



FOLLOWTRIPS

PROYECTO

Propuesta creada por:

Angeles Balderrama
Natalia Foronda
Yolimar Prats
Natalia Velázquez.



ÍNDICE

1. Introducción	1
2. La idea	1
3. Proposición de valor	3
4. Segmentación de mercado	4
5. Sociedades clave	4
6. Fuentes de ingresos	6
7. Canales	9
8. Relación con los clientes	10
9. Recursos clave	12
10. Actividades clave	13
11. Estructuras de costes	15
12. Conclusión	16

1. Introducción

En este dossier hemos plasmado todo el trabajo que hemos elaborado para desarrollar la idea de nuestra agencia especializada. FollowTrips nace en septiembre de 2023 como idea de proyecto de cuatro alumnas (Ángeles Balderrama, Natalia Foronda, Yolimar Prats y Natalia Velázquez) del ciclo de formación profesional superior de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, del CIPFP Mislata. Desde que comenzamos hace unos meses nuestra idea como fans que somos y consumidoras del trabajo de nuestros referentes, aprovechamos nuestra experiencia y conocimiento para desarrollar esta idea con el objetivo de acercar a los usuarios con prescriptores referentes, consiguiendo momentos inolvidables en los que compartir pasiones y establecer conexiones significativas.

Con esta agencia lo que queremos es convertir los sueños en realidad. Queremos unir personas que tengan ganas de aprender, compartir y disfrutar. Trabajamos en colaboración con prescriptores apasionados que comparten nuestra visión, asegurando así que cada viaje sea una oportunidad para explorar, aprender y contribuir positivamente a las comunidades locales.

2. La idea

Como fans que somos y por tanto también consumidoras del contenido de nuestros referentes, nuestra idea surge de nuestra ilusión, ganas e interés por aprender con ellos y compartir ideas, obtener recomendaciones, etc. Es por ello que, aprovechando nuestra experiencia y formación en el sector turístico, desarrollamos esta idea con el objetivo de acercar a los usuarios con prescriptores referentes, consiguiendo momentos inolvidables en los que compartir pasiones y establecer conexiones significativas.

Nuestra empresa es una agencia de viajes que genera espacios para crear comunidad entre personas que comparten objetivos, intereses, aficiones. Es por ello que planificamos viajes acompañados de prescriptores, que son personas referentes en el arte, música, moda, gastronomía, crecimiento personal, etc. con el objetivo de que nuestros clientes puedan compartir pasiones y experiencia, y así establecer vínculos ofreciendo un servicio de viajes que va más allá de la simple recomendación de destinos.

3. Proposición de valor

La misión de nuestros viajes es construir puentes significativos que impulsen el crecimiento personal, la obtención de aprendizaje y sobre todo que tanto clientes como prescriptores puedan compartir tiempo, conocimientos y experiencias.

Investigando el mercado hemos visto que a nivel nacional no hay una agencia de viajes con una oferta similar a la que nosotras proponemos. Sin embargo, a nivel internacional hemos encontrado la agencia Flivo que ofrece servicios similares a los nuestros.

Por ello, nuestra propuesta de valor es construir una comunidad más allá de lo meramente virtual, generando espacios y experiencias donde se encuentran personas referentes o que dominen una determinada temática, con clientes que tengan los mismos gustos e intereses. En ocasiones, nuestros viajes implicarán desvirtualizar a alguien a quien sigues en redes sociales o puede suponer generar una experiencia alrededor de un tema que pueda ser de interés para el cliente y sobre el que quiera conocer o ampliar sus conocimientos. De ahí que se establezcan paquetes turísticos a los que incorporarse o bien podamos elaborar una propuesta personalizada a petición del prescriptor o de un grupo de clientes con intereses comunes.

En conclusión, el objetivo de nuestra agencia, para nosotras primordial y que también será lo nos diferenciará es el hecho de ofrecer unos viajes donde el motivo principal es compartir ideas, gustos y pasiones estableciendo vínculos entres personas no solo durante el viaje sino que perduren y de las cuales puedan obtener provecho tanto a nivel personal como profesional.

Hemos contactado con 6 personas con influencia en su ámbito:

The screenshot shows the FOLLOWTRIPS website interface. At the top, there is a navigation bar with the FOLLOWTRIPS logo and a user profile icon. Below the navigation bar, there are several menu items: "¿Qué ofrecemos?", "Experiencias", "Solicitar información", "Acerca de la empresa", "Nuestro equipo", and "More". The main content area features three circular profile pictures of individuals, each with their name and a brief description of their profession or interests. A blue button with a speech bubble icon and the text "¡Vamos a chatear!" is located at the bottom right of the featured profiles.

Nombre	Profesión / Interés	Detalles
XTRAUSS	Músico y CEO de refugio animal	Comenzará el 15 feb Plazas disponibles
DANIEL PAGANS	Diseñador gráfico y dibujante urbano	Jueves
MARA OLMOS	Apasionada por la gastronomía	



4. Segmentación de mercado

Las relaciones con los clientes no solo se centran en la transacción de venta, sino en la construcción de experiencias de viajes memorables y duraderos. Ofrecemos personalización, comunicación afectiva, interacción con redes sociales, retroalimentación y compromiso emocional. Nuestros segmentos de clientes pueden ser muy diversos pero compartiendo rasgos en común, nos hemos especializado en conectar a personas con pasiones comunes brindándoles la oportunidad de explorar el mundo junto a una comunidad que comparte sus intereses, permitiéndoles además pasar tiempo de calidad junto a un referente o experto en la pasión que los mueve y los une.

Para llegar a nuestros potenciales clientes utilizaremos nuestra página web, las redes sociales, realizaremos eventos centrados en diferentes temáticas para unir a nuestros clientes en base a sus pasiones y desarrollaremos una APP propia que permitirá juntar a nuestros clientes en base a sus hobbies e intereses con el objetivo de que puedan establecer un contacto previo al viaje.

Hemos tenido el privilegio de conectar con figuras públicas, artistas y prescriptores que comparten nuestra visión. Su apoyo entusiasta respalda nuestra idea de crear comunidades de viajeros, y nos llena de gratitud saber que muchos de ellos están dispuestos a colaborar en el futuro, fortaleciendo aún más los lazos que nos unen en la creación de experiencias de viaje inolvidables.

La comunicación afectiva es la brújula que guía nuestra interacción, estableciendo conexiones genuinas que trascienden lo comercial y se convierten en la base de relaciones duraderas.

En un mundo cada vez más conectado, reconocemos el poder de las redes sociales como un canal para compartir historias y experiencias. Fomentamos la interacción a través de plataformas digitales, donde nuestros clientes pueden compartir sus momentos, inspirar a otros y formar parte de una comunidad global de viajeros con pasiones afines.

En conclusión, nuestro segmento de clientes es diverso, compartimos la visión de especializarnos en conectar a personas con pasiones comunes. Hemos creado un espacio donde los viajeros pueden explorar el mundo junto a su comunidad que comparte sus intereses, permitiéndoles disfrutar de experiencias enriquecedoras y significativas.

En el siguiente documento hemos desarrollado un mapa de empatía con una clienta que haría un viaje con actividades acompañada de nuestra prescriptora Paula Vasquez:

☰ Mapa de empatía

5. Sociedades clave

Trabajaremos con prescriptores locales y proveedores locales para ofrecer a nuestros clientes una inmersión completa en la cultura y la autenticidad de cada destino. Nuestros viajes serán realizados con transporte sostenible (Green Travel), alojaremos a nuestros clientes en hoteles pequeños por lo que no se hospedarán en grandes cadenas hoteleras, evitaremos llevarlos a las zonas turísticas masificadas y consumirán productos de proximidad.

En primer lugar, trabajaremos con prescriptores que tengan un valor añadido, algo que aportar a nuestros clientes, con los que compartan hobbies o intereses, por ejemplo, arte, música, literatura. A la hora de diseñar los viajes partiremos de dos premisas:

- **Minimizar el impacto del turismo sobre el bienestar local**, para lo cual utilizaremos alojamientos en pequeños hoteles y buscaremos restaurantes que fomenten el consumo de proximidad, a poder ser en barrios fuera de los circuitos más masificados.
- **Minimizar el impacto del transporte sobre el planeta**: utilizaremos Green Travel tanto para el acercamiento a destino como para el transporte en este, priorizando el tren para el acercamiento y en destino el uso de bicicletas, transporte urbano o ir caminando.

Por tanto nuestros socios claves serán los prescriptores, los alojamientos, restaurantes, proveedores de servicios turísticos y transporte.

6. Fuentes de ingresos

Nuestras principales fuentes de ingresos son la venta de paquetes de viajes personalizados, también obtendremos comisiones de servicios adicionales que ofrezcamos en nuestra web (eventos, merchandising, formaciones y videoconferencias) y por último de colaboraciones y patrocinios con prescriptores y marcas.

Venta de Paquetes de Viajes Personalizados:

- **Enfoque Personalizado**: Ofrecemos paquetes de viajes personalizados implica comprender las necesidades y preferencias individuales de cada cliente. Esto podría incluir destinos específicos, actividades personalizadas, opciones de alojamiento exclusivas, entre otros.

- **Servicios Adicionales:** Podemos considerar la inclusión de servicios adicionales, como traslados exclusivos, guías privados, acceso a eventos exclusivos, para agregar valor a los paquetes de viajes.

Tenemos nuestro primer presupuesto de nuestro primer itinerario que más adelante explicaremos.

☰ Cotización de Viaje Combinado

Comisiones de Servicios Adicionales en la Web:

- **Diversificación de Ofertas:** Ampliamos nuestros servicios más allá de los paquetes de viajes. Ofrecemos servicios adicionales como eventos exclusivos, merchandising, formaciones y videoconferencias brindamos a nuestros clientes opciones variadas para enriquecer su experiencia.

Colaboraciones y Patrocinios con Prescriptores y Marcas:

- **Selección Estratégica:** Colaboramos con prescriptores (influencers, artistas, chefs, etc.) cuya audiencia se alinee con los valores y el enfoque de nuestra agencia. Estas colaboraciones pueden aportar visibilidad y credibilidad a nuestra marca.
- **Campañas Conjuntas:** Trabajamos en campañas conjuntas con marcas afines, ya sea en el ámbito del turismo, la moda, la gastronomía, etc. Estas colaboraciones pueden incluir promociones especiales, eventos conjuntos o incluso viajes patrocinados.

Ingresos por Eventos Exclusivos:

- **Planificación Detallada:** Organizamos eventos exclusivos antes de los viajes, ya sea cenas temáticas, conciertos privados o experiencias culturales únicas. Estos eventos pueden generar ingresos adicionales y agregar un toque especial a los itinerarios. El próximo 22 de febrero acontecerá el primer evento de FollowTrips, tendrá lugar en la sede de Nautalia en Carrer Conde de Altea a las 18h (<https://twitter.com/i/status/1722536352980328459>). Nuestra idea es presentar la agencia mediante vídeos en los que queremos que aparezcan nuestros prescriptores, regalaremos fotos polaroid con momentos del evento para los asistentes y también contaremos con un Dj que se encargará de realizar un sesión especial para nuestra agencia y un artista fallero que se encargará de hacer bocetos del transcurso del acontecimiento para posteriormente hacer un mural de recuerdo.
- **Venta de Merchandising:** Aprovechamos la oportunidad para vender productos exclusivos de merchandising durante los eventos o a través de nuestra plataforma online.
- **Ofertas educativas:** Si ofrecemos formaciones, nos aseguraremos de que sean relevantes para nuestra audiencia. Esto podría incluir talleres de cocina, clases de idiomas locales, o sesiones educativas sobre servicios y destinos, como por ejemplo:

Webinar acuática, MSC Cruceros:

https://drive.google.com/file/d/1aO6xuVzDzHx3hqZ9gja66Mu9nd3a2pmf/view?usp=drive_link

Webinar ferroviaria, Danube Express:

https://drive.google.com/file/d/1Z3mSFXqUUesKf6uqA08C1tCuSsz_YufG/view?usp=drive_link

INFOGRAFÍA SOBRE PLAN DE FORMACION

PRESENCIAL SEMIPRESENCIAL Y ONLINE

PROCESO

La formación será un instrumento estratégico para la productividad y competitividad de nuestro negocio.

SISTEMA FORMATIVO

Con el fin de potenciar la formación durante los primeros años, estableceremos 150 horas distribuidas en 3 años. (1 nivel)

EVALUACION DEL DESEMPEÑO

Por petición del trabajador y después de haber pasado el primer nivel se le podrá evaluar para pasar al siguiente nivel. El cuestionario se basara en 4 espetos. Evaluación general, competencias técnicas, competencias de eficacia personal y otras competencias.

ACCIONES FORMATIVAS

Abiertos: Enfocados a dar una formación general.
Dirigidos: Enfocados a una formación más especializada.
Obligatorios: Tienen carácter excepcional y están enfocados a una formación específica para desarrollar adecuadamente el puesto de trabajo que se ocupa.

ENLACES DE FORMACION

Informática básica.(25 a 40h)
Habilidades digitales.(12h)
Gestión de base de datos.(30h)
Venta de producto.(80h)
Ingles nivel II.(depende del nivel)
Amadeus.(75h)
Orbis.(20h)
Prevención de riesgos laborales.(40h)
Igualdad de género (24h)
Fidelización del cliente (30h)
Una vez finalizadas las acciones formativas, emitirán los correspondientes certificados.

¿CÓMO MOTIVAMOS AL PERSONAL?

- Remuneración adecuada.
- Reconocemos el esfuerzo y los resultados con recompensas como tarjetas regalo, días libres adicionales o mejoras en el salario, a quienes vayan más allá de lo que se espera de ellos.
- Fomentamos la creatividad organizando talleres para que puedan compartir sus ideas para mejorar nuestros servicios.

- **Acceso Pago:** Consideramos ofrecer formaciones y videoconferencias como servicios premium, permitiendo a los participantes obtener conocimientos valiosos de expertos.

Al diversificar nuestras fuentes de ingresos de esta manera, no solo generamos más oportunidades económicas, sino que también enriquecemos la oferta de nuestra agencia, brindando a nuestros clientes una gama más amplia de experiencias y servicios para elegir.

7. Canales

Nuestra estrategia de comunicación se enfoca en tres canales clave para establecer una conexión efectiva con nuestros clientes:

Página Web: <https://tripsfollow.wixsite.com/follow-trips>

- **Vitrina Digital Exclusiva:** La página web no solo sirve como fuente informativa, sino también como una vitrina digital exclusiva donde los clientes exploran detalladamente destinos, itinerarios y servicios.
- **Experiencia Interactiva:** Implementamos elementos interactivos, como formularios de contacto y chat en vivo, para una experiencia más dinámica. La página web es la puerta de entrada a la inmersión en experiencias de viaje únicas.

Redes Sociales:

- **Presencia Continua:** Utilizamos plataformas como Instagram, Facebook y Twitter para mantener una presencia continua. Publicamos contenido visualmente atractivo, compartimos noticias, testimonios y nos conectamos directamente con nuestra audiencia.
- **Historias Auténticas:** Fomentamos la autenticidad a través de historias detrás de escena, mostrando el proceso de creación de viajes y la interacción con prescriptores y colaboradores.

Folletos

- **Material Impreso de Calidad:** Diseñamos folletos atractivos y de alta calidad que reflejan la esencia de nuestras propuestas. Estos folletos son herramientas tangibles para llegar a clientes potenciales en eventos, colaboraciones locales y otras oportunidades fuera del ámbito digital.

PODRÁS DISFRUTAR CON:



ENAMORARTE DE BARCELONA

3 NOCHES Y 4 DÍAS Salida desde Valencia
Del 7 al 10 de Mayo de 2024

Mínimo grupos de 10 personas.

767€/pax.
HOTEL 3* (AD)

+ 203€
HOTEL 5* (AD)



Día 1: Valencia - Barcelona.

Salida de Valencia y llegada al Hotel Ex Mitre en Barcelona. Resto del día libre.

Al principio de la tarde, se reunirán con el conductor para ir hacia el Park Güell, donde podrán disfrutar del reflejo de la plenitud artística de Gaudí. Una vez terminado el tour podrán realizar una actividad opcional donde disfrutar de un espectáculo audiovisual 4D de la vida de Gaudí. **Alojamiento.**



Día 2: Barcelona.

Desayuno. Visita guiada de la Sagrada Familia con acceso exclusivo a la Torre de la Fachada de la Pasión (65 metros altura) con vista panorámica. Al finalizar se dirigirán hacia el Barrio Gótico donde realizarán una ruta con paradas en la Catedral de Barcelona, el Mural del Beso y la Plaza Real, guiados por la artista visual, Alessia Innocenti. En la tarde, visita opcional a la galería de arte Villa Arte Galleries. Por la noche disfrutarán de un espectáculo de luces, cava y dulces en la Night experience que ofrece La Pedrera. **Alojamiento.**



Día 3: Barcelona.

Desayuno. Taller creativo en la Casa Vicens, donde se practicará la técnica de dibujo con acuarela, impartida por el urban sketcher & graphic designer, Daniel Pagans. Por la tarde, taller opcional de Arte y Vino, una tranquila experiencia bebiendo vino y pintando una propia obra de arte con neón o visita al Museo Contemporáneo donde podrán descubrir múltiples exposiciones y arte de todo tipo. **Alojamiento.**



Día 4: Barcelona - Tarragona - Valencia.

Desayuno. Salida de Barcelona hacia Tarragona. En Tarragona tiempo libre con ruta opcional donde podrán realizar un recorrido que les permitirá explorar los vestigios de la antigua ciudad romana de Tarraco. Regreso de Tarragona a Valencia.

¿QUÉ INCLUIE EL VIAJE? HOTEL 3* (AD)

Alojamiento y desayuno (3 noches)
Transporte (ida y vuelta)
Visita: Sagrada Familia
Guía acompañante
Guía Local
2 Comidas
Seguro de viaje

RECOMENDACIONES GASTRONÓMICAS

BARCELONA

Baca Grande: Pasadaje de la Concepció, 12
08008 Barcelona.

Cal Bateu: C/ Tordera, 62 - 08012 - Barcelona.

Maná 75: Passatge de Joan de Borbó, 101
08028 Barcelona.

Can Culleretes: Quintana, 5, 08002, Barcelona.

Gresca Bar: C/ Ponença, 230, 08036, Barcelona.

TARRAGONA

El Llagot: Nazaret, 10, 43003, Tarragona.

Filosofía Restaurant: Plaça Ripoll, 6, 43003,
Tarragona.

ValDeGust: C/ Sevilla, 5, 43001, Tarragona.

CONFIRMACIÓN Y FORMA DE PAGO

Primer pago: 70% del total de la factura a la confirmación del grupo. (07/02/2024)
Segundo pago: 30% restante 15 días antes de la llegada del grupo.

POLÍTICA DE CANCELACIONES

Se aceptan cambios y cancelaciones sin gastos hasta un 30% del volumen del grupo hasta 15 días antes de la llegada del grupo.

Se aceptan cambios y cancelaciones sin gastos hasta 1 habitación hasta 7 días antes de la llegada del grupo. Solo será posible cancelar sin gastos antes del pago del primer depósito.

Si se cancela el pago antes del segundo pago, FollowTrips no reembolsará el primer pago. Si se cancela el grupo después del segundo pago, FollowTrips no reembolsará el primer pago ni el segundo pago, aplicándose las políticas de cancelación indicadas en el párrafo anterior. En caso de No Show FollowTrips facturará la totalidad del grupo.

Los gastos de cancelación aplicables al resto de los consumidores finales son los establecidos en los artículos 153 y 155, ley de viajes combinados que contempla la información precontractual.

FOLLOWTRIPS

- **Información Detallada:** Los folletos proporcionan información clara y detallada sobre destinos, itinerarios, los beneficios distintivos de elegir nuestra agencia, teniendo en cuenta lo que marca la normativa turística.

Además nuestro canales de distribución nos ayudan a maximizar la visibilidad y accesibilidad a través de nuestra página web:

- **Central de Reservas:** La página web no solo actúa como un escaparate informativo, sino también como una central de reservas. Todos nuestros viajes e itinerarios, con precios transparentes, estarán disponibles para que los clientes los exploren y reserven fácilmente.

Por último nuestros canales de venta abarcan tanto el mundo digital como el entorno presencial:

Venta Online:

- **Proceso de Reserva Simplificado:** La venta online es el núcleo de nuestra operación, con un proceso de reserva claro y simplificado. Proporcionamos seguridad y confianza a través de medidas de protección de datos para una experiencia de compra online sin complicaciones.
- **Acceso 24/7:** La disponibilidad constante permite a los clientes explorar y reservar en cualquier momento, adaptándonos a sus horarios y necesidades.

Venta Presencial en Agencia:

- **Atención Personalizada:** La agencia física ofrece un espacio acogedor donde los clientes pueden recibir atención personalizada, revisar material impreso y discutir sus opciones directamente con nuestro equipo.
- **Eventos Exclusivos:** Organizamos eventos en la agencia para atraer a la comunidad local, fortalecer la conexión con nuestros clientes y proporcionar una experiencia presencial única.

Por ello, al integrar eficazmente estos canales de comunicación, distribución y venta, buscamos promocionar a nuestros clientes una experiencia completa y accesible en todas las etapas de su viaje con nosotros.

8. Relación con los clientes

Cada cliente es más que un simple viajero, son protagonistas de una historia única que estamos comprometidos a co-crear. Nos esforzamos por reforzar la relación cliente-agencia, buscando construir una auténtica comunidad de amantes de los viajes. En FollowTrips, comprendemos que cada cliente es único con preferencias y sueños que merecen ser atendidos. Nuestra página web, redes sociales y agencia física son espacios diseñados para inspirar, compartir y celebrar la pasión por el mundo.

Desde la primera interacción hasta el regreso de cada viaje, nos esforzamos por ofrecer más que simples servicios, buscamos crear momentos memorables y conexiones duraderas. Valoramos la retroalimentación de nuestros clientes no solo como un testimonio de nuestro desempeño, sino como un recordatorio constante de la confianza depositada en nosotros para ser sus compañeros.

En FollowTrips, no solo vendemos viajes, diseñamos experiencias que se adaptan a los deseos individuales de cada cliente. No solo promocionamos destinos impresionantes, sino también el respaldo de una comunidad que comparte la misma pasión.

INFOGRAFÍA SOBRE ATENCIÓN AL CLIENTE

PRESENCIAL O TELEFÓNICA



AMABILIDAD

La amabilidad refleja la predisposición a atender de manera inmediata al cliente.

IMAGEN PERSONAL CUIDADA

Mantener una imagen de interés frente al cliente.



RELACIÓN PRESENCIAL CON EL CLIENTE

El personal es accesible para el cliente y siempre será de "usted".

LLAMADAS TELEFÓNICAS

Las llamadas telefónicas se responderán con la mayor brevedad posible, si es posible, antes del tercer tono.



CONTESTAR A LAS PREGUNTAS

Si no se conocen las respuestas a preguntas de cliente se debe buscar la información.

CAPACIDAD DE INFORMACIÓN

Se conocen los servicios que ofrece la agencia.



QUEJAS Y SUGERENCIAS

Las quejas de los clientes se recogerán por escrito, y se realizará a la vista de éste.

FOLLOWTRIPS

DECÁLOGO DEL ASESOR DE VIAJES



FALTAS LEVES

Impuntual, no comunicar, irrespetuoso y no tener aseo personal.

FALTAS GRAVES

Faltar injustificadamente, mentir, no ser respetuoso con los compañeros, tratos discriminatorio.



FALTAS MUY GRAVES

Faltas continuas, fraude, robo, simulación de enfermedades, faltas de respeto, acoso a compañeros.



SANCIONES LEVES

- Amonestación escrita o verbal.
- Un día de suspensión del sueldo.



SANCIONES GRAVES

- Suspensión de empleo y sueldo de dos a 15 días.
- Inhabilitación durante un año para pasar al nivel profesional superior.

SANCIONES MUY GRAVES

- Suspensión de empleo y sueldo de 15 días a 60 días.
- Inhabilitación de entre uno y dos años para pasar al nivel profesional superior.
- Despido.



FOLLOWTRIPS

9. Recursos clave

Nuestros recursos claves nos permitirán desarrollar nuestra propuesta de valor, llegar a nuestros clientes, mantener relaciones con ellos y generar ingresos. Los dividiremos en:

Recursos físicos: Oficina física, diseño interior y exterior del local, cartelería, tarjetas SIM, coste para realizar el diseño de la página web (para realizar mejoras y elevar su potencial con el objetivo de tener mayor alcance), tecnología (equipos), flota de vehículos foletos (material promocional) y merchandising.

Recursos intelectuales: Nuestra creatividad, conocimientos en redes sociales, inicio del diseño web, capacidad para vender, organización de eventos, acceso a bases de datos y fuentes confiables para mantenerse al día con la información sobre destinos turísticos, marketing digital y planificación de viajes.

- **Logo de nuestra Agencia:** En el logo se puede apreciar el nombre de nuestra agencia: FollowTrips, hemos pensado ese nombre porque recoge dos palabras que son clave en nuestra agencia. La primera palabra es Follow que en español significa seguir y que hace referencia a nuestro clientes que como bien hemos mencionado son una comunidad, seguidores o grupos que comparten sus pasiones e intereses. Por otro lado, Trips que es español significa viajes, es la segunda palabra que compone el nombre y como agencia de viajes que menos que incluir el principal motivo de nuestro producto, además de ser la motivación de nuestros clientes y lo que les permitirá vivir una experiencia única.

Para las letras hemos seleccionado el color blanco ya que inspira paz, limpieza y ayuda a despertar la creatividad. Por otro lado, en el fondo del logo se pueden observar colores azules que se relacionan con el agua, el cielo, el aire y el planeta tierra. Además, lo asociamos con la lealtad, seguridad, confianza, tranquilidad y serenidad.

Por último, para decorar nuestras letras hemos utilizado la silueta de un avión, lo que haría referencia a viajar y también es posible observar una estrella que para nosotras simboliza los sueños, ya que el principal objetivo de nuestros viajes es que nuestros clientes puedan hacer realidad y vivir uno de sus sueños.



PANTONES SELECCIONADOS PARA EL LOGOTIPO FOLLOW TRIPS



PANTONE 2755 C



PANTONE 3272 C

FUENTE TIPOGRAFICA : Bai Jamjreee REGULAR.

Recursos humanos: Personal especializado (Agentes de viajes con conocimientos en destinos, servicios turísticos y habilidades de venta), equipo de servicio al cliente, expertos en marketing, gerencia y liderazgo (líderes y gerentes con habilidades para la toma de decisiones, la planificación estratégica y la gestión de equipos)

En este documento hemos desarrollado el manual de bienvenida para la incorporación a nuestra empresa de nuevo personal. Todo lo que debe saber para entender qué es lo buscamos, como trabajamos y qué ofrecemos en nuestra agencia.

 Manual de bienvenida.pdf



Recursos Financieros:

Capital inicial (fondos necesarios para establecer la agencia, cubrir costos iniciales y operativos), líneas de crédito (acceso a financiamiento adicional en caso de necesidad, como para expandir la agencia o enfrentar situaciones imprevistas), presupuesto de

marketing, inversiones en tecnología (actualización y mantenimiento de sistemas tecnológicos), fondos de contingencia (reservas financieras para hacer frente a situaciones inesperadas o fluctuaciones en la demanda).

10. Actividades clave

Para alcanzar el óptimo funcionamiento de nuestro negocio, nuestra actividad clave es la producción de diseños y desarrollos de itinerarios personalizados. Además, nos encargaremos de la coordinación con los prescriptores y expertos locales.

Otra actividad clave que realizaremos será la organización de eventos junto a prescriptores referentes, previos a la realización de los viajes. Recurriremos a estos eventos para establecer un primer contacto entre los clientes y los mismos prescriptores con el objetivo de que puedan interactuar antes de realizar el viaje y sumergirse en la experiencia.

También necesitaremos navegar e investigar por internet para poder contactar con diferentes referentes y proponerles nuestra idea. Así tener diferentes prescriptores para contar con mayores opciones de temáticas en los viajes que planifiquemos.

Por último, es importante la gestión, mantenimiento y promoción de nuestra página web.

Os mostramos un ejemplo de uno de nuestros itinerarios llamado “Enamorarte de Barcelona” con actividades facultativas con nuestros prescriptores Daniel Pagans y Alesia Inoceti.

 Viaje combinado.pdf

11. Estructuras de costes

Los gastos de nuestra empresa serán los siguientes:

Gastos Fijos: Alquiler de la oficina, servicios públicos (electricidad, agua, gas, etc.), seguro de responsabilidad, seguro de caución, licencias y permisos.

Recursos Humanos: Nóminas para el personal (desarrolladoras, diseñador web, contable, diseñador de interiores, prescriptores), honorarios y compensaciones para prescriptores.

Equipamiento y Tecnología: Equipos de oficina (ordenadores, impresoras, etc.), software especializado (gestión de reservas, contabilidad, marketing), mantenimiento del sitio web.

Marketing y Publicidad: Estrategias de marketing, publicidad en línea, material de merchandising.

Formación y Certificaciones: Costos de formación para el personal, obtención de certificaciones necesarias.

Viajes de Inspección: Gastos de viaje para conocer destinos turísticos.

Comisiones y Tarifas: Comisiones a terceros (plataformas de reservas, proveedores).

Servicios de Asistencia en Viaje: Seguros de viaje para clientes, servicios de emergencia.

Mobiliario y Decoración: Mobiliario de oficina, elementos de decoración adicionales.

Reserva de Emergencia: Fondo de reserva para contingencias

Trámites generales:

Trámite	Sociedades y personas físicas	Lugar	Documentación	plazo
Licencia Municipal de Obras	Todas	Departamento de urbanismo del ayuntamiento.	- Presupuesto. - Plano de local. - Memoria descriptiva. - Plano de la finca. - Proyecto firmado por un técnico.	Inmediato
Licencia Todas Municipal de Apertura: (1) Comunicación ambiental = Licencia Express (2) Licencia Actividad	Todas	Departamento de urbanismo del ayuntamiento.	-Fotocopia del I.A.E. - Escritura propiedad del local o contrato de arrendamiento. - Fotocopia C.I.F - Plano del local. - Memoria descriptiva de la actividad y local. - Plano situación local. - Presupuestos de instalaciones.	(1) Inmediata (2) 30 días
Alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas	Todas	Administración de Hacienda correspondient e.	- Impresos 036 de alta en el Censo. - D.N.I. y N.I.F. o C.I.F	
Alta en el Censo	Todas	Administración de Hacienda correspondient e.	- Primera Copia de Escritura. - Fotocopia C.I.F. - Alta en el I.A.E. - Impreso 036.	Antes del inicio de la actividad.
Inscripción de la empresa en la	Todas	Dirección Provincial de la Tesorería	- Modelo Oficial. - Fotocopia del C.I.F. - Alta en el I.A.E.	Antes del inicio de la actividad.

Seguridad Social		General de la Seguridad Social.	- Propuesta en la Mutua.	
Afiliación y número de la Seguridad Social	Todas y personas físicas que no las tuvieran	Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.	- Modelo Oficial de afiliación. - Fotocopia del D.N.I.	Antes del inicio de la relación laboral.
Alta en el Régimen especial de la Seguridad Social de los trabajadores	Todas	Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.	- Modelo Oficial de Alta de trabajadores. - Fotocopia del D.N.I. - Fotocopia de la tarjeta de la Seguridad Social del trabajador.	Antes del inicio de la relación laboral.
Comunicación de apertura del centro de trabajo	Todas	Consellería de Economía, Hacienda y Empleo (Dirección Territorial de Empleo).	- Datos de la empresa y del centro de trabajo. - Datos de los trabajadores. - Actividad de la empresa.	En los 30 días siguientes al inicio de la actividad.
Adquisición y legalización del libro de Visitas	Todas	Dirección Provincial del Ministerio de Trabajo.	- Ficha con los datos de la empresa.	En los 30 días siguientes al inicio de la actividad.

Trámites específicos:

❖ Solicitud del Título-Licencia

1. Para inicio de actividad, sólo hay que cumplimentar el formulario de Declaración responsable de inicio de actividad de agencia de viajes ([Anexo I](#))

GENERALITAT VALENCIANA ANEX I
DECLARACIÓ RESPONSABLE D'INICI D'ACTIVITAT D'AGÈNCIA DE VIATGES
DECLARACIÓN RESPONSABLE DE INICIO DE ACTIVIDAD DE AGENCIA DE VIAJES

A. DECLARACION RESPONSABLE / DECLARACION RESPONSABLE

Declaro que soy el titular de la actividad y que soy responsable de la actividad en el Registro de Turismo de la Comunidad Valenciana.

B. INFORMACION DE L'ADMINISTRACIÓ / INFORMACION DE LA ADMINISTRACION

La información afectada es toda la comprobación que resulte oportuna respecto de la que se ha declarado por la persona interesada en la presente comunicación.

C. AUTORIZACION EXPRESSA A L'ADMINISTRACION PER A DEMANAR DADES D'IDENTITAT PERSONAL / AUTORIZACION EXPRESSA A LA ADMINISTRACION PARA RECABAR DATOS DE IDENTIDAD PERSONAL

Completado en su caso en el momento de la presentación de la solicitud.

GENERALITAT VALENCIANA ANEX I
DECLARACIÓ RESPONSABLE D'INICI D'ACTIVITAT D'AGÈNCIA DE VIATGES
DECLARACIÓN RESPONSABLE DE INICIO DE ACTIVIDAD DE AGENCIA DE VIAJES

A. DADES D'IDENTIFICACIÓ / DATOS DE IDENTIFICACION

Nombre y apellidos: _____
DNI: _____
NIF: _____
Dirección: _____
Teléfono: _____
Correo electrónico: _____

B. DADES DE L'ESTABLIMENT / DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

Dirección: _____
Teléfono: _____
Correo electrónico: _____
Actividad: _____

C. DOCUMENTACIÓ APORTADA / DOCUMENTACION APORTADA

Se ha aportado la siguiente documentación: _____

GENERALITAT VALENCIANA ANEX I
DECLARACIÓ RESPONSABLE D'INICI D'ACTIVITAT D'AGÈNCIA DE VIATGES
DECLARACIÓN RESPONSABLE DE INICIO DE ACTIVIDAD DE AGENCIA DE VIAJES

E. INFORMACION DE L'ADMINISTRACIÓ / INFORMACION DE LA ADMINISTRACION

La información afectada es toda la comprobación que resulte oportuna respecto de la que se ha declarado por la persona interesada en la presente comunicación.

F. AUTORIZACION EXPRESSA A L'ADMINISTRACION PER A DEMANAR DADES D'IDENTITAT PERSONAL / AUTORIZACION EXPRESSA A LA ADMINISTRACION PARA RECABAR DATOS DE IDENTIDAD PERSONAL

Completado en su caso en el momento de la presentación de la solicitud.



12. Conclusión

En conclusión, con nuestra agencia vamos a promover la salud y el bienestar, planificando viajes y realizando actividades que favorezcan el desarrollo personal y el bienestar físico. Además, queremos fomentar el crecimiento económico local mediante la creación de empleo. Destacamos porque no solo ofrecemos destinos, ofrecemos destinos personalizados con experiencias exclusivas. Somos pioneras en diseñar itinerarios únicos que fusionan a nuestro cliente con los prescriptores, combinando pasión e innovación.

Con el estudio de mercado realizado hasta hoy nos muestra la posibilidad de desarrollar y llevar adelante nuestra idea de negocio, ya que los resultados obtenidos de parte de nuestros posibles colaboradores son altamente positivos. Ofreceremos itinerarios especializados en diferentes ámbitos los cuales son: bienestar, arte, moda, emprendimiento, cultura, gastronomía, animales, entre otros.

Por otro lado, las sensaciones que hemos tenido inicialmente fueron muy buenas, empezamos con gran ilusión ya que las personas con las que hemos contactado aceptaron nuestra idea con grandes oportunidades y un futuro prometedor. Hasta el momento hemos aceptado todas las opiniones para mejorar nuestra idea cambiando lo que sea necesario para alcanzar una más realista.