



PLAN DE NEGOCIO DE AGENCIA DE TOURS EN CANCÚN “KA'AN EXPEDITIONS”

ASIGNATURA: CREACIÓN DE EMPRESAS

DOCENTE: L.A.E VICENTE DIAZ MUÑOZ

INTEGRANTES

ALEJANDRO TORAL CHUC
MARKUS GERARDO LÓPEZ MENDOZA
MERLY JANTEH HERNANDEZ BALAM
ABRIL BELEN YAM GARCIA
ALAN DEL JESUS PACHECO CHEVEZ
FABIAN RUBIO DE LOERA

LICENCIATURA FINANZAS Y CONTADURÍA PÚBLICA

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OCTAVO CUATRIMESTRE



Contenido

INTRODUCCIÓN	3
Necesidad u oportunidad real	4
Ideas nuevas o mejoras	5
Justificación para iniciar la empresa	6
ANÁLISIS DEL MERCADO	7
Análisis del entorno	7
Análisis PESTEL	8
Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)	10
Segmentación y mercado objetivo	11
Estimación de la demanda	12
Competencia	13
Análisis de proveedores	13
TAMAÑO DE LA EMPRESA	14
LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	15
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	16
Organigrama	16
Funciones	16
Sistema de retribuciones	17



INTRODUCCIÓN

Cancún se ha posicionado como uno de los destinos turísticos más destacados a nivel mundial, gracias a sus inigualables playas de arena blanca, su riqueza cultural y arqueológica y la amplia variedad de actividades recreativas que ofrece. Esta diversidad de atractivos, aunada a un flujo constante de visitantes nacionales e internacionales, genera un entorno propicio para emprender proyectos relacionados con el sector turístico.

En este contexto, el presente proyecto plantea la creación de una agencia de tours especializada en brindar experiencias auténticas y personalizadas. A través de la colaboración con proveedores locales de confianza y el uso estratégico de herramientas de marketing digital, se busca aprovechar los recursos naturales y culturales de la región para ofrecer recorridos que vayan más allá del turismo tradicional, promoviendo así un mayor acercamiento a la cultura maya, la gastronomía regional y las prácticas sustentables. De esta manera, se pretende contribuir a la diversificación de la oferta turística en Cancún y al mismo tiempo fortalecer el desarrollo económico y social de la zona.



IDEA DEL NEGOCIO

La idea de negocio surge ante la necesidad de ofrecer a los visitantes de Cancún (tanto nacionales como extranjeros) tours temáticos y experiencias diferenciadas que combinen turismo, cultura y ecoturismo.

Necesidad u oportunidad real

CANAL DE COMPRA



8. ¿Dónde compró su viaje?

CARIBE MEXICANO

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCION TURISTICA

El turismo en Cancún no se limita únicamente a la playa y la fiesta; existe un nicho de mercado creciente que busca actividades que incluyan aventura, conocimiento de la cultura maya, gastronomía local y prácticas sustentables.



Ideas nuevas o mejoras

La agencia no solo venderá tours tradicionales (visitas a parques temáticos o zonas arqueológicas), sino que diseñará rutas personalizadas y experiencias únicas (por ejemplo, talleres de cocina regional, excursiones de snorkel en áreas menos concurridas, visitas a comunidades mayas).

MOTIVOS DE VIAJE

	Q1 2024
Sol y playa	71.3
Cultura	16.3
Naturaleza	13.4
Visitar familiares y amigos	13.3
Aventura	13.1
Fiesta y vida nocturna	11.6
Romance	11.5
Gastronomía	5.7
Razones profesionales	2.6
Bienestar o wellness	2.2
Boda	2.0
Eventos Dcm	1.5
Rural	1.2
Salud o médico	0.8
Nómada digital	0.5

Multivariable: todos los porcentajes son sobre el 100% de los encuestados

Casos: 5,990
Muestra: 3,589
Multiplicidad: 1.69

6. De los siguientes MOTIVOS de viaje, ANOTE LA LETRA que corresponde al que MEJOR DESCRIBE su VIAJE ACTUAL.
Si tuvo OTROS MOTIVOS anote las letras (segundo y tercer motivos)

Casos: 5,996

CARIBE MEXICANO

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

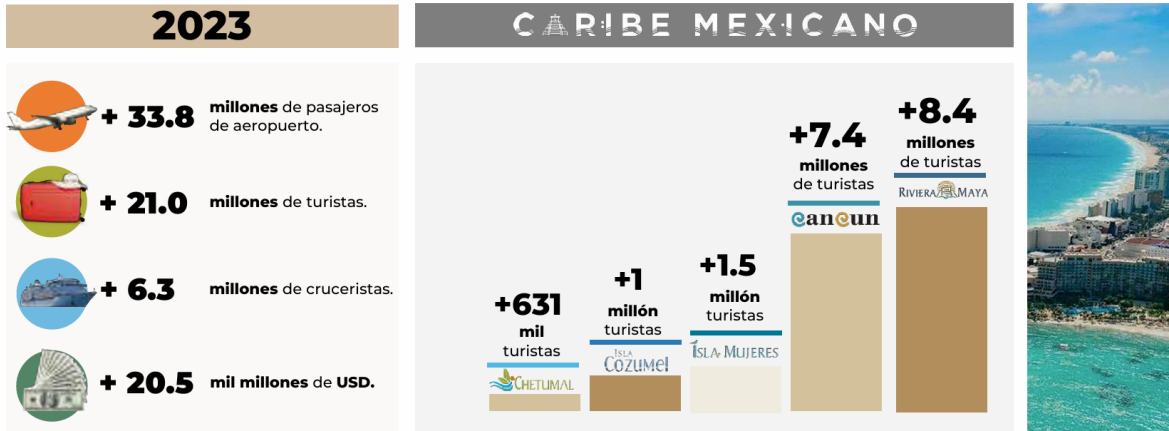


Justificación para iniciar la empresa

CIERRE 2023
QUINTANA ROO



SECRETARÍA
DE TURISMO



TOURS

	Q1 2023	Q1 2024
Zonas arqueológicas	22.5	20.5
Cenotes y cavernas	15.7	14.3
Actividades acuáticas	11.2	9.4
Parques recreativos	26.1	21.9
Ciudades cercanas	38.8	35.1
Naturaleza	4.1	4.3
Entretenimiento	4.6	2.6
Deportes	0.7	1.1

Multivariable:
Cada porcentaje está
expresado sobre el total de
turistas en el destino

Casos: 2,863
Muestra: 3,589
Multiplicidad: 0.80

CARIBE MEXICANO

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCION TURISTICA

- Alta afluencia de visitantes en Cancún todo el año.
- Tendencia creciente de turismo vivencial y sustentable.
- Demanda de tours que proporcionen experiencias “fuera de lo convencional”.



ANÁLISIS DEL MERCADO

Análisis del entorno

AFLUENCIA DE TURISTAS

SECRETARÍA DE TURISMO

Destino	Enero-Marzo	
	2023	2024
Cancún	1,990,721	2,057,462
Puerto Morelos	230,232	237,193
Cozumel	251,641	256,646
Costa Mujeres	312,218	319,543
Isla Mujeres	76,856	82,370
Chetumal	116,641	125,495
Riviera Maya	2,032,524	2,104,744
Playa del Carmen	395,831	403,763
Tulum	379,845	392,264
Corredor Riviera Maya	1,256,848	1,308,717
Holbox	115,292	118,607
Bacalar	61,983	66,184
Mahahual	35,025	37,131
Maya Ka'an	18,687	19,313
Caribe Mexicano	5,241,820	5,424,688

2024 vs 2023

Diferencia (Caribe Mexicano) ↑ 3.5%

FUENTE: Estimaciones de la Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo con datos de diversas fuentes.

NOTA: Se consideran turistas en oferta hotelera y en otros tipos de hospedaje. 2024 son datos preliminares.

Entorno económico: Cancún se beneficia de una economía que depende fuertemente del turismo y servicios complementarios. A pesar de fluctuaciones económicas globales, el sector turístico ha mostrado resiliencia.

Entorno social: Los turistas valoran la calidad, la seguridad y la autenticidad de las experiencias. Existe una creciente preocupación por la sustentabilidad y el impacto positivo en las comunidades locales.

Entorno tecnológico: El uso de redes sociales, aplicaciones de reservas en línea y plataformas de pago digitales son fundamentales para atraer y retener clientes.

Entorno legal: Requisitos legales y fiscales para la creación de una empresa en el sector turístico, normativas de la Secretaría de Turismo (SECTUR) y consideraciones ambientales.



Análisis PESTEL

Político

Políticas de fomento turístico: El gobierno de México, a través de SECTUR (Secretaría de Turismo), impulsa campañas de promoción internacional (como "Visit México"), lo que beneficia directamente a empresas del sector.

Estabilidad gubernamental: México enfrenta retos en seguridad y corrupción, pero Cancún y la Riviera Maya suelen mantener estabilidad y alta relevancia turística, lo que reduce, en cierta medida, los riesgos políticos directos.

Apoyo estatal y municipal: Existen programas de capacitación y financiamiento para PYMES turísticas, así como regulaciones para la preservación de sitios arqueológicos y zonas naturales.

Económico

Dependencia económica del turismo: Cancún y la Riviera Maya basan gran parte de su economía en el turismo; esto puede ser positivo porque genera demanda constante, aunque también implica vulnerabilidad ante crisis internacionales que afecten el flujo de viajeros.

Tipo de cambio: La fluctuación del peso frente al dólar o el euro puede impactar en la llegada de turistas y en los costos de operación. Un tipo de cambio favorable suele atraer más turismo internacional.

Poder adquisitivo: El perfil de turistas que visitan Cancún varía (desde viajeros de alto poder adquisitivo hasta mochileros); ofrecer paquetes diversificados permitirá adaptarse a distintos segmentos.

Social

Cambios en las preferencias de viaje: Crece la tendencia hacia experiencias auténticas, convivencias culturales y turismo sustentable, lo que representa una oportunidad para diseñar tours diferenciados (comunidades mayas, gastronomía local, etc.).

Demografía del turista: Cancún recibe turistas estadounidenses, canadienses, europeos, latinoamericanos y, cada vez más, nacionales que buscan no solo sol y playa, sino también aventura y contacto con la naturaleza.



Impacto de las redes sociales: La difusión de experiencias en plataformas como Instagram, TikTok y YouTube puede influir fuertemente en la reputación y difusión de la agencia.

Tecnológico

Digitalización de reservas: Plataformas y aplicaciones en línea (Booking, Expedia, TripAdvisor, Airbnb Experiences) facilitan la reserva de tours y compiten con las agencias tradicionales. Integrar estas tecnologías será clave para no quedarse rezagado.

Herramientas de marketing digital: SEO, SEM, email marketing, chatbots y redes sociales son esenciales para captar clientes y mejorar la atención.

Innovación en servicios turísticos: Nuevas experiencias de realidad virtual, aplicaciones de audioguías y sistemas de geolocalización pueden complementar la oferta de tours.

Ecológico

Sensibilidad medioambiental: Cancún y la Riviera Maya son zonas con ecosistemas frágiles (arrecifes, manglares, cenotes). Existe una creciente preocupación por la protección de estas áreas, lo que impulsa el turismo responsable.

Regulaciones ambientales: Se incrementan las restricciones y sanciones para actividades que dañen el ecosistema (por ejemplo, uso de bloqueadores solares no biodegradables en áreas protegidas).

Cambio climático: Los fenómenos meteorológicos extremos (huracanes, tormentas) pueden afectar la operación de la empresa y provocar cancelaciones en temporada alta.

Legal

Regulaciones turísticas: Permisos de la Secretaría de Turismo (SECTUR), normas de protección al turista, licencias de operación, guías certificados, etc.

Impuestos y fiscalidad: Pago de impuestos locales y federales, derechos de uso de suelo, trámites municipales.

Protección al consumidor: Leyes que garantizan la seguridad de los turistas y establecen responsabilidades de las agencias (reembolsos, seguros, atención a quejas).



Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

Fortalezas

- Equipo de guías certificados y con profundo conocimiento de la cultura maya.
- Enfoque en experiencias diferenciadas (talleres de cocina, visitas a comunidades locales, ecoturismo).
- Uso de estrategias digitales (página web, redes sociales, plataformas de reserva en línea).
- Estructura organizacional ágil que permite tomar decisiones rápidas y ajustar la oferta de tours.

Oportunidades

- Mercado creciente de turismo sustentable y vivencial (tanto nacional como internacional).
- Alianzas con hoteles boutique, hostales, plataformas de reservas y aerolíneas para captar más clientes.
- Programas de fomento turístico y financiamiento para PYMES turísticas ofrecidos por SECTUR y entidades locales.
- Posicionamiento de Cancún a nivel mundial como destino atractivo durante todo el año.

Debilidades

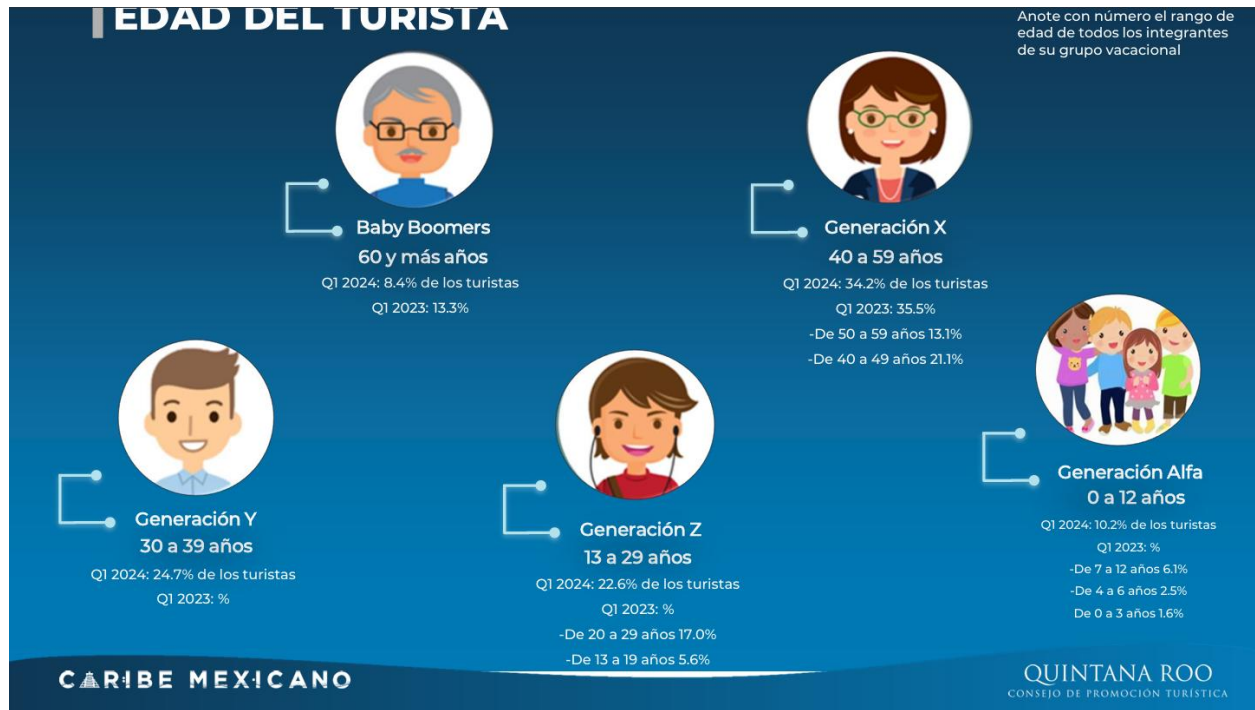
- Presupuesto inicial limitado para publicidad masiva.
- Dependencia de terceros (proveedores de transporte, restaurantes, comunidades locales) para garantizar la experiencia.
- Falta de trayectoria empresarial reconocida en comparación con agencias tradicionales.

Amenazas

- Competencia intensa de otras agencias de tours y de los grandes resorts.
- Fluctuaciones económicas y tipo de cambio que pueden afectar la llegada de turistas.
- Fenómenos meteorológicos (huracanes, tormentas) que impactan el flujo turístico y la operación de tours.
- Problemas de seguridad en algunas regiones de México que pueden desalentar el turismo.



Segmentación y mercado objetivo





Mercado al que nos dirigimos

- Turistas internacionales, principalmente de Estados Unidos, Canadá y Europa, que buscan experiencias de playa y cultura.
- Turistas nacionales en busca de un viaje diferente al “todo incluido” y abiertos a actividades culturales y de aventura.
- Familias y parejas

Tipo de mercado: Servicios turísticos.

Identificación de clientes

Clientes potenciales: Personas que planifican viajar a Cancún y buscan servicios de tour antes de su llegada (reservas en línea).

Clientes reales: Visitantes que están ya en Cancún y deciden contratar tours directamente en la agencia o a través de recomendaciones/alianzas.

Estimación de la demanda



Demanda potencial: Dada la llegada de millones de turistas anualmente, una parte significativa está dispuesta a contratar tours durante su estancia.



Demanda real: Se estima que, al menos, el 41.2% de los visitantes internacionales y nacionales están interesados en actividades distintas a los paquetes “todo incluido”, abriendo un mercado importante para un servicio diferenciado.

Competencia

Competencia directa: Otras agencias de tours locales que ofrecen recorridos similares (visitas a parques, zonas arqueológicas, tours de aventura).

Competencia indirecta: Hoteles y resorts que ofrecen tours complementarios, así como plataformas en línea de turismo (por ejemplo, plataformas de experiencias como Airbnb Experiences).

Diferenciadores:

- Diseño de tours personalizados según intereses específicos (gastronómicos, ecoturísticos, culturales).
- Acompañamiento de guías certificados y con profundo conocimiento de la cultura maya.
- Enfoque en la sustentabilidad y en la relación cercana con comunidades locales.

Análisis de proveedores

Proveedores claves:

- Transportistas locales (vans, autobuses, barcos para paseos marítimos).
- Guías turísticos certificados.
- Restaurantes y cocineros tradicionales en comunidades.
- Servicios de hospedaje o espacios de experiencia (por ejemplo, cenotes, ejidos, parques naturales).

Criterios de evaluación:

- Calidad y confiabilidad del servicio.
- Costos competitivos y descuentos por volumen de contrataciones.
- Ubicación y accesibilidad.
- Capacidad de atender la demanda en temporadas altas.



TAMAÑO DE LA EMPRESA

La empresa se plantea iniciar como micro en términos de número de empleados, inversión y volumen de operaciones, con la expectativa de crecer de forma gradual a medida que se consolide en el mercado turístico de Cancún.

Recursos Financieros Controlados

- Se prevé una inversión inicial moderada, destinada al alquiler de una oficina de dimensiones reducidas en una zona estratégica, así como a la contratación de un equipo básico (guías certificados, coordinador de operaciones, administrativo y un responsable de marketing).
- Esta primera estructura permite mantener bajos los costos fijos (renta, sueldos, servicios), asegurando la viabilidad financiera en los primeros meses de operación.
- Parte de la inversión se enfocará en el desarrollo de una plataforma digital (página web y redes sociales) para la promoción y reserva de tours, aprovechando la tendencia creciente de contratación de servicios en línea.

Alcance de Operaciones Acotado, pero Especializado

- La oferta inicial se centrará en tours específicos y diferenciados que destaquen la cultura local, la historia maya y las opciones de ecoturismo en la región.
- La capacidad de atención prevista es de un número medio de clientes por día, lo que permite brindar una experiencia más personalizada y de alta calidad.
- El enfoque en pocos servicios, pero cuidadosamente diseñados, facilita el control de la calidad, la satisfacción del cliente y la operación logística (transporte, guías, material informativo, etc.).

Proyección de Crecimiento Escalonado

- A medida que la empresa incremente su cartera de clientes y genere ingresos estables, se podrá reinvertir en más infraestructura, como la ampliación de la flotilla de transporte o la contratación de más guías para ofrecer nuevos recorridos.
- Alianzas estratégicas con hoteles, aerolíneas y plataformas de reservas online facilitarán la expansión de la oferta de tours y la captación de grupos más grandes o segmentos de mercado especializados (turismo de aventura, viajes de incentivos, turismo gastronómico, etc.).
- Empezar en pequeño permite ajustar y perfeccionar los procesos internos antes de escalar: se supervisa la experiencia del cliente en cada tour, se establece un

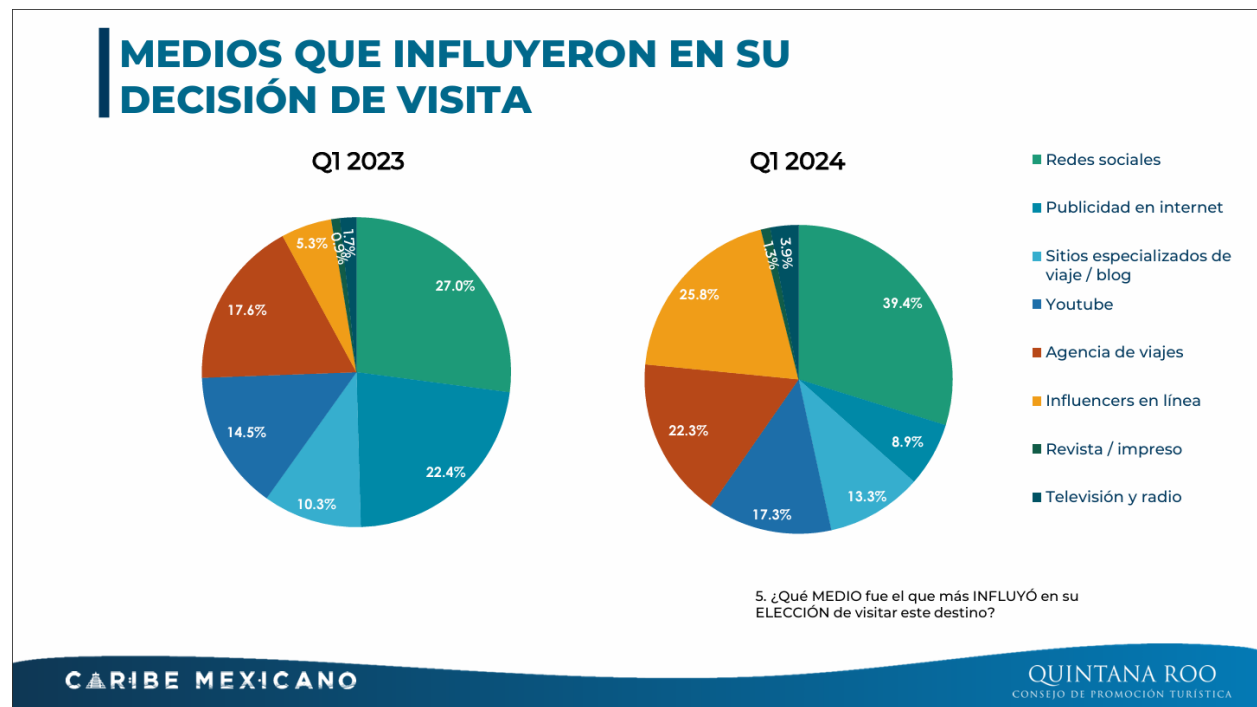


historial de buenas calificaciones y se consolida la reputación de la marca en el sector turístico.

- Con este enfoque inicial, la agencia puede optimizar recursos, minimizar riesgos y adaptarse ágilmente a las necesidades del mercado, sentando bases sólidas para un crecimiento sostenible a mediano y largo plazo.

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Digital: Contará con una plataforma en línea y presencia activa en redes sociales para promocionar los tours, facilitar reservas y pagos. Se integrarán sistemas de atención al cliente por chat y correo electrónico.

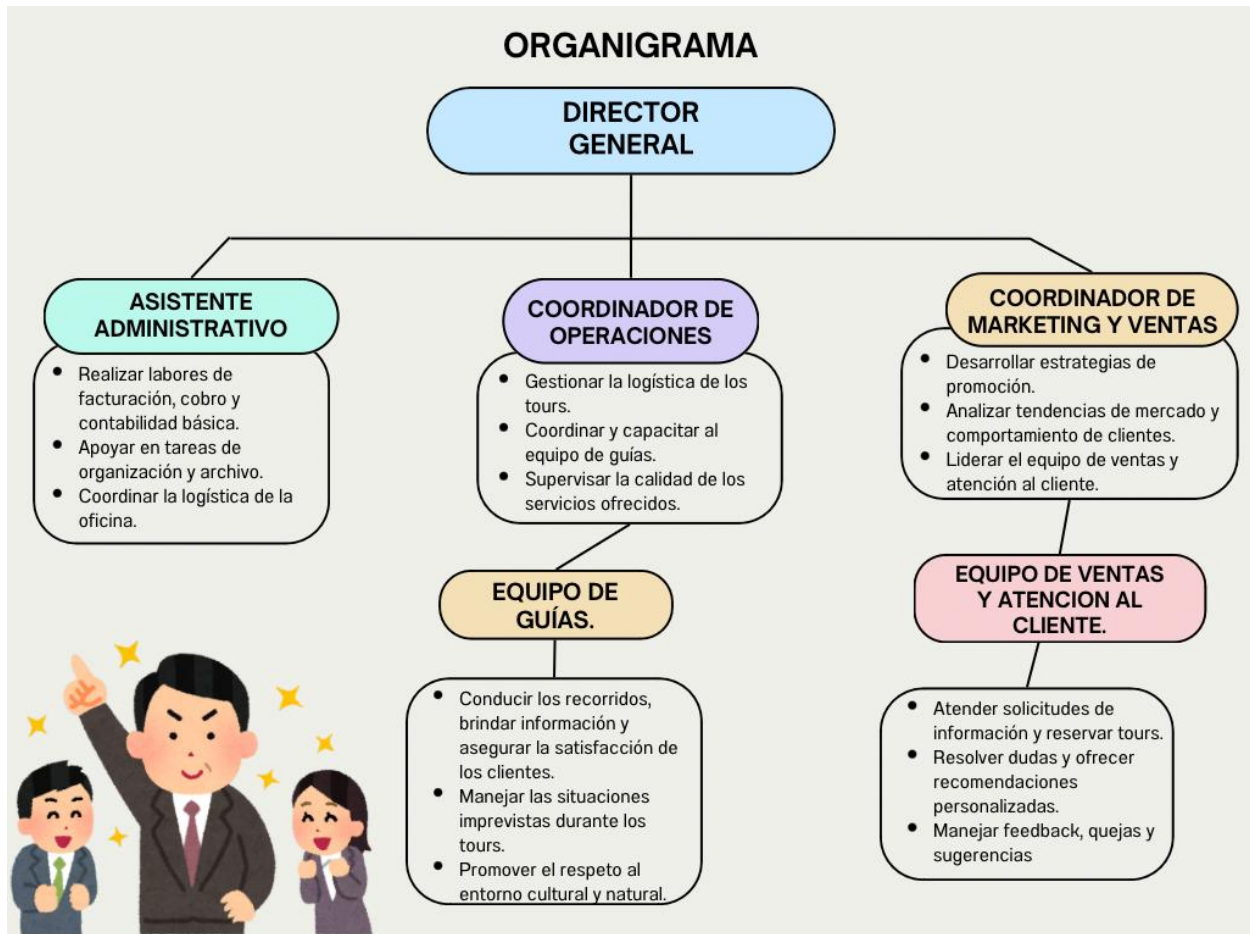


Física: Se establecerá una oficina en una zona estratégica de Cancún (posiblemente en el centro o en una plaza turística) para la atención presencial de clientes, reservaciones de último momento y punto de partida de algunos tours.



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Organigrama



Funciones

Director General

- Diseñar la visión y misión de la empresa.
- Tomar decisiones estratégicas.
- Supervisar el desempeño global del negocio.

Coordinador de Operaciones

- Gestionar la logística de los tours (horarios, rutas, traslados).



- Coordinar y capacitar al equipo de guías.
- Supervisar la calidad de los servicios ofrecidos.

Coordinador de Marketing y Ventas

- Desarrollar estrategias de promoción (campañas digitales, alianzas turísticas).
- Analizar tendencias de mercado y comportamiento de clientes.
- Liderar el equipo de ventas y atención al cliente.

Equipo de Guías

- Conducir los recorridos, brindar información y asegurar la satisfacción de los clientes.
- Manejar situaciones imprevistas durante los tours.
- Promover el respeto al entorno natural y cultural.

Equipo de Ventas y Atención al Cliente

- Atender solicitudes de información y reservar tours.
- Resolver dudas y ofrecer recomendaciones personalizadas.
- Manejar feedback, quejas y sugerencias.

Asistente Administrativo

- Realizar labores de facturación, cobro y contabilidad básica.
- Apoyar en tareas de organización y archivo.
- Coordinar la logística de la oficina.

Sistema de retribuciones

Nuestro esquema de compensación está diseñado para reconocer el aporte de cada colaborador en función de sus responsabilidades, fomentando la motivación, la excelencia y el desarrollo profesional. A continuación, se detallan los principales componentes:

Salarios Base

Definidos de acuerdo con la función, el nivel de responsabilidad y la experiencia en el puesto.

Revisiones periódicas para asegurar equidad interna y competitividad externa.

Comisiones e Incentivos de Venta

El equipo de ventas recibe comisiones basadas en la cantidad de tours vendidos o en el volumen de ingresos generados.



Se promueve la colaboración transversal mediante bonos colectivos en períodos de alta demanda o temporadas clave.

Bonos por Metas y Desempeño

Bonos trimestrales por alcanzar objetivos específicos (ej. satisfacción del cliente, número de reservas, eficiencia operativa).

Reconocimientos adicionales para quienes destaquen en la mejora de procesos, la atención al cliente o la innovación en servicios.

Capacitación Continua

Acceso a cursos de idiomas, talleres de formación y programas de especialización en áreas clave (por ejemplo, guías certificados, primeros auxilios, sostenibilidad).

Planes de carrera que promueven el crecimiento interno y la retención de talento, con la posibilidad de asumir mayores responsabilidades y roles de liderazgo.