



CAMPAMENTOS ECOALF

EDUCANDO PARA EL FUTURO

BLANCA CHÁVARRI
RODRIGO MORENO

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

VENTAJA COMPETITIVA

ANÁLISIS EXTERNO

ANÁLISIS INTERNO

DAFO

NUESTRO PROYECTO

INVESTIGACIÓN DEL NUEVO MERCADO

OBJETIVOS

MARKETING ESTRATÉGICAS

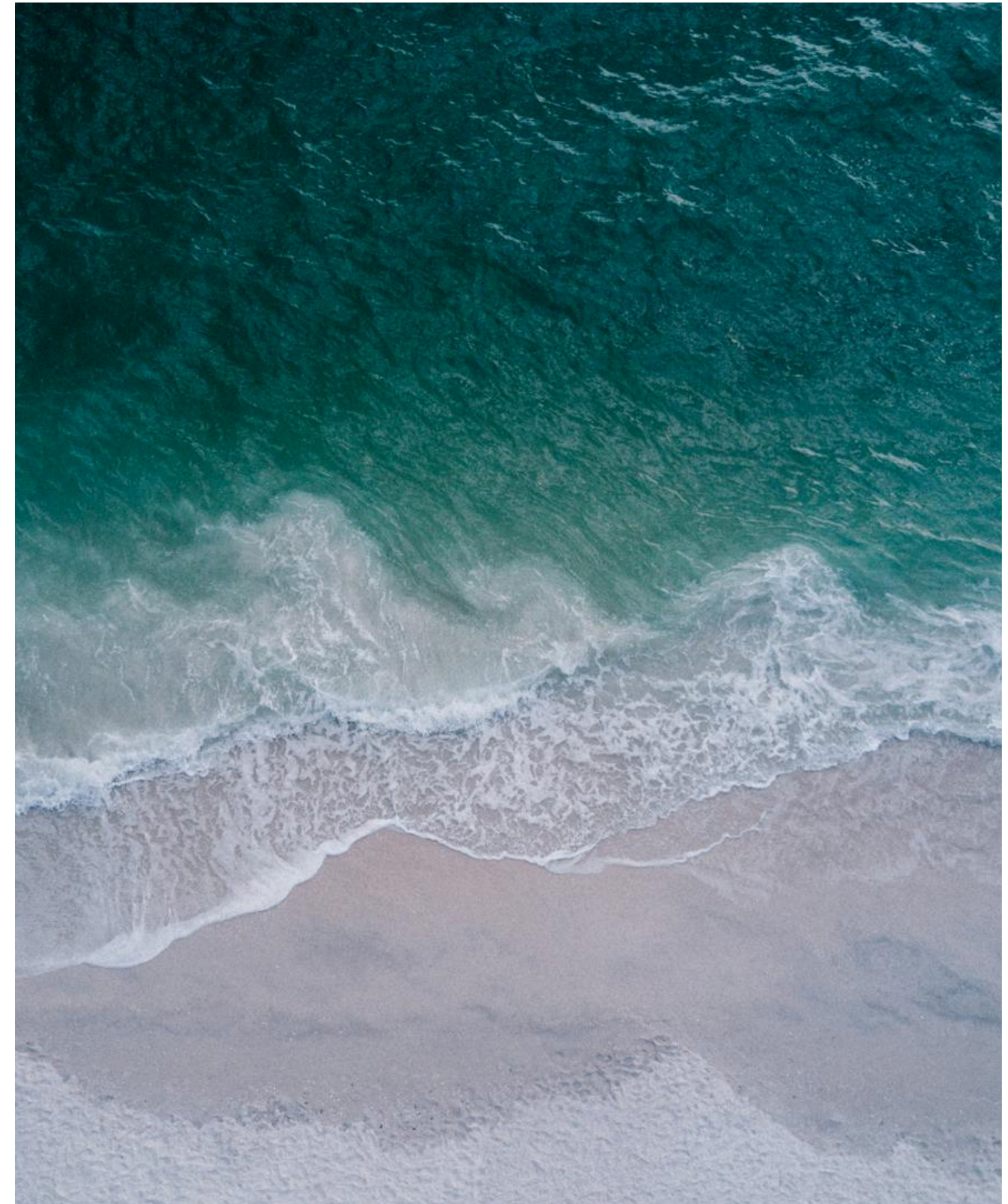
MARKETING OPERATIVO

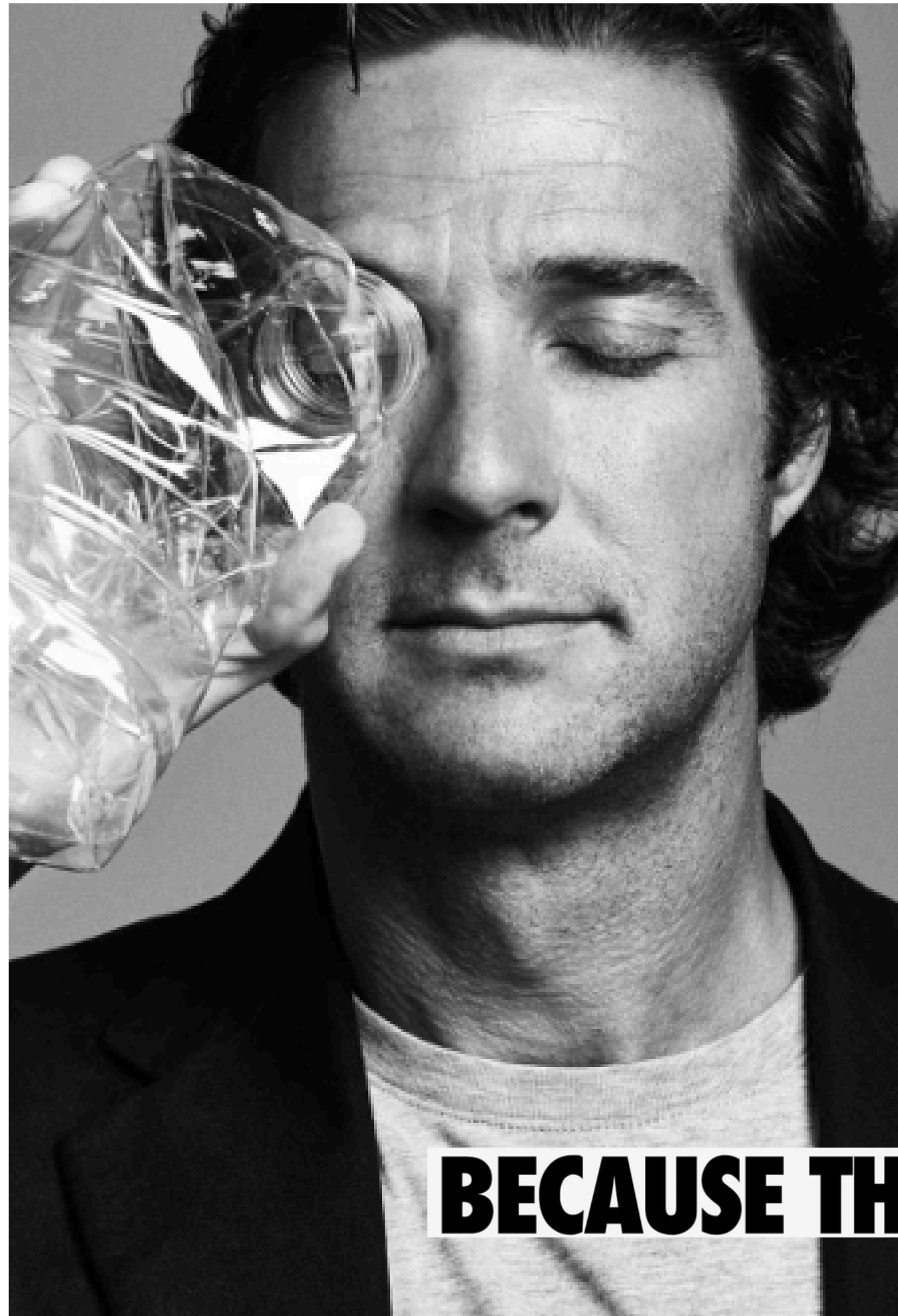
CALENDARIZACIÓN

KPIS

PLAN DE CONTINGENCIAS

CONCLUSIONES





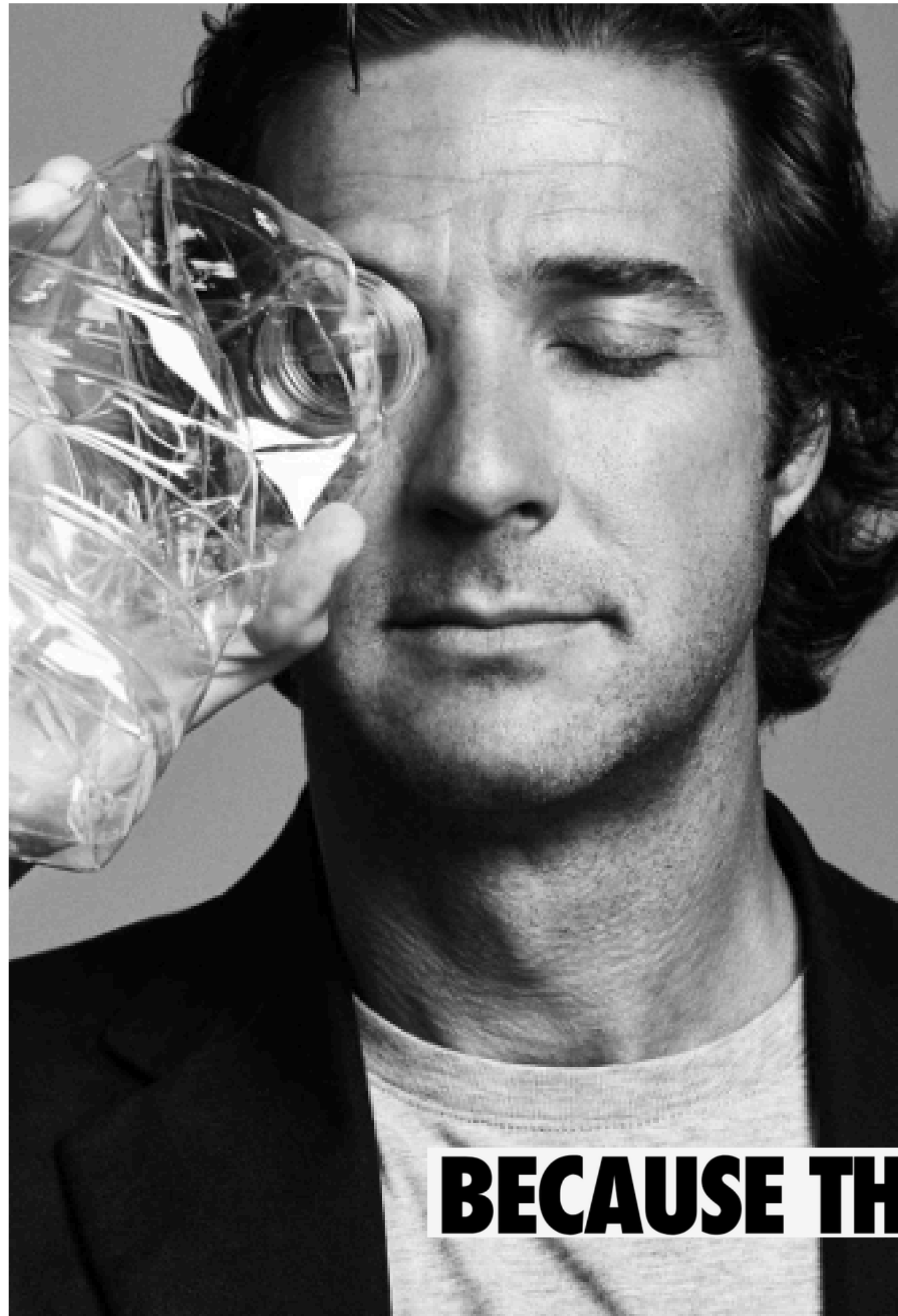
INTRODUCCIÓN

“Quería crear una marca de moda realmente sostenible y pensé que lo más sostenible era no seguir utilizando los recursos naturales del planeta de manera indiscriminada, para garantizar las necesidades de las futuras generaciones.”

- Javier Goyeneche Fundador

BECAUSE THERE IS NO PLANET B®

ECOALF



INTRODUCCIÓN

“Deberíamos pensar en que hijos vamos a dejar en el planeta, y eso tiene mucho que ver con la educación.”

- Javier Goyeneche Fundador

BECAUSE THERE IS NO PLANET B®

MISIÓN

Crear productos reciclados donde se mantenga la calidad y el diseño de los mejores productos no reciclados.

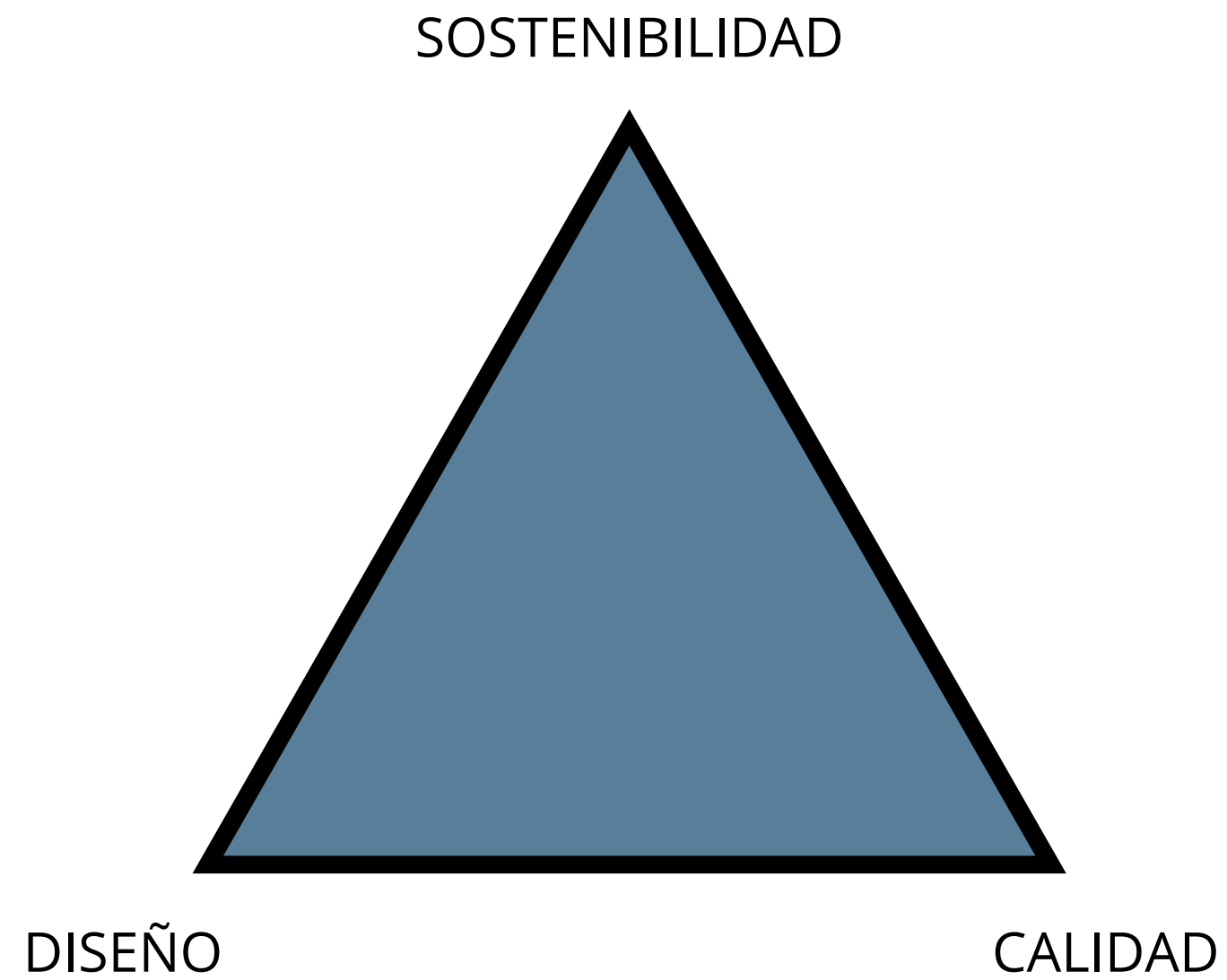
VISIÓN

Dejar de utilizar los recursos naturales de manera irresponsable

VALORES

Sostenibilidad
Innovación
Diseño

VENTAJA COMPETITIVA



ANÁLISIS EXTERNO - PESTEL

POLÍTICO-LEGAL

- Leyes que buscan una **economía circular**
- Nuevos requisitos empresariales
- Ayudas del PERTE a empresas sostenibles
- Sanciones al ultra fast fashion

ECONÓMICO

- **9,49% crecimiento** acumulado mercado de moda sostenible
- 7,42% crecimiento acumulado sector textil en España
- La moda sostenible representa un 5,1% de las ventas del sector

SOCIAL

- Aumento de la **conciencia medioambiental**

 **9/10**

Actuarían para frenar el cambio climático

- Consumo impulsivo por el **fast fashion**

TECNOLÓGICO

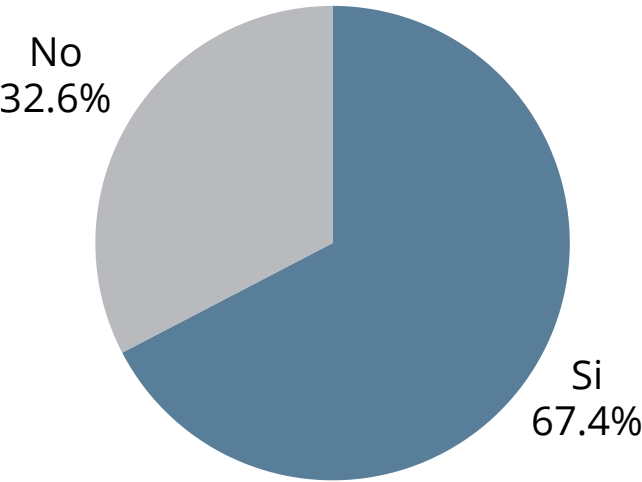
- Inversión en **I+D+I** fundamental en la moda sostenible
- Nuevas tecnologías que predicen el **comportamiento del usuario** y mejoran su experiencia

MEDIOAMBIENTAL

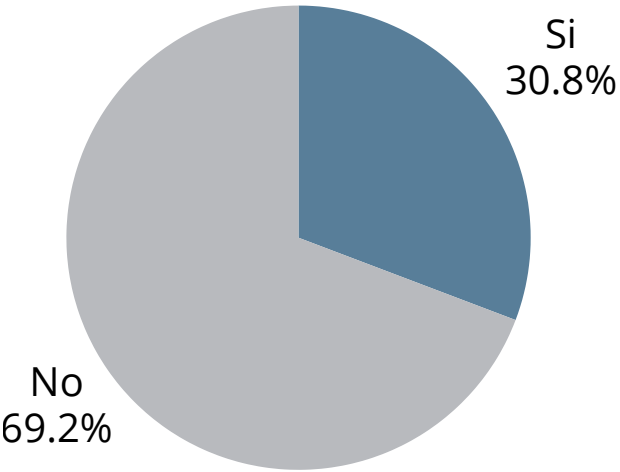
- Segunda **industria** más **contaminante**
- Cambios en el consumidor y en las marcas

ANÁLISIS INTERNO - ENCUESTA

193 personas
18-60 años
35 preguntas



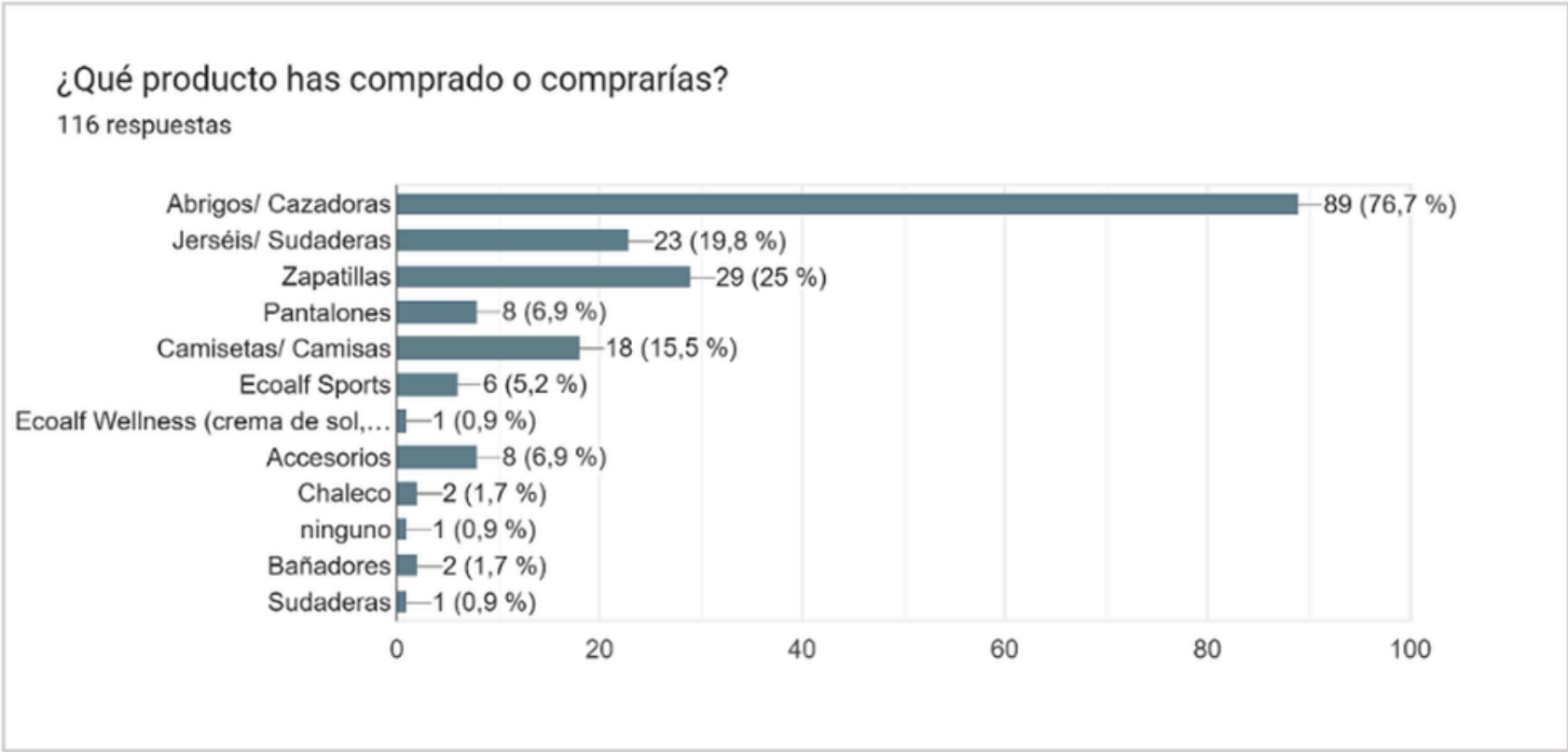
¿Conoces Ecoalf?



¿Conoces la fundación Ecoalf?

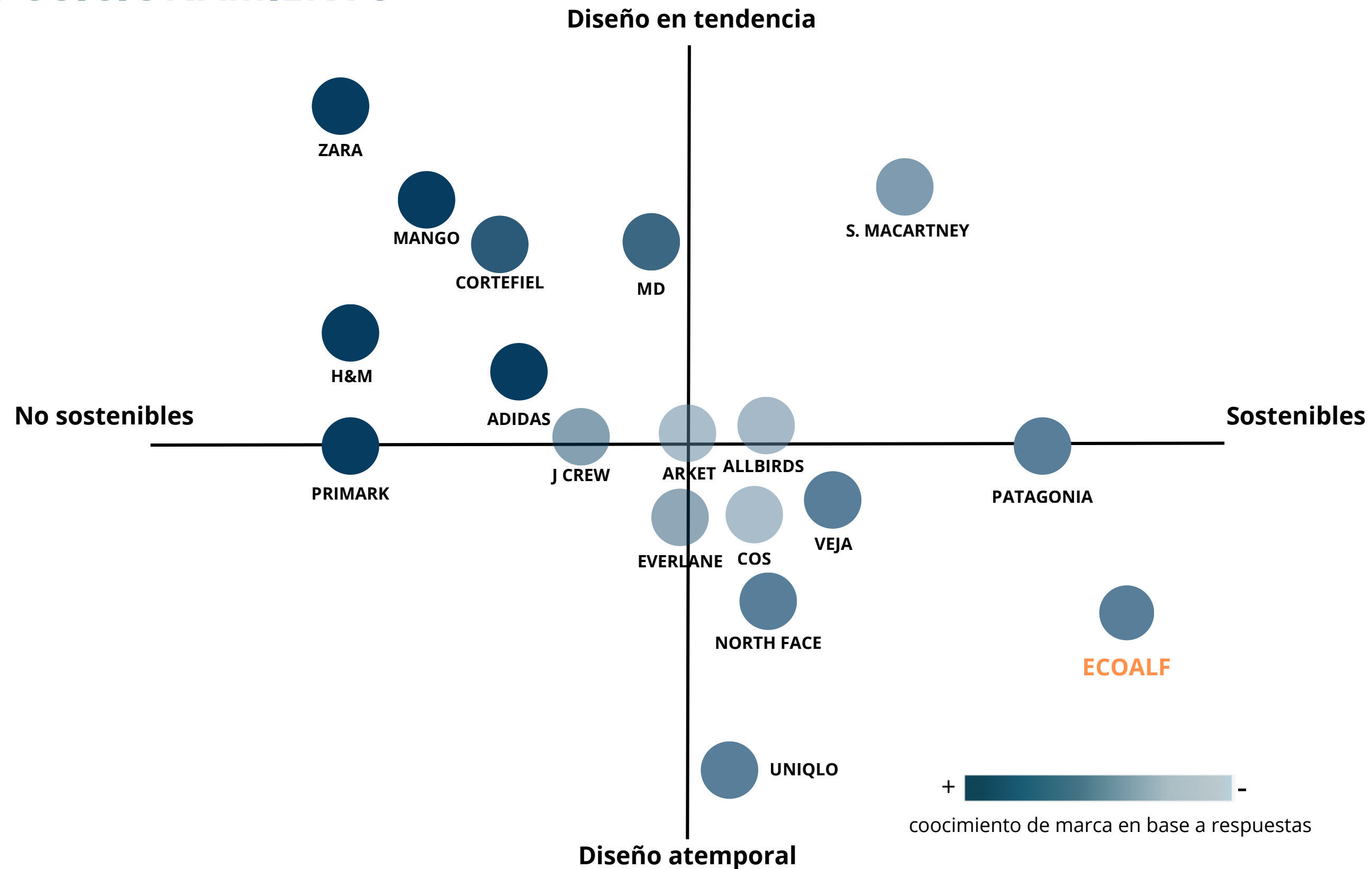


¿Con que frecuencia sueles comprar en Ecoalf?



ANÁLISIS INTERNO - ENCUESTA

MAPA DE POSICIONAMIENTO



MATRIZ DAFO

Criterios de ponderación: Awareness, Rentabilidad y Cohesión con la filosofía de marca





DIFERENTE

**INFLUYA EN EL
CAMBIO**

**FILOSOFÍA
ECOALF**

A person is holding a small green seedling with soil in their hands. The background is blurred, showing green foliage. The text is overlaid on the image.

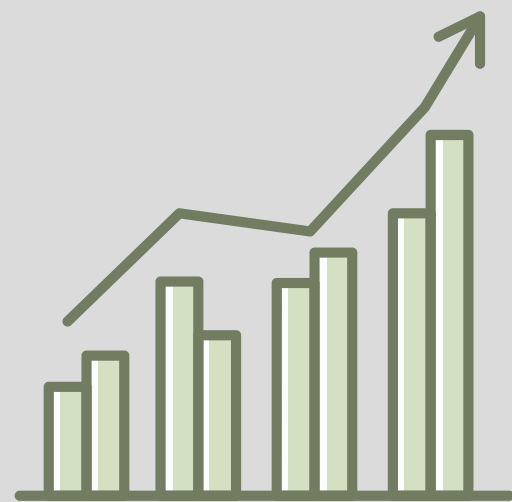
NUESTRO PROYECTO

ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN

CAMPAMENTOS **ECOALF**

Educar en sostenibilidad desde la raíz

INVESTIGACIÓN DEL NUEVO MERCADO



Mercado de Campamentos recreativos y vacacionales

Crecimiento de 94 mil millones de \$ en 2023

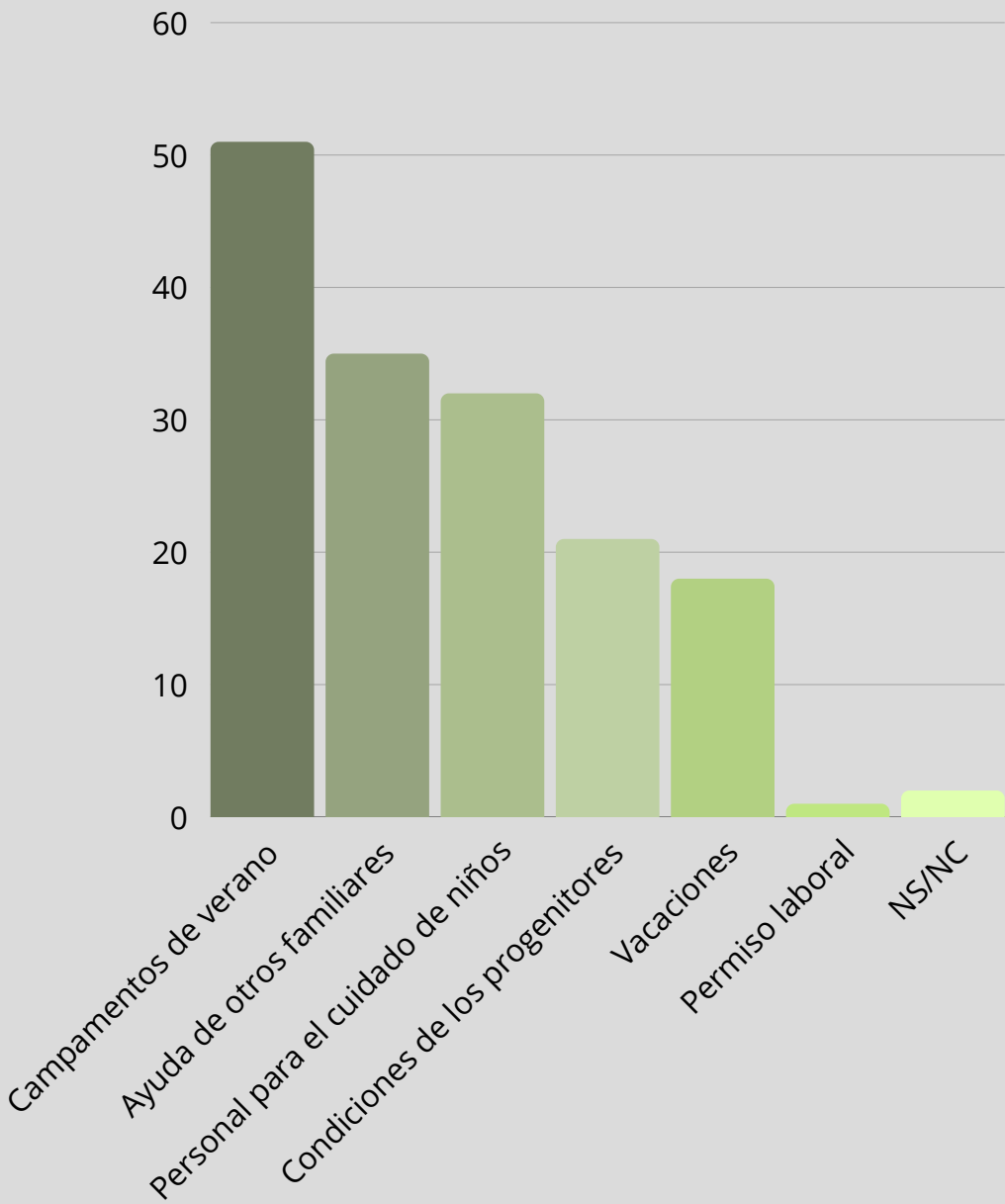


120 mil millones de \$ en 2032

Tendencias

- Campamentos eco
- *Glampings*
- Campamentos *De-tox*
- Campamentos multiaventura
- Campamentos familiares

Estrategias para la conciliación del trabajo y el cuidado de los hijos en vacaciones en España 2023



Statista, 2024

OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

OBJETIVO GENERAL

Comunidad Ecoalf

↑ 20% la comunidad Ecoalf mediante la apertura de un campamento de verano para niños en un año

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

30% de reconocimiento de marca

400 reservas

Tasa de repetición del 10% en año 2

Beneficio >100.000€

Recoger 2 toneladas de basura

*Plan de marketing a 1 año

NUEVO TARGET

BUYER PERSONAS



MARÍA

EDAD 42 años

SEXO Mujer

LOCALIDAD La Moraleja, CMA

NIVEL SOCIOECONÓMICO Medio-Alto

COMPORTAMIENTOS DE COMPRA

- Se basa en recomendaciones
- Investiga mucho en redes sociales
- Compra en la web

REDES SOCIALES



CLIENTE

DESCRIPCIÓN

María es madre de 3 hijos. Trabaja mucho y tiene pocas vacaciones. Su objetivo en la vida es criar a personas buenas, educadas y responsables.

MOTIVACIONES

- Buen reconocimiento
- Hijos educados, felices y buenos
- Conciliación familiar y laboral
- Desconexión de lo digital

FRUSTRACIONES

- No saber que hacer con sus hijos en verano mientras trabaja
- Mal ambiente para los niños
- Alimentación no saludable
- Inseguridad

MARCAS



USUARIO



MIGUEL

EDAD 10 años

SEXO Hombre

LOCALIDAD La Moraleja, CMA

OCUPACIÓN Estudiante

NIVEL SOCIOECONÓMICO Medio-Alto

DESCRIPCIÓN

Miguel es un niño de 10 años que vive con sus padres en Madrid. Estudia en el San Patricio. Es activo, deportista, gracioso y bueno. Le gusta el fútbol, cocinar, pintar...

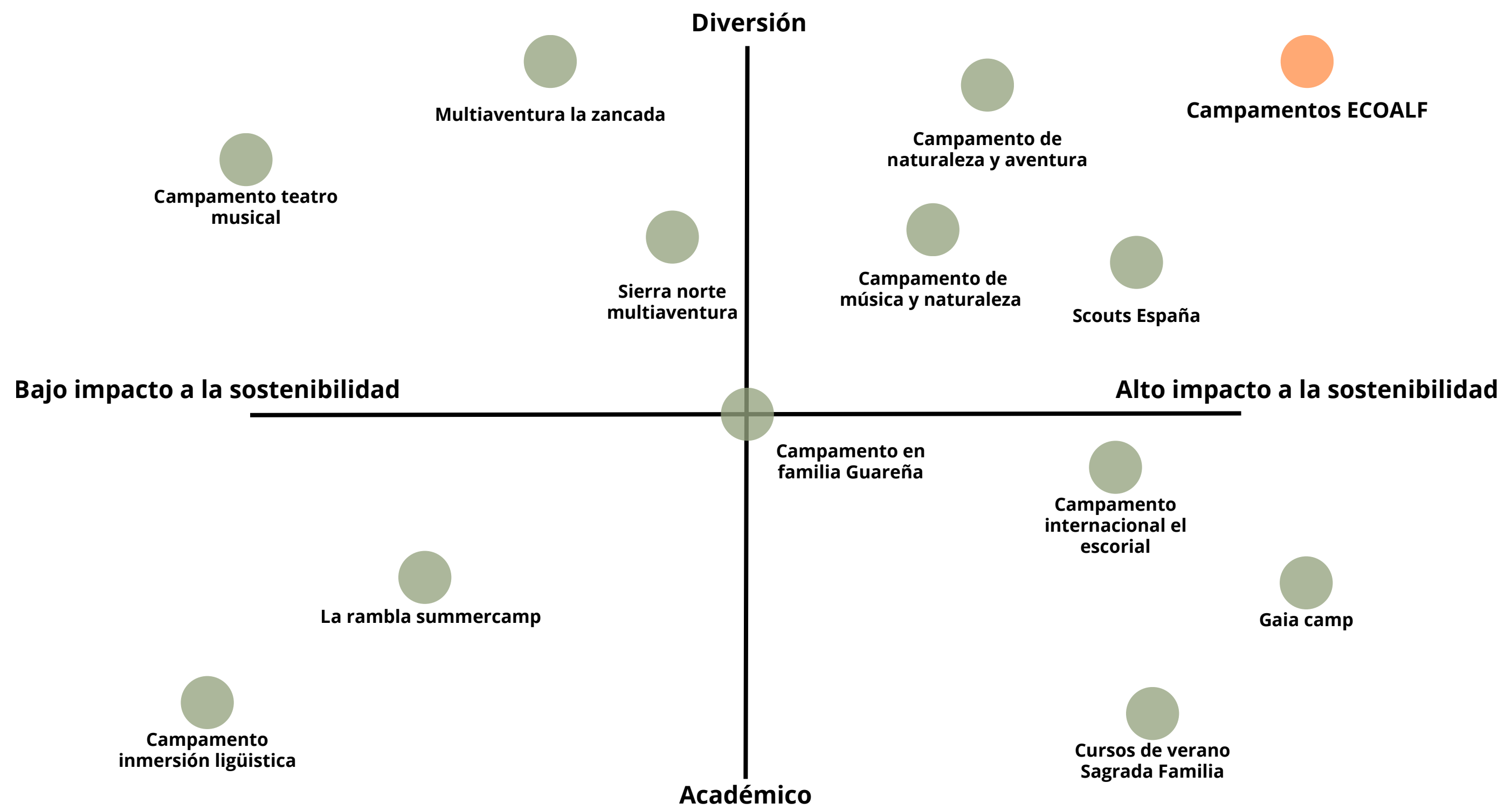
GUSTOS Y AFICIONES

- Fútbol
- Cocinar
- Pintar
- Jugar con amigos

FRUSTRACIONES

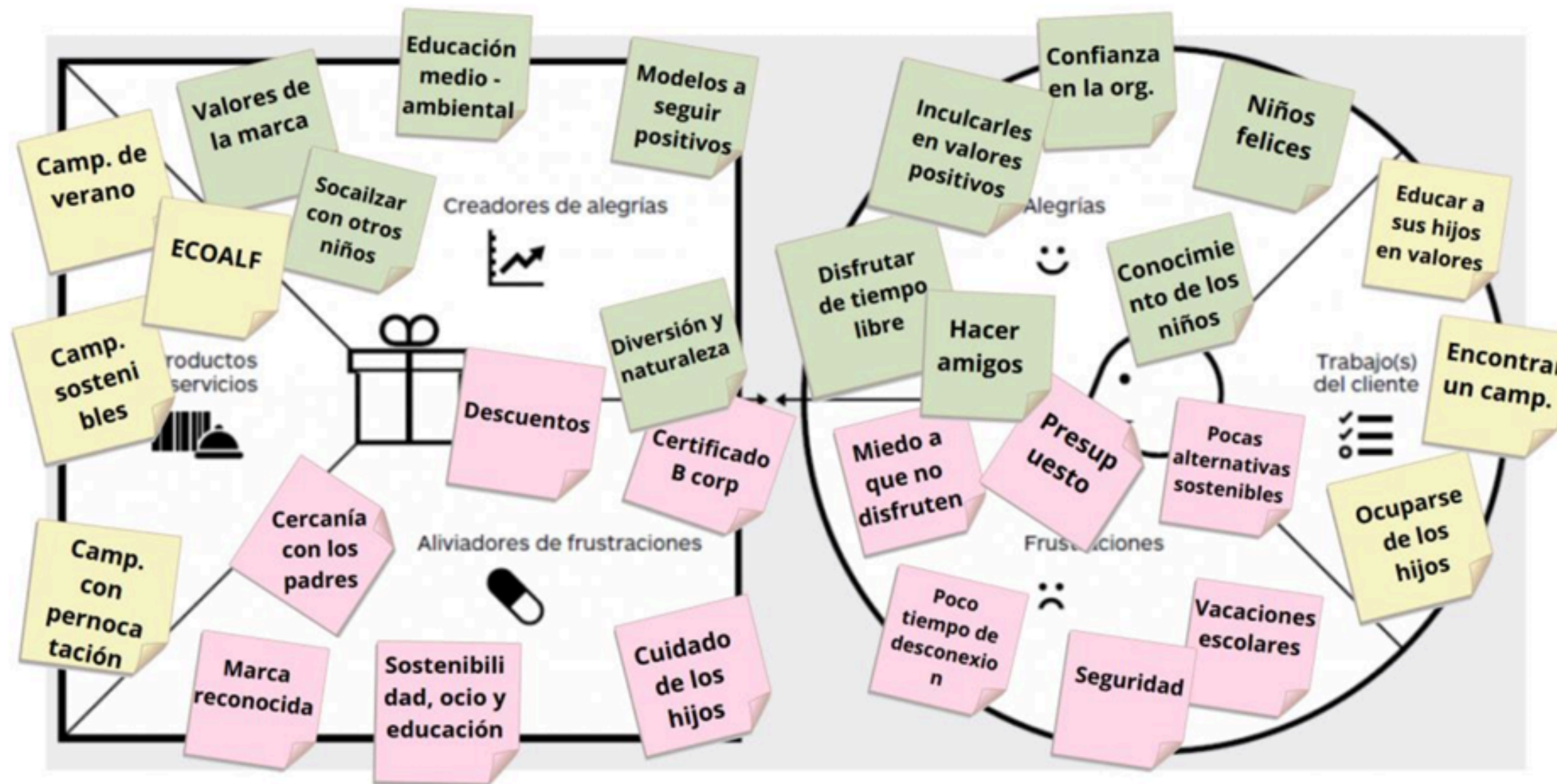
- No llevarse bien con los niños.
- Echar de menos a sus padres
- Alimentación
- No divertirse

POSICIONAMIENTO



PROPUESTA DE VALOR

ENCAJE CANVAS



La propuesta de valor de Campamentos Ecoalf es satisfacer la necesidad de los padres de cuidar de sus hijos durante las vacaciones, mientras que se les educa en valores importantes y ellos se divierten.

ESTRATEGIA DE SERVICIO

MARKETING OPERATIVO

15 de junio - 31 de julio

1 semana

Albergue Las Viñuelas, Valencia



Branding

CAMPAMENTOS
ECOALF



ECOALF

ESTRATEGIA DE SERVICIO

MARKETING OPERATIVO

ACTIVIDADES



Reciclaje

Cuidado del medio ambiente

Educación

Entretenimiento

ESTRATEGIA DE PRECIO

MARKETING OPERATIVO

2 SEMANAS

1.140 €

x semana

¡Descuento del 10% para los usuarios que amplíen una semana más su estancia en el campamento!

ESTÁNDAR

600 €

x semana

¡Precio estándar por una semana de campamento todo incluido: alojamiento, muchas actividades, seguro de accidentes y un kit de bienvenida!

GRUPOS

570 €

x persona y x semana

¡Descuento del 5% para los usuarios que se inscriban en grupos de 3 o más personas!

EARLY BIRD

540 €

x semana

¡Descuento del 10% para los usuarios que se inscriban antes del 20 de marzo!

HERMANOS

540 €

x persona y x semana

¡Descuento del 10% para los usuarios que se inscriban junto a su hermano/a!



Opción de ida y vuelta por 70€ o solo un viaje a 40€

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

MARKETING OPERATIVO



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

MARKETING OPERATIVO

Vouchers en tiendas



CAMPAMENTOS
ECOALF

El mejor **campamento** de verano enfocado en **sostenibilidad**, naturaleza y **diversión** para tus hijos

#BeTheCause
#BecauseThereIsNoPlanetB

10% DE DESCUENTO

MUCHO MÁS QUE
UN CAMPAMENTO



Charlas en colegios



CAMPAMENTOS
ECOALF

El mejor **campamento** de verano enfocado en **sostenibilidad**, naturaleza y **diversión** para tus hijos

#BeTheCause
#BecauseThereIsNoPlanetB

MUCHO MÁS QUE
UN CAMPAMENTO



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

MARKETING OPERATIVO

Masterchef



Prueba de exteriores:
Cocina Sostenible



Cocinero invitado:
Rodrigo de la Calle



Javier Goyeneche



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

MARKETING OPERATIVO

Campaña RRSS

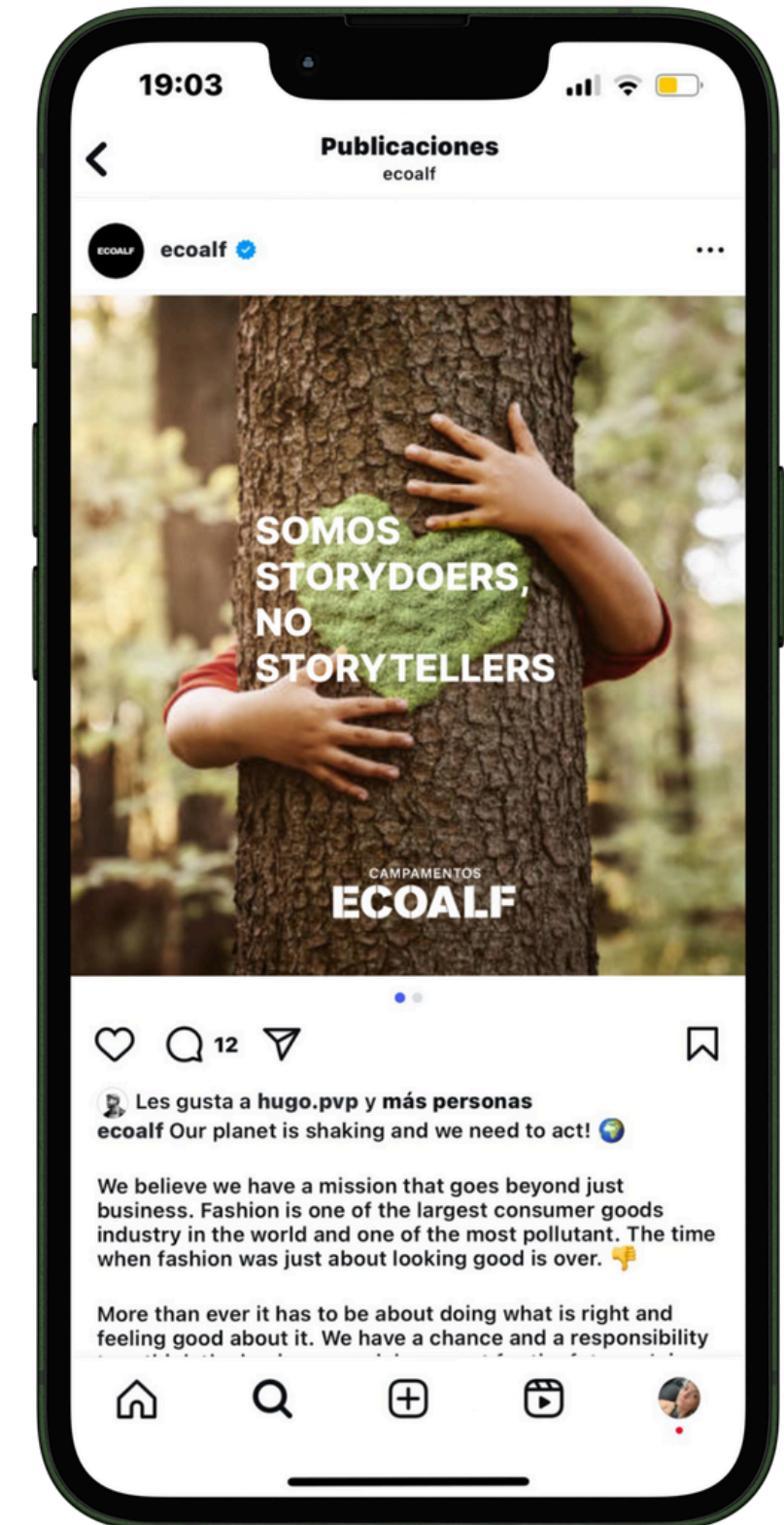
Principales conceptos:

Educamos a los niños porque son el futuro

Únete al cambio, y trabajemos por un mundo mejor.
Todos podemos aportar nuestro granito de arena.

·Cuidar el planeta es divertido. La diversión y la sostenibilidad van de la mano.

Idea creativa:



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

MARKETING OPERATIVO

Eventos pre-campamento

LIMPIA RÍOS
SALVA
OCEANOS
BIOTHERM partner ECOALF



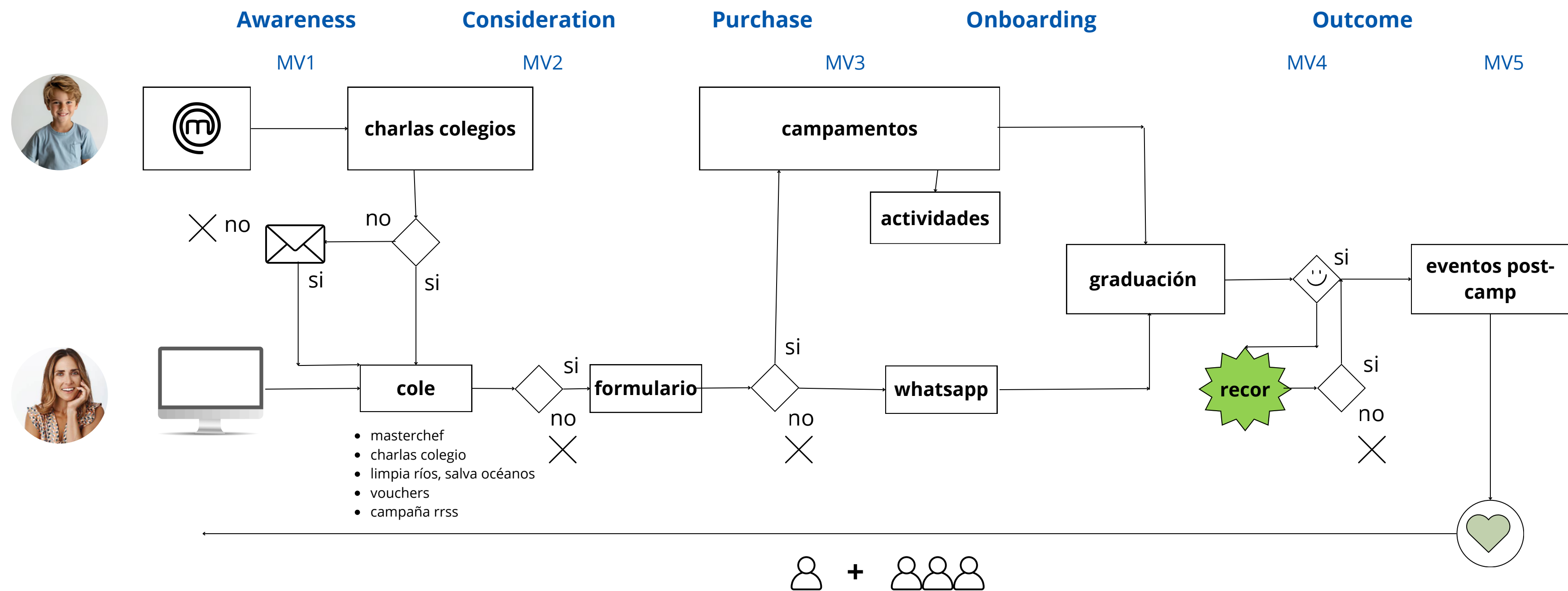
22

marzo 2026

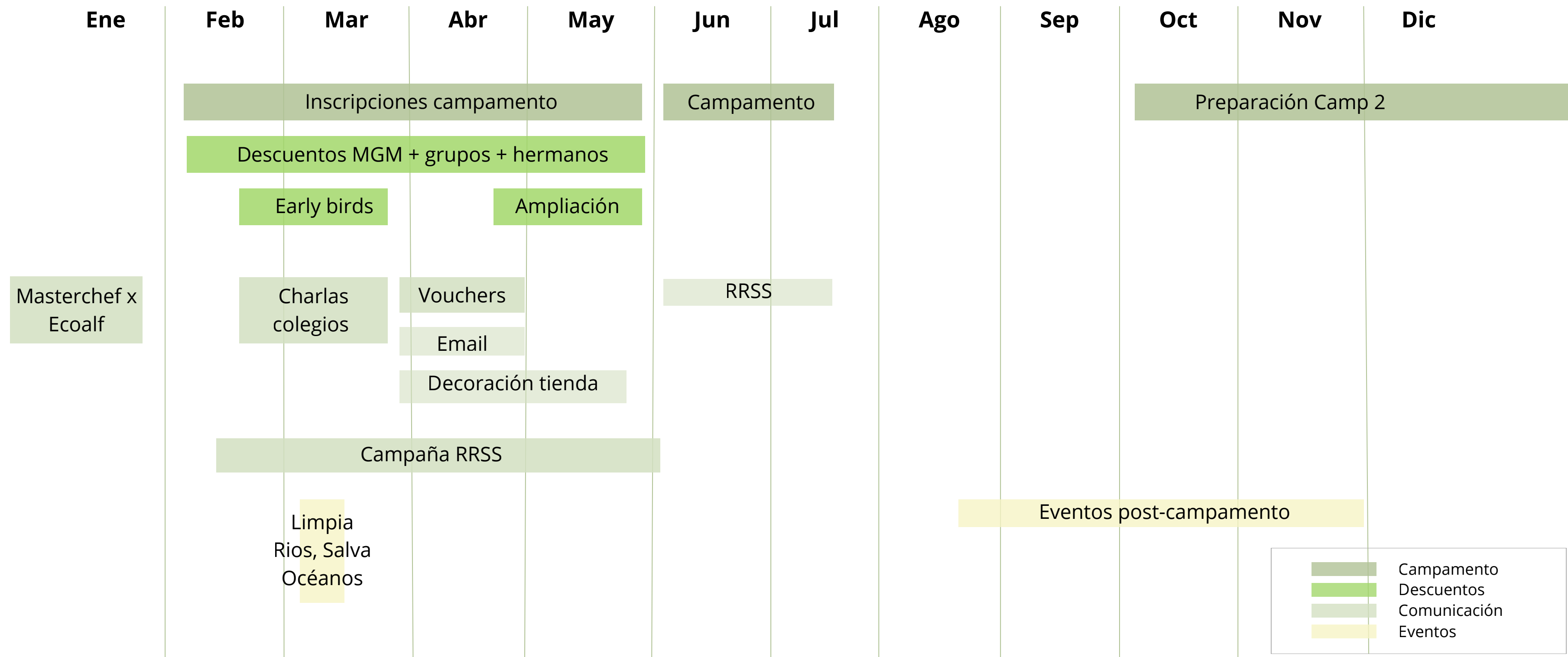


USER EXPERIENCE

MARKETING OPERATIVO



CALENDARIZACIÓN



KPIS

OBJETIVOS

30% reconocimiento de marca

400 reservas

Beneficio >100.000€

10% niños repitan en año 2

30% recomienden

Recoger y reciclar 2T

KPIS

- Tasa de recuerdo >30%

- Número de reservas >400
- Tasa de ocupación

- Ingresos totales >250.000€
- Costes totales
- Margen neto >100.000€
- ROI >4%

- Tasa de repetición >10%
- Media de satisfacción >4/5

- Tasa de recomendación >30%
- NPS >90%

- Total de kg recogidos >2T
- Total de kg reciclados >80%
- Impacto medioambiental x participante

CUENTA DEL PLAN DE MARKETING

VENTAS	
INSCRIPCIONES	252.000€
STAND	9.504€
AUTOBÚS	15.960€
TOTAL VENTAS	263.114€
COSTES	
SALARIOS	31724€
CAMPAMENTO	39596,2€
AUTOBÚS	14.350€
KIT BIENVENIDA	3.220,2€
SEGUROS	16.703,2€
MARKETING	22.995€
TOTAL COSTES	128.588,6€
BAIL	134.525,4€



ROI
4,62%

PLAN DE CONTINGENCIAS

DESCONOCIMIENTO DEL CAMPAMENTO

**CAMPAÑA DE
INFLUENCERS**

SOLICITUDES DE MÁS

**LISTA DE ESPERA CON
BENEFICIOS**

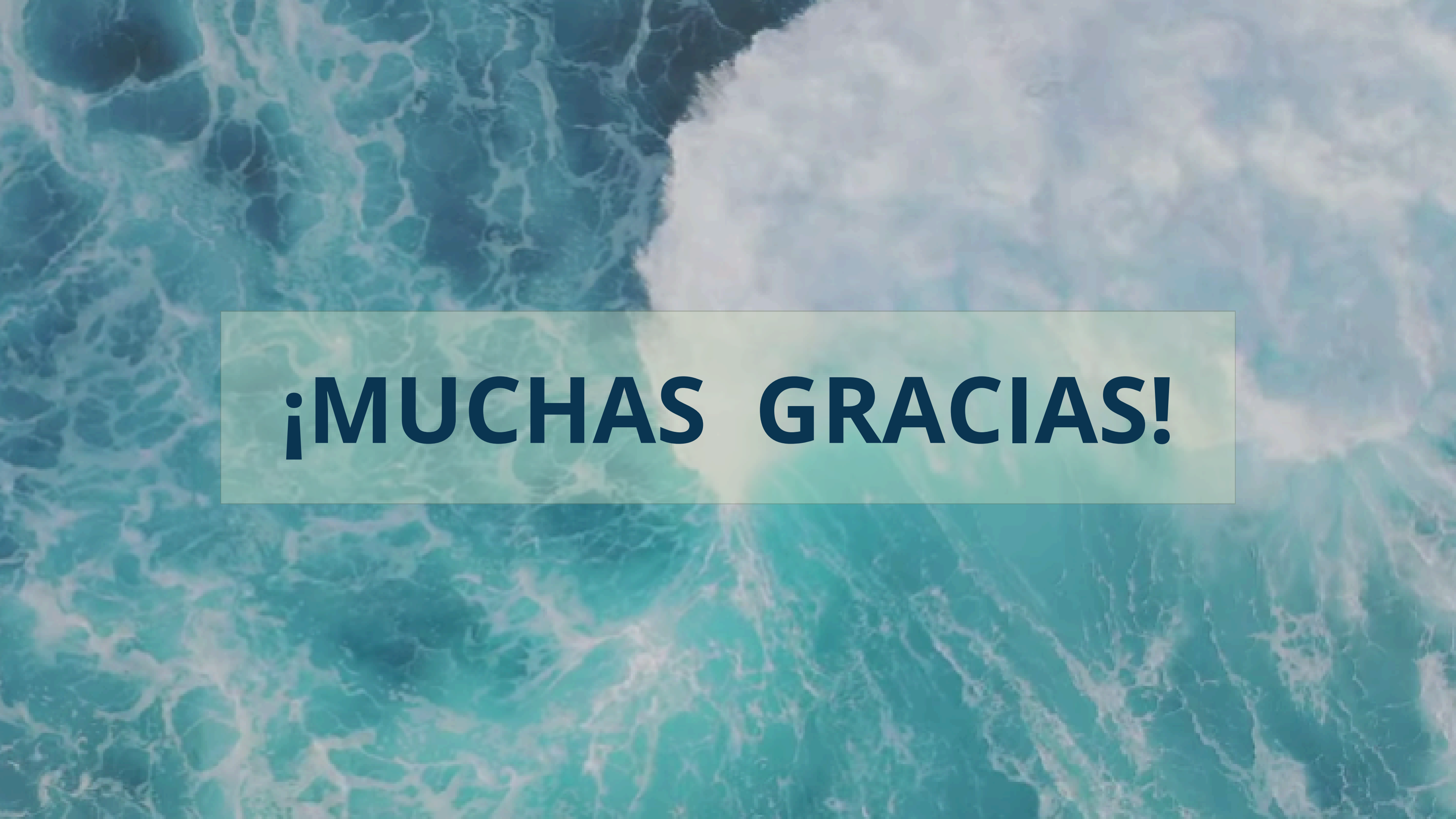
POCAS RESERVAS POR RRSS

**ESTRATEGIA DE
SOCIAL MEDIA PAID
(SEM)**

ALTOS COSTES

**ALIANZAS ENTRE ECOALF Y
CAMPAMENTOS EXISTENTES**

BECAUSE THERE IS NO
PLANET B



¡MUCHAS GRACIAS!