacional es lo suficientemente flexible para hacer frente a las diferentes circunstancias que pueden surgir a lo largo de la evolución del proyecto.

- RECURSOS HUMANOS

Describe los empleados clave que tienes actualmente en tu empresa. En este punto, también puedes explicar cuáles son tus necesidades de personal. Puedes hacer un gráfico que muestre los puestos de trabajo necesarios, el número de vacantes y el perfil requerido para cada puesto.



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

case; salaries, shifts, legal status, types of contract, etc.

- HISTORY OF YOUR COMPANY

If your company existed before embarking on this New Project, you can describe a brief history of the company that makes understand better the context of your idea and your motivations.

In the event that your company is brand new, you can use this section to introduce a brief history of how and why you and your partners have decided to start this business.

Si lo deseas, puedes añadir cómo deseas que se lleve a cabo el proceso de selección y cuáles son las condiciones laborales para cada caso; salarios, turnos, situación legal, tipos de contrato, etc.

- LA HISTORIA DE TU EMPRESA

Si tu empresa existía antes de embarcarte en este Nuevo Proyecto, puedes describir una breve historia de la empresa que haga comprender mejor el contexto de tu idea y motivaciones.

En caso de que tu empresa sea nueva, puedes utilizar esta sección para presentar una breve historia de cómo y por qué tú y tus socios decidisteis iniciar este negocio.

STAGE OF DEVELOPMENT

In this section of your business plan you can enter the data related to the development phase of your project. Describe what

ETAPA DE DESARROLLO

En esta sección de tu plan de negocio puedes incluir los datos relacionados con la fase de desarrollo de tu proyecto. Describe



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

activities have already been carried out to implement your idea and what is still to be done.

You can include an implementation plan detailing the activities needed to start up the business and helping you to establish the real funding needs.

We recommend including the following sections:

- IMPLEMENTATION SCHEDULE

A schedule that includes the main activities you will carry out to start your business and who will be responsible for them.

- MAIN MILESTONES

It lists the main milestones to be achieved in a given period of time (for example, during the first year), when it is time to reach them, and what interconnections with the other activities involved.

qué actividades ya se han realizado para implementar tu idea y qué queda por hacer.

Puedes incluir un plan de implementación que detalle las actividades necesarias para poner en marcha el negocio y que te ayude a establecer las necesidades reales de financiación.

Recomendamos incluir las siguientes secciones:

- PROGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

Un cronograma que incluya las principales actividades que realizarás para poner en marcha tu negocio y quién será el responsable de las mismas.

- METAS PRINCIPALES

Enumera los principales hitos a alcanzar en un período de tiempo determinado (por ejemplo, durante el primer año), cuándo es el momento de alcanzarlos y qué interconexiones hay con las



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

- MAIN INTERCONNECTIONS BETWEEN THE DIFFERENT WORKING GROUPS:

Explain how your marketing, operations and teams will work in a coordinated manner to advance the proposed objectives.

demás actividades implicadas.

- PRINCIPALES INTERCONEXIONES ENTRE LOS DIFERENTES GRUPOS DE TRABAJO

Explica cómo tu marketing, operaciones y equipos trabajarán de manera coordinada para avanzar en los objetivos propuestos.

FINANCIAL PLAN

We've reached the last section of your business plan. This last chapter tends to overwhelm entrepreneurs who do not have specialized training in economics or finance, but you will see that you already have the necessary data and simply need to sort them out.

You can really see that many of the numbers you need to make up this section are already deducted from the rest of the plan;

PLAN FINANCIERO

Llegamos a la última sección de tu plan de negocios. Este último capítulo suele abrumar a los emprendedores que no tienen formación especializada en economía o finanzas, pero verás que ya tienes los datos necesarios y simplemente necesitas ordenarlos. Realmente puedes ver que muchos de los números que necesitas para componer esta sección ya están deducidos del resto del plan; cuánto dinero se necesita, cuántos servicios



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



how much money is needed, how much services you plan to offer and at what prices, fixed and variable costs of the company... It is simply a question at this stage of translating these data in numerical and linked form in order to determine the economic viability of the project.

If your business plan is well built, you will find it much easier to implement the financial plan than you think.

Your financial plan should primarily answer the following questions: Is my business viable? How much funding do I need? What kind of funding? Who can provide me with that funding? The ultimate purpose of the financial plan is to show the resources needed to carry out the business plan.

A financial plan usually includes monthly projections for the first 12 months and then annual projections for the remaining three to five years. Normally a three-year projection is usually sufficient, but some investors may need a five-year projection.

planeas ofrecer y a qué precios, costes fijos y variables de la empresa ... Es simplemente una cuestión, en esta etapa, de traducir estos datos en forma numérica y vinculada con el fin de determinar la viabilidad económica del proyecto.

Si tu plan de negocios está bien elaborado, te resultará mucho más fácil de lo que piensas implementar el plan financiero.

Tu plan financiero debe responder principalmente a las siguientes preguntas: ¿Es viable mi negocio? ¿Cuántos fondos necesito? ¿Qué tipo de financiación? ¿Quién me puede proporcionar esa financiación? El propósito final del plan financiero es mostrar los recursos necesarios para llevar a cabo el plan de negocios.

Un plan financiero generalmente incluye proyecciones mensuales para los primeros 12 meses y luego proyecciones anuales para los tres a cinco años restantes. Normalmente, una proyección de tres años suele ser suficiente, pero algunos



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



- INCOME STATEMENT

In this section you will explain the profits or losses that your company will generate. To do this you will detail the following sections:

Expenses

We will start by calculating expenses because it is the part of the income statement that is easier to estimate. Here you will assess the resources you need to develop and provide your services, which is often easier to calculate than the sales estimate you will achieve.

Your business will face a variety of costs. Try to be thorough in exposing it.

Some examples of expenses you will have to include are the following:

- Premises and associated expenses: rent, electricity, water, gas,

inversores pueden necesitar una proyección de cinco años.

- DECLARACIÓN DE INGRESOS

En este apartado explicarás las ganancias o pérdidas que generará tu empresa. Para ello detallarás los siguientes apartados:

Gastos

Empezaremos por calcular los gastos porque es la parte de la cuenta de resultados que es más fácil de estimar. Aquí se evaluarán los recursos que necesitas para desarrollar y proporcionar tus servicios, que a menudo es más fácil de calcular que la estimación de ventas que obtendrás.

Tu negocio afrontará una gran variedad de gastos. Trata de detallarlos minuciosamente.

Algunos ejemplos de gastos que tendrás que incluir son los



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



etc.

- Staff costs: salaries, taxes, etc.
- Expenses on associate professionals: consultants, lawyers, architects, etc. · Promotional and advertising expenses
- Telecommunications costs: telephony, internet, etc. · Miscellaneous: small supplies, etc.
- Depreciation of the investments
- Insurance

If you calculate the total expenses you need to start your business, it will be much easier to get an idea of the margin of results you need to make a profit from your business and start it safely.

siguientes:

- Locales y gastos asociados: alquiler, luz, agua, gas, etc.
- Gastos de personal: salarios, impuestos, etc.
- Gastos de profesionales asociados: consultores, abogados, arquitectos, etc. · Gastos de promoción y publicidad
- Gastos de telecomunicaciones: telefonía, internet, etc. · Varios: pequeños suministros, etc.
- Amortización de las inversiones
- Seguros

Si calculas los gastos totales que necesitas para iniciar tu negocio, será mucho más fácil tener una idea del margen de resultados que necesitas para obtener ganancias de tu negocio y comenzar de manera segura.



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

<p>Here are some financial statements that you should include in your business plan:</p>	<p>Aquí hay algunos estados financieros que debes incluir en tu plan de negocios:</p>
<p>Income</p> <p>To calculate the income that your business can earn, you can refer to reference data of sectoral ratios of other tourism companies in a similar way, consult the annual accounts of your competitors or similar businesses to the one you are building. On the other hand, you could conduct consumer surveys (making a realistic estimate of the results) or do some small-scale business testing.</p> <p>Margin</p> <p>In service companies, the service offered may have an associated unit cost, such as the purchase of a service from another company. At this point you will refer to the variable</p>	<p>Ingresos</p> <p>Para calcular los ingresos que puede generar tu negocio puedes consultar datos de referencia de ratios sectoriales de otras empresas turísticas de forma similar, consultar las cuentas anuales de tus competidores o negocios similares al que estás construyendo. Por otro lado, puedes realizar encuestas de consumidores (haciendo una estimación realista de los resultados) o realizar algunas pruebas comerciales a pequeña escala.</p> <p>Margen</p> <p>En las empresas de servicios, el servicio ofrecido puede tener un coste unitario asociado, como la compra de un servicio a otra</p>



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



elements that may arise, such as the payment of commissions. You will not include fixed costs in this section. It is important to consider margins because in the long run the variation they imply can be important for your accounts.

Result

If we subtract the cost of our sales from the revenue we earn, the result is the margin previously mentioned. If we subtract the expenses from this margin, we will get an operational result. To this operational result we have to subtract the financial costs (for example, the interest on the loans, if any) and the tax costs, so you will get your net result.

Seasonality

In an ecotourism business, taking seasonality into account is vital. Surely your sales will be concentrated in certain months and you have to know this data and apply it to adjust the structure of your company to this reality. Therefore, we advise

empresa. En este punto te referirás a los elementos variables que pueden surgir, como el pago de comisiones. No se incluyen costes fijos en esta sección. Es importante considerar los márgenes porque a largo plazo la variación que implican puede ser importante para sus cuentas.

Resultado

Si restamos el coste de nuestras ventas de los ingresos que obtenemos, el resultado es el margen mencionado anteriormente. Si restamos los gastos de este margen, obtendremos un resultado operativo. A este resultado operativo tenemos que restarle los costes financieros (por ejemplo, los intereses de los préstamos, si los hay) y los costes fiscales, así obtendrás tu resultado neto.

Estacionalidad

En un negocio de ecoturismo, tener en cuenta la estacionalidad es vital. Seguro que tus ventas estarán concentradas en



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



that these forecasts be made month by month, to have a complete overview of the changes in the treasury of your business.

determinados meses y tienes que conocer este dato y aplicarlo para ajustar la estructura de tu empresa a esta realidad. Por ello, aconsejamos que estas previsiones se hagan mes a mes, para tener una perspectiva completa de los cambios en la tesorería de tu negocio.

- INVESTMENT PLAN

In this section you will indicate in detail the monetary resources that your company requires to generate the service it offers.

To carry out your initial investment plan, you will have to prepare an inventory of all the economic resources you will need in the short and medium term to start your project.

For this you will include two types of items:

- The investments themselves: utilities, incorporation costs,

- PLAN DE INVERSIÓN

En esta sección hay que detallar los recursos monetarios que tu empresa necesita para generar los servicios que ofrece.

Para llevar a cabo tu plan de inversión inicial, tendrás que preparar un inventario de todos los recursos económicos que necesitarás a corto y medio plazo para iniciar tu proyecto.

Para eso, hay que incluir dos puntos:

- Las inversiones propiamente dichas: servicios públicos, gastos de incorporación, compra de locales, aplicaciones informáticas,



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



purchase of premises, computer applications, etc.

· And all current expenses that you will have to face during the first months of activity: rents, supplies, suppliers,... This will help you to mitigate liquidity shortfalls in case cash inflows (collections) are not sufficient to cover current expenses.

Each item of investment or expense must have its economic valuation or budget and must indicate the time when they will be necessary for the development of the activity.

With this data you will know what expenses you will have to spend to start your business. When preparing your investment plan it is the right time to reflect on the need for each of the investments and expenses of your project, what will be the most favorable options to acquire them and think about when it will be time to incorporate them into your business.

- BALANCE SHEET

etc.

- Y todos los gastos corrientes que tendrás que afrontar durante los primeros meses de actividad: alquileres, suministros, proveedores, etc. Esto te ayudará a mitigar los déficits de liquidez en caso de que las entradas de efectivo (cobros) no sean suficientes para cubrir los gastos corrientes.

Cada punto de inversión o gasto debe tener su valoración económica o presupuesto y debe indicar el tiempo en que serán necesarios para el desarrollo de la actividad.

Con estos datos sabrás qué gastos tendrás que hacer para empezar tu negocio. Al preparar el plan de inversión es el momento adecuado para reflexionar sobre la necesidad de cada una de las inversiones y gastos del proyecto, cuáles serán las opciones más favorables para adquirirlos y pensar cuándo será el momento de incorporarlos a tu negocio.



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



The balance sheet shows your company's assets, liabilities, and owners' equity at a specific time in time. That is, it shows what your company owns (assets), what it owes (liabilities) and how much the owners and shareholders have invested (capital).

As its name indicates, the balance sheet must show the following balance:

Assets = Liabilities + Equity

Next we will show you a small summary of the items you can include in your balance sheet.

- ASSETS

More liquid assets (more easily converted to cash) are usually placed at the top of the list, while less liquid assets are listed at the bottom.

- Cash: Represents the money that your company has first hand,

- BALANCE GENERAL

El balance muestra los activos, pasivos y patrimonio de la empresa en un momento determinado. Es decir, muestra lo que la empresa posee (activos), lo que debe (pasivos) y cuánto han invertido los propietarios y accionistas (capital).

Como su nombre lo indica, el balance general debe mostrar el siguiente balance:

Activos = Pasivos + Capital

A continuación le mostraremos un pequeño resumen de los elementos que puedes incluir en tu balance.

- ACTIVOS

Los activos de mayor liquidez (que se convierten más fácilmente en efectivo) suelen figurar al principio de la lista, mientras que los de menor liquidez figuran al final de la misma.



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



can be the balance of the bank account or company checks.

- Accounts receivable: It is the money that people owe to your company but have not yet received.

- Cash: Represents the money that your company has first hand, can be the balance of the bank account or company checks.

- Accounts receivable: It is the money that people owe to your company but have not yet received.

- Inventory: Refers to the value of your company's assets that you have not yet sold.

- Current assets: This is usually the sum of the above 3 points, taking into account that they can be converted into cash within one year or less.

- Long-term assets: Or Fixed assets. They are those assets that have long-term value and that cannot be converted into cash

- Efectivo: representa el dinero que la empresa tiene de primera mano, puede ser el saldo de la cuenta bancaria o los cheques de la empresa.

- Cuentas por cobrar: es el dinero que la gente debe a la empresa pero que aún no ha recibido.

- Inventario: se refiere al valor de los activos de tu empresa que aún no has vendido.

- Activos corrientes: suele ser la suma de los 3 puntos anteriores, teniendo en cuenta que pueden convertirse en efectivo en un año o menos.

- Activos a largo plazo: o activos fijos. Son aquellos activos que tienen un valor a largo plazo y que no pueden ser convertidos en efectivo rápidamente.

- Depreciación acumulada: es la reducción del valor de los activos que se produce con el tiempo. Generalmente se restan



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



quickly.

- Accumulated depreciation: Is the reduction in the value of assets that occurs over time. They are usually subtracted from total long-term assets.

- LIABILITIES

The liability is sorted as the assets; in this case because of the speed with which your company will need to pay them.

- Accounts payable: It is the money that your business owes. The regular accounts that the company is expected to pay.

- Short-term debt: The debt that you will have to pay within a year, usually any short-term loan, but excluding interest expenses, which are not included in the balance sheet but in the income statement.

- Total current liabilities: The sum of the two above to be paid

del total de los activos a largo plazo.

- PASIVOS

Los pasivos se clasifican como los activos; en este caso por la rapidez con la que su empresa tendrá que pagarlos.

- Cuentas por pagar: es el dinero que tu negocio debe. Las cuentas regulares que se espera que la empresa pague.

- Deuda a corto plazo: la deuda que tendrás que pagar en el plazo de un año, normalmente cualquier préstamo a corto plazo, pero excluyendo los gastos de intereses, que no se incluyen en el balance sino en la cuenta de resultados.

- Total del pasivo corriente: la suma de los dos anteriores que se pagará en el plazo de un año.

- Deuda a largo plazo: Esto incluye las deudas que tardan más de un año en ser pagadas. Por supuesto, disminuirá con el



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

within one year.

- Long-term debt: This includes debts that take more than a year to repay. Of course, it will decrease over time.

- Total liabilities: The sum of all these items.

- EQUITY

- Paid-in capital: This is the money that the owners have invested in the company.

- Retained earnings: Are the profits (or if any, losses) that are reinvested in the enterprise.

- Net earnings: This is an important number: the higher it is, the more profitable your company is. They are the "end result": sales less sales costs and expenses.

- Owner's total equity: Equity is calculated as the difference

tiempo.

- Total del pasivo: La suma de todos estos elementos.

- CAPITAL

- Capital pagado: es el dinero que los propietarios han invertido en la empresa.

- Ganancias retenidas: son las ganancias (o si las hay, las pérdidas) que se reinvierten en la empresa.

- Ganancias netas: este es un número importante: cuanto más alto es, más rentable es tu empresa. Son el "resultado final": ventas menos costes y gastos de venta.

- El capital total del propietario: el capital se calcula como la diferencia entre el activo y el pasivo.

- Total del pasivo y el capital social: esta es la ecuación final:



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



between assets and liabilities.

· Total liabilities and equity: This is the final equation: Assets = liabilities + equity.

- CASH FLOW

The cash flow shows the amount of liquid assets of your company for a certain period of time. It is the cash flow that your business will have. You should not confuse cash with profit. The best way to understand it is with a simple example: If you offer a service and send the invoice to your customer, but it takes a few days to pay you, you don't have that cash immediately, although you can count on this amount in your earnings account.

To calculate your total cash flow, you will need to do the following operation: Cash on hand + cash on hand that you receive - cash withdrawal that you have used to make payments like bills, loans, etc.

activo = pasivo + capital.

- MOVIMIENTO DE EFECTIVO

El movimiento de efectivo muestra la cantidad de los activos líquidos de la empresa durante un cierto período de tiempo. Es el movimiento de efectivo que tendrá tu empresa. No debes confundir el efectivo con las ganancias. La mejor manera de entenderlo es con un simple ejemplo: si ofreces un servicio y envías la factura al cliente, pero tarda unos días en pagarte, no dispones de ese efectivo inmediatamente, aunque puedes contar con esta cantidad en tu cuenta de ganancias.

Para calcular el movimiento de efectivo total, tendrás que hacer la siguiente operación: dinero en efectivo + dinero en efectivo que recibes - retiro de efectivo que has usado para hacer pagos como facturas, préstamos, etc.

- USO DE LOS FONDOS



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



- USE OF FUNDS

If you want to raise money from potential investors, we advise you to include this short section in which details exactly how you plan to use this cash. It's not about detailing each of the expenses you have in mind, but rather the areas in which you're going to direct this money.

- EXIT STRATEGY

Finally, it would be a good idea if this financial section included an exit strategy.

There are a number of risks to be taken into account in any new project. It is important that you identify them and put them on the table so that investors or partners can get to know them and know how your business would react to them.

Some examples of these obstacles could be: Lower than expected growth, higher than expected costs, entry into the

Si quieres recaudar dinero de potenciales inversores, te aconsejamos que incluyas esta breve sección en la que se detalla exactamente cómo piensas utilizar este dinero. No se trata de detallar cada uno de los gastos que tienes en mente, sino más bien las áreas en las que vas a dirigir este dinero.

- ESTRATEGIA DE SALIDA

Por último, sería una buena idea que esta sección financiera incluyera una estrategia de salida.

Hay una serie de riesgos que deben tenerse en cuenta en cualquier nuevo proyecto. Es importante que los identifiques y los pongas sobre la mesa para que los inversores o socios puedan conocerlos y saber cómo reaccionaría tu empresa ante ellos.

Algunos ejemplos de estos obstáculos podrían ser: un crecimiento inferior al previsto, unos costes superiores a los previstos, la entrada en el mercado de nuevos competidores o



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

<p>market of new competitors or that the service you offer does not meet the expectations of your consumers.</p> <p>So that these possible risks do not catch you by surprise, you must develop some exit strategies, posing these possible situations and facing them in a simulated way.</p> <p>You can use some of these contingency strategies: modify the service offered according to the consumer trend, sell all or part of the company to another of the same sector or liquidate the project.</p>	<p>que el servicio que ofreces no satisfaga las expectativas de los consumidores.</p> <p>Para que estos posibles riesgos no te pillen por sorpresa, debes desarrollar algunas estrategias de salida, planteando estas posibles situaciones y enfrentándolas de forma simulada.</p> <p>Se pueden utilizar algunas de estas estrategias de contingencia: modificar el servicio ofrecido según la tendencia del consumidor, vender toda o parte de la empresa a otra del mismo sector o liquidar el proyecto.</p>
<p>The state of your cash flow will tell you when you have little cash and when you have more cash, which you could use to make improvements in your business.</p>	<p>El estado del movimiento de efectivo te dirá cuándo tienes poco dinero y cuándo tienes más, que podrías utilizar para hacer mejoras en tu negocio.</p>



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

APPENDIX

Finally, we have the appendix. It is an optional section in your Business Plan, but it can help you complete the above points, providing additional information to the reader and thus ensuring that you do not overload the main sections, making them easier to read.

Here are some examples of documents you could include as appendix:

- Charts, graphs, or tables that supplement information from other sections of your business plan.
- Curriculum vitae of team members.
- Contracts or agreements that you have signed; whether with customers, with your partners or with suppliers, leasing premises, etc.

ANEXO

Por último, tenemos el apéndice. Es una sección opcional en tu Plan de Negocios, pero puede ayudarte a completar los puntos anteriores, proporcionando información adicional al lector y asegurando así que no sobrecargues las secciones principales, haciéndolas más fáciles de leer.

A continuación se presentan algunos ejemplos de documentos que podría incluir como apéndice:

- Cuadros, gráficos o tablas que complementan la información de otras secciones de tu plan de negocios.
- Currículum vitae de los miembros del equipo.
- Contratos o acuerdos que hayas firmado; ya sea con los clientes, con los socios o con los proveedores, arrendando locales, etc.



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



- Licenses, permits, etc.
- Images, photographs or plans.
- Marketing materials that you will use.
- Detailed marketing studies. You can also include the survey models used to analyze the target market (if you have used these means), the information you have used to analyze the competition, etc.

Once you have compiled all the documents that you would like to integrate as annexes, make sure that they meet the following requirements:

Think of it as the last part of your business plan and that's why readers might skip it. Considering this possibility, you have to ask yourself if the rest of the plan holds up without attachments.

It is better that you do not lengthen this section too much and keep it simple. If you see it spreading too much, you might

- Licencias, permisos, etc.
- Imágenes, fotografías o planes.
- Materiales de marketing que vas a usar.
- Estudios detallados de marketing. También puedes incluir los modelos de encuesta utilizados para analizar el mercado objetivo (si has utilizado estos medios), la información que has utilizado para analizar la competencia, etc.

Una vez que hayas compilado todos los documentos que quieres integrar como anexos, asegúrate de que cumplan los siguientes requisitos:

Piensa en ello como la última parte de tu plan de negocios y por eso los lectores podrían saltárselo. Considerando esta posibilidad, debes preguntarte si el resto del plan se sostiene sin anexos.

Es mejor que no alargues mucho esta sección y que la



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

consider adding a separate table of contents. In any case, make sure that you do not submit duplicate information and that the documents you include in these annexes are genuine.

Finally, if you are sharing confidential information about your business, be sure to include a confidentiality agreement so that your readers are aware that they cannot share or distribute the content of the document.

mantengas simple. Si te parece que te extiendes demasiado, podrías considerar la posibilidad de añadir una tabla de contenidos separada. En cualquier caso, asegúrate de no presentar información duplicada y de que los documentos que incluyas en estos anexos sean auténticos.

Por último, si compartes información confidencial sobre tu empresa, asegúrate de incluir un acuerdo de confidencialidad para que los lectores sepan que no pueden compartir o distribuir el contenido del documento.

SUMMARY OF ELEMENTS INCLUDED IN YOUR BUSINESS PLAN

EXECUTIVE SUMMARY

- Business Opportunity

RESUMEN DE LOS ELEMENTOS INCLUIDOS EN TU PLAN DE NEGOCIOS

INFORME EJECUTIVO

- Oportunidad de negocio
- Tu valor añadido



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



- Your added value
- Market characteristics and target audience
- Team
- Financial Plan and Funding
- Milestones

PROJECT DESCRIPTION

- The business name
- The location of the business

- Características del mercado y público objetivo
- Equipo
- Plan financiero y financiación
- Metas

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

- El nombre de la empresa
- La ubicación de la empresa
- Tipo de empresa y tipo de actividad económica
- Descripción del negocio
- Tus características distintivas
- Visión y misión empresarial
- Objetivos y estrategias empresariales

DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

- Análisis de mercado y de clientes
- Sector y competencia



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



- Type of enterprise and type of economic activity
- The business description
- Your distinguish characteristics
- Business vision and mission
- Business objectives and business strategies

DESCRIPTION OF THE MARKET

- Market and Customer Analysis
- Sector and Competition
- Setting

MARKETING PLAN

- Ajustes

PLAN DE MARKETING

- Análisis de la situación actual de tu negocio
- Posicionamiento
- Metas
- Plan de acción: Estrategias de marketing

EQUIPO Y GESTIÓN

- Los directivos y propietarios
- Organigrama
- Recursos Humanos
- La historia de tu empresa

ETAPA DE DESARROLLO

- Programa de implementación
- Metas principales
- Principales interconexiones entre los diferentes



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

- Analysis of the current situation of your business
- Positioning
- Goals
- Action Plan: Marketing Strategies

TEAM MANAGEMENT

- Managers and owners
- Organizational chart
- Human Resources

grupos de trabajo

PLAN FINANCIERO

- Declaración de ingresos
- Plan de inversión
- Balance general
- Movimiento de efectivo
- Uso de los fondos
- Estrategia de salida

ANEXO



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

- History of your company

STAGE OF DEVELOPMENT

- Implementation schedule
- Main milestones
- Main interconnections between the different working groups

FINANCIAL PLAN

- Income statement
- Investment plan



EcoBLUE Tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This website reflects the views only of the authors, and the Commission
cannot be held responsible for any use which may be made of the
information contained therein.



Agencia Nacional
Erasmus+
Educación y Formación

- Balance sheet
- Cash flow
- Use of funds
- Exit strategy

APPENDIX