



PROPOSICIÓN DE VALOR

REALIZADO POR:

Once Upon a Trip

FECHA:

14/01/26



ÍNDICE

1 . MOTIVO DE LA EMPRESA	02
2 . PROBLEMAS QUE ABORDA	02
3 . CAMBIOS QUE BUSCAMOS	02
4 . COMPARA Y CONTRASTA	02
5 . MISIÓN	16
6 . ¿CÓMO LO HACEMOS DIFERENTE?	17
7 . VISIÓN	17
8 . IMPACTO SOCIAL	18
9 . VALORES	18
10 . BENEFICIOS EMOCIONALES	18
11 . BENEFICIOS FUNCIONALES	19
12 . POSICIONAMIENTO EN LA MENTE DEL CLIENTE	19



Once Upon a Trip nace en un contexto de **saturación turística y experiencias superficiales**. **Viajar no es sólo desplazarse**, es una manera de sentir, de aprender y de crear recuerdos. Nuestra propuesta de valor **busca cambiar la actual manera de pensar** que hay sobre el turismo, queremos diseñar una experiencia para aquellas personas que buscan algo más que unas vacaciones, quieren vivir historias.

Esta propuesta define quienes somos, qué problemas resolvemos, como nos diferenciamos y que impacto queremos dejar tanto en las personas como en la sociedad.

1. MOTIVO DE LA EMPRESA

Once Upon a Trip existe para romper el actual pensamiento que existe sobre el turismo y devolverle a los viajes el sentimiento emocional. Queremos que viajar se recuerde como un capítulo indispensable, no como una simple escapada.

2. PROBLEMAS QUE ABORDA

- ✗ Turismo masificado y estándar.
- ✗ Viajes repetitivos y sin alma.
- ✗ Clientes que quieren algo distinto pero no saben encontrarlo ni organizarlo.
- ✗ Falta de conexión entre el destino y el viajero.

3. CAMBIOS QUE BUSCAMOS

- ✓ Pasar del turismo tradicional a un turismo experiencial.
- ✓ Transformar al viajero en protagonista y no en espectador.
- ✓ Sustituir el "he estado allí" por "lo que viví allí"
- ✓ Integrar al viaje un aprendizaje constante, disfrute y convención social y ambiental.

4. COMPARA Y CONTRASTA

En el compara y contrasta hemos estudiado varias agencias del sector turístico que consideramos similares a nuestro modelo de negocio. El objetivo ha sido analizar qué tipo de servicios ofrecen, cómo se comunican y de qué manera conectan con su público. Este trabajo nos ha ayudado a detectar tendencias actuales del mercado, así como puntos fuertes y aspectos mejorables que sirven de referencia para definir nuestra propia propuesta de valor, adaptada a las nuevas formas de viajar.



Para ello, hemos comparado en detalle cinco agencias, analizando sus similitudes y diferencias y valorando también su relación con la sostenibilidad y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Gracias a este análisis, hemos podido identificar qué ideas resultan interesantes para incorporar, cuáles necesitan ajustarse a nuestro enfoque y cuáles no encajan con la identidad y los valores de nuestra agencia.

AGENCIA 1 – Flights & Fables

<https://www.flightsandfables.com>

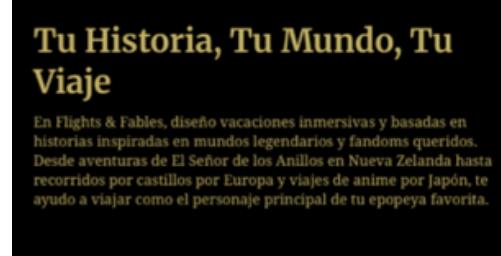
Agencia de viajes que crea itinerarios a medida, combinando viajes culturales y de naturaleza con una fuerte narrativa fantástica y de inmersión en universos de ficción, es una agencia de viajes internacional.

 **Perfil de Cliente:** Viajeros apasionados por la fantasía, la literatura y el cine, que buscan experiencias inmersivas en lugares reales relacionados con sus historias favoritas.

Productos y servicios:

Los productos y servicios que se ofrecen en la agencia de viajes.

- Diseño de itinerarios personalizados.
- Reservas de vuelos, alojamiento y transporte.
- Excursiones y actividades temáticas.
- Consultas gratuitas de 45 minutos.



Tu Historia, Tu Mundo, Tu Viaje

En Flights & Fables, diseñamos vacaciones inmersivas y basadas en historias inspiradas en mundos legendarios y fandoms queridos. Desde aventuras de El Señor de los Anillos en Nueva Zelanda hasta recorridos por castillos por Europa y viajes de anime por Japón, te ayudo a viajar como el personaje principal de tu epopeya favorita.

Imagen 1. Web de la Agencia.
Fuente: Agencia Flights and Fables

 **Usabilidad:** Web clara, visual, fácil de navegar, con apartados diferenciados por destino y tipos de viaje.

No se pueden reservar los viajes directamente, primero tienes que contactar con el Asesor, Rocky.

Política de precios, descuentos y promociones:

Solo muestra precios, no salen descuentos ni promociones.

Viajes/Itinerarios personalizados (grupos de hasta 6 personas):

- Excursión: hasta 7 días → 100 \$
- Viaje: hasta 14 días → 200 \$
- Expedición: hasta 21 días → 300 \$
- Epic Getaways: más de 21 días → precio a consultar



Componentes individuales (no parte de un itinerario completo):

- Pasaje aéreo nacional, hotel o coche → 30 \$
- Pasaje aéreo internacional → 50 \$

IA Responsable con IA y protección de datos personales:

No hay información sobre la IA, y sobre los datos personales la Agencia utiliza datos personales necesarios para gestionar reservas y viajes (fecha de viaje, pasaporte, fecha de nacimiento, tarjeta de crédito, etc.).

Los datos pueden ser compartidos con proveedores externos para organizar el viaje, no se hacen responsables del uso de los datos. El Viajero autoriza su conservación durante el tiempo necesario y un período adicional para fines legales o comerciales.

La Agencia no se responsabiliza de la gestión de datos por terceros fuera de su control.

AVIACIÓN Acceso a agencias de viajes: Agencia Independiente Afiliada a WorldVia Travel Network

COLABORADORES Colaboradores: El fundador y principal colaborador es Rocky Dimico.

ODS Certificados, ODS Relevantes, enlaces referenciados:

No aparecen certificados.

ODS, no aparecen pero los hemos deducido.

- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico
- ODS 12: Producción y consumo responsables
- ODS 14: Vida submarina
- ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres

Enlaces de referencia ODS:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/>

CHAT Chat: No se dispone de un servicio de chat en vivo en el sitio web. Tiene un apartado donde puedes poner tus dudas y contactar con el autor.

Tarifas de planificación

Una vez que decidas trabajar conmigo para planificar tus increíbles vacaciones, te pediré una tarifa de planificación. Esta tarifa no es reembolsable y no se aplica a su reserva. Esta tarifa cubre el tiempo dedicado a trabajar para usted y se basa en el tiempo estimado para completar su solicitud.

Nuestra estructura de *tarifas de planificación* es la siguiente:

Viajes/Itinerarios personalizados:

"Excursión", hasta 7 días de duración.....\$100/por grupo pequeño

"Viaje", hasta 14 días de duración.....200 \$/por grupo pequeño

"Expedición", hasta 21 días de duración.....\$300/por grupo pequeño

"Epéic Getaways" durante 21 días..... Hablemos y discutámoslo.

Un grupo pequeño es de hasta 6 personas/familia en un itinerario

Componentes individuales (no parte de un viaje):

Pasaje aéreo nacional, reserva de hotel o alquiler de coche.....

30 \$

Pasaje aéreo internacional..... 50 \$

Imagen 2. Precios de la Agencia.

Fuente: Agencia Flights and Fables



Apartados (fidelización, talento, blog):

No tiene problema de fidelización, no aparece apartado, y blog sí que aparece pero no aparece un botón como tal, está dividido en apartados individuales, se accede a través de este enlace:

<https://www.flightsandfables.com/wander-through-wonder-real-castles-that-inspired-fantasy-legends>

Aspecto visual: Diseño inspirado en mundos de fantasía y una paleta de colores que transmite magia y aventura, colores negros y dorados.

Comunicación: La Agencia mantiene comunicación por correo electrónico o por teléfono, la página web está en Inglés. El Viajero debe revisar documentación y notificar errores u omisiones en 24 horas.

Normativa post-venta:

Aparecen en el apartado de Términos y condiciones.

- Cambios y cancelaciones pueden generar tarifas no reembolsables por parte de los proveedores o de la propia agencia.
- En caso de reprogramar un viaje, la agencia ayudará a gestionar reembolsos o créditos futuros (como bonos de cruceros), aunque puede aplicar una tarifa administrativa no reembolsable.
- Algunos proveedores exigen depósitos no reembolsables y no transferibles; la agencia lo notificará previamente.
- La agencia no se hace responsable de pérdidas o gastos derivados de la falta de documentos requeridos (pasaporte, visado, certificados médicos, etc.).

Recomendaciones: Ideal para viajeros que buscan experiencias únicas y personalizadas en destinos relacionados con sus historias favoritas.

Las mejoras serían, poner más idiomas en la página web, que se pudiera reservar directamente desde la página sin tener que contar con el propietario.

Fundaciones, salud 0: No hay información acerca de esto.

Catálogo: No tiene ningún catálogo, tiene una guía gratuita para el Viaje del Señor de los Anillos.

**Desbloquea Tu
Próxima Aventura
De Fantasía**

Obtenga su guía de viaje de **El Señor de los Anillos GRATIS** y descubra lugares secretos, joyas ocultas y lugares mágicos en Nueva Zelanda, además de unirse a mi **boletín de viajes de fantasía** para obtener ideas de viaje exclusivas e inspiración.

Imagen 3. Guía de viaje de la agencia
Fuente: Agencia Flights and Fables



AGENCIA 2 - Odysway

<https://odysway.com/>

Agencia de viajes especializada en ofrecer experiencias de viajes inmersivos y responsables.

 **Perfil de Cliente:** Para solteros, parejas y familias que buscan experiencias inmersivas. Personas con curiosidad, dispuestas a pagar por autenticidad y experiencias únicas, no solo relax, sino conexión emocional e interesados en destinos poco convencionales.



Imagen 4. Inicio de la Agencia.

Fuente: Agencia Odysway



Productos y servicios:

Viajes tematizados, inmersivos: cultura indígenas con talleres, rutas astrológicas, también tienen paquetes.

Cada estancia está diseñada en relación directa con quienes viven en el lugar: guías, familias, artesanos, criadores, mujeres comprometidas en su territorio. Son ellos los que dan vida a las experiencias que proponemos.

Nuestro papel es claro: crear las condiciones para un encuentro real. Un encuentro sencillo, equilibrado, sin puesta en escena. Nos aseguramos de la calidad de cada detalle: itinerarios, alojamiento, ritmo, acogida... todo está ajustado para todos encuentren su lugar, respetando a las personas y los lugares.

No buscamos impresionar, sino ser justos. Solo en la forma de viajar, en la relación con nuestros socios y con nuestros viajeros. Lo que defendemos es un turismo sincero, atento y responsable. No es perfecto, pero es coherente. Que busca hacerlo mejor. No espectacular, sino profundo. Y es en esta dirección que avanzamos, día tras día.

Imagen 5. Productos y servicios de la Agencia.

Fuente: Agencia Odysway



Usabilidad: Página web con experiencia del usuario clara: Reservas online, pagos seguros, pre visualización interactiva del viaje. Accesible en un idioma, Francés.

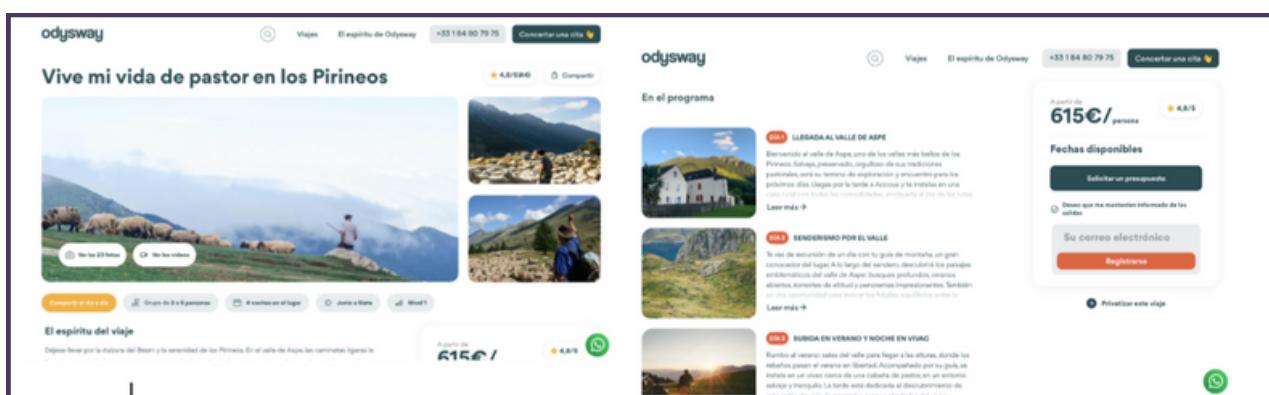


Imagen 6. Reservas online del viaje.

Fuente: Agencia Odysway



€ Política de precios, descuentos y promociones: Transparente: desglose de lo que está incluido/no. Precios escalonados según nivel de inmersión (básico / medio / premium).
No encontré promociones.

The screenshot shows a section titled "Detalle del precio" (Price Detail) with two columns: "El precio incluye" (What is included) and "El precio no incluye" (What is not included). The "Included" column lists various services such as assistance 24/7, equipment, accommodation, meals, and transportation. The "Not included" column lists activities like cancellation fees and transport to the station. To the right, there are several small thumbnail images of landscapes and activities offered by the agency.

Imagen 7. Política de precios de la Agencia.

Fuente: Agencia Odysway

IA Responsable con IA y protección de datos personales: No hay responsable de IA. No pone protección de datos personales.

Avión Acceso a agencias de viajes: No tiene acceso a agencias.

Mano Colaboradores: Socios locales ejemplo: guías, artesanos, comunidades culturales.

Cada estancia está diseñada en relación directa con quienes viven en el lugar: guías, familias, artesanos, criadores, mujeres comprometidas en su territorio. Son ellos los que dan vida a las experiencias que proponemos.

Nuestro papel es claro: crear las condiciones para un encuentro real. Un encuentro sencillo, equilibrado, sin puesta en escena. Nos aseguramos de la calidad de cada detalle: itinerarios, alojamiento, ritmo, acogida... todo está ajustado para que todos encuentren su lugar, respetando a las personas y los lugares.

No buscamos impresionar, sino ser justos. Solo en la forma de viajar, en la relación con nuestros socios y con nuestros viajeros.

Lo que defendemos es un turismo sincero, atento y responsable. No es perfecto, pero es coherente. Que busca hacerlo mejor. No espectacular, sino profundo. Y es en esta dirección que avanzamos, día tras día.

Imagen 8. Colaboradores de la Agencia.

Fuente: Agencia Odysway

ODS Certificados, ODS Relevantes, enlaces referenciados:

No tiene certificaciones.

- ODS 4 Educación de calidad
- ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12 Producción y consumo responsables
- ODS 13 Acción por el clima

Enlaces de referencia ODS:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/>



Chat: No tiene chat, tiene una pestaña para poder hablar directamente a través de WhatsApp.

Apartados (fidelización, talento, blog):

Tienen un Blog, sobre destinos, consejos, etc.

Puntos de fidelización no tiene.



Imagen 9. Chat de la Agencia.

Fuente: Agencia Odysway

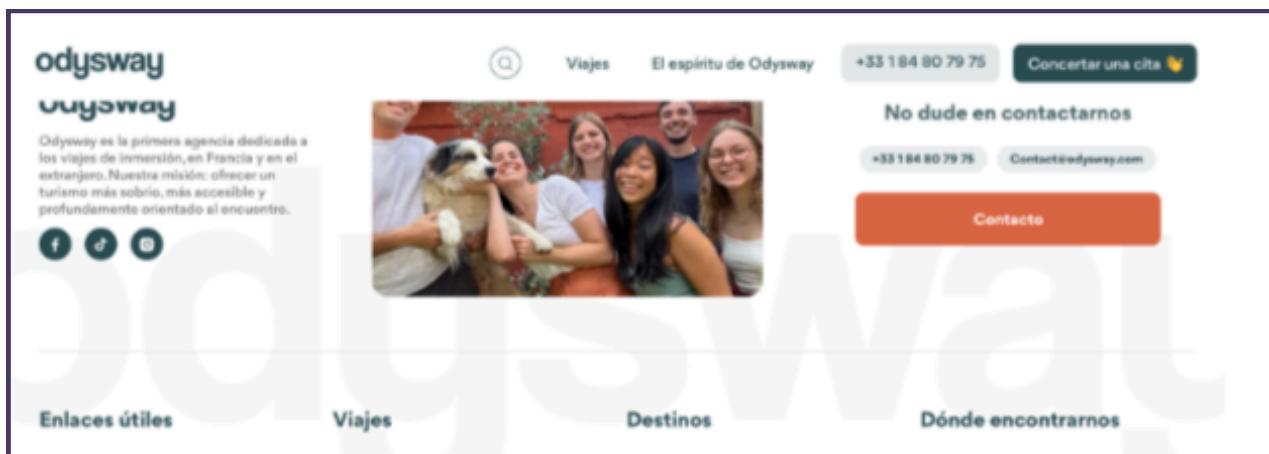


Imagen 10. Blog de la Agencia.

Fuente: Agencia Odysway

Aspecto visual: Misterio, historia, naturaleza, cielo estrellado, pueblos antiguos.

Comunicación: Blogs, imágenes muy elaboradas, tienen tiktok, instagram.

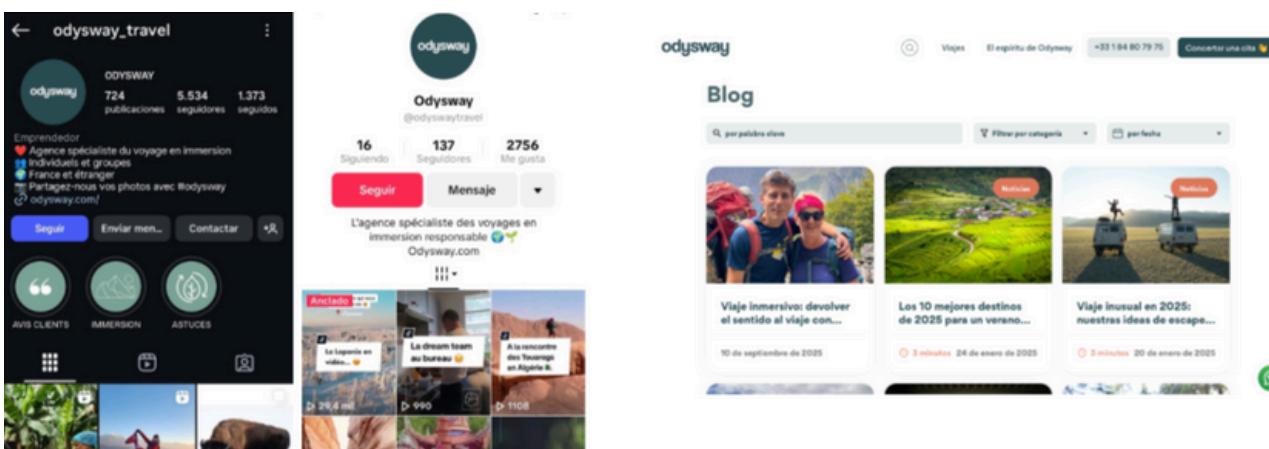


Imagen 11. Comunicación de la Agencia.

Fuente: Agencia Odysway



Normativa post-venta: No hay información de esta.



Recomendaciones: Añadiría más idiomas en la página web.



Fundaciones, salud 0: Viajes sin productos contaminantes, cero plástico, alimentos locales saludables.



Catálogo: No tiene ningún catálogo.

AGENCIA 3 – First Person Travel

<https://www.firstperson.travel/>

Agencia de viajes inmersivos donde vives historias desde dentro en primera persona.



Perfil de Cliente: Personas con ganas de viajar siendo parte de una historia dispuesta a pagar más por un servicio inmersivo completo. Con unos ingresos medio-altos y con interés en el misterio, en la aventura y en las experiencias innovadoras.



Productos y servicios:

- Viajes todo incluido con historias inmersivas, actores, tecnología, acertijos...
- Experiencias pre-diseñadas con diferentes temáticas: misterio, crimen, fantasía...
- Servicio personalizado: Diseñar experiencias a medida para grupos o familias.



Usabilidad: Página visualmente atractiva y fácil de entender, imágenes que facilitan entender el texto. Forma de facilitar el correo para que te lleguen noticias y actualizaciones. Faltaría añadir traducción de la web a más idiomas para llegar a más público que no hablen inglés.

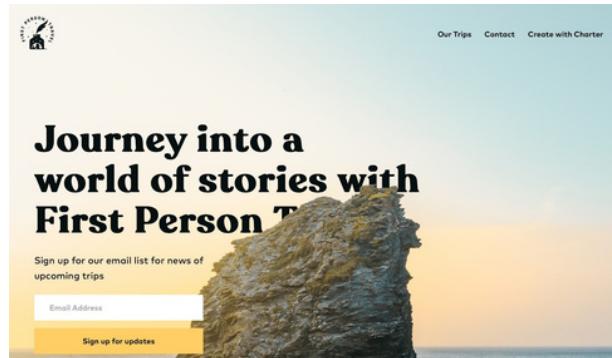


Imagen 11. Inicio de la Agencia.

Fuente: Agencia First Person Travel

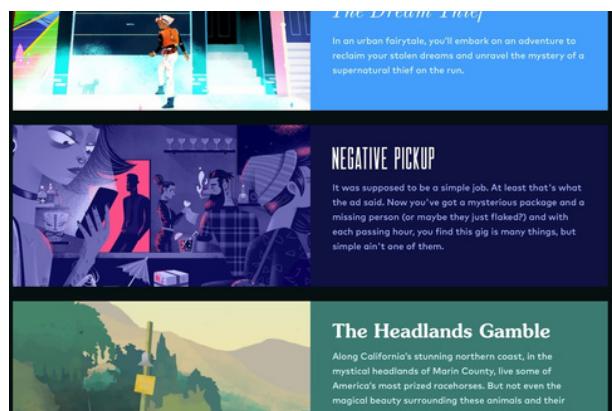


Imagen 12. Servicios de la Agencia.

Fuente: Agencia First Person Travel



€ Política de precios, descuentos y promociones: No hay precios en la web, para poder verlos tienes que añadir tu correo donde te mandan la información, por lo tanto el precio no se basa en competencias, sino en la exclusividad y los servicios que ofrecen.

IA Responsable con IA y protección de datos personales: No hay información sobre el uso de IA pero sí sobre una tecnología llamada "Charter" en la que no se especifica qué hacen con los datos personales.

Avión Acceso a agencias de viajes:

No parece que la agencia colabore mediante distribuidores, parece un servicio directo al cliente particular.

Colaboradores: Alojamientos, restauración, transportes, actores, proveedores de tecnología, personal para experiencias concretas, departamento creativo (para la creación de las historias, la escenografía, los guiones...).

The screenshot shows the Charter software interface. At the top, there's a navigation bar with tabs like 'Using Charter', 'Concepts' (which is currently selected), 'Tutorials', 'Reference', and 'Updates'. Below the navigation is a sidebar with links to 'Concepts Overview', 'Creating projects', 'Global elements', 'Scenes', 'Behaviors in detail', 'Pages in detail', 'Text insertions', 'Scheduling runs', 'Operating runs', 'User directory', 'Tutorials', 'Reference', and 'Developers'. The main content area is titled 'Overview' and has a 'Welcome!' message. It describes Charter as a tool for creating, operating, and scaling immersive experiences. It mentions 'Headlands Gombe', a groundbreaking weekend adventure. The text also highlights features like reducing staffing, designing prototypes, scaling operations, and handling variations. At the bottom, there's a note about starting with a broad overview of the Charter interface.

Imagen 13. Tecnología Charter de la Agencia.

Fuente: Agencia First Person Travel

ODS Certificados, ODS Relevantes, enlaces referenciados:

No hay certificados visibles en la web, pero ODS más relevantes que podrían aplicarse son:

- ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico): si contratan personas locales como actores, guías, equipo técnico.
- ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles): si las experiencias promueven el respeto local y cultural.
- ODS 12 (Producción y consumo responsables): Intentar producir los menores residuos generados por la producción inmersiva, comida local y uso de materiales escenográficos sostenibles.

Enlaces de referencia ODS:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/>

Chat: No hay chat para atención rápida, solo está el formulario de contacto y suscripción.

Apartados (fidelización, talento, blog): No se menciona ningún programa de fidelización. No hay una sección sobre su equipo. No hay blog.



👁️ Aspecto visual: Tiene una estética identificativa que ayuda y acompaña a los tipos de viajes que ofrecen. Un diseño de marca limpio, moderno y de alta calidad.

📢 Comunicación: Uso de metáforas narrativas que ayudan a vender no solo destinos, también emociones. Citas que acompañan la credibilidad.

🛒 Normativa post-venta: No hay información visible sobre cancelaciones, reembolsos, seguro de viaje...

👉 Recomendaciones:

- Añadir información importante como las políticas de privacidad o la normativa post-venta.
- Facilitar la comunicación o la información sin necesidad de suscribirse dejando tus datos.
- Crear un programa de fidelización para aumentar la cantidad de clientes recurrentes y crear una mejor comunidad.

❤️ Fundaciones, salud 0: No hay información sobre colaboraciones con fundaciones o con algún tipo de proyecto.

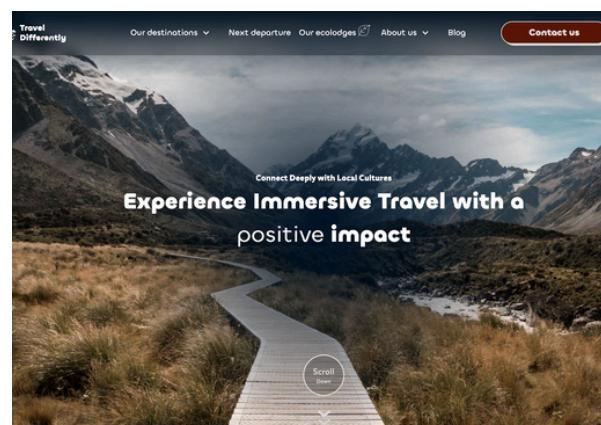
📘 Catálogo: No tiene ningún catálogo.

AGENCIA 4 - Travel Differently

<https://www.traveldifferently.org>

Agencia de viajes inmersivos en grupos pequeños.

👤 Perfil de Cliente: Viajeros que buscan experiencias inmersivas, responsables y alejadas del turismo masivo; grupos pequeños (hasta 12 pax) y privados.



📦 Productos y servicios:

- Tours comunitarios.
- Viajes temáticos (naturaleza, cultura, música, espiritualidad).
- Ecolodges.
- Experiencias con guías locales.

Imagen 14. Inicio de la Agencia.
Fuente: Agencia Travel Differently



✓ **Usabilidad:** La web es clara, incluye itinerarios, destinos, blog y contacto.

€ **Política de precios, descuentos y promociones:**

Precios desde 3.200\$ aproximadamente, no aparecen descuentos visibles. Se valora lo sostenible.

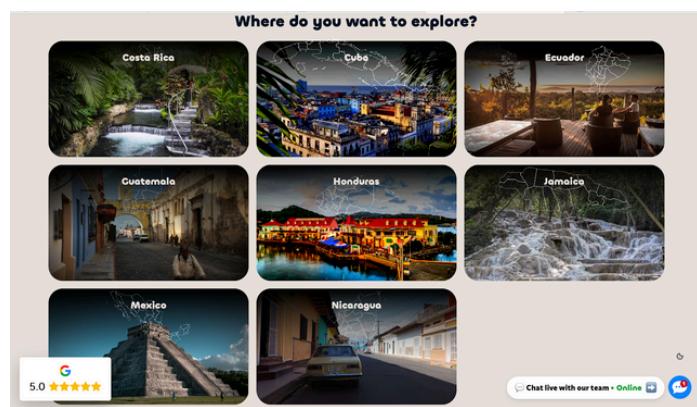


Imagen 15. Productos de la Agencia.
Fuente: Agencia Travel Differently

IA **Responsable con IA y protección de datos personales:** No se menciona.

✈ **Acceso a agencias de viajes:** Trabajan online.

🤝 **Colaboradores:** Guías locales, ecolodges, Hotel con Corazón (Nicaragua), ONGs y socios comunitarios.

ODS **Certificados, ODS Relevantes, enlaces referenciados:**

- ODS 8 (trabajo decente)
- ODS 2 (consumo responsable)
- ODS 13 (acción climática); trabajan con fundaciones locales.

Enlaces de referencia ODS:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/>

💬 **Chat:** Si que tiene un chat para comunicarte con ellos en vivo.

📝 **Apartados (fidelización, talento, blog):** Cuentan con un blog de experiencias y opiniones de clientes. No se mencionan recompensas por fidelización o similares ni tampoco nada relacionado con talento.

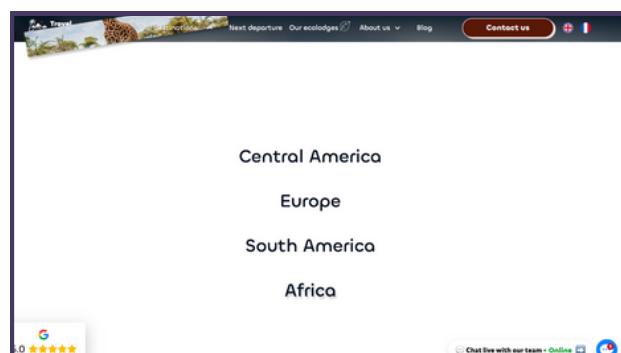


Imagen 16. Chat de la Agencia.
Fuente: Agencia Travel Differently

👁 **Aspecto visual:** Minimalista, dinámico, con fotos grandes y colores claros, de diseño original e intuitivo.



- **Comunicación:** Se centra en la inmersión cultural, sostenibilidad y comunidad, lo hace desde un tono cercano pero responsable. Sólo está en francés e inglés.
- **Normativa post-venta:** Mencionan flexibilidad y atención personalizada antes y durante el viaje. Las condiciones legales no están visibles.
- **Recomendaciones:** Los clientes la recomiendan por la organización, la cercanía y el compromiso tanto social como medioambiental.
- **Fundaciones, salud 0:** No se menciona proyectos específicos de salud pero, si mencionan colaboraciones con proyectos comunitarios y un hotel solidario.
- **Catálogo:** No tiene ningún catálogo.

AGENCIA 5 – Nautalia

<https://www.nautaliaviajes.com/>

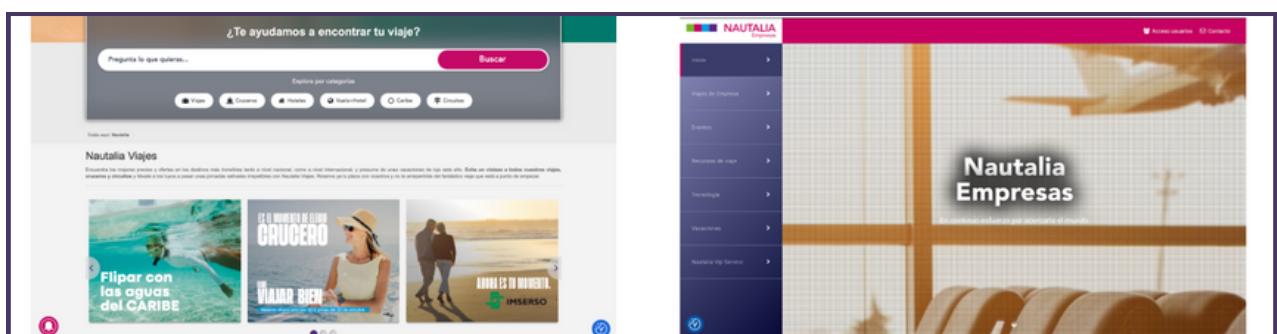


Imagen 17. Inicio de la Agencia.

Fuente: Agencia Nautalia

- **Perfil de Cliente:** La agencia de viajes, son sus clientes de turismo tradicional y negocios.
- **Productos y servicios:** Paquetes turísticos, cruceros, viajes a medida, viajes de empresa, eventos.



Imagen 18. Productos de la Agencia.

Fuente: Agencia Nautalia



✓ Usabilidad: En la web general ofrecen explorar por categorías, ver ofertas, catálogos digitales, reserva online.

€ Política de precios, descuentos y promociones:

Promociones de “chollos” y precios especiales aparecen con frecuencia.

IA Responsable con IA y protección de datos personales: No se menciona.

Avión Acceso a agencias de viajes:

Nautalia tiene un programa de franquicias y agencias asociadas.

Colaboradores: No se mencionan.

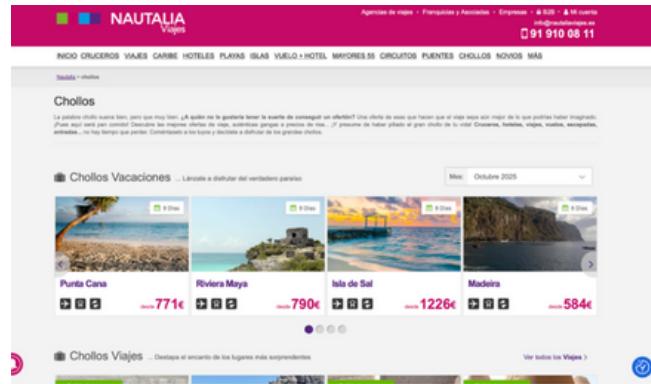


Imagen 19. Promociones de la Agencia.

Fuente: Agencia Nautalia

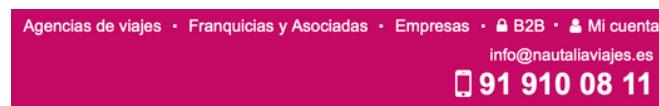


Imagen 20. Franquicias de la Agencia.

Fuente: Agencia Nautalia

ODS Certificados, ODS Relevantes, enlaces referenciados:

- Certificaciones: ISO 9001 GESTIÓN DE CALIDAD, ISO 14001 GESTIÓN AMBIENTAL, ISO 50001 EFICIENCIA ENERGETICA.
- ODS 3: Salud y bienestar: Hoteles con spa, ambientes saludables, restauración sana.
- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico: Crecimiento sea inclusivo, estable y no precario en los destinos.
- ODS 10: Reducción de las desigualdades: accesibilidad para personas con movilidad reducida.
- ODS 17: Alianza para lograr los objetivos: Trabaja con hoteles que pueden llevar a cabo los objetivos.

Enlaces de referencia ODS:

<https://www.preferente.com/rss1/travel-live-nautalia-objeto-de-deseo-de-w2m-y-avoris-342281.html>

Chat: No cuenta con chat, pero si con servicio telefónico.

Apartados (fidelización, talento, blog): Fidelización para clientes de Nautalia donde mencionan promociones y sorteos exclusivos, dispone un Blog relacionados con viajes.



The screenshot shows a section titled 'Promociones' (Promotions) with three main boxes: 'Papeleta ganadora sorteo de estudiantes' (Winner ticket student lottery) offering a trip to the Caribbean for two people; 'SORTEO NOVIOS celebra' (Wedding lottery) for a trip to the Caribbean before November; and '¿Un selfie en el Caribe? Con este sorteo, sí.' (A selfie in the Caribbean? With this lottery, yes.) which allows users to enter a photo contest. Below these is a video thumbnail for 'El rincón de las ventajas' (The corner of advantages).

Imagen 21. Promociones y blog de la Agencia.
Fuente: Agencia Nautalia

The screenshot shows the 'Blog - Nautalia' section. It features a large image of a sunset over water, followed by a text block about the best time to travel to the Canary Islands. Below this are sections for 'Destinos recomendados' (Recommended destinations) featuring Morocco and Mauritius, and 'Ofertas Comerciales' (Commercial offers) for travel documents.

Aspecto visual: Diseño de la página web moderno, imágenes llamativas, catálogos visuales.

Comunicación: Slogans, lenguaje comercial.

Normativa post-venta: Nautalia cuenta con seguro de cancelación.

Recomendaciones: Amplia oferta de servicios, exclusivo y personalizado.

Fundaciones, salud 0: Tienen un blog que se llama Nautalia Solidaria.

Catálogo: Catálogos y folletos. Ejemplo: catálogo de destinos (Europa, Mediterraneo, etc), catálogos temáticos, catálogos de socios y afiliados.

The screenshot shows the 'NAUTALIA SEGUROS' page with a pink header 'La tranquilidad de viajar con Nautalia Seguros'. It features a main heading 'Cuida de tus vacaciones tanto como ellas te cuidan a ti' and four icons representing medical expenses, flight cancellation, accident coverage, and payment protection.

Imagen 22. Seguro cancelación de la Agencia.
Fuente: Agencia Nautalia

The screenshot shows the 'Nautalia Solidaria' campaign page. It features a large image of many hands in various colors, followed by a text block about the campaign's goal to help children in need. Below this are sections for 'Nautalia Solidaria - Nautalia' and 'Nautalia Solidaria - El Sueño de Malén'.

Imagen 23. Solidaridad de la Agencia.
Fuente: Agencia Nautalia

The screenshot shows the 'CATÁLOGOS Y FOLLETOS' section of the website. It displays four travel brochures: 'Clubes Viajeros BIEN', 'Clubes Viajeros BIEN', 'Clubes Viajeros BIEN', and 'Cruceros fluviales'.

Imagen 24. Catálogo de la Agencia.
Fuente: Agencia Nautalia



- **DIFERENCIAS**

Las agencias analizadas muestran **enfoques muy diferentes** dentro del sector turístico. Algunas, como Flights & Fables y First Person Travel, se dirigen a un público muy específico que busca experiencias temáticas e inmersivas, mientras que Odysway y Travel Differently apuestan por viajeros interesados en la sostenibilidad y en lo cultural. Por otro lado, Nautalia representa un modelo de turismo más tradicional, orientado a un público amplio y a viajes convencionales.

También existen diferencias claras en los productos, la comunicación y los precios. Las agencias que ofrecen experiencias destacan por propuestas originales y una comunicación completa y detallada, aunque con webs más limitadas, mientras que Nautalia destaca por su amplio catálogo, su estructura y su estrategia basada en ofertas y promociones. Este análisis ha servido para identificar qué prácticas encajan con nuestra visión de la agencia y cuáles no, ayudándonos a definir una propuesta de valor más adaptada a lo que estamos buscando.

- **SEMEJANZAS**

Varias de las agencias analizadas, como Flights & Fables, Odysway, First Person Travel y Travel Differently, apuestan por experiencias inmersivas y personalizadas, dejando atrás el modelo de turismo tradicional y centrándose en vivencias únicas para el viajero.

Ninguna de estas agencias incluidas Odysway, Travel Differently, Flights & Fables y Nautalia incorpora actualmente herramientas de inteligencia artificial en la estructura de su agencia, lo que se convierte en una oportunidad de innovación dentro del sector.

5. MISIÓN

Diseñar y ofrecer viajes temáticos inmersivos que rompan la monotonía del día a día, incluyendo naturaleza, fantasía, misterio, historia y astronomía. Crear experiencias únicas que den vida a las personas de manera responsable y sostenible.



6. ¿CÓMO LO HACEMOS DIFERENTE?

Lo hacemos diferente porque no vemos el viaje solo como un desplazamiento de un punto a otro, sino como una **experiencia que se vive** y se recuerda. Nuestros viajes no se limitan a seguir un itinerario cerrado, sino que están pensados para que la persona se sienta **parte de la historia**, conecte con el lugar y se lleve algo más que un simple destino.

La **personalización** es otro de nuestros pilares. No se trata solo de adaptar un viaje, sino de **entender por qué** esa persona quiere viajar. Muchas veces el objetivo no es el destino, sino sorprender, desconectar o vivir un momento importante. Por eso queremos ser la primera opción cuando alguien piensa en regalar una **experiencia diferente** y con significado.

También nos diferenciamos por apostar por **viajes originales**, alejados del turismo masificado que existe actualmente y de las rutas más tradicionales. Trabajamos con grupos reducidos y buscamos un contacto real con el entorno y la cultura local, cuidando el impacto que generamos y alineándonos con una forma de viajar más responsable y sostenible.

Por lo tanto, nuestra diferencia está en ofrecer viajes con **identidad propia**, pensados con **detalle** y con un enfoque **emocional**. Queremos que, cuando alguien piense en un viaje especial o fuera de lo común, piense directamente en **nosotros**.

7. VISIÓN

Buscamos ser la agencia **referente en viajes inmersivos** en el mercado, reconocida por innovar. Queremos demostrar que viajar es una experiencia transformadora.

Buscamos ser un referente en el sector, que al pensar en viajes originales o en salir del típico itinerario tradicional, piensen en nosotros. Por ejemplo, que una persona necesite hacer un regalo a alguien especial, y que al pensar en regalar un viaje piense automáticamente en nosotros como primera opción, tanto por las opiniones de nuestros clientes como por el concepto del tipo de viaje que ofrecemos en nuestra agencia.



8. IMPACTO SOCIAL

Buscamos generar un **impacto positivo** tanto en las **personas** que viajan como en los **destinos** que hemos elegido. Creemos que viajar puede cambiar la forma en la que una persona ve el mundo, ayudándola a salir de su rutina, abrir la mente y conectar con realidades distintas a la suya. A través de experiencias temáticas e inmersivas, queremos fomentar la curiosidad, la empatía y el respeto por otras culturas.

Al mismo tiempo, aspiramos a tener un **impacto responsable** en la sociedad y en el entorno. Buscamos conseguir una manera de viajar más **consciente**, trabajando con comunidades locales, reduciendo el turismo masivo y promoviendo un consumo más sostenible. Nuestro objetivo es demostrar que es posible disfrutar de viajes originales sin olvidar el cuidado de nuestro alrededor, contribuyendo así a un modelo turístico más humano, respetuoso y alineado con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible**.

9. VALORES

- **Creatividad e innovación:** Diseñamos viajes únicos que combinan tradición y tendencias. Por ejemplo en la experiencia de naturaleza, se conseguiría a partir de la fusión de actividades más tradicionales como conocer la gastronomía del destino y otras más instagramables como el avistamiento de animales exóticos del lugar.
- **Inmersión y autenticidad:** Buscamos experiencias que permitan vivir, sentir y aprender de cada destino. Como por ejemplo en la experiencia de historia incluyendo talleres relacionados con la vida y tradiciones del destino que hagan participar al viajero de una forma más real y dinámica.
- **Sostenibilidad:** Compromiso con los ODS. Contratando a guías locales en cada uno de los destinos para cada historia.
- **Diversidad e inclusión:** Creamos experiencias que encajen con distintos públicos. Podemos atraer a cualquier tipo de público ya que ofrecemos mucha diversidad en las historias y temáticas. El cliente que no esté interesado en misterio quizá sí esté interesado en astronomía.

7. BENEFICIOS EMOCIONALES

El principal beneficio es lo que el viaje hace sentir. El viajero se siente protagonista, no un simple espectador, y vive experiencias que generan sorpresa, conexión y recuerdo. Viajar con nosotros supone salir de la rutina, vivir algo único y sentir que el tiempo invertido tiene un sentido.



10. BENEFICIOS FUNCIONALES

Nuestros viajes ofrecen una organización cuidada de principio a fin, con itinerarios temáticos claros, grupos reducidos y experiencias diseñadas para aprovechar el destino de una forma diferente. El cliente accede a propuestas originales que no se encuentran en agencias tradicionales, con acompañamiento, planificación y atención personalizada. Además, se garantiza un modelo de viaje más responsable, trabajando con proveedores locales y priorizando la sostenibilidad sin renunciar a la calidad ni a la comodidad.

11. POSICIONAMIENTO EN LA MENTE DEL CLIENTE

Queremos posicionarnos en la mente del cliente como la agencia de referencia cuando busca un viaje diferente y lejos de lo convencional. No queremos que nos asocien únicamente a un destino, sino a una forma de viajar basada en la experiencia, la inmersión y la emoción.

En la mente del cliente, nuestra agencia debe representar la opción ideal cuando lo que se busca es vivir una experiencia que marque un antes y un después. Buscamos que se nos perciba como una marca creativa, innovadora y confiable, capaz de convertir un viaje en un recuerdo memorable, sin olvidar el respeto por las personas, las culturas y el entorno.

La **propuesta de valor** de Once Upon a Trip define con claridad qué nos diferencia y por qué existimos en un mercado turístico cada vez más similar. Elegir las experiencias de viajes temáticos e inmersivos permite ofrecer algo más que desplazamientos, respondiendo a la actual demanda de las personas que buscan algo más profundo y auténtico.

La propuesta de valor es la base sobre la que se construyen todas las decisiones estratégicas, garantizando coherencia, diferenciación y una experiencia realmente inolvidable.