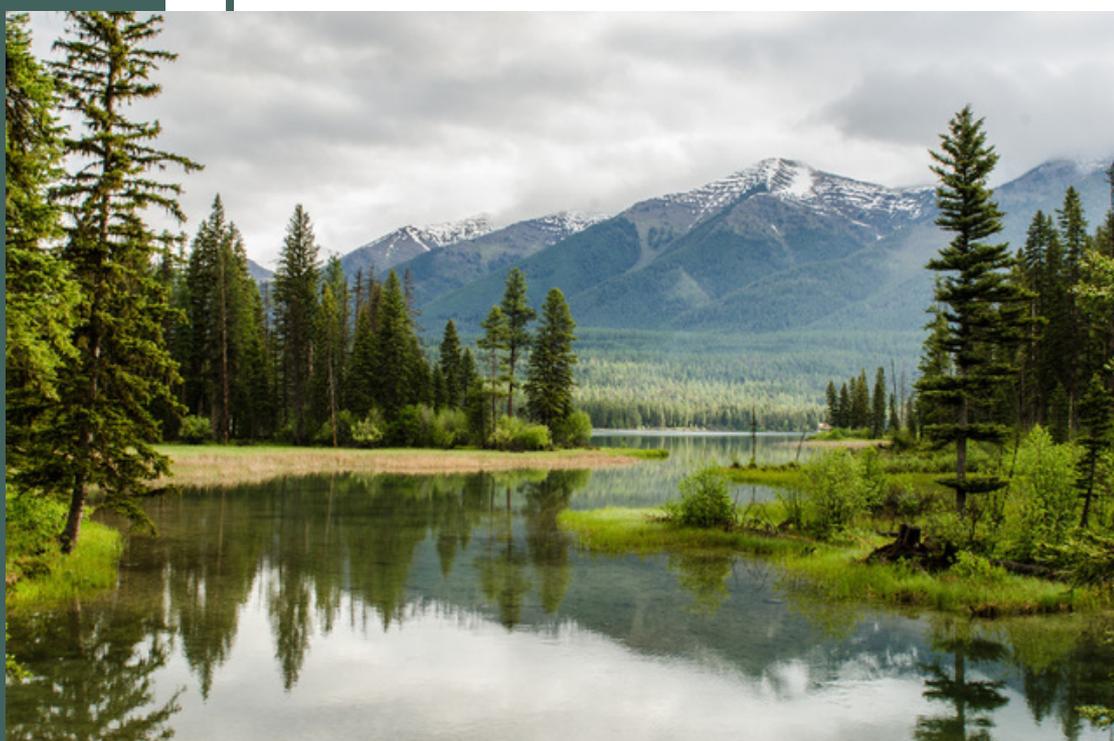


Start Innova



©opyright



CIPFP Mislata
Centre Integrat Públic
Formació Professional Superior

Nerea Aguado
Alba Alonso
Andrea Giménez
Sandra Guillém





ÍNDICE

Introducción	3
La idea	4
Proposición de valor	6
Segmentación del mercado	8
Sociedad clave	10
Fuentes de ingresos	11
Canales	13
Relación con los clientes	14
Recursos clave	16
Actividades clave	18
Estructuras de costes	20
Conclusión	22

INTRODUCCIÓN

Nosotras somos la agencia de viajes, Karibu Travel y en nuestra empresa, fomentamos el turismo sostenible y responsable.

El turismo sostenible y responsable, es aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

Actualmente, existen múltiples ofertas turísticas que tienen como finalidad la interacción con animales salvajes, arrebatándolos de su hogar, sufriendo y haciendo comportamientos impropios.

Nosotras creemos que practicando un turismo sostenible y responsable, tenemos el poder de cambiar la vida de los animales y del medio ambiente.

Cuando en el viaje haya alguna actividad en el entorno de animales salvajes, siempre se respeta las distancias sugeridas y no se invadirá su espacio. Evitaremos tomarnos fotografías con animales extraídos de su entorno para este fin.

Por lo que, esto es lo que queremos transmitir a nuestros viajeros, apoyando así a las comunidades locales y reduciendo el impacto sobre el medio ambiente, apoyando proyectos que defiendan esta filosofía.

LA IDEA

En este apartado vamos a explicar cómo hemos sacado la idea de este proyecto, realizando varias fases hasta llegar a ella.

La primera fase consistía en hacer un **Brainstorming** aportando ideas de negocios relacionadas con la naturaleza, el aire libre, como son los viajes sostenibles, eventos en la naturaleza, turismo astronómico. También pensamos en ideas innovadoras que están más de moda, como son los hoteles flotantes o turismo sobre la vida en el océano.

La siguiente fase es la **Maduración**, conseguir información básica de las mejores ideas que pensamos: turismo sostenible, turismo astronómico, eventos en lugares naturales, hoteles flotantes y turismo acuático.

La tercera fase es realizar un **Ranking de ideas de negocio**, establecer un ranking de las ideas tras su validación. El orden escogido fue como primera opción el turismo sostenible, ya que lo que nos apasiona es llegar a conocer un país sin dañar su flora y fauna.

Como segunda opción es el turismo astronómico, porque es una idea muy innovadora y que existen pocas agencias especializadas en este ámbito.

Como tercera opción, escogimos una empresa de organización de eventos en lugares naturales porque es una idea desconocida y que nadie la ha llevado a cabo todavía.

Como cuarta opción, escogimos una agencia de viajes que se dedicaba a llevarte a hoteles flotantes, ya que consideramos que es una idea muy original y que se encuentra a la moda.

Y por último, elegimos una agencia de viajes relacionada con el turismo acuático porque a todas nos gusta disfrutar de actividades relacionadas con el mar y el océano.

Finalmente, después de debatir sobre cuál es la mejor idea y la que más nos gusta, escogimos el **turismo sostenible** porque lo que queremos hacer es inspirar a los viajeros, apoyando a las comunidades locales y reduciendo el impacto sobre el medio ambiente, apoyando proyectos que defiendan esta filosofía.

Nuestra pasión es ayudar a los viajeros a redescubrir su conexión con el mundo natural, mientras lo protegemos en el proceso. Además de ofrecer experiencias auténticas y enriquecedoras creando conciencia y educando a nuestros clientes sobre la importancia de un turismo responsable.

Por otro lado, valoramos y respetamos las culturas locales de los destinos que ofrecemos, brindando a los viajeros la oportunidad de aprender de ellos e incluso convivir con ellos, esto les permitirá que la experiencia sea mucho más enriquecedora

LA IDEA

Nosotras creemos que practicando un turismo sostenible y responsable, tenemos el poder de mejorar la vida de los animales y del medio ambiente.

Nuestra idea principal es fomentar aquellas áreas donde existen animales que han sido maltratados o que se encuentran en peligro de extinción, para que así nuestros clientes se puedan concienciar del maltrato que han sufrido dichos animales, y no solo eso, que tal vez, tengan la oportunidad de cuidarlos.

Además, pueden tener la oportunidad de observar aquellas tribus o ecosistemas que están cayendo en decadencia por la falta de recursos que hay en su país o de la que disponen.

LOGOTIPO

En cuanto al logotipo de nuestra agencia de viajes, escogimos el nombre de **Karibu Travel**, que significa bienvenido en swahili, con este nombre queremos transmitir una sensación familiar, donde pueden sentirse seguros y acogidos.

Escogimos una gama de colores que transmita naturaleza y paz a nuestro cliente. En este caso, los colores más importantes son el azul que representa el mar y el cielo, que al mismo tiempo transmite confianza y fidelidad.

Por otro lado, está el color verde que simboliza la naturaleza viva y el crecimiento, transmite calma y tranquilidad.



En la parte superior del logo se sitúa el nombre de nuestra agencia "Karibu Travel". Mientras que en la parte inferior se encuentra la bola del mundo con un avión representando que no hay límites, puedes viajar a cualquier lugar del mundo. Además, aparece una pequeña etiqueta en la que pone "ECO", queriendo decir que somos una agencia de viajes sostenible y estamos comprometidas con la protección del medio ambiente. Todo ello con la frase "Límite Zero Tours by Actiu", que es el nombre de el trabajo realizado.

EN RESUMEN:

- Tras debatir sobre cuál es la mejor idea, hemos escogido la del turismo sostenible, ya que queremos generar un menor impacto y proteger el medio ambiente.
- Por otro lado, la elección de la marca corporativa, como es el logo, es crucial para la empresa.

PROPUESTA DE VALOR

El primer tema a tratar después de la idea, debemos definir que es lo que vamos a ofrecer a nuestros clientes, de este modo hablamos de nuestra proposición de valor. Esto trata de talas las agrupaciones de los beneficios de la empresa.

En primer lugar, nuestro enfoque es promover el turismo sostenible y responsable en lugares poco conocidos y, obviamente, no masificados. Esto nos permite ofrecer a nuestros clientes la oportunidad de explorar destinos únicos y auténticos. Nos aseguramos de que todas nuestras actividades y servicios estén diseñados para minimizar el menor impacto posible en el medio ambiente, desde la elección de proveedores y alojamientos, hasta la promoción de actividades responsables con las comunidades locales.

Nos esforzamos por diseñar viajes a medida, adaptados a los intereses y preferencias de nuestros clientes. Mediante una evaluación detallada de sus deseos y necesidades, creamos itinerarios personalizados y flexibles adaptados a sus preferencias. Además, nos aseguramos de que nuestros clientes estén bien informados y cómodos desde el momento de la reserva hasta su regreso.

Organizamos talleres y actividades para concienciar a los viajeros sobre los retos medioambientales actuales y la importancia de viajar de manera sostenible. Esto permitiría a los turistas adquirir conocimientos y habilidades para reducir su impacto negativo durante los viajes.

Por último, trabajamos por dejar un impacto positivo en los diversos destinos. Promovemos proyectos locales de desarrollo sostenible y donamos una parte de nuestros ingresos a causas ambientales, refugios de animales o incluso a asociaciones que se dedican a la protección de especies y ecosistemas en peligro de extinción.

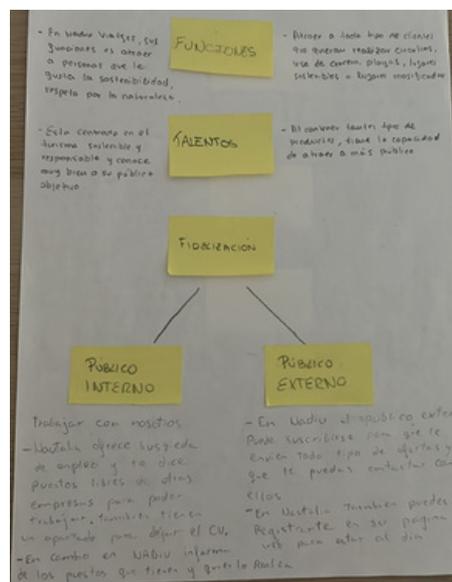
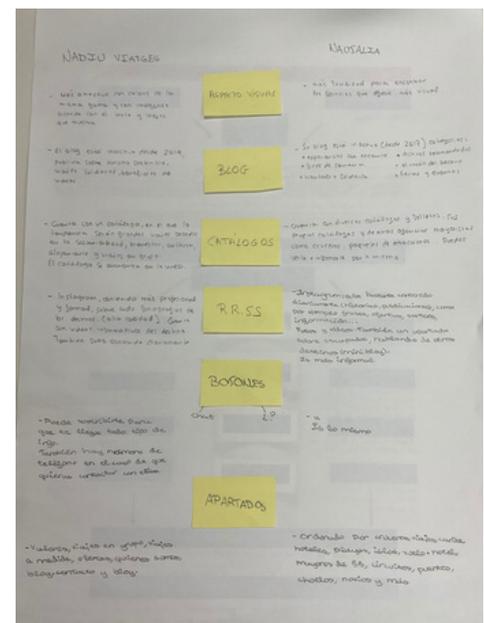
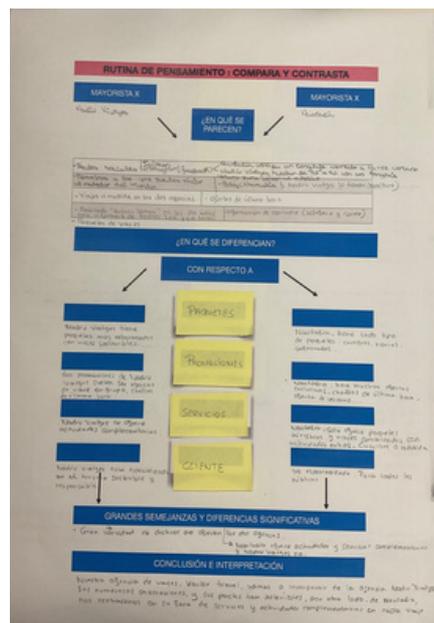
Damos la posibilidad de compensar las emisiones de CO₂ que se dan en cada vuelo, dando al cliente el cálculo de las emisiones de carbono de cada vuelo, y se le ofrecerá una opción de pago para compensarlas.

Además de trabajar con aerolíneas más sostenibles, como KLM, Iberia, Air Francés, Delta Air Lines y Finnair, entre otras. Utilizamos folletos de material ecológico, bolsas y mochilas, tazas y botellas, bolígrafos. Todos estos productos son reciclables, biodegradables y están hechos de materiales como la fibra de bambú.

Al elegir viajar con nosotros, los clientes contribuyen directamente a la conservación del medio ambiente y al desarrollo sostenible.

PROPUESTA DE VALOR

Para tener nuestra proposición de valor, hemos realizado un Compara y Contrasta en dónde hemos buscado dos agencia de viajes sostenibles: “Nadiu Viatges” y “Tarannà”. Esta última agencia ofrece experiencias de turismo responsable y sostenible en diferentes destinos de todo el mundo, incluyendo España. Fomentan la conservación del medio ambiente y la cultura local en sus viajes. Hemos investigado cada una de ellas para mejorar la nuestra.



EN RESUMEN:

- Lo que ofrece nuestra empresa al mercado, y así darle valor a nuestra agencia.
- La diferenciación de dos agencias sostenibles y la que mejor se acoplaría a nuestra ideología.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El siguiente tema a tratar es la segmentación de mercado, la cual definimos a los clientes a los cuales vamos a dirigirnos, ya que estos son los objetivos que debemos de buscar para que nuestro cliente disfrute de su experiencia.

Nuestra idea es una agencia de viajes destinada a personas con alto poder adquisitivo que buscan vivir experiencias atípicas en lugares desconocidos, fuera de lo común, y sobre todo sostenibles, en medio de la naturaleza.

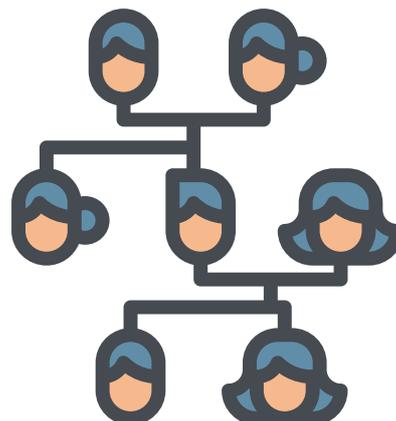
Va dirigido para personas de entre 25 a 40 años, pero no se excluye ningún tipo de edad o condición física.

Buscamos aquel cliente extrovertido y sociable, al cual le gusta aprender sobre el mundo actual. Que sea generoso, amante de los animales y solidario.

Pero no solo eso, que tenga un gran interés en descubrir y recorrer sitios variados que le aporten cosas buenas en su vida. Y además, turismo paisajístico o turismo de naturaleza, ya que de esta manera desconecta y le hace sentir más vivo, además de enriquecerse espiritual y físicamente.

Sus hobbies favoritos podrían ser la escritura y la lectura, de esta manera puede captar momentos especiales y sensaciones durante sus viajes.

Y por último, debe de querer experimentar experiencias únicas y diferentes, en lugares remotos en contacto con la naturaleza, la cultura local y lugares alternativos. Independientes a los que se encuentran masificados y afectados por los turistas.



SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Aquí tenemos un claro ejemplo de un cliente, que nos cuenta como se siente y piensa, que ve en su entorno, que escucha de sus familiares y amigos, que dice y hace y los obstáculos y beneficios a la hora de viajar.

Este cliente tiene 29 años y vive en la Avenida de las Cortes Valencianas, se trata de una persona con un alto nivel adquisitivo ya que trabaja de Ingeniero aeroespacial (sueldo de entre 80.000 a 97.000€ anuales).

En cuanto a su personalidad, es exactamente lo que buscamos, extrovertida y sociable, a la cual le gusta aprender sobre el mundo actual, incluso suele rodearse de muchas otras personas y hace amigos con mucha facilidad.

Sobre sus valores, es animalista, generoso y solidario, ayuda a los demás.

Su gran interés es descubrir y recorrer sitios variados que le aporten cosas buenas en su vida. Y sus hobbies favoritos son la escritura y la lectura, de esta manera puede captar momentos especiales y sensaciones durante sus viajes.

Por último, tiene un estilo de vida saludable respecto a la alimentación, dado que hace mucho ejercicio regularmente como senderismo, meditación y yoga.



EN RESUMEN:

- Nuestros clientes deben de tener una gran empatía por la sociedad y la naturaleza.
- Debemos de tener en cuenta todas las características de los clientes para satisfacerles sus necesidades.

SOCIEDAD CLAVE

Para que nuestro modelo de negocio funcione, buscamos asociaciones que nos ayuden a reducir costes, o a bajar la posibilidad de tener pérdidas. Además de poder acceder a más clientes y conseguir más recursos.

Nosotras colaboramos con diferentes asociaciones, tanto a nivel local, autonómico como internacional.

En el ámbito local encontramos la **Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viaje (AEVAV)**. Esta asociación representa los intereses de las agencias de viajes en la Comunidad Valenciana. Estaríamos conectadas con otras agencias de viajes en la región, lo que nos permitiría intercambiar ideas, información y mejoras prácticas. Además, podríamos participar en eventos exclusivos y actualizaciones sobre el sector turístico en Valencia.

Entre sus servicios y ventajas nos garantiza: asesoramiento jurídico y fiscal, consultoría de comercio electrónico y protección de datos, seguros y garantía financiera, entidades financieras, informática y comunicaciones, formación e información...

Otra asociación sería **Comunitat Valenciana Travel Bloggers**, con 90 afiliados y situada en Valencia. En estas asociaciones participan personas apasionadas por la escritura y los viajes, con el objetivo de intercambiar experiencias y conocimientos relacionados con los viajes. (Cuota de 20€ anuales)

En el ámbito nacional encontramos la **Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE)**, que representa al mayor grupo de agencias de viaje especializadas del país y brinda a sus miembros servicios de alta calidad. Esta asociación nos ofrecería numerosos beneficios y oportunidades de networking con otras agencias de viajes especializadas lo que nos permitiría estar al tanto de las últimas tendencias y novedades del mercado. Además, ACAVE ofrece apoyo y asesoramiento en áreas como la gestión empresarial, la formación y la promoción del turismo, lo cual nos ayudaría a fortalecer y hacer crecer nuestro negocio.

Y por último, en el ámbito internacional, como agencia de viajes sostenible, también sería importante asociarse con organizaciones y asociaciones comprometidas con la protección del medio ambiente, el desarrollo sostenible y la promoción de prácticas turísticas responsables, como por ejemplo, **The International Ecotourism Society (TIES)**. Esta organización promueve el ecoturismo y los viajes responsables. Al formar parte de TIES, nos conectamos con una red global de empresas y profesionales comprometidos con la sostenibilidad, lo que nos brinda oportunidades para aprender, colaborar y promover nuestra visión de un turismo responsable.

EN RESUMEN:

- Colaboramos con asociaciones que nos ayudan a progresar en el sector, teniendo una garantía financiera, asesoramiento para la gestión empresarial, pudiendo tener contacto con otras agencias asociadas.
- Creamos sinergias e ideas, lo que nos hará mejorar como empresa.

FUENTE DE INGRESOS

Las fuentes de ingresos recogen todos los productos y servicios que nuestra empresa oferta al mercado. Nosotras contamos con varias para garantizar la estabilidad financiera y ofrecer una variedad de servicios a nuestros clientes.

En general, nuestra agencia de viajes ofrece **viajes y paquetes turísticos**, los cuales incluyen vuelos, alojamiento, transporte y actividades planificadas, por lo que su precio aumentará. Por lo tanto, esto es una de las principales fuentes de ingresos de nuestra empresa.

Otra fuente sería la **contratación de proveedores**, que va desde hoteles hasta actividades voluntarias. Un claro ejemplo de **proveedor de un alojamiento** sería un hotel sostenible que se puede encontrar en África, denominado Ashnil Aruba Lodge (Un 15% del precio del alojamiento va destinado a la agencia). Además, los **proveedores de las actividades complementarias** serán un plus en el ingreso de nuestra agencia, siendo así la comisión de un 5% destinado para la agencia de viajes.

El **merchandising** también es importante, contamos con diversos productos como maletas, botellas, jabón, camisetas, libretas y bolígrafos, entre otros, en el que se emplean materiales como el cartón y el bambú. Todos estos productos son ecológicos. Esto nos da ingresos adicionales y mejoraría la experiencia del cliente.

También realizamos **talleres** y actividades en nuestro local para fomentar el conocimiento sobre el impacto positivo en el medio ambiente. Los precios de las actividades son aproximados. Para saber exactamente el precio de cada taller, los usuarios deberían ir a nuestras redes sociales y página web donde se informará exactamente del precio de cada actividad.

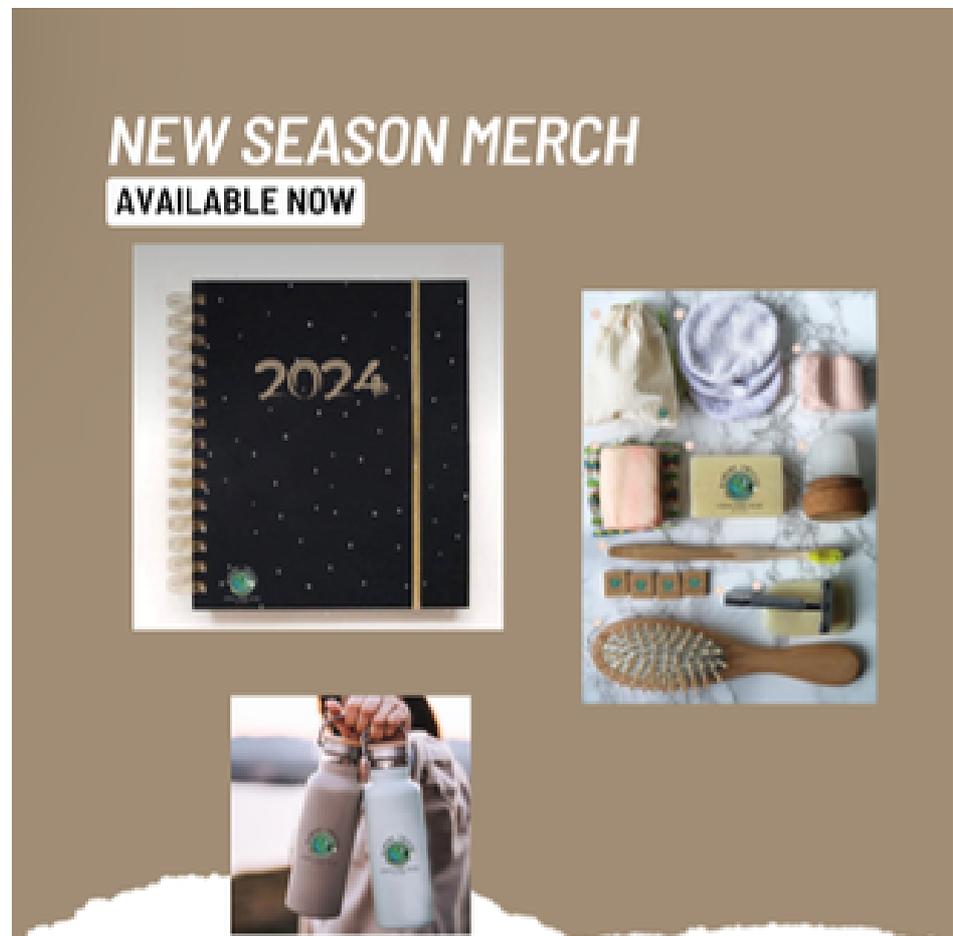
La **Publicidad** es un medio que utilizamos para dar a conocer nuestros productos y servicios, y hacerlo más atractivo y llamativo.

En el **contrato de contingencia** tenemos una serie de acuerdos, ya puede ser con el trabajador o los proveedores, que tiene como finalidad algún tipo de recompensa, ya pueden ser frecuentes y pequeñas.

Ofrecer **seguros de viaje** a nuestros clientes. Colaboramos con compañías de seguros confiables para brindar cobertura en caso de emergencia durante el viaje.

FUENTE DE INGRESOS

Por aquí, se observarán algunos de los productos que ofrecemos en nuestra empresa:



CANALES

Nuestro canales de venta principalmente son directos donde contamos con nuestra propia página web, donde encontrarán toda nuestra información desde los destinos que ofrecemos, los alojamientos que proponemos y información sobre nuestra empresa y nuestra involucración con mejorar este planeta. También pueden ponerse en contacto con nosotras o reservar el viaje que deseen.

Contamos también con Instagram, una red social donde promocionamos todas nuestras actividades, viajes y experiencias, donde también tienen la posibilidad de contactar con nosotros. Por último tenemos un blog donde se incorpora información periódicamente sobre nosotras y sobre las tendencias de viaje y nuestros clientes para poder aportar esa cercanía y dar esa confianza para que muchos más clientes se puedan animar y confiar en nosotras para realizar su aventura en kaributravel.

Por otro lado tenemos el canal indirecto que es nuestro establecimiento físico, nuestra oficina se encuentra en la Avenida de las Cortes Valencianas, la cual tiene unas excelentes conexiones de transporte público.

Escogimos esta zona ya que el nuevo rascacielos icónico de Bofill, el espejo del Meliá, es totalmente sostenible y se adapta muy bien a nuestro tipo de empresa. Nosotras trabajamos 40 horas semanales, de lunes a viernes de 10 de la mañana a 2 de la tarde y de cinco de la tarde a ocho de la tarde. Y los sábados de nueve de la mañana a dos de la tarde.

EN RESUMEN:

- Contamos con varios canales, directos e indirectos para llegar a un número de clientes potenciales, distribuir eficientemente los productos y servicios, facilitar el acceso a los clientes y generar ventas de manera constante.

Instagram



RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Nuestro siguiente punto a tratar es la relación con los clientes, y debemos de tener en cuenta como debemos tratar a nuestros clientes.

La relación que tenemos con ellos es muy cercana y profesional. Trabajamos presencialmente, por lo que intentamos que nuestros clientes se encuentren cómodos y confíen en nosotros.

Desde el primer momento que nuestro cliente entra por la puerta, nosotros lo recibimos con un cordial saludo y una sonrisa, dispuestos a ayudarle en todo lo que el o ella necesite.

Cuando nuestro cliente decide la planificación de un viaje, le recomendamos que es lo mejor para él o ella basándonos en sus preferencias ante todo.

A partir, de ahí asesoraremos a nuestro cliente sobre los requisitos de documentación necesarios. Una vez que el cliente haya tomado una decisión, lo guiamos a través del proceso de reserva.

Siempre prestamos servicios adicionales y opcionales que puedan llegar a mejorar su experiencia.

Un punto a destacar, es que siempre estamos disponibles para nuestro cliente, ya sea para resolverle cualquier duda o perturbación, en el caso de cambios o cancelaciones, o en todo lo que nos pida el cliente en cuestión.

Y algo que nos puede llegar a diferenciar, es que una vez nuestro cliente regresa de su viaje no solo lo recibimos con gratitud y preguntándole que tal la experiencia, si no que realice un cuestionario de satisfacción, ya sea on-line o presencial.

Por otro lado, nuestro cliente puede contactar con nosotros telefónicamente, mediante nuestra web, nuestras redes sociales o por correo electrónico, ya sea para concertar una cita, para adquirir información o para solucionar cualquier duda. No solemos tardar en contestar a nuestros clientes, ya que nuestro lema no es solo la sostenibilidad para mejorar el planeta si no también la eficacia para ayudar a las personas, y en el caso de que suceda que no contestamos en ese mismo día, siempre pedimos disculpas a dicha persona y le solucionamos la duda o la cuestión de la forma más clara posible.

Destacar, que telefónicamente estamos las 24 horas disponibles, en el caso de que no llegue a contactar nuestro correo electrónico esta disponible y a las pocas horas le llamamos o le escribimos.

Y por último, nosotras al tratar con empresas encargadas con la protección de animales, nuestros clientes al contratar nuestros viajes contribuyen con una parte proporcional de su dinero a estas fundaciones.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

En las siguientes infografías podemos observar los pasos a seguir en una atención al cliente, tanto presencialmente como telefónicamente.



ATENCIÓN AL CLIENTE

PRESENCIALMENTE

- 01

SALUDO Y BIENVENIDA

Recibir a los clientes con una sonrisa y saludarlos con amabilidad y profesionalismo. Preguntar cómo pueden ayudarles y asegurarse de que se sientan bienvenidos.
- 02

ESCUCHA ACTIVA

Escuchar atentamente las necesidades y preferencias del cliente.
- 03

OFRECER ASESORAMIENTO

Basándose en las necesidades y preferencias del cliente, ofrecer diferentes opciones de viaje. Esto incluye destinos, fechas, tipos de transporte, alojamientos, actividades e itinerarios.
- 04

PROPORCIONAR INFORMACIÓN DETALLADA

Si surgen dudas al cliente, responderlas todas.
- 05

RECOMENDACIÓN

Si el cliente no tiene una idea clara sobre su viaje, se pueden hacer recomendaciones basadas en su experiencia y conocimiento.
- 06

ASESORAR SOBRE LA DOCUMENTACIÓN

Informar correctamente al cliente sobre los requisitos de documentación necesarios.
- 07

GESTIONAR RESERVAS

Una vez que el cliente haya tomado una decisión, debemos guiarlo a través del proceso de reserva.
- 08

OFRECER SERVICIOS ADICIONALES

Presentar servicios opcionales que puedan mejorar la experiencia.
- 09

ASISTENCIA POST-RESERVA

Después de la reserva, debemos estar disponible para cualquier consulta para aclarar cualquier duda, ayudar en caso de cambios o cancelaciones, etc.
- 10

VALORACIÓN

Recibir al cliente de forma alegre y ante todo preguntarle que tal su viaje, y pedirle de forma amable si no le importaría hacer un cuestionario para aprender.

©



ATENCIÓN AL CLIENTE

TELEFÓNICAMENTE

- 01

CONTESTACIÓN

Responder al teléfono antes del tercer tono de llamada.
- 02

SALUDO Y BIENVENIDA

Se deben emplear fórmulas de cortesía. Al descolgar el teléfono se identifica el establecimiento, se pronuncia la frase de saludo y se ofrece ayuda (Agencia... buenos días, le atende... ¿En qué puedo ayudarle?).
- 03

TONO DE VOZ

Usar una buena claridad de la voz desde el primer momento, sin ningún altaviento de tono ni velocidad. Y usar un altavoz cuando sea necesario.
- 04

ESCUCHA ACTIVA

Escucha abiertamente al cliente y tomar notas. Si quiere concertar una cita, preguntarle que días tiene disponibilidad.
- 05

SOLUCIÓN ANTE CUALQUIER DUDA

Responder de forma honesta y alegre todas las dudas y preocupaciones del cliente, y si es necesario indicarle que acuda al establecimiento.
- 06

RECOMENDACIÓN

Si el cliente no tiene una idea clara sobre su viaje, se pueden hacer recomendaciones basadas en su experiencia y conocimiento.
- 07

SEGUIMIENTO

Estar las 24 horas disponibles, cuando nuestro cliente se encuentre en el destino para intentar solucionar de la mejor manera posible cualquier problema.
- 08

VALORACIÓN

Recibir de forma alegre al cliente y sugerirle que haga una crítica constructiva sobre su experiencia en el viaje.

©

EN RESUMEN:

- La relación con el cliente es primordial para que el cliente pueda confiar en ti y se sienta cómodo.
- Los pasos a seguir presencialmente y telefónicamente, son necesarios para el trato con el cliente.

RECURSOS CLAVE

Los recursos clave son los que nos permiten desarrollar lo que queremos ofrecer como empresa, pudiendo ofrecer una mejor relación con los clientes y una generación constante de ingresos. Los dividimos en las siguientes categorías:

RECURSOS FÍSICOS

Medios materiales, como instalaciones, edificios, vehículos, máquinas, puntos de venta, y redes de distribución que te otorgan una posición ventajosa frente a los competidores.

Tenemos varios puntos de venta desde nuestra agencia física en la Av. Cortes valencianas, donde tendremos instalaciones de wifi y programación digital, AMADEUS.

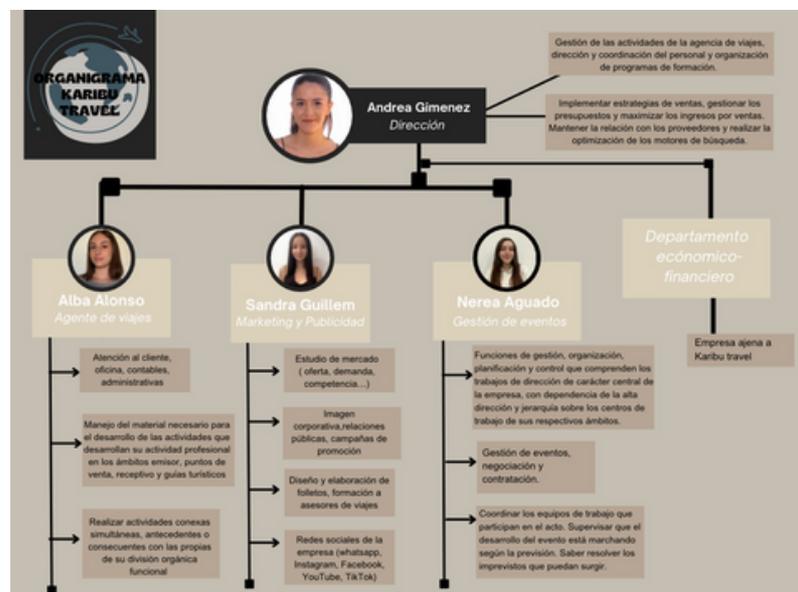
Y el otro punto de venta de manera digital en nuestra página web donde desde ahí pueden hasta realizar la reserva del viaje que desee, utilizando nuestras redes sociales promocionando de primera mano todos nuestros productos y servicios.

RECURSOS INTELECTUALES

Nuestra marca es kaributravel, donde todos nuestros viajes combinados y actividades son patentados por nosotras. Ofreceremos la suscripción a nuestra web donde podrán tener ofertas y datos exclusivos para nuestros clientes más únicos.

RECURSOS HUMANOS

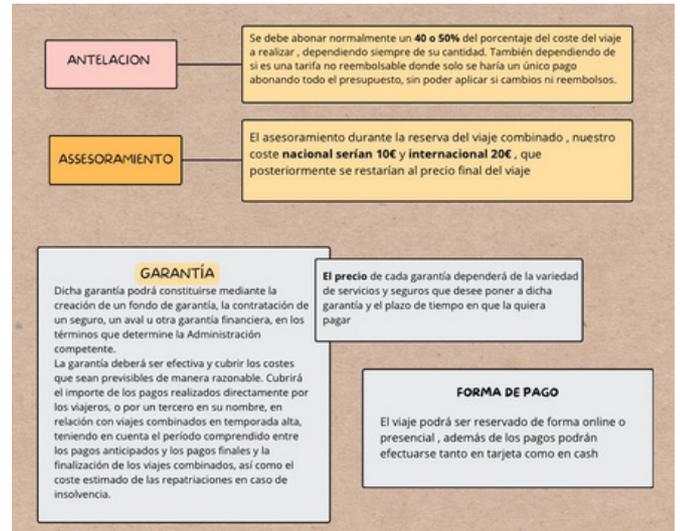
Las personas de la propia organización serán claves en la medida en la que sin su figura no se puede llevar a cabo una determinada actividad del modelo de negocio planteado.



RECURSOS CLAVE

RECURSOS FINANCIEROS

Serán claves en la medida en la que nos permita obtener una cierta ventaja y adelantarnos a situaciones del mercado (líneas de crédito, efectivo...) y colocarnos en una situación más competitiva.




PIRINEO ARAGONÉS
"El corazón de los mágicos Pirineos"

Salida: Estación de Autobús, Valencia. Máximo personas: 15 pax.

¿Qué incluye el viaje?

- Autocar WVI incluido, baños, movilidad sostenible.
- Autocar de coches del Hotel Viñas de Lárrede.
- Número de conductores: 4
- Costa local y acompañante
- Seguro
- Vista Bodega Verde de San Valero
- Planetario Aragón
- Actividades acuáticas en el Valle de Tena
- Entrada al Parque Faunístico Lacantada
- Ruta en Bici por el Valle de Asa
- Flete de coches en Teruel

¿Qué no incluye el viaje?

- Elmón en el hotel (enita bar, tarritada, referencias, etc)
- Casos fuera del itinerario marcado
- Comidas o cenas complementarias

Actividades y comidas complementarias

Restaurantes

- Restaurante Casals (Nabaijano)
- La Casera (Carriena)
- Restaurante San Elmo (Nabaijano)

Actividades

- Visita al pueblo de Larrede
- Actividad de kayak en el Valle de Tena
- Actividad de canyón
- Spa y piscina en el Hotel Viñas de Lárrede
- Visita guiada por el pueblo de Asa

Media pensión

Hotel viñas de Lárrede **** 648€

Hotel Eurostars Baños Pelicla **** 553€

4 DÍAS 3 NOCHES DESDE 553€

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

Teléfono: 629998067 Dirección: Carre Valenciana, 60613 Valencia Email: karibustravel@gmail.com

También diseñaríamos itinerarios y folletos hechos a medida que permitan a nuestros viajeros conectar con la naturaleza realizando actividades en la naturaleza. Además de visitas a organizaciones locales y autonómicas comprometidas con la sostenibilidad y poder degustar restaurantes kilómetro 0.

Estamos convencidas de que nuestra agencia de viajes sostenible tiene un gran potencial para marcar la diferencia en la industria del turismo.

EN RESUMEN:

- Los recursos claves son esenciales para realizar nuestra actividad empresarial.
- Dividimos los recursos en categorías diferenciales.

ACTIVIDADES CLAVE

La actividad que aportaríamos para solucionar problemas evidentes a la hora de ser 100% sostenibles en un viaje, destinando un 2% de momento para empezar de las ganancias de la empresas a distintas asociaciones como **Soy ecoturista**, **Atusos** que incrementen la conservación y cuidado de nuestra planeta y también asociaciones destinadas a el cuidado de los animales y detención de tráfico de especies exóticas, como **Animal Wildlife Rescue** en Costa, **Rica y Rhino & Elephant Conservation** en Zimbabue. Con estos donativos conseguiremos ayudas a minimizar todos estos daños lo máximo que esté en nuestras manos, también podrás realizar voluntariados en estas asociaciones para colaborar y poder ayudar a nuestra flora y fauna.



Realizar un viaje en avión, el tema de la a sostenibilidad es incompatible. Hoy en día, no hay alternativas tan rápidas y que causen el menor impacto en el medio ambiente. Por eso en nuestra empresa, ofrecemos compensar las huellas de carbono que se generará durante el vuelo, dependiendo el importe del modelo de avión, la altitud a la que vuele, los pasajeros, distancia entre salida y llegada, etc. Todo este dinero será destinado a asociaciones para la construcción de placas solares o reforestación de árboles, de esta manera contribuimos a la mejora del ecosistema.

También nos comprometemos con la iniciativa **SBT** para reducir las emisiones directas e indirectas de la huella de carbono de esta forma se reduce el impacto a nuestro ecosistema.



ACTIVIDADES CLAVE

Por último, organizaremos actividades y charlas para concienciar a los viajeros sobre la importancia de cuidar el planeta, donde cada mes haremos una programación de diversas actividades y charlas colaborando con otras agencias y otras entidades para mostrar de primero mano todo lo que hay detrás de cada proyecto y cada donación y lo que eso ayuda a mantener un buen futuro. También ayudar a concienciar y animar a que más personas participen en estos proyectos y actúen para proteger nuestro planeta, ya que contra más pasos demos más rápido llegaremos a la meta.



Además realizaremos talleres, para darnos a conocer y fidelizar nuevos clientes. A continuación mostramos algunos ejemplos:

- Taller de fabricación de joyas con plástico reciclado
- Taller de upcycling de ropa
- Taller de cerámica
- Taller de replantar vegetación
- Taller de arte con materiales reciclables



EN RESUMEN:

- Actividades para aportar Soluciones cómo agencia ante la sostenibilidad
- Y actividades para nuestro público

ESTRUCTURA DE COSTES

La estructura de costos de una agencia de viajes es fundamental para determinar su rentabilidad y competitividad en el mercado. Está compuesta por gastos operativos, como alquiler de oficina, salarios del personal y tecnología, así como por comisiones y tarifas de proveedores.

Nuestra agencia cuenta con varios **costes fijos**, que son aquellos gastos que no varían en función de la cantidad de reservas o clientes que se atiendan.

- **Alquiler del local:** Incluye el pago mensual o anual por el espacio de oficina utilizado para llevar a cabo las operaciones de la agencia.
- **Salarios del personal:** Salarios de los empleados de la agencia.
- **Tecnología:** Mantenimiento de tecnología, como sistemas informáticos, software de reservas, plataformas en línea, y otros recursos tecnológicos utilizados para gestionar las operaciones y brindar servicios a los clientes.
- **Gastos de Marketing:** Mantenimiento del sitio web, marketing de contenido y otras estrategias de marketing fundamentales que no varían significativamente con el volumen de ventas.
- **Seguros:** Incluye los costos de los seguros de responsabilidad civil, seguros de propiedad y los costos asociados a las licencias y permisos necesarios para operar legalmente.
- **Equipamiento y mobiliario de oficina:** Ordenadores, impresoras, teléfonos, y muebles necesarios para la operación diaria.
- **Gastos Administrativos:** Papel, tinta, servicios de telecomunicaciones, correo, servicios de mensajería y otros gastos operativos necesarios para el funcionamiento cotidiano.
- **Formación y Desarrollo del Personal:** Gastos relacionados con la capacitación y desarrollo del personal para mantenerse actualizado con las tendencias de la industria y las nuevas tecnologías.

Por otro lado, los **costes variables** incluye:

- **Comisiones y Tarifas de Proveedores:** Pagos variables a aerolíneas, hoteles y otros proveedores de servicios turísticos que sigan prácticas sostenibles, promoviendo opciones de alojamiento y transporte respetuosas con el medio ambiente.

ESTRUCTURA DE COSTES

- **Publicidad Específica de Productos o Eventos Sostenibles:** Costos variables asociados con la promoción de destinos, hoteles o eventos que se alinean con los principios de sostenibilidad y turismo responsable.
- **Viajes de Inspección:** Costos relacionados con los viajes de inspección para evaluar destinos, hoteles u otros servicios antes de ofrecerlos a los clientes.
- **Gastos de Ventas:** Gastos variables asociados con la realización de ventas, como comidas de negocios, entretenimiento de clientes y otros costos vinculados a la promoción y cierre de acuerdos.
- **Gastos de Merchandising:** Costos variables relacionados con la creación y distribución de material promocional, como folletos, catálogos y otros elementos para impulsar las ventas.
- **Costos de Reservas y Depósitos:** Depósitos y reservas variables realizados para garantizar la disponibilidad de habitaciones de hotel, asientos de avión y otros servicios.

CONCLUSIÓN

Como bien hemos dicho, nuestra empresa se basa en el turismo sostenible. Hemos elegido esta propuesta porque creemos que la sostenibilidad es un tema importante hoy en día, y lo que queremos es asegurar las necesidades del presente, sin dañar las necesidades futuras.

Hemos llegado a la conclusión, que mucha gente cada vez esta adquiriendo más conocimiento y tiene mas presente la sostenibilidad, sobre todo la generación Z y millennial, y lo que quieren es implementarla en su vida, realizando así viajes de manera sostenible. Por eso creemos que es una buena idea de negocio, dar la seguridad al cliente de realizar un viaje que sea 100% sostenible, y garantizarle de no dañar el medio ambiente ni el ecosistema, todo esto adaptándolo a las necesidades de cada cliente.

Con este proyecto, hemos realizado una lluvia de ideas, poniendo así las ideas más locas, hasta que llegamos a la conclusión de que la contaminación es un problema actual al que debíamos ponerle solución, y esa es la sostenibilidad. A partir de ahí, realizamos el modelo CANVAS, en el que tuvimos que decidir cuál iba a ser nuestra propuesta de valor y modelo de negocio. Además de ver cómo íbamos a diferenciarnos de otras empresas ya existentes, y que los clientes decidieran viajar con nosotros.

Lo siguiente fue encontrar a nuestro cliente potencial, cual iba a ser el tipo de cliente que iba a querer viajar con nosotros y que necesidades tenía. Con esto vimos, que era un cliente al que le gustaba la naturaleza y los animales. Además, tenía que tener poder adquisitivo, ya que realizar un viaje con estas características, actualmente no es económico.

Por otro lado, nuestras fuentes de ingresos, nuestros proveedores y asociaciones aliadas, cual iba a ser nuestros canales y nuestra relación con los clientes, que actividades eran necesarias para desarrollar nuestra empresa...