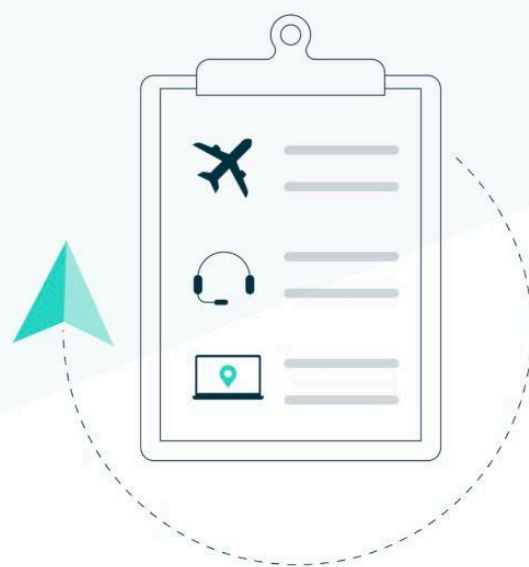


# Cómo crear un plan de negocios para **Operadores Turísticos** en 8 pasos



## Resumen ejecutivo

Este apartado es muy importante porque se trata de la primera impresión sobre sus objetivos de negocio, su misión y su propuesta de valor única que marcará la diferencia respecto a otras opciones del mercado.

## Objetivos del Negocio

Complete detalladamente sus objetivos de negocio.

## Misión y Visión

Describa detalladamente cuál es su visión de negocio y sus objetivos a futuro para su empresa.

## Propuesta Única de Valor

La propuesta de valor única representa su diferenciación respecto a la competencia. Es importante aquí resaltar aquel servicio o experiencia única por la que deberían elegirte por sobre otros operadores turísticos.

## Presentación de la Empresa

Aquí incluye los datos de tu empresa y una breve descripción acerca de sus comienzos y su historia.

## Nuestra Historia

## ¿Dónde estamos?

Dirección:

Ciudad:

Provincia:

País:

Código Postal:

Email:

Whatsapp:

## ¿Quiénes somos? - Nuestra Estructura

## Oportunidades de Mercado

En este apartado debes hacer foco en las dificultades que presenta el sector y de cómo tu empresa está abordando esta problemática a partir de detectar un potencial de crecimiento y una oportunidad para marcar la diferencia.

### Identificar las Necesidades del Mercado

Identifica aquellas necesidades por las que esté atravesando el mercado y de qué manera tu empresa logra cubrir esa carencia para transformarla en una oportunidad. Puedes incluir un destino poco frecuente o una experiencia diferente en un lugar típico.

### Potencial de Crecimiento

Explica con datos y estadística el potencial de crecimiento dentro del nicho de mercado o el servicio que has elegido.

Los datos te permitirán respaldar todas tus afirmaciones anteriores y además te darán un salto de calidad en cuanto al reconocimiento sobre las tendencias o cambios de los consumidores.

## Servicios Ofrecidos

Es momento de resaltar la particularidad de los servicios que tu empresa ofrece dentro del sector turístico haciendo hincapié en la adaptabilidad a las necesidades y preferencias de los distintos clientes.

## Resumen de Servicios

Explica detalladamente los diferentes servicios que ofrece tu empresa y haz mención especial para aquellos paquetes o experiencias que sean un diferencial respecto a la competencia.

## Personalización y Flexibilidad

Resalta las diferentes opciones de personalización que puedes ofrecer al cliente y como la empresa se adapta a sus preferencias individuales creando una experiencia de viaje a medida.

## Análisis de la Industria

Este apartado es fundamental para ofrecer una mirada sobre el lugar en el que se encuentra tu empresa en comparación al tamaño y demanda de la industria turística. Es importante que puedas destacar las oportunidades de expansión a través de nuevas áreas geográficas o nichos de mercado emergentes.

## Tamaño y Demanda del Sector Turístico

Haz una breve descripción del volumen actual del mercado turístico y la demanda existente proporcionando una mirada general en cuanto a cómo está la salud del sector.

## Tendencias del Sector y Demanda Estacional

Analiza las tendencias que hayan aparecido en el sector durante el último tiempo y cómo esas tendencias han modificado la demanda de los consumidores.

## Oportunidad de Expansión

Identifica áreas y oportunidades de expansión dentro del mercado turístico.

## Análisis de la Competencia

El objetivo será realizar un análisis completo y en profundidad sobre el entorno competitivo en el que se desarrolla tu empresa. A través de esto, podrás identificar nuevas oportunidades para ajustar la estrategia y poder diferenciarte.

### Principales Competidores

Realiza un listado con las principales empresas que ofrecen servicios similares y realiza un cuadro comparativo con fortalezas y debilidades respecto a tu empresa.

### Sobre su nicho

Analiza las particularidades de tu nicho a través de la competencia para identificar qué aspectos puedes mejorar y en cuáles hay tierra fértil para comenzar a trabajar.

### Estrategias Competitivas

Detalla las estrategias que utilizan los competidores para atraer a sus clientes como por ejemplo precios, acciones de marketing o paquetes especiales. Esto te permitirá ajustar tus acciones para realizar un contrapunto y poder marcar un punto diferencial.

## Customer Analysis

En este apartado debes enfocar tu análisis en cómo tu empresa va a satisfacer la demanda de tus clientes a partir de comprender quiénes son, cuáles son sus necesidades y al mismo tiempo identificar oportunidades de expansión.

### Mercado Objetivo

Define el segmento específico de clientes al que apuntas teniendo en cuenta factores como la demografía, intereses o comportamiento de viaje. Esto es clave para poder personalizar la oferta y el mensaje.

### Perfil del Cliente

Aquí el objetivo es crear varios perfiles de clientes ideales incluyendo información específica sobre sus preferencias y necesidades para entender por qué elegirían tu empresa.



## Comentarios de los Clientes

El objetivo es resumir y analizar la información de tus clientes y de esa forma establecer cuáles son aquellas áreas que se deben mejorar y cuáles se encuentran satisfechas.

## Oportunidades de Expansión

A partir del análisis anterior, entender cómo aprovechar la información para explotar un servicio que aún esté insatisfecho mediante un nuevo destino, un nuevo paquete o incluso un nuevo servicio.

## Plan de Operaciones

En este apartado deberá quedar claro cómo funcionará operativamente tu empresa a través de toda su estructura logística, humana y de gestión interna.

## Estructura Legal del Negocio

Establece que figura legal tiene tu empresa y cómo está formada la estructura de negocio incluyendo aspectos fiscales, regulatorios y de responsabilidad.

## Gestión de Riesgos

Identifica aquí los principales riesgos que podrían afectar a la operativa de tu negocio incluyendo desde desastres naturales, cuestiones de salud o cambios regulatorios y cuál sería la estrategia para poder hacer frente a ellos.

## Métodos de Reserva en Línea

Explica cómo los clientes podrían reservar los servicios de tu empresa a través de internet y qué software se utilizará para tal fin.

## Personal y Formación

Describe cuántas personas forman parte de tu empresa y qué roles cumple cada uno de ellos. Además, podrías incluir un apartado acerca de cómo reclutarías nuevos miembros del equipo en caso de ser necesario.

## Infraestructura y Recursos

Describe las instalaciones físicas y otros recursos materiales con los que cuenta tu empresa para poder operar.

## Plan Financiero

En este apartado debes especificar cuál será tu visión económica de tu empresa en cuanto a las proyecciones financieras, puntos de equilibrio y como explorar otras métricas que puedan indicar si tu negocio es rentable y sostenible.

### Proyección Financiera

Desarrolla las estimaciones en el plano general del negocio con los ingresos, costes y beneficios esperados en los próximos años. Esto permitirá visualizar el potencial crecimiento del proyecto.

## Análisis del Punto de Equilibrio

En este punto debes especificar cuál es el momento en el que tu empresa iguala sus costos y a partir de qué punto comienza a ser rentable.

## Requisitos de Financiamiento

Identifica el capital inicial para comenzar el proyecto y cuánto será el dinero necesario para llegar el break-even. A partir de esto, valora si será necesario una inversión externa a través de socios inversores o préstamos de dinero.

## Plan de Marketing

En este apartado debes definir cómo será toda la estrategia para dar a conocer a tu empresa al mundo. Esto incluye, por ejemplo, estrategia de marca y presencia online con el objetivo de beneficiarte de tu público objetivo que has analizado anteriormente.

## Posicionamiento de la Marca

Cómo será la identidad de tu marca y su estrategia de comunicación a partir de la construcción de los valores.

## Presencia Orgánica Online

Elabora una estrategia de posicionamiento y presencia en internet a través de canales como el SEO y contenidos orgánicos a través de, por ejemplo, la creación de un blog.

## Canales Publicitarios

Este punto se establece a partir de una estrategia de posicionamiento a través de medios de publicidad pagos como Google Ads, publicidad en redes sociales o medios más tradicionales como folletos publicitarios o prensa escrita.

## Presencia en Redes Sociales

Define cómo será tu presencia y posicionamiento de marca a partir de la creación de contenido orgánico en redes sociales como Instagram, Facebook o Twitter para no solo darte a conocer sino contactar a tus clientes potenciales.

