



Modelo de negocio para implementación de Cabañas Geodésicas sustentables en la región de Aysén

Proyecto de Título para optar al Título de Constructor Civil

Estudiante:
Mauricio Alexander Viveros Pozo

Profesor Guía:
Leopoldo De Miguel Jara

Fecha:
Julio 2022
Santiago, Chile

DEDICATORIA

Dedicado para todas aquellas personas que siempre creyeron en mí y me brindaron su apoyo incondicional especialmente mi abuela que fue una de las personas que anhelaba que obtuviera un título como profesional. También dedico este documento a un gran amigo que siempre me ha confiado su apoyo absoluto, con su amistad honesta desinteresada; Gracias Raimundo Curilen por ser parte de este crecimiento educativo. Por último, quisiera dedicar mi pareja actual, que fue el motor de motivación para llegar hasta aquí. Gracias

SOLO USO ACADÉMICO

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo quiero agradecer por esta vida y permitirme a cumplir un objetivo más. Gracias a todas las personas que vivieron este proceso educativo reflejado de mucho sacrificio y aprendizaje. Por todos mis seres queridos que me dieron el aliento necesario para seguir este camino. También quisiera destacar la lealtad y amistad de mis compañeros que sin ellos esto no sería posible. Sin nada más que agregar me despido agradecido por esta gran oportunidad y este tremendo logro.

SOLO USO ACADÉMICO

RESUMEN

Este estudio nace por la necesidad de ofrecer una orientación sustentable del turismo, y como elevar los valores propios de ella hacia los posibles turistas. Es necesario señalar que la instalación estará ubicada cercanías a variados puntos de interés más destacados de la zona, con conexión fácil al Lago General Carrera y al río Baker. Parque Nacional Patagonia. Distancia a **3 minutos** del lago Negro, **12 minutos** de **Puerto Guadal**, **15 minutos** de **Puerto Bertrand**, 50 minutos de **Cochrane**, 1 hora **Puerto Tranquilo**, 2,5 horas al **Cerro Castillo** y a **4 horas** del aeropuerto de Balmaceda, tiempo que se disminuirá una vez terminado la pavimentación de la carretera Austral hasta **Puerto Río Tranquilo**, Catedrales de mármol.

Nutra base de alojamiento se conforma por dos modelos de domos habitables de 144m² el modelo 1, mientras el modelo 2 siendo el más pequeño resultando de 106m². Para servicios especiales del equipamiento se contará con cinco domos de 150m², destinados a recepción y atención al cliente. El segundo domo será para, Restaurant Bar y Cafetería, mientras el tercero, será ocupado para una piscina termal de unos 100m³ con ocupación de 50m². El cuarto domo su destino será para un salón de Eventos, conferencias y clases de Yoga, meditación y terapias Complementarias de salud etc. El quinto y último domo de para invernadero dándole uso para plantación de alimentos variados y plantas.

Las tarifas definidas serán clasificadas en temporadas alta y baja, estos valores se plantean en base al segmento objetivo identificado, personas más longevas pero orientado a parejas y familias. Los valores varían desde CLP\$70.000 a CLP\$120.000 por habitación para dos personas, señalando que la tarifa promedio es de CLP\$100.00

Palabras Claves: Hotelería, Domos, Sustentable y Salud.

SUMMARY

This study was born from the need to offer a sustainable orientation of tourism, and how to raise its own values towards potential tourists. It is necessary to point out that the facility will be located close to several of the most outstanding points of interest in the area, with an easy connection to the General Carrera Lake and the Baker River, next to the Marble Cathedrals and the Patagonia National Park. Distance 3 minutes from Lago Negro, 12 minutes from Puerto Guadal, 15 minutes from Puerto Bertrand, 50 minutes from Cochran, 1 hour from Puerto Tranquilo, 2.5 hours from Cerro Castillo and 4 hours from Balmaceda airport, a time that will be reduced by Once the paving of the Carretera Austral to Puerto Rio Tranquilo has been completed.

Our accommodation base is made up of two models of habitable domes of 144m², model 1, while model 2 is the smallest, resulting in 106m². For special equipment services there will be five 150m² domes, destined for reception and customer service. The second dome will be for the Restaurant Bar and Cafeteria, while the third will be occupied by a thermal pool of about 100m³ with an occupation of 50m². The fourth dome will be used for an event room, conferences and Yoga classes, meditation and complementary health therapies, etc. The fifth and last dome for special services will be used as a greenhouse, using it to plant a variety of foods and plants in the area.

The defined rates will be classified in high and low seasons, these values are raised based on the identified target segment, older people but oriented to couples and families. The values vary from CLP\$70,000 to CLP\$120,000 per room for two people, noting that the average rate is CLP\$100.00

Keywords: Hospitality, Domes, Sustainable and Health.

ÍNDICE

Tabla de contenido

DEDICATORIA	0
AGRADECIMIENTOS	1
RESUMEN.....	2
SUMMARY	3
ÍNDICE	4
ÍNDICE DE IMAGENES	8
ÍNDICE DE TABLAS	9
CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN	1
Introducción	1
Motivaciones	2
Problemática general	3
Objetivos	4
Objetivo general	4
Objetivos específicos	4
Antecedentes	5
Turismo	5
Turismo Nacional e Internacional	6
Turismo en Chile	8
Competitividad Turística Regional	10
Turismo en Aysén	13
Turismo Sustentable	18
Impacto de Crisis Covid-19 y similares	19
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	20
Análisis del entorno	20
Macroentorno	20
Microentorno	20
Análisis PESTA	20
Análisis 5 Fuerzas de Porter	20
Investigación de mercado	21
Tipos de consumidores	22

Oferta y Demanda	22
Sistema de Comercialización	23
Decisión de localización	23
Factores de localización	23
Modelo de negocio	24
Modelo Canvas	24
Estudio Financiero	26
Inflación	26
Criterios de evaluación.....	27
Tasa de descuento	27
Capital de trabajo	28
Depreciaciones	28
Flujo de caja	28
Análisis de Sensibilidad	28
CAPÍTULO III: PROPUESTA DE METODOLOGIA	29
Desarrollo	29
Análisis del entorno.....	29
Cinco Fuerzas de Porter	34
1.-Amenaza de entrada de nuevos competidores:	34
2.-La rivalidad entre los competidores:.....	35
3.-Poder de negociación de los proveedores:	35
4.-Poder de negociación de los compradores:	36
5.-Amenaza de ingreso de productos sustitutos:	38
Investigación de Mercado	40
Producto y servicios	40
Mercado consumidor.....	42
Oferta y Demanda	43
Determinación de Precio	50
Sistemas de comercialización	50
Estrategias	51
Publicidad y Promoción	52
¿Qué son exactamente estas plataformas de alquiler vacacional?	52
1. Booking	53

2. Airbnb	53
3. Tripadvisor	53
4. Vrbo	53
5. Wimdu.....	53
6. Expedia.....	54
CAPÍTULO IV: ESTUDIO TECNICO	55
Macrolocalización	55
Puerto Guadal.....	55
Puerto Bertrand	56
Cochrane	57
Panoramas de la zona	57
Puerto Tranquilo.....	58
Villa Cerro Castillo.	59
Entretenciones de la zona.....	59
Microlocalización.....	60
Tamaño del Equipamiento	61
Ingeniería del proyecto.....	62
Selección de Equipos	62
Obras Físicas	63
Insumos	64
Reinversiones	64
Planimetría	68
Análisis y Estimación de costos.....	70
Costos de Inversión.....	70
Costos de Operación	71
Estimación de Ingresos	72
Modelo de Negocio: Métodos Canvas	74
Propuesta de valor	74
Relaciones con los clientes.....	76
Recursos claves	77
Actividades claves.....	77
Asociaciones claves	77
Estudio Financiero	78

Parámetros a utilizar.....	78
Tasa de descuento	78
Deuda	79
Depreciaciones	80
Valor de Desecho	83
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	85
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	86
ANEXOS	87

SOLO USO ACADÉMICO

ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen 1. Llegadas por turismo internacional.....	7
Imagen 2. Llegadas por turismo internacional, economías avanzadas y emergentes.	7
Imagen 3. Exportaciones de bienes tradicionales y turismo, cifras en millones de US\$. ..	8
Imagen 4. Llegada y variación anual de turistas.	9
Imagen 5. Ingreso y variación anual de divisas.	9
Imagen 6. Competitividad turística Región Metropolitana de Santiago, año 2012.	11
Imagen 7. Pernoctaciones 2013 en RMS de residentes en Regiones.	12
Imagen 8. División Político Administrativa, superficie y población de la región.	14
Imagen 9. División Político Administrativa de la región de Aysén.	16
Imagen 10. Mapa Aysén.	17
Imagen 11. Factores culturales, demográficos y social.....	32
Imagen 12. Pernoctaciones según Región ***/ noviembre 2021.	37
Imagen 13. Emat	38
Imagen 14. Ejemplo de frecuencia domo.....	40
Imagen 15. Plano Regional Aysén.....	43
Imagen 16. Establecimientos	44
Imagen 17. Números de Empresa.	44
Imagen 18. Ventas Promedio Unitarias	46
Imagen 19. Separación de territorios en la región.....	46
Imagen 20. Subdivisión de los territorios por comunas.....	47
Imagen 21. Separación de territorios en la región.....	48
Imagen 22. Mapa Micro localización.....	60
Imagen 23. Diagrama de Personal.	67
Imagen 24. Planta Domo Familiar– Diámetro 12m- 144m2.....	68
Imagen 25. Planta Domo Parejas– Diámetro 10m- 106m2	69
Imagen 26. Mapa Bagua.	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro comparativo sustitutos y valores para dos personas.....	39
Tabla 2. Reinversiones.....	64
Tabla 3. Cuadro capital fijo.....	70
Tabla 4. Cuadro Capital Intangible.....	71
Tabla 5. Costos de Operación.....	71
Tabla 6. Cuadro de Reducción.....	72
Tabla 7. Cuadro de Reducción.....	73
Tabla 8. Cuadro de deuda.....	79
Tabla 9. Cuadro de depreciaciones.....	80
Tabla 10. Flujo de Caja del proyecto entre los años 2022-2029 en UF.....	81
Tabla 11. Flujo de Caja del proyecto entre los años 2030-2037 en UF.....	82
Tabla 12. Cuadro de desecho.....	83
Tabla 13. Indicadores Principales.....	84

CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN

Introducción

El turismo como actividad económica ha ido tomando cada vez más fuerza tanto a nivel mundial como a nivel país. Ejemplo de esto se haya en el aporte al PIB nacional.

La contaminación ambiental está afectando a principios del siglo pasado, la modernización y aparición de las grandes industrias han reflejado el daño que el ser humano a dejado a su paso. Por ello este trabajo está enfocado en solucionar esta problemática desde su raíz, facilitando decisiones así las siguientes generaciones para un buen vivir.

En el presente proyecto de título, tiene como objetivo diseñar un plan de negocio en la región de Aysén. Expresamente sector lago Bertrand, Lago Negro y Plomo este cuenta con la instauración de construcciones geodésicas sustentables que, debido a sus características especiales como eficiencia energética, mayor resistencia a efectos de la naturaleza y bajo costo en comparación a las construcciones tradicionales y además se implementara el uso de energías renovables.

El estudio se abre analizando el turismo características específicas de la zona y fuentes que podrían afectar el entorno del negocio. Con el fin de identificar oportunidades y amenazas. Con la información gestada por Sernatur y el INE. Por lo tanto, se eligió para trabajar con el modelo de negocios Canvas, así podemos identificar características del establecimiento que satisfagan las necesidades del mercado.

Motivaciones

La realización principal de este proyecto de título radica en dos focos:

Primero interiorizarme en el sistema constructivo de un geodésico para así proceder con el estudio de la realización de un modelo de negocio ubicado en la zona sur del país en este caso la región de Aysén de Chile.

Por último, fomentar una nueva opción de construcción rápida eficiente, sustentable y económica. Además, informar a los usuarios de los beneficios de habitar un fractal o geometrías geodésicas. Así esta manera esta investigación aportará a todo aquel que necesite instruirse en un modelo de un domo.

SOLO USO ACADÉMICO

Problemática general

En la actualidad Chile se clasifica como uno de los destinos turísticos más cotizados a nivel mundial esto se refleja en un PIB creciente en cada año por los viajeros y turistas que se interesan en conocer nuestro país. Esto se debe por la forma que se conforma cada región, variedad geográfica, climatológica pudiendo identificar y diferenciar entre ellas. Este estudio estará centrado en la región de Aysén ya que cuenta con diversos tipos de destinos turísticos, entre ellos podemos señalar: de tipo rural, montañoso y fluvial (Sernatur, Plan de acción región de Aysén del general Carlos del Campo, 2014-2018)

El mayor problema para el desarrollo del plan de negocios consiste en la posibilidad de generar provechos económicos por medio de un emprendimiento en un sitio con gran condición, además últimamente se está incorporando la sustentabilidad, siendo más hospitalario y accesibles a todo público por sus bajos costos y a la gran riqueza de la región. Sin embargo, el comercio turístico no cuenta con un plan de acción, por falta de antecedentes y estudio previo se obtiene como resultado deficiencia en servicios que requiere el turista. Señalando de ejemplo la creación de un hostel que promete el servicio de hospedaje la inversión solo es para establecer un sitio de alojamiento y recreación.

Se aspira a evaluar la creación de un servicio de alojamientos en construcciones geodésicas “Domos” la cual sea sustentable encargándose de proteger la naturaleza generando conciencia en sus invitados mediante una amplia variedad de servicios permitiendo a los visitantes participar bajo diversas medidas con el ambiente.

Se formula una solución para llevar a cabo una evaluación de factibilidad para este proyecto sugiriendo las siguientes interrogantes ¿De qué manera podemos crear un movimiento turístico que sea consciente con el entorno? ¿Qué tan interesados están los turistas en formar parte de este desafío ecológico? Estas preguntas serían algunas sugeridas para responder en este estudio.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un plan de negocios para la construcción de geodésicos sustentable y habitables emplazado en la zona sur de Chile específicamente en la región de Aysén, favoreciendo a los turistas albergar espacios de calidad y descanso, así de esta manera podrán vivir la experiencia de lograr la misión ecológica que sostiene con el medioambiente.

Objetivos específicos

- Identificar al público objetivo por medio de herramientas de segmentación. Por lo tanto, se podrá determinar las cualidades del servicio prestado así promover el hábito sustentable.
- Distinguir y escoger la ubicación más adecuada para la implementación de la instalación del equipamiento basándose en diversas medidas puestas en comparación.
- Evaluar la abertura de demanda insatisfecha obtenidos de los estudios de oferta y demanda.
- Evaluar rentabilidad de estimación de los ingresos y costos del proyecto.
- Identificar variables para el desarrollo del proyecto y efectuar análisis de sensibilidad.

Antecedentes

El turismo con el tiempo ha ido tomando mayor importancia para la economía del país, no solo en el caso de Chile, sino igualmente a nivel mundial. Cabe señalar que también existe el caso del mal uso de los recursos causando diversos daños tales como: cambio de un entorno brusco sin adaptarse al existente, además en vínculo con la comunidad en oportunidades se pierde el respeto con el espacio de los demás haciendo un mal proyecto

Turismo

De partida para empezar un adecuado análisis en este proyecto, se crea la interrogante que es el “turismo” respondiendo con una definición básica y señalar como este ha cambiado a través de los años.

¿Qué es el turismo? De partida hay que clasificar los viajes turísticos y los que no son. La definición más aprobada universalmente nace por los dos profesores economistas suizos que realizaron en paralelo a la II Guerra Mundial: Walter Hunziker y Kart Krapf: “Turismo la suma de fenómenos y relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada” (Hunziker y Krapf, 1942).

Al paso de los años nace la OMT Organización mundial del turismo, pone en cuenta que dicha definición no sirve para contar a turistas ni para realizar estadísticas por ende nace una nueva definición “El turismo engloba las actividades que efectúan las personas que viajen a lugares distintos de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”

La actividad turística es resultado complejo vínculos con diversos factores estos elementos entre si evolucionan dinámicamente. Se pueden distinguir los cuatro elementos básicos en la actividad turísticas:

- 1.- La demanda: Formada por los posibles consumidores o consumidores de bienes y servicios turísticos
- 2.- La oferta: Es el conjunto de productos, servicios y organizaciones implicadas firmemente en la experiencia turísticas.
- 3.- El espacio geográfico: Espacio físico donde tiene lugar el enlace entre la oferta y demanda y donde se sitúa la población residente.
- 4.- Operadores del mercado: Son organismos cuya función es facilitar el nexo entre oferta y demanda. Ejemplo agencias de viajes, compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su tarea profesional, son creadores de ordenación y promoción del turismo.

Turismo Nacional e Internacional

El turismo es una de las industrias de más rápido crecimiento que contribuye a la economía está siendo parte importante del progreso socioeconómico, a través de la creación de empleos, empresas, emprendimientos, infraestructura y ganancias de exportaciones.

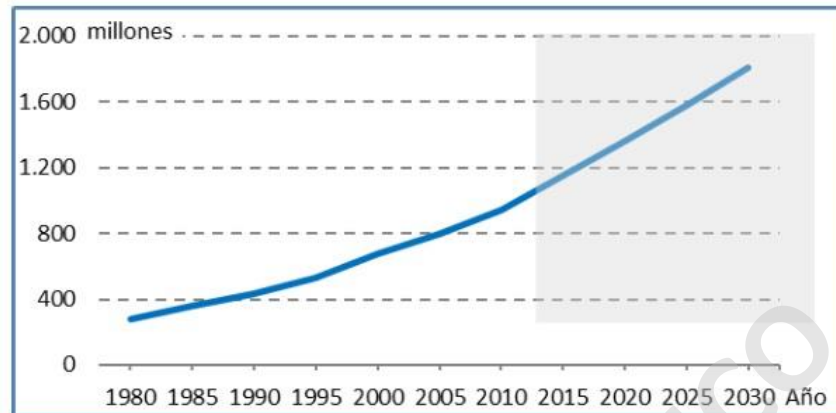
En la actualidad el turismo constituye un 3% del PIB mundial y genera el 3% del empleo en forma directa. Si consideramos los efectos que produce el turismo a comparativa de otras industrias este aumenta significativamente alcanzando, de esta manera 9% del PIB mundial del empleo, lo cual verifica la idea que la industria turística es los mayores empleadores del mundo, dando trabajo a 1 de cada 11 personas.

Dado el aumento que se identifican en diversas economías nacientes en los últimos años, uno de los retos de la actividad ha sido captar nuevos mercados como lo son Brasil, China y Rusia. En el caso de China se ha convertido en icono de los países emergentes, logrando posicionarse en los años 2011 y 2012 como el tercer destino más visitado en el mundo (quitando a España de esa posición), instalándose en el año 2013 en el cuarto lugar con 55,7 millones de llegadas internacionales, y también a nivel emisor, China se posiciona como el país con mayor nivel de gastos por turismo internacional (superando a Francia y al Reino Unido).

Según la OMT y basándose en el análisis previo se puede afirmar entonces que el turismo ha evolucionado a un fenómeno global, convirtiéndose en una de las actividades económicas y sociales más relevantes de nuestro tiempo. Además, según proyecciones realizadas por la OTM, se espera que las próximas dos décadas sean de un crecimiento sostenido para la actividad turística. Las llegas turísticas internacionales aumentaran en un promedio de 43 millones al año, entre 2010 y 2030 (Imagen 1).

A esta medida de crecimiento a nivel mundial, en el año 2012 se superó por primera vez la marca de mil millones de personas según información aportada por la OTM. En 2030 se espera llegar a 1.800 millones de personas o más si esta tendencia continua, significando que las siguientes dos décadas, más de 500 millones de personas cruzaran las fronteras internacionales motivados por ocio, negocios u otros propósitos. (Sernatur 2014-2018).

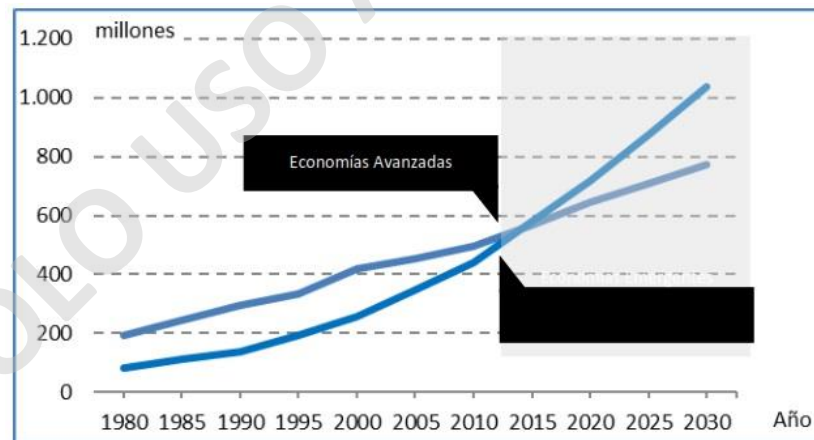
Imagen 1. Llegadas por turismo internacional.



Fuente: Tourism towards 2030, world Tourism Organization (OTM).

También habrá cambios no solamente en los números, las llegadas futuras más se expandirán más ampliamente en todo el mundo, la participación en el turismo internacional de las economías emergentes vencerá a las economías avanzadas, se esperan grandes llegadas a destinos en Asia, América Latina, Europa Central y del Este, África y Medio Oriente (Imagen 2).

Imagen 2. Llegadas por turismo internacional, economías avanzadas y emergentes.



Fuente: Tourism towards 2030, world Tourism Organization (OTM).

Turismo en Chile

La situación de la evolución del turismo en Chile no se aleja mucho del contexto global. Se puede ver en el año 2013, la actividad turística en el país representó el 3,24% del PIB de la economía del país, llegando al séptimo lugar en las exportaciones de bienes tradicionales del país. (imagen 3)

Imagen 3. Exportaciones de bienes tradicionales y turismo, cifras en millones de US\$.

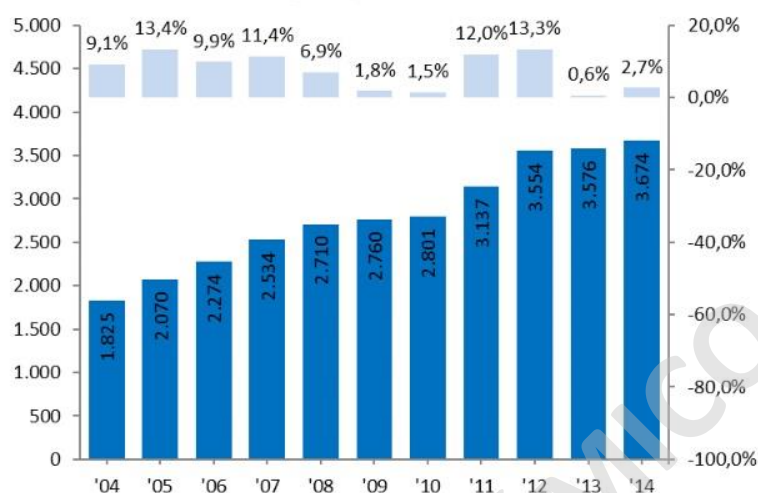


Fuente: Balanza de pago 2013, Banco Central de Chile.

La industria del turismo aporta en una gran medida a la generación de empleo en el país. El promedio anual de trabajadores del turismo se situó a fines de 2013 en 293.755, cifra que representa el 3,8% de los empleos directos del país, superando a industrias importantes como la minería, que llega a un 3,3% e incluso refleja cinco veces lo de la pesca, que representa el 0,6% total del empleo a nivel país.

Gran porción del movimiento turístico de nuestro país se debe a las llegadas de visitantes extranjeros, que en el 2014 totalizaron 3.674.391 de personas. En las imágenes 4 y 5 se visualiza el movimiento en llegadas y en divisas, desde los últimos diez años donde se aprecia un crecimiento ascendente. (Sernatur 2014-2018)

Imagen 4. Llegada y variación anual de turistas.



Fuente: Sernatur, 2014.

Imagen 5. Ingreso y variación anual de divisas.



Fuente: Sernatur, 2014.

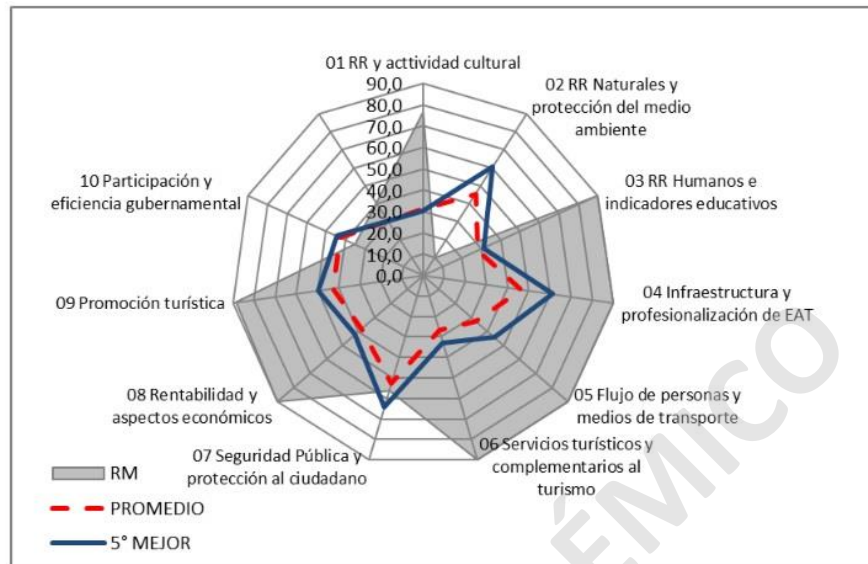
Cabe mencionar que Chile cuenta con una gran condición de patrimonio natural en desarrollo, así como recursos culturales, entre ellos seis manifestados como Patrimonio de la Humanidad. También el país se califica por contar con normas y reglamentos favorables para el crecimiento del sector de viajes y turismo, resultando una economía disponible para futuras inversiones extranjeras y a la unión bilaterales de servicio aéreos y exigencia de visados con limitada restricciones.

Competitividad Turística Regional

A nivel regional, desarrollado por la Subsecretaría de Turismo, SERNATUR y la Universidad Andrés Bello. Este índice se constituye por los indicadores económicos, sociales y ambientales que lo conforman diez dimensiones: recursos y actividad cultural; recursos naturales y protección del medio ambiente; recursos humanos e indicadores educativos; infraestructura y personalización de establecimientos de alojamiento turístico; flujo de personas y medios de transportes; servicios turísticos y complementarios; seguridad pública y protección a los ciudadanos; rentabilidad y aspectos económicos; promoción turística y eficiencia gubernamental.

La síntesis se plasmará en mapas de información así se permite visualizar la posición de cada zona. Referentes a las variables medidas. No se refiere a una posición competitiva turística, sino de un instrumento que juntamente con las prioridades y vocaciones turísticas de cada región, facilitando la información de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, además de otros antecedentes como el reconocimiento de brechas y del potencial desarrollo de la zona. (Sernatur 2014-2018).

Imagen 6. Competitividad turística Región Metropolitana de Santiago, año 2012.



Fuente: Proyecto Índice de Actividad Turística Regional, Informe Final 2013, UNAB Sernatur.

Los resultados del índice, para el año 2014. Nos entrega lo siguiente de la región metropolitana de Santiago reflejando los más bajos puntajes – siendo el menor 0 y el 100 el máximo –; estos son:

- Recursos naturales y protección al medio ambiente (10.0). Este punto se define como la disponibilidad de recursos naturales en cada región, así como indicadores de su protección desde la mira medio ambiental; su punto más bajo relacionado al manejo de residuos y existencia de vertederos y al inferior aspecto de atractivos naturales en conexión a otras regiones.
- Participación y eficiencia gubernamental (35.1). Este punto indica las mediciones de acciones desarrolladas por el gobierno local, que puedan señalar un acogedor desarrollo sostenible de la actividad turística. Los puntajes menores tienen relación a la existencia de áreas protegidas respecto del total del territorio regional; presupuestos FNDR obtenidos; N° talleres conciencia turística realizados; decisiones de inversión de otros servicios gubernamentales.

- Seguridad pública y protección al ciudadano (56.1). Este punto está conformado por variables que miden los niveles de seguridad y la percepción que cuentan los ciudadanos de una región.

Debemos señalar que el problema presentado unido al proyecto de Promoción 2014, se muestran brechas presentes en el índice, tales como la inexistencia de fuentes de financiamiento regular de la promoción turística regional, fuentes importantes son los proyectos FNDR presentadores a los gobiernos Regionales para su financiamiento. (Sernatur 2014-2018)

Por otro lado, Santiago se define como un atractivo en motivación de viaje con mayor preferencia al resto de las regiones, este elemento es importante a la hora de la definición de las estrategias de promoción y del crecimiento de ese mercado.

Por otra parte, en relación con el turista nacional, los resultados indican que durante el año 2013 se registró un total de 1.304.643 pernoctaciones de chilenos en establecimientos de alojamiento turístico en la Región Metropolitana (hoteles, moteles, Apart hoteles, residenciales nacionales, cabañas en camping). Así como a la Región de origen de estos Turistas nacionales, un 63% son de otras regiones y un 37% de la misma Región Metropolitana. El 63% causado en regiones se desglosa de la siguiente manera:

Imagen 7. Pernoctaciones 2013 en RMS de residentes en Regiones.

Ranking	Región	Pernoctaciones	%
1	Antofagasta	129.973	16
2	Biobío	109.414	13,4
3	Valparaíso	78.627	9,6
4	Coquimbo	67.021	8,2
5	Tarapacá	66.442	8,1
6	Los Lagos	62.989	7,6
7	Maule	62.319	7,6
8	La Araucanía	52.828	6,5
9	O' Higgins	46.251	5,7
10	Atacama	45.107	5,5
11	Magallanes	25.523	3,1
12	Los Ríos	24.949	3,1
13	Aysén	24.057	3
14	Arica & Parinacota	20.555	2,5
		816.055	99,9

Fuente: Sernatur / INE, Informe 2013, elaboración Sernatur RMS.

Cabe afirmar que las cifras no detallan la información del tipo de turista sino el motivo de su viaje – si es recreativo, de negocio u otro -, por lo tanto, solo es posible verificar que los chilenos residentes en la Región de Antofagasta, seguidos por lo siguientes colaboradores; regiones de Biobío y en Valparaíso que resultan quienes cuentan con la mayoría en pernoctaciones en alojamiento turístico de la RMS; conforme a lo anterior el hecho de que pertenecen a la inicial densidades del país, también de la Región Metropolitana de Santiago.

Turismo en Aysén

De partida la Región de Aysén se encuentra al extremo austral de Chile, zona constituida Por un territorio continental cruzando en la mitad por la cordillera de los Andes y numerosas islas del Océano Pacífico. Es fácil deslumbrar la variedad en paisajes y relieves a lo largo y ancho de su territorio. La superficie de más de 100 mil km.2, lo que refleja al 15% de la superficie de Chile continental e insular. Se define como la tercera región más grande a nivel país, está conformada por cuatro provincias y diez comunas. La capital es Coyhaique, ciudad que está ubicada en el cruce de los ríos de Coyhaique y Simpson. Geográficamente Aysén se determina como una región muy compleja, por lo tanto, se encuentra separada en cinco áreas de oriente a occidente:

- Área Archipelágica: Es una continuación de la Cordillera de la Costa, donde se halla canales y fiordos de la región, donde los que se emplazan las islas de Aysén y la Península de Taitao.
- Depresión Central: Se encuentra en la Península de Taitao, terminado su presencia en el Istmo de Ofqui, hasta perderse en el mar del Golfo de Penas.
- Cordillera Andina: Se define como la zona más importante y las más grande de Aysén, ubicada en el territorio insular como continental. Conformado por un escarpado terreno de grandes irregularidades topográficas, menores planicies y bastante superficie cubierta por hielo.
- Cordones Subandinos Orientales: Cordones montañosos, integrado en su mayor parte por roca volcánica, se une con los valles y forma parte de una zona de cambio.
- Relieves Plataformas Orientales: Se encuentra en la zona fronteriza de la región, en este punto se encuentran poblados importantes como Balmaceda, ciudad conde
- arriban los vuelos a la Región de Aysén procedentes de Puerto Montt.

Aysén es una de las regiones que por la dificultad de su superficie ha sido en ser habitada en comparación a otras regiones. La colonización humana se llevó a inicio en término del siglo XIX, cuando Chile ya se encontraba en su mayor parte poblada, y esto sucedió en la cuenca del río Aysén junto con los cruces de los ríos Simpson y Coyhaique.

La gran cantidad de inmigrantes colonizadores, procedentes de los sectores ubicados al oriente de la región, se fijaron a lo largo de la zona en puntos con tierras fértiles, óptimas para el crecimiento de la actividad agrícola. Por esto la mayor participación de la población se emplaza en la cavidad del río Aysén. Área compuesta por las cuencas sabandinas orientales y pampa. Principalmente en zonas urbanas, en las locaciones de Coyhaique y Puerto Aysén. Que se encuentran a 67 km. de distancia. En cambio, la despedazada costa de Aysén esta despoblada, predominan solo pequeñas localidades isleñas como Puerto Aguirre y Melinka. (Sernatur 2014-2018)

El poblamiento regional se destaca por habitar principalmente las ciudades de Coyhaique y Puerto Aysén; y de manera inferior en los poblados ubicados en forma discontinuo por la región, clasificados como población rural resultado de pocos números de habitantes, que tan solo se promedia los 2.000 habitantes por comuna. Así como se puede visualizar en la imagen N°8, en Coyhaique se encuentra concentrada más del 50% de la población, seguido de Aysén que tiene un 24% aproximadamente de la población total de la región.

Imagen 8. División Político Administrativa, superficie y población de la región.

Provincia	Capital Provincial	Comuna	Superficie Km ²	Población
Aysén	Puerto Aysén	Aysén	34.772	22.353
		Cisnes	16.093	5.739
		Guaitecas	459	1.539
Coyhaique	Coyhaique	Coyhaique	7.755	50.041
		Lago Verde	4.503	1.062
General Carrera	Chile Chico	Chile Chico	4.669	4.444
		Río Ibáñez	3.669	2.477
Capitán Prat	Cochrane	Cochrane	6.671	2.867
		O'Higgins	9.506	463
		Tortel	21.347	507
TOTAL			109.444	91.492

Fuente: INE, Censo Nacional año 2002.

La región de Aysén destaca por su gran territorio, con una superficie de 108.500 km² y una escasa densidad poblacional graficada en un 0.8 hab/km², números bajo el promedio nacional, además casi el 50% de la zona bajo protección oficial correspondiente al SNASPE (Sistema Nacional de Áreas Silvestre Protegidas por el Estado). Las áreas campestres aseguradas de Aysén equivalen al 34% alrededor del total nacional.

Este territorio se divide en 4 provincias:

- La Provincia de Aysén: Capital es Puerto Aysén. Al norte limita con la Provincia de Palena y la Provincia de Chiloé, al sur con la Provincia de Capitán Prat, y al este con la Provincia de General Carrera y la Provincia de Coyhaique y al oeste con el Océano Pacífico. La población de la capital es de 35.996 habitantes estimada al 2014 (proyección INE). Sus comunas son Puerto Aysén, Puerto Cisnes y Guaitecas.
- La Provincia de Coyhaique: Al norte limita con la Región de los Lagos; al sur con la provincia General Carrera; al este con Argentina; y al oeste con la Provincia de Aysén. Capital Coyhaique. Superficie: 9.948 km². Población de 61.312 habitantes estimada al 2014 (proyección INE). Sus comunas son Lago Verde y Coyhaique.
- La Provincia de General Carrera: Al norte limita con la Provincia de Coyhaique; al sur con la Provincia de Capitán Prat; al este con Argentina; y al oeste con la Provincia de Aysén. Su Capital Chile Chico. Superficie: 8.238 km². Población: 7.466 habitantes estimada al 2014 (proyección INE). Sus comunas Río Ibáñez y Chile Chico.
- La Provincia Capitán Prat: Al norte limita con las Provincias de Aysén y General Carrera; al sur con la provincia de Última Esperanza; al este con la Provincia de Santa Cruz, en la Argentina; y al oeste con el Océano Pacífico. Su capital es Cochrane. Comunas son: Cochrane, Tortel y O'Higgins. Cuenta con una superficie de 37.247,2 km² y una población de 4.164 habitantes estimada (proyección INE). (Sernatur 2014-2018).

Imagen 9. División Político Administrativa de la región de Aysén.

Provincia	Capital Provincial	Comuna	Superficie Km²
Aysén	Puerto Aysén	Aysén	34.772
		Cisnes	16.093
		Guaitecas	459
Coyhaique	Coyhaique	Coyhaique	7.755
		Lago Verde	4.503
General Carrera	Chile Chico	Chile Chico	4.669
		Río Ibáñez	3.669
Capitán Prat	Cochrane	Cochrane	6.671
		O'Higgins	9.506
		Tortel	21.347
TOTAL			109.444

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas INE.

Continuación, podremos ver el mapa de la región de Aysén con sus rutas terrestres marítimas y aéreas, fuente: Sernatur.

Imagen 10. Mapa Aysén.



Fuente: SERNATUR.

Turismo Sustentable

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo sustentable se define:

- Aquel que hace un uso excelente de los recursos naturales fortaleciendo un crecimiento económico factible en el transcurso del tiempo.
- Aquel que aporta beneficios para la sociedad.
- Aquel que busca progresar la competitividad de la zona, por medio de la sustentabilidad.
- Aquel que incrementa su valor con la conservación de los atractivos naturales y culturales (Sernatur 2012-2020).

La sustentabilidad como modelo integral para el futuro, necesita la incorporación de tres factores principales: económico, ambiental y social. La sustentabilidad es clave para el sector del turismo. Prácticas internacionales dan cuenta de que los países que han optado por la sustentabilidad, sea a partir de políticas públicas, estímulos privados, entre otros, han incrementado el gasto promedio por turista recibido. Nuestro país se está sumando a esta iniciativa, ofreciendo una oferta turística sustentable de servicios y destinos, alcanzando metas de gobierno, como son “duplicar la participación del sector en el PIB nacional.” (Sernatur 2012-2020)

“El turismo se basa en los recursos naturales y culturales de cada territorio, por ende, se hace fundamental adoptar y concretar practicas sustentable de esta manera resulta ser más rentable y competitiva la actividad, extender los beneficios entre las comunidades locales, cooperar a la conservación de la biodiversidad y situar en importancia el patrimonio socio-cultural”

Comisión Mundial sobre medio Ambiente y Desarrollo “Nuestro Futuro Común”, 1983-1987

Impacto de Crisis Covid-19 y similares

El covid-19, ha provocado un alto déficit en el área relacionadas al turismo, sin embargo, una de las nuevas variantes Ómicron, la población y estructuradamente está volviendo las labores cotidianas y las económicas están se destacan por ser sobresaliente. En el caso de Perú, también se está activando exitosamente las ofertas de turísticas; la región de Ica, uno de los esenciales destinos del Turismo a nivel nacional, se ha sumado al inicio de la recuperación económica rigiéndose con los protocolos de Bioseguridad en todos sus negocios que involucran el turismo, actualizándose al reglamento de agencias de viajes y turismo. Las empresas están adaptando su infraestructura y dando mejor servicio de acuerdo a la investigación que realiza MINCETUR. El objetivo de tes trabajo fue identificar la situación socio-económica de las agencias de viaje, proveedoras de los servicios de turismo. El método de investigación fue armado en dos etapas que son gabinetes y campo, pero para mayor seguridad este cuestionario y entrevista se efectuó de manera virtual; por lo tanto, visitamos recorriendo lugares cautivadores como la Huacachina, Cachiche y el damero de Ica. Aclarando que las personas están de acuerdo con ser partícipes del turismo siempre y cuando las agencias cuenten con los protocolos de bioseguridad.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

De partida explicare la definición de lo que es un marco teórico: Se define marco teórico al conjunto de consideraciones y antecedentes que permiten respaldar un análisis. Por lo tanto, es la base para llegar a conclusiones. (Google. 2022)

Análisis del entorno

Según Philip Kotler (2001) el entorno de marketing se define como “los actores y fuerzas externas al marketing que alteran la capacidad de gerencia de marketing así crear y mantener transacciones convenientes con clientes”. Los factores pueden resultar oportunidades (positivos) o amenazas (negativos). Este entorno siempre estará compuesto por el micro entorno y el macro entorno.

Macroentorno

Se define como todas las “fuerzas de la sociedad que afectan el microentorno en general”. Ejemplo: fuerzas políticas, económicas, sociales, tecnologías, culturales (Kotler, 2001).

Microentorno

Se define como todas aquellas “fuerzas cercanas que puedan afectar a la organización y su capacidad de servir a sus clientes”. Ejemplo: Proveedores, distribuidores, mercados de cliente, competidores (Kotler, 2001).

Análisis PESTA

Este se define como una herramienta para comprender el crecimiento o inclinación de un mercado, su posición, potencial y dirección de un negocio. Básicamente se puede determinar como una herramienta de medición de negocios (Chapman, Alan). La palabra PEST(A) está formada por las iniciales de factores políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos y Ambientales, estos están empleados para tasar el mercado en el que se encuentra un negocio.

Análisis 5 Fuerzas de Porter

Este mecanismo nos ayudara a identificar la competencia que existe en la industria, determinando que tan favorable es realizar un análisis que sirva como apoyo para formular estrategias así utilizar las oportunidades y afrontar amenazas identificadas. Se identifican las 5 fuerzas principales (Porter, 1980).

1.-Amenaza de entrada de nuevos competidores:

El mercado no es atractivo si las barreras de entradas son accesibles para la competencia ya que estos pueden llegar con nuevos participante, recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

2.-La rivalidad entre los competidores:

Para una corporación será más difícil competir en un mercado donde sus competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean muy altos, constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

3.-Poder de negociación de los proveedores:

Un mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será crítica si al proveedor le conviene estratégicamente entregarse hacia adelante.

4.-Poder de negociación de los compradores:

Un mercado no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no se diferencia del resto o es de bajo costo para el cliente, permitiendo que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. Con mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad, servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás.

5.-Amenaza de ingreso de productos sustitutos:

Un mercado no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

Investigación de mercado

Se define según William Zikmund (1998) como: “Proceso objetivo y sistemático en que procesa la información con el resultado de beneficiar la toma de decisiones de mercado” La investigación es una excelente herramienta que facilita a la reducción de duda en la toma de decisiones. De acuerdo a la clasificación de la investigación conforme a su

propósito, se pueden nombrar tres tipos de investigación: exploratorio, descriptiva y casual.

De acuerdo a Zikmund la investigación exploratoria: Inicia para obtener aclaraciones y definir la naturaleza de un problema. No intenta averiguar la convicción decisiva que determine una acción, si bien definir un problema. Investigación causal: el principal objetivo es identificar las relaciones causas y efecto entre las variables. Por último, la investigación exploratoria y descriptiva se realiza antes de esta investigación. Desea establecer cuando se realiza algo.

Tipos de consumidores

Según la clasificación de mercado se define un mercado de consumidores y un mercado industrial, donde la conducta de compra de los consumidores en cada caso. Es muy útil conocer el comportamiento de los clientes y así poder satisfacer sus deseos y necesidades. Lo inicial para comprender la conducta de un comprador será el modelo de estímulo-respuesta. Referente a los estímulos de marketing y del entorno se hace partícipe la conciencia del comprador. Las propiedades, proceso de decisión del comprador dan principio a indudables decisiones de compra. La tarea del mercadólogo es captar la conciencia de comprador así llegara a los estímulos exteriores y las decisiones de la compra (Kotler, 2001).

Oferta y Demanda

Este modelo de oferta y demanda muestra el nexo en el mercado de un determinado bien entre consumidores y productores, en relación con el valor y las ventas del bien. Este concepto es elemental en la microeconomía y también se usa para la explicación de una diversidad de escenarios microeconómicos. El primero en especificar esta conducta fue Antoine Agustín Cournnot junto con Alfred Marshall quien lo popularizo más adelante.

Oferta se define como: Cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un valor y condición entregadas en un momento señalado. Oferta también se puede señalar como la cantidad de productos o servicios disponibles para ser consumidos. Demanda se define como: La cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser obtenidos a los diversos precios del mercado por un consumidor. La demanda puede reflejar visualmente por medio de una curva de la demanda. La pendiente de la curva determina si aumenta o disminuye la demanda frente a una alza o bajada del precio. Esta idea se denomina como la elasticidad de la curva de demanda (Antoine Agustín, 1995).

Sistema de Comercialización

Existen varios tipos tales con diversas características como, por ejemplo:

- Detallistas: Estos canales se destacan por su poco volumen y su venta al detalle.
- Mayoristas: Estas se centran en grandes volúmenes para vender de forma centralizadas. Se caracterizan por no tener fuerza de venta ni de transporte.
- Distribuidores: Son aquellos que comercializan el producto a gran escala, cuentan con una fuerza de ventas propia y transporte.
- Es importante definir los canales de distribución que se usará ya que de ellos dependerá los empaques y que afectará a los precios del producto por el pago del margen al distribuidor.

Decisión de localización

Esta se debe definir donde se instaurará finalmente el proyecto, pueden existir variaciones de ubicación nacional del proyecto (macro ubicación) alcanza hasta una ciudad o región en donde se emplazará (micro ubicación). Esta metodología para determinar la ubicación del proyecto, es la de ponderación de factores, que básicamente consiste en una ponderación que va de cero a uno (con la condición de sumatoria de todas las ponderaciones sea igual a uno) y darle a cada una calificación de 1 a 5. Así de tal manera que el proyecto se ubicara en aquella.

Factores de localización

En este punto se examina los factores que influyen a la decisión de la localización del proyecto:

- Medios y costos de transportes.
- Disponibilidad, costo mano de obra.
- Cercanías de las fuentes de provisión factores ambientales.
- Cercanía del mercado.
- Costo y disponibilidad de terrenos.
- Topografía de suelos.

Modelo de negocio

Modelo Canvas

Este modelo se compone por nueve áreas que son las siguientes:

- **Segmento de mercado:** Se clasifica a los clientes, así se da a conocer el nicho de mercado junto con las oportunidades del negocio. Siempre es fundamental pero no más que el cliente, pero si lo fueran debería ser el centro de cualquier modelo, porque obviamente sin clientes no existe el negocio. Estamos maravillado con nuestra creación, pero se nos hace difícil vender al precio que fijamos ya que no cubre ninguna solución ningún problema. Por lo tanto, es primordial tener el cliente claro y además una propuesta de valor para él. Importante será buscar un nicho, entre más pequeño y vertical es mejor, porque este nicho resuelve la necesidad de un sector específico, de preferencia no bien atendido de esta manera estarán dispuesto a pagar por el producto o servicio que se provee.
- **Propuesta de valor:** Se deberá definir una buena propuesta de valor, y destacarnos en la innovación para poder diferenciarse de nuestras competencias, acercándonos a futuros potenciales clientes. En pocas palabras la propuesta de valor es eso que te hace diferente de la competencia, tomando en cuenta aquello que te hace diferente y por lo que cliente está dispuesto a pagar. Sin cliente de nada te servirá la propuesta de valor ya que ambas se complementan.
- **Canales de distribución:** Se delimita los canales de comunicación, y de publicidad que se optara para favorecer la marca e idea de negocio. También se puede optar por combinar diferentes canales (directos e indirectos y además propios de los socios). Así el modelo podría combinarse o elegir entre un equipo comercial propio, por ejemplo: una tienda física, tienda online, etc. Los canales de socios reportan menos holgura de beneficios, pero suelen permitirle una mayor actuación aprovechando los puntos potenciales de cada uno. En los canales propios, en particular los directos, sus márgenes de beneficios son

altos, pero su costo de puesta en marcha y gestión puede significar elevado. Lo deseable es dar con el equilibrio entre diversos canales integrados de forma que el cliente nota y disfruta la experiencia haciendo que los ingresos crezcan el máximo posible.

- **Relaciones con los clientes:** Punto de gran importancia, este consta en las relaciones que se establece con los segmentos de clientes. Estas relaciones pueden ser (cara a cara, teléfonos, etc.), o automatizadas a través de tecnología como correo electrónico.) junto con terceros (externalización de servicios), individuales o colectivas. Lo fundamental aquí es la conexión con la propuesta de valor con el cliente. Por lo tanto, eso va dirigido a la sensación que quieres que produzca al cliente.
- **Fuentes de ingresos:** Resolver las fuentes económicas de nuestra idea de negocio, estas fuentes de ingresos son la consecuencia de los otros módulos, pero antes de comenzar se debe saber cuáles serán tus fuentes de ingresos. No olvidar que entre más se venda, más ingresos se obtendrá.
- **Recursos Claves:** Se debe precisar activos y recursos claves que se necesitaran como puntos importantes. Estos recursos claves son el cómo se va hacer tu propuesta de valor y cuáles serán los medios para contar: personas, tecnologías, físicos (taller, vehículos, puntos de ventas, etc.). El negocio para que llegue a ser posible dependerá de los factores de estudio y análisis.
- **Actividad clave:** Se debe conocer las actividades clave que le proporcionaran el valor a nuestro emprendimiento, también saber un plan así potenciarlas, este es uno de los puntos más difícil para definir en un modelo de negocio, ya que depende de ella que tengamos claro junto así lo comunicamos al mercado.
- **Asociaciones clave:** Los socios claves son con los que se generan contactos y analizan para el negocio. En pocas palabras, definir el networkling (es una forma nueva de hacer contactos con gente nueva en el contexto de negocios) con potenciales socios o proveedores, etc.

Dentro de los emprendedores, siempre va creciendo un interés por establecer acuerdos de colaboración con terceros así repartir experiencias, costos y

recursos (socios estratégicos, socios industriales, socios inversores, economías de escala, etc.) permitiendo diseñar, desarrollar y gestionar los proyectos de negocio.

- **Estructura de costos:** Unos de los puntos más importantes cuando se define el modelo de negocio es cuánto cobra tu empresa, por lo tanto, se deberá crear una estructura de costos, para así definir el precio que pagará el cliente por el servicio o producto que está adquiriendo. Además, se deberá definir cómo financiar un negocio que al principio no sea rentable. Realizar un análisis y calcular los dineros que se necesitaran en el tiempo hasta ser rentable. No olvidar calcular el ciclo de venta hasta que llegue a tu bolsillo, que muchas veces suele ser más tiempo de lo esperado.

En este punto se analizan los factores que comúnmente influyen en la decisión de la localización de un proyecto

- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad y costo de mano de obra
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Costo y disponibilidad de terrenos
- Topografía de suelos

Estudio Financiero

Este ordena y sistematiza la información referente al dinero que para así resolver un estudio que determine la rentabilidad del proyecto (Sapag & Sapag, 2014).

Inflación

Esta representa un alza sostenida a nivel de precios. Cuando se hace cargo de que los componentes del flujo de caja considerando la tasa de descuento, se corrigen de manera equitativa se puede decir que la rentabilidad del proyecto no resultaría afectada ya que todo se subsana por este mismo factor, numerador y denominador (Sapag & Sapag, 2014).

Criterios de evaluación

Estos pertenecen a los instrumentos para definir referente a la conveniencia de realización de proyecto de inversión. Entre los más importantes se pueden destacar los siguientes:

- VAN (valor actual neto): Es la suma aritmética actualizada de los flujos netos efectivos generados por el proyecto a lo largo de toda su vida útil, actualizados al momento “0”, a la tasa de descuento exigida por el inversionista. Las posibilidades de resultados pueden ser estas:
- $VAN > 0$: Proyecto es rentable.
- $VAN = 0$: Proyecto es indiferente.
- $VAN < 0$: Proyecto no es rentable.
- TIR (tasa interna de retorno): Se define como aquella tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. Esta se compara con la tasa de descuento (r) exigida por el inversionista, pudiendo mostrarse las siguientes posibilidades:
- $TIR > r$: Proyecto es rentable
- $TIR = r$: Proyecto es indiferente
- $TIR < r$: Proyecto no es renta
- VAUE (valor actual uniforme equivalente): Este se utiliza para tener una igualdad con el flujo efectivo constante por periodo que tendría el proyecto. Además, el VAUE se usa para decidir entre proyectos mutuamente excluyentes que poseen distintas vidas útiles.

Tasa de descuento

Se define como el precio a pagar por los fondos requeridos para proteger la inversión. Además, representa una medida de la rentabilidad mínima que se exigiera al proyecto, según su riesgo resultando que el retorno esperado cubra el total de la inversión inicial, los egresos de esta operación, intereses se deberán pagar por parte de la inversión financiada con préstamos y la rentabilidad que el inversor exija a su propio capital invertido.

Capital de trabajo

Este constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación natural del proyecto durante un ciclo productivo para una capacidad y tamaño determinado.

El capital de trabajo inicial formara una porción de las inversiones de largo plazo, porque forma parte del monto permanente de los activos corrientes necesarios para fortalecer la maniobra del proyecto durante su vida útil (Sapag & Sapag, 2014).

Depreciaciones

La depreciación es uno de los procedimientos contables de mayor importancia para cualquier empresa. Ya que nos permite designar su valor total al cierre del año fiscal. Para esto existen reglas y regulaciones gubernamentales. Está de más señalar que esta tarea de calcular la depreciación de activos suele ser complicada (**Pablo Suárez Moya, 2020**).

Flujo de caja

El flujo de caja se muestra en ocasiones que corresponde intervalos de tiempo determinados para efectuar el alcance de los flujos, por ende, estos pueden ser mensuales, trimestrales, semestrales o anuales. El punto de vista para selección de intervalos corresponderá a la magnitud y cuantía de los flujos considerados en la evaluación, donde el costo de oportunidad de los recursos representa un papel de importancia por su determinación (Sapag & Sapag, 2014).

Análisis de Sensibilidad

Nos permite medir la sensibilidad de la evaluación realizada a variaciones en uno o más parámetros de determinación. La sensibilización se puede aplicar a cualquier variable tal como, la localización, tamaño o la demanda. Importante que los valores de las variables utilizadas para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener efectos de consideración en la medición de los resultados. Tomar decisiones apresurados y no contar con la información idónea que asegure la rentabilidad del proyecto nos puede llevar a unos escenarios no favorables. Los análisis de esta evaluación serán sensibles a las variaciones de uno o más parámetros si la decisión inicial varia al introducir estas variaciones en el criterio (Sapag & Sapag, 2014).

CAPÍTULO III: PROPUESTA DE METODOLOGIA

Desarrollo

Análisis del entorno

En este punto es primordial la claridad en la industria que serán nuestras competencias, por lo tanto, esta se identifica como un conjunto de empresas, establecimientos y organizaciones, cuales principales actividades se reflejen en ofrecer servicios y productos a las personas señaladas como turistas.

En la actualidad el área del turismo se define como una de las actividades con mayor potencial para la estimulación del crecimiento económico, ya que represento durante noviembre de 2021, se registró un total de 24.703 pernотaciones en establecimientos de alojamiento turístico, aumentando 456,1% interanualmente. Presentando una variación acumulada de -2,5% en lo que va del año 2021. Resulta importante destacar que las variaciones interanuales calculadas se realizan comparándolas con el mes de noviembre de 2020, afectado también por la pandemia de COVID-19 (INE, enero 2022).

El turismo engloba a diferentes organizaciones, en primer lugar, se encuentran las instituciones que regulan la actividad, como lo es el gobierno y las municipalidades de la zona, posteriormente siguen los agentes privados como lo son los operadores turísticos, agencias de viajes junto a los servicios de alojamientos. Los actores locales se definen como las sociedades residentes y las identidades culturales, y el ultimo más importantes son los turistas. La actividad que más receptividad tienes dentro de la industria del turismo es la asociada a los alojamientos, resultando primordial para cualquier tipo de turista, no me menor es la base que hace interactuar a todos los demás agentes y por tanto suma el potencial del atractivo de la zona.

PESTA

El análisis PEST(A) consiste en un análisis normalizado del entorno de las organizaciones, dando una puesta global de los diversos factores macro ambientales en donde se desarrolla.

Herramienta útil para comprender el estado de un mercado, su crecimiento o decadencia, su posicionamiento comercial, potencial de crecimiento junto la dirección de operaciones. Este análisis en pocas palabras evalúa en base a cinco factores que son: Político, Económico, Social, Tecnología y Ambiental.

Factores Políticos

Chile tiene un sistema político estable y se considera un modelo en América Latina y en términos de transparencia política y financiera. Garantizada por:

- Forma de gobierno: Republica basada en democracia parlamentaria, donde el presidente está dotado de poderes extensos.
- Poder ejecutivo: El presidente tiene la responsabilidad de ser el jefe del estado y del gobierno. Está al frente del poder ejecutivo. Nombra al consejo de Ministros, que cuentan con la facultad de solicitar la renuncia al comandante en jefe del ejército. El presidente es electo a través de un sufragio universal, por cuatro años no renovables.
- Poder legislativo: Este poder es bicameral. El parlamento conocido como Congreso Nacional, está conformado por: el Senado, siendo 50 miembros que son elegidos por sufragio universal por 8 años; la Cámara de Diputados, compuesta por los 155 miembros son elegidos por sufragio por cuatro años.

Factores Económicos

En Chile la economía se aprecia con un crecimiento rápido en estas últimas décadas en América Latina, permitiendo que el país disminuya de modo importante la pobreza. No obstante, cabe destacar que el 30% de la población es económicamente desvalida con un desnivel elevado presente (Banco Mundial,2022).

En Chile se está viviendo un hecho histórico, enfrentando dudas por su gobernanza, contrato social y modelo económico. Además del gran progreso económico y la baja de pobreza en las últimas décadas, la política existente ha sido deficiente en conseguir un crecimiento de la productividad y la diversificación económica, mejorar los efectos del mercado laboral y plantear con más hondura su desigualdad.

Las protestas de 2019 y 2020 mostraron la vulnerabilidad del sistema socioeconómico, Con las manifestaciones que solicitaban un cambio en la dirección política y social del país. La paralización del crecimiento y de la productividad en la última década ha generado preguntas acerca de la sostenibilidad del crecimiento del país.

Por otro lado, la pandemia del COVID-19 ha provocado que la economía se desplome, al nivel de observar la peor recesión en las décadas. El PIB llago a un 6,0% en 2020, a pesar de un relajo de las medidas de cuarentenas permitió una recuperación parcial de aquel año. Se perdió más de un millón de empleos, lo que provocó mayoritariamente a las mujeres y a los trabajadores del comercio, la agricultura y hotelería, declinando más la clase media. En unida disminución económica, el endeudamiento fiscal aumento a 7,5% del PIB en 2020, siendo la más grande de las últimas tres décadas.

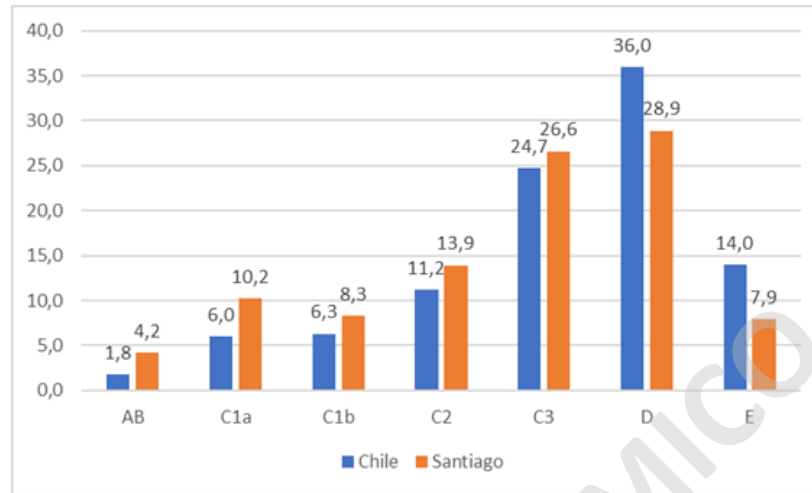
A pesar que las autoridades emplearon las reservas fiscales, la deuda pública ascendió desde un 28% en 2019 a 33% en 2020. Se espera que la pobreza aumente de 8,1% a 12,2%, haciendo que 780.000 personas se vuelvan pobres. El resultado del condicionamiento de movilidad y duda fueron balanceados, solo en parte. Esto significó efectuar transferencias en efectivo, un tipo de sustento de empleo, aplazamientos y reducciones tributarias, provisiones y garantías de liquidez y retiros tempranos desde los fondos de pensiones. Para el 2021 se espera un crecimiento de un 5,5%, respaldado constante del Gobierno y una campaña de vacunación rápida. Chile está en cuarto lugar a nivel mundial, y primero de la región, en tasas de vacunación per cápita. Al 26 de marzo 2021, en Chile contaban con sus vacunas más del 30% de los adultos, con el objetivo de vacunar al 80% de sus 19 millones de habitantes para el 30 de junio de este año. Por otro lado, la liquidez acumulada facilitará un impulso a la economía debido a los estímulos monetarios y a los retiros de los fondos de pensiones. A pesar de la incertidumbre truncará la recuperación de la inversión privada, la demanda doméstica se incitará debido a políticas acomodadas. Las exportaciones se deberían ver beneficiadas gracias al alza de precios del cobre y la recuperación de las economías avanzadas y de China. Es difícil y poco probable que Chile llegue a los niveles anteriores a la pandemia hasta el 2022 (Banco Mundial,2022).

Factores Culturales, Demográfico y Social

Chile se denomina como un país tricontinental ya que está constituido por tres zonas geográficas. La cual sumando todas estas zonas se llega a un total de 755.776,4 m² de territorio nacional. Además, cuenta con una población de 18.729.160 personas, encontrándose en la posición 62 de la tabla de población, siendo parte de 196 países, además refleja una densidad de población, 25 habitantes por Km² (Banco Mundial,2022).

Los grupos socioeconómicos más numerosos son el D (36,0%) y el C3 (24,7%), que corresponden a los grupos clase media vulnerable y clase media baja, respectivamente. El grupo E, conformado por los hogares más pobres del país, corresponde a un 14,0% del total de hogares. Por otro lado, el grupo C2 o clase media típica considera un 6,3% de los hogares, mientras que los grupos C1b, la clase media emergente, y C1a, la clase media acomodada, representan un 6,3% y 6,0% de los hogares, respectivamente. Por último, la clase alta o grupo AB reúne al 1,8% de los hogares de más altos ingresos.

Imagen 11. Factores culturales, demográficos y social.



Fuente: Aimchile.

Si se compara la situación de Santiago con la del resto del país, se observa que en Santiago existe un mayor porcentaje de hogares de los grupos de más altos ingresos: AB, C1a, C1b, C2 y C3, mientras que el porcentaje de hogares de menores ingresos (D y E) es menor en comparación al resto del país, lo que es importante conocer tanto para la planificación de estrategias empresariales como para el diseño de las políticas públicas (Guillermo Acuña, 2022).

Factores Tecnológicos

De partida las tecnologías se encuentran enfocadas en la generación de energía. La ampliación eficiente de la iluminación es una práctica que logra un consumo eficiente, repercutiendo en la imagen de marca del establecimiento, siendo factor importante en la estrategia de responsabilidad social corporativa. Esta se define como la reducción del consumo de energía conservando los mismos niveles lumínicos sin la reducción de la calidad del producto, favoreciendo el medio ambiente y fomentando la sostenibilidad en uso. Por ende, la incorporación de esta tecnología está teniendo un incremento cada día y se estima como fundamental en la implementación del proyecto en estudio.

Los sistemas de comunicación son de mucha importancia, mayormente en las zonas rurales ya que es un déficit contar con accesibilidad a internet. Hoy existen dos formas para esta conexión a internet mediante satélites o a través de red telefónica móvil. Esto nos favorece en grandes rasgos ya que de esta manera se puede llegar a futuros clientes. Hoy en día la zona de estudio cuenta con internet satelital móvil de Entel.

Cabe mencionar el acceso que cuentan los hogares a internet, recalcando como afecta a las zonas rurales del país y a personas de baja remuneración. Las Políticas públicas han rastreado la cobertura o la implementación el uso de TICS (Tecnologías de la información

y las Comunicaciones), en lugares de difícil acceso o zonas que aún se han demorado en llegar, argumentando “ya no es el acceso el que limita la entrada, pero si la forma de conectarse. Donde se dan las mayores brechas, es en las zonas rurales, en comparación al resto del país que cuenta con acceso primeramente de tipo móvil. Esta brecha en el tipo de conexión se da igualmente en relación a los niveles de ingreso” (subsecretaría de Telecomunicaciones, 2016).

Por otro lado, la conexión a internet en zonas rurales como Aysén nos servirán en un alto porcentaje por los procesos de pago que se realizan en diversos sistemas de comercialización, ya que estos deben ser fácil de utilización para el usuario, además de seguros. El sistema más reconocido en la actualidad es el de Transbank que nos permite el pago mediante créditos y débitos con diversos bancos.

Factores Ambientales

Chile seguirá avanzando en la reducción de una nueva constitución equipando a la naturaleza de derechos para que así su protección cruce a todos los ámbitos del desarrollo del país.

Adelantar la producción en energías renovables, enfocado en la distribución es uno de los puntos importantes para lograr acelerar el proceso de des-carbonización. No es suficiente el cierre de plantas a carbón, los habitantes de las zonas comprometidas que por años operaron cuyas empresas confían que la transición hacia la energía limpia implique también la descontaminación de suelos, aire y el agua, además de las mejoras en el sistema de salud que repararan los impactos sufridos por la población. Por otra parte, científicos esperan que este 2022 será otro año más de sequía y cada día se hace más imperioso en avanzar en medidas precisas para optimar el agua disponible y mejorar su distribución (Michelle Carrere, 2022).

Para llegar hacia una matriz energética limpia no será necesario solo aumentar la producción de energía renovables, sino también progresar la distribución de esa energía además descontaminar las zonas donde han operado las plantas a carbón.

Llenar los vacíos de desinformación referente a la cuantía de agua existente, cuanto es su uso y quienes tienen los derechos de ella es primordial para la toma de decisiones.

Expertos perseveran por la importancia de reforzar el sistema de evaluación ambiental y crear servicios de biodiversidad que hace diez años se encuentra en congreso, para consolidar la protección del medio ambiente (Michelle Carrere, 2022).

En la Patagonia Chilena, donde se concentran las industrias salmoneras, se entrelazan ecosistemas de fiordos con grandes volúmenes de hielo, facultando con características únicas e irrepetibles. Por lo mismo, en el mar de la Patagonia Chilena existen diversas especies que solo se encuentran en esta zona del mundo. Es sitio de reproducción y

alimentación que se encuentran en peligro, tales como las ballenas azules junto a sus bosques de algas son uno de los mayores sumideros de gases de efecto invernadero colaborando a la disminución de los impactos del cambio climático de la tierra. Por lo tanto, Chile debe prohibir la salmonicultura en todas las zonas apreciable de la Patagonia. Científicos, como comunidades indígenas y conservacionistas, esperan que este proyecto de ley pueda prosperar para que así la protección de las reservas y parques marinos sea más operativa (Alex Muñoz, 2022).

Cinco Fuerzas de Porter

Para proceder con el estudio es primordial nos apoyaremos con el análisis de las cinco fuerzas de Porter con el fin de definir la competencia existente y así determinar su atractivo.

1.-Amenaza de entrada de nuevos competidores:

- **Requisitos de capital:** Para iniciar la competencia en la industria del turismo es necesario un capital alto. Este valor incrementa al igual que su calidad y opulencia se solicite. Entre la competencia directa, existe la demanda para cumplir las expectativas de ingresos. Por otro lado, existen los competidores indirectos que también pueden sustituir estas necesidades, sus condiciones pueden llegar hacer de muy fácil acceso.
- **Trámites legales:** en este punto se refiere a las limitantes que impone el estado con el objetivo de poder controlar el ingreso de nuevos equipamientos. Será necesario contar con los certificados o documentación para ingresar a la industria. Entre ellos unos básicos son: Licencia de negocio, número de identificación fiscal y seguro de responsabilidad civil.
- **Exceso de capacidad:** Este es el resultado de la estacionalidad presente de la demanda. La capacidad de los recintos se debe diseñar a base de poder hospedar la mayor cantidad de visitantes en el periodo de alta demanda. Esto ayuda a soportar un excedente de capacidad para los demás meses, por lo cual tener ventaja de los competidores al poder disminuir los valores en periodos difíciles, como en contestación ante la entrada de nuevos competidores.
- **Ventajas de marcas pioneras:** Esto se determina por clientes, los cuales deciden los precios centrados en los atributos y valorizaciones previas que cuente el

equipamiento. Por ende, el costo y riesgo de una fallida elección suelen resultar como altos ya que persuadir a la clientela a contratar estos servicios, una vez conocida la oferta y a la competencia se pueden apreciar dos aspectos esenciales para el análisis de este: el número y tamaño de los competidores.

2.-La rivalidad entre los competidores:

Como competidores por el entorno de nuestras instalaciones se encuentran alrededor de diecinueve alojamientos turísticos, pero se destaca que ninguno se asemeja a lo ofertado por nosotros ya que estas edificaciones son construcciones típicas convencionales, además competidores similares se encuentran muy alejados, ubicados por las cercanías de puerto tranquilo.

3.-Poder de negociación de los proveedores:

Se aprecian a posibles proveedores

- Comestibles y Bebestibles: En este punto se encuentran todos los supermercados, mercados y locales que cuentan con estos productos. En las cercanías de nuestras futuras instalaciones podemos acceder como posibles proveedores directos en Puerto Guadal que son los siguientes: Minimarket La Sureña, Supermercado Plaza, Supermercado Patagonia, Carnicería Las tres B.
- Servicios básicos: Agua, gas y Electricidad. Se grafican con valores muy similares, en el caso de los recursos, agua y electricidad no será mayor complejidad ya que sus valores los regula el estado.
- Servicios Turísticos: Son los tours que se encuentran en las cercanías del equipamiento. Entre ellos se identificó: Turismo Kalem Patagonia, Cascada El Maqui, Catedral de Mármol, Ecoturismo Exploradores, Turismo rio Baker.
- Página Web y Redes Sociales: Estos medios de comunicación servirán para dar conocer este servicio, haciendo que los interesados puedan realizar cotizaciones, he interiorizarse en detalle del servicio. Captado al futuro cliente se procede al agendamiento y reserva del servicio. Por otra parte, es imprescindible por los tiempos actuales y modernización Estos medios permiten establecer bases de datos de los clientes interesados por estos

servicios, como por ejemplo cantidad de visualizaciones, tipo de público, origen del público interesado etc. Permitiendo mejorar el servicio al cliente frecuente o incorporar nuevos atributos para el aumento de demanda de público.

4.-Poder de negociación de los compradores:

Se comprueba según los siguientes factores: Tasa de ocupación, procedencia de visitantes y tiempo de demanda.

- La tasa anual de ocupación en la región de Aysén: Durante noviembre de 2021 se registraron 24.703 pernoctaciones a nivel regional, aumentando a 456,1% en comparación a igual que el mes del año 2020.

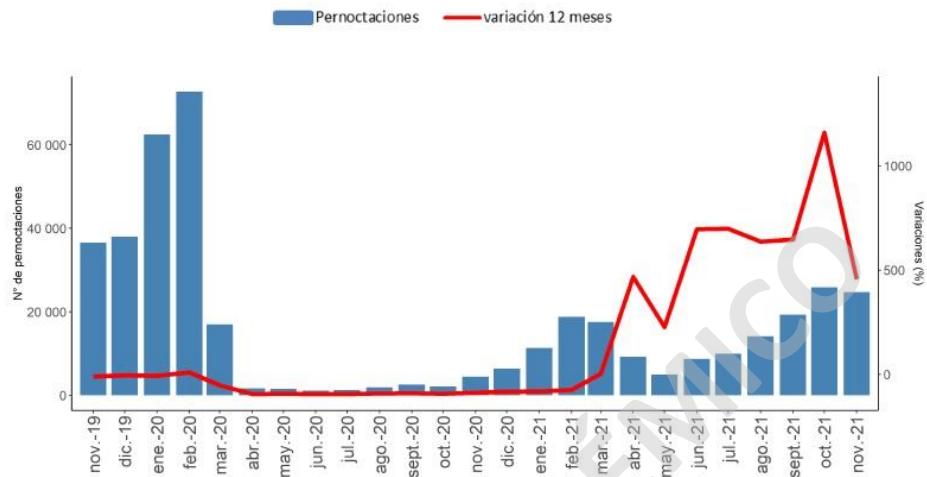
La Tasa de ocupación regional en habitaciones fue de 28,2% aumentando 16,85 puntos porcentuales (pp.) en su comparación interanual.

El RevPAR fue \$14.497 a nivel regional, anotado una variación de 277,5% en doce meses.

El ADR fue \$51.339 a nivel regional, aumentado 52,3% respecto al mismo período de 2020.

- Pernoctaciones:
- Durante noviembre de 2021, se registró un total de 24.703 pernoctaciones en establecimientos de alojamiento turístico, aumentando 456,1% interanualmente. Presentando una variación acumulada de -2,5% en lo que va del año 2021. Resulta importante destacar que las variaciones interanuales calculadas se realizan comparándolas con el mes de noviembre de 2020, afectado también por la pandemia de COVID-19.
- Evolución pernoctaciones a nivel regional. (Pernoctaciones y variación de 12 meses noviembre 2019 – noviembre 2021)

Imagen 12. Pernotaciones según Región ***/ noviembre 2021.



Fuente: Encuesta mensual de alojamiento turístico, edición nº74 INE (2022)

Imagen 13. Emat

EMAT			
Noviembre de 2021			
	Total Regional	Var. meses (%)	12
Pernotaciones			
Total	24.703	456,1	
Llegadas			
Total	12.516	715,8	
Estancia media(*)			
Total	1,97	-31,8	
RevPAR			
Total	\$14.497	277,5	
ADR			
Total	\$51.339	52,3	
	Total Regional	Var. meses (pp.)	12
Tasa Ocupación en habitaciones(**)			
Total	28,2%	16,85	
Tasa ocupación en plazas(**)			
Total	18,5%	12,20	

1. Revenue Per Available Room (RevPAR) corresponde al ingreso promedio habitación disponible. Se expresa en pesos chilenos corrientes.
2. Average Daily Rate (ADR) es la tarifa promedio de la unidad de alojamiento ocupada. Se expresa en pesos chilenos corrientes. Para fines analíticos, este indicador se considera como tarifa promedio mensual de una unidad de alojamiento ocupada.

Nota: Las cifras del mes en análisis son provisionales.
 Nota Técnica 1: Debido a que la estimación del porcentaje de establecimiento turístico que cerro de manera total o parcial alcanzo el 40,3% a nivel regional, por el impacto de la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, se produjo un aumento en los coeficientes de variación de las variables, por lo que se publican los datos a nivel nacional y total de regional, sin incluir apertura por clase, residencia y destino turístico. Para más detalle ver separata técnica “EMAT-Contingencia COVID19” noviembre de 2021.

5.-Amenaza de ingreso de productos sustitutos:

Se aprecian una diversa oferta de alojamientos turísticos, se tiene que considerar que para que el equipamiento pueda ejecutarse en base a las comodidades y segmentos al que se dirige, los valores serán aproximadamente elevado. Estos precios se determinan por la gran inversión así poder posicionarse como un Domo Sustentable y también cumplir con las normativas para poder obtener los certificados correspondientes.

Tabla 1. Cuadro comparativo sustitutos y valores para dos personas.

Ubicación	Sustitutos	Precio por habitación para dos personas
Puerto Guadal	Terra Luna Lodge	\$ 110.000
	Parador Austral Lodge	\$ 114.536
	Hacienda Tres Lagos	\$ 163.695
	Mallin Colorado Ecolodge	\$ 120.822
	Patagonia 47 g	\$ 105.000
Puerto Río Tranquilo	Hosteria Costanera	\$ 95.000
	Chelenko Lodge	\$ 124.700
	Cabañas Patagón	\$ 86.000
	Cabañas Río Tranquilo	\$ 63.000
	Residencia Marianela	\$ 82.000
	Hostal El Puesto	\$ 80.975
	Complejo Valle Exploradores	\$ 86.000
	Turismo Don Hugo	\$ 65.000
	Rimaya Hostel	\$ 110.124
	Patagonia Acres Lodge	\$ 93.997
	Complejo Turístico La Cascada	\$ 70.100
	Restaurant y Cabañas la Riconada	\$ 74.750
	Hostal Los Pinos	\$ 83.093

Fuente: Elaboración Propia.

Investigación de Mercado

Cabe destacar que el apoyo de datos para la estimar la distribución de la oferta turística regional, así como la demanda fue elaborado por el Departamento de Estadísticas SERNATUR, Subsecretaría de Turismo.

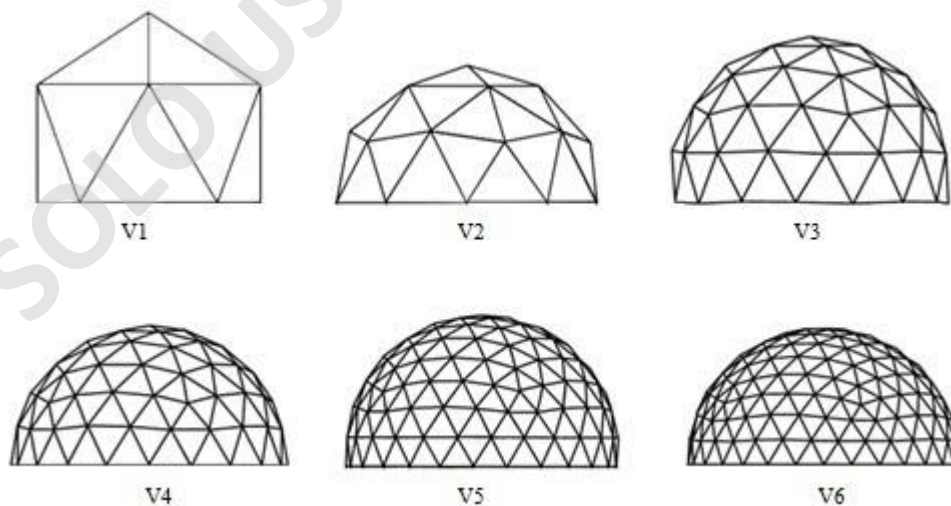
Producto y servicios

Producto: Domos Geodésicos

Fuller fue pionero en el desarrollo estudios llevándolos a su construcción y ofreciendo como soluciones cubiertas geodésicas obteniendo una arquitectura resistente y de peso liviano.

El geodésico se conforma por pequeños triángulos que son muy parecidos geoméricamente, estos se generan a través de la subdivisión de un poliedro en donde los vértices tienen contacto con la superficie de una esfera que lo circunscribe, de ahí nace la palabra geodésico. Este tipo de estructura promete un excelente ahorro de materiales, por ende, se deriva a un menor costo para su compra. Por otro lado, se caracteriza por su seguridad ya que las cargas que se aplican se reparten entre sus vértices de forma uniforme. También señalando que su centro de gravedad es bajo (R. Buckminster Fuller, 1960).

Imagen 14. Ejemplo de frecuencia domo.



Fuente: Google.

Para la construcción de los domos se considerará como materiales lo siguientes:

- Perfilaría de acero galvanizado (Estructura): El acero galvanizado es un elemento de acero recubierto por varias capas de zinc mediante un proceso que ayuda a proteger la pieza de la oxidación. Debido a sus propiedades, el acero galvanizado se utiliza desde los alambres y cables, hasta la construcción de mobiliario resistente como las estanterías metálicas.
- Madera (Estructura): La madera es un material versátil dado que permite conformar cualquier tipo de estructura, revestimiento o terminación según lo que se esté desarrollando. Dado sus características es un material que perdura en el tiempo y es de fácil acceso ya que se encuentra en todos los puntos de venta a nivel país.
- Es trabajable con herramientas sencillas. Además, es buen aislante térmico, acústico. Por el lado sustentable es un material biodegradable, es decir se descompone de manera natural con el tiempo por lo que no contamina el medio ambiente.
- Lana de Oveja (Aislación Térmica): Es una fibra natural y renovable que proviene de la esquila regular del animal. Su uso tiene cabida principalmente en la industria textil, pero en la actualidad sea incorporado al rubro de la construcción. Dado que este material posee propiedades ignífugas, anti ácaros y fungicidas, no irritante, reciclable y con buena resistencia mecánica. No necesita ningún tipo de protección especial para su manipulación e instalación. Este material es altamente transpirable, higroscópico (hasta el 33% de su peso en humedad) un excelente aislante térmico y acústico, flexible y con una alta resistencia a la tracción, por lo que se aconseja para soluciones termo-acústicas de techos y muros. Su desventaja radica solo a que actualmente no existe mucha demanda y por lo tanto existen pocos proveedores del material.

Servicios:

Se ofertará los siguientes servicios, que se determinan según norma NCh2912.

- Estacionamiento propio.
- Telefonía con conexión nacional e internacional.
- Internet.
- Lavandería.
- Recepción y conserjería 24 horas.
- Custodia de equipaje.
- Informaciones
- Custodia de valores (caja fuerte)
- Domo Restaurante – cafetería y bar (desayuno, almuerzo, cena y snack saludables).
- Domo multiuso (sala de eventos) Clases de yoga.
- Domo Piscina termal
- Domo Invernadero (Experiencia de siembra, cosecha y consumo de vegetales).

Mercado consumidor

El equipamiento geodésico intenta una orientación sustentable, para lograr este objetivo se tendrán que buscar a los visitantes indicados. Estos se caracterizarán por ser unos clientes comprometidos con ganas de aprender el habitar de forma consciente un espacio. Se espera un alto estándar en los servicios prestados. Uno de los puntos a satisfacer es que los clientes viajen de manera limpia y tener experiencias únicas ya sea culturales, sociales y ambientales. Este tipo de turismo se da lejos de los grandes cuidados urbanos, primordialmente en zonas campestres aseguradas, donde el cambio cultural prospera tanto a visitantes como a las sociedades de acogida. Concluyendo es preferente llegar a este segmento a diferenciarse del turismo en masas, que oferta paquetes convenientes para el visitante, el cual será beneficiado tanto por la cultura, recursos naturales e incluso historia.

Oferta y Demanda

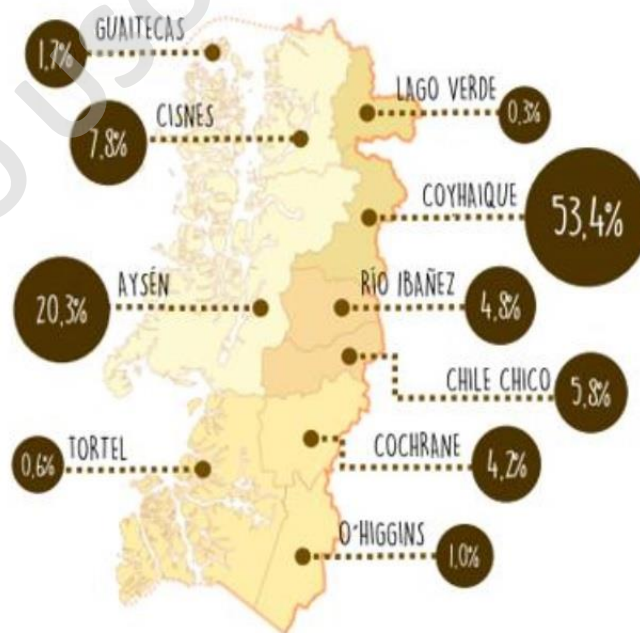
Oferta:

La región de Aysén se identifica por distinguidos sectores preferidos para quienes cortejan la naturaleza. La oferta hotelera es admirable y el conjunto de estos alojamientos son contruidos de la manera habitual. Hoteles con spa y similares son los que prevalecen. También existen establecimientos que ofrecen todos los servicios y por lo frecuente señalan días mínimo de permanencia, por la contraparte también existen otros tipos de hospedajes que solo trabajan ofreciendo solo el servicio de alojamiento. Para este artículo Se irrumpiera una base de datos elaborada por la subsecretaria de turismo, llamada “Estadísticas de establecimiento de alojamiento turístico. Series 2005-2018”.

Cabe recalcar que el total de las empresas dedicadas a la acción turísticas, en la región no alcanza el 1% de colaboración relación al país. En el año 2015 alcanza un 0,74% del total nacional, en el año 2010 el porcentaje asciende a 0,89% y en el año 2015 alcanzo un 0,98%. Sin embargo, el valor de cooperación tiende a un crecimiento mayor respecto del total nacional llegando a 5,23% vs un 3,13% (Sernatur, 2017).

Se muestra cómo se conforma la junta de establecimientos turísticos en la región, en la siguiente imagen se puede apreciar rotundamente que más de la mitad de estas se encuentran situadas en la capital de regional Coyhaique.

Imagen 15. Plano Regional Aysén

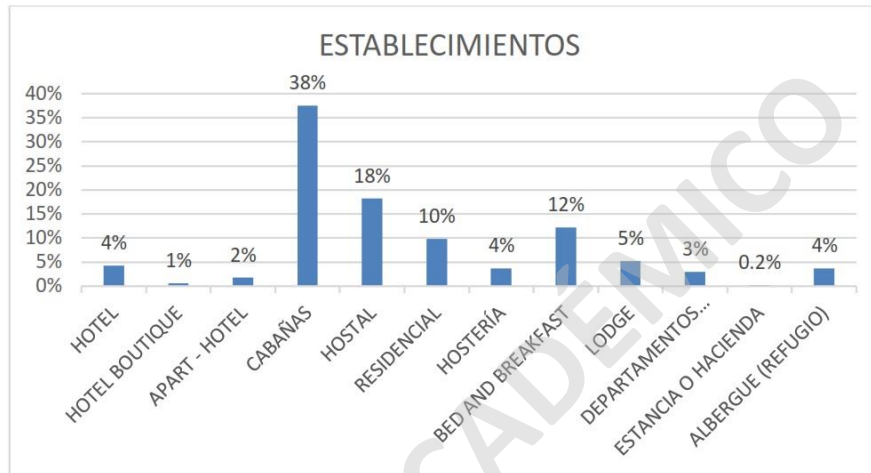


Distribución de la oferta regional correspondiente a las empresas de alojamiento turísticos

Fuente: Sernatur.

Basándonos en los datos, es posible observar cómo los establecimientos de alojamientos turísticos se distribuyen por medio de su clasificación, liderando las “cabañas” seguido de los “hostales”, los cuales en vinculados resaltan más del 55% de la oferta regional.

Imagen 16. Establecimientos



Distribución según categoría de establecimiento para el año 2018 turísticos

Fuente: Sernatur.

También es posible distinguir el crecimiento en el número de establecimientos turísticos de la región.

Imagen 17. Números de Empresa.



Número de empresas de alojamiento turístico en la región de Aysén

Fuente: Sernatur.

Además, es posible salvar el volumen de ventanas netas generadas por empresas, identificando un crecimiento promedio del 6% anual.

Imagen N°17: Plano Regional Aysén

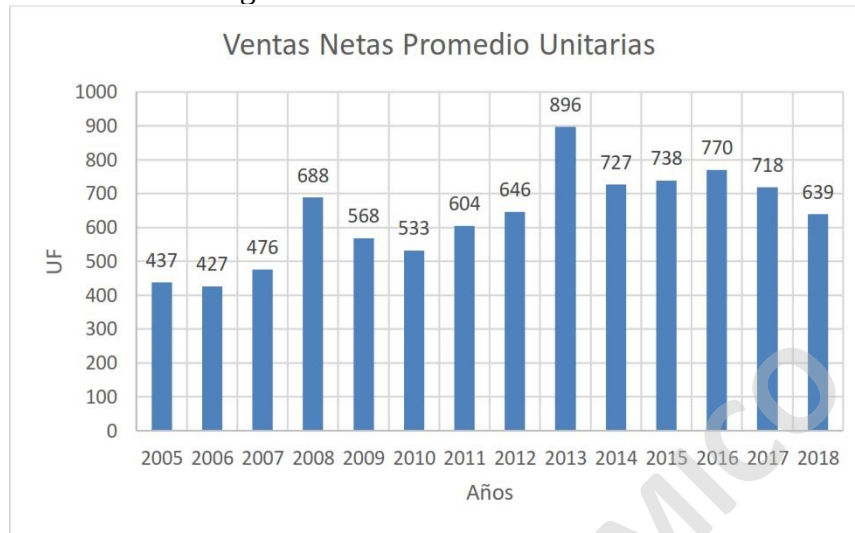


Número de empresas de alojamiento turístico en la región de Aysén

Fuente: Sernatur.

Con la información analizada en los dos gráficos anteriores es viable asemejar las ventanas netas anuales por empresas de alojamiento turístico, identificando en el año 2013, el cual el mayor volumen de ventanas, alcanza valores que rondan los 896 UF.

Imagen 18. Ventas Promedio Unitarias



Ventas netas de promedio unitarias en alojamientos turísticos en la región de Aysén

Fuente: Sernatur.

Demanda:

Se procede el desarrollo con tres puntos esenciales:

- Número de plazas del establecimiento.
- Tasa de ocupación del sector en específico.

Números de plazas de establecimiento

Se utiliza base de datos elaborados por el INE en conjunto con Sernatur, llamada “Encuesta mensual de alojamiento turístico” o “EMAT”. A excepción de para efectuar un correcto análisis de demanda es necesario tener claro respecto al tamaño establecido en puesta. Por lo tanto, dependerá del tamaño y requerimientos propuestos. Se observa que la dimensión del equipamiento es para 140 personas en un total uso de todos los domos ya sean habitable 1, (Domo familiar 5 a 6 personas), habitable 2 (Domo para 2 a 4 personas).

Se menciona la base de datos entregados por índices mensuales respecto de la región, la cual se subdivide en 3 territorios.

Imagen 19. Separación de territorios en la región.



Fuente: (Sernatur,2017)

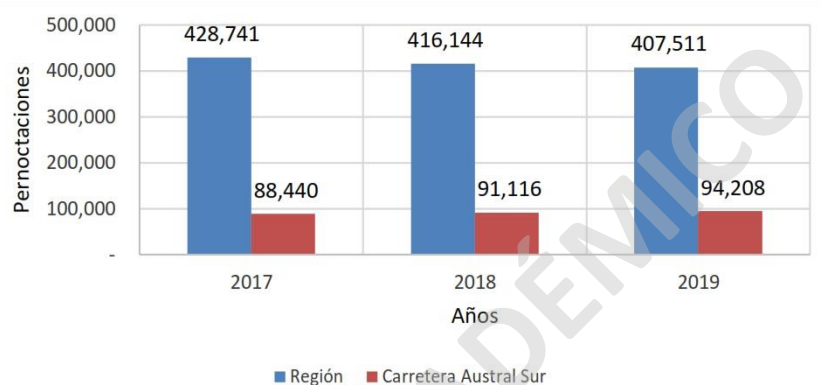
Imagen 20. Subdivisión de los territorios por comunas.

Territorios EMAT	Comunas	Destinos Turisticos
Carretera Austral Norte	Cisnes	Carretera Austral Norte
	Lago Verde	
Aysen - Coyhaique	Coyhaique	Coyhaique - Aysén
	Aysen	
Carretera Austral Sur	Rio Ibañez	Cuenca Lago General
	Chile Chico	Carrera -Chelenko
	Cochrane	Glaciares
	Tortel	
	Villa	
	O'Higgins	

Fuente: (Sernatur,2017)

Analizando las variantes en las pernoctaciones a nivel regional, como lo es en el sector especificado del cual se emplazará el establecimiento, correspondiente Carretera Austral Sur. En el grafico siguiente se puede apreciar el número de pernoctaciones para la región Pasando de 428.741 en 2017 pernoctaciones a 407.511 en 2019. Por otro lado, el sector especifico ocurrió lo contrario, aumentado el número de pernoctaciones desde 88.440 en 2017 a 94.208 en 2019. (Camilo Mancilla,2020) (Sernatur,2017)

Imagen 21. Separación de territorios en la región.



Fuente: (Sernatur,2017) elaborado por (Camilo Mancilla,2020)

Tasa de Ocupación:

Se estima la demanda en el ingreso de turistas al establecimiento en propuesta, se debe ocupar la tasa de ocupación. Mas claramente en su uso, se procede a superponer los datos históricos mensuales elaborando un promedio de los meses a disposición y clasificados por temporada “Baja y Alta”, ya que los precios se dividirán por ambos. Tener en cuenta la definición de tasa de ocupaciones de cama.

Tasa de Ocupación:

Se estima la demanda en el ingreso de turistas al establecimiento en propuesta, se debe ocupar la tasa de ocupación. Mas claramente en su uso, se procede a superponer los datos históricos mensuales elaborando un promedio de los meses a disposición y clasificados por temporada “Baja y Alta”, ya que los precios se dividirán por ambos. Tener en cuenta la definición de tasa de ocupaciones de cama.

- Tasa neta ocupación – (TNO) de camas: Es la tasa de ocupación obtenida con la capacidad hotelera de camas realmente disponible.

Tabla N°1: Cuadro Temporada Alta.

Años / meses	Diciembre	enero	febrero	marzo
2017	13,6	21,2	21,4	14,5
2018	15,2	21	35,9	13,4
2019	17,5	23,1	23,9	13,7
Promedio tasa de ocupacion %	15,4	21,8	27,1	13,9

Determinación de la demanda diaria y mensual.

Fuente: Elaboración propia. Datos rescatados de Sernatur.

Tabla N°2: Cuadro Temporada Baja.

Años / meses	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre
2017	12,3	7,4	6,8	4,6	4,8	6,9	9,3	11,1
2018	12	7,9	4,4	2,3	6,9	6,7	12,5	13,7
2019	10,3	5,4	4,1	4,8	4,5	6,4	7,7	12,1
Promedio tasa de ocupacion %	11,5	6,9	5,1	3,9	5,4	6,7	9,8	12,3

Determinación de la demanda diaria y mensual.

Fuente: Elaboración propia. Datos rescatados de Sernatur.

Determinación de Precio

Es preciso contar con los valores de nuestra competencia del entorno donde se ubicará nuestro proyecto, junto con el gasto promedio de los turistas que visitan la zona.

Según análisis de los valores de mercado en Puerto Guadal, se registran valores desde CLP\$101.428 hasta CLP\$135.250 con un promedio de CLP\$118.339 por alojamiento en cabaña (diario).

Según análisis de los valores de mercado en Puerto Tranquilo, se registran valores desde CLP\$88.785 hasta CLP\$105.555 con un promedio de CLP\$97.170 por alojamiento en cabaña (diario).

Según lo recopilado se procede la determinación de precios clasificadas en dos temporadas, por ende, los valores serán los siguiente: temporada baja CLP\$70.000 mientras tanto CLP\$120.000

Sistemas de comercialización

Es importante realizar análisis para establecer concordancia con el equipamiento en propuesta, así como también de los consumidores o usuarios futuros. Por esto la metodología será proseguir con estrategias comprometidas con el análisis terminado.

Estrategias

Estrategia de crecimiento: La industria turística en la región elegida apunta a un crecimiento dado sus atractivos naturales únicos, siendo interesantes a número no menor de origen extranjero. Considerando que el tipo de construcción no es como el tradicional hacer que así más resalte sobre nuestra competencia ya que el rubro del geodésico aún no ha sido explotado en entorno turístico.

Estrategia de posicionamiento: En este ámbito se destacará en el mercado el sistema constructivo de una cabaña geodésica más conocida como domos, lo cual en el sector en la actualidad no existe este tipo de oferta para el turista, sumado atributos con consciencia al medio ambiente utilizado en la construcción sustentables, características que la competencia en la actualidad esta desprovisto. Por lo cual se aspira a poseer todas las certificaciones de organismo que acredite la incorporación de criterios sustentables. (Sernatur, calificación energética de la vivienda entre otros.)

Publicidad y Promoción

Hace años atrás la planificar y agendar un servicio de tour por las zonas, era todo un proceso ya que no existía la tecnología de hoy en día, esto significaba ir precisamente a consultar a la recepción por cupos. Eso ya fue cosa del pasado ya que ahora todo es más rápido debido al progreso de la tecnología y medios de información, esto nos ayuda a lograr un segmento objetivo, resultando indispensable.

Página web: Esta herramienta nos favorece inmensamente ya que con ella podemos ponernos a la altura de la competencia, mejorando nuestro posicionamiento e imagen de nuestro producto y servicios. Además, se sabe que las personas no es de su agrado depender de las grandes empresas para cumplir con sus necesidades, por ende, este medio nos sirve para informar de forma clara y concisa al futuro cliente.

Redes sociales: Facebook, Instagram y Tik Tok.

Estas tres redes sociales cuentan con diferentes características

- 1 comunidades virtuales con mucho interés de los usuarios.
- 2 las redes sociales son atractivas para jóvenes y adultos.
- 3 son fuentes de contenido viral.
- 4 son muy cercanas para todas las personas.
- 5 son rápidas e instantáneas en cuanto la información en tiempo real.
- 6 son 100% interactivas.

¿Qué son exactamente estas plataformas de alquiler vacacional?

Estas webs de alquiler vacacional son en realidad plataformas digitales cuya labor principal es recoger una gran oferta de alquileres vacacionales.

Esta funciona como la infraestructura mediante la cual los propietarios pueden anunciar y gestionar el alquiler de sus propiedades con sus huéspedes. Además, los propietarios pueden seguir una serie de pasos estratégicos con el fin de posicionar su vivienda vacacional entre los primeros puestos de plataformas como Airbnb.

1. Booking

Según indica la propia plataforma, cada día se reservan más de 1,5 millones de noches en Booking.com. Sin duda, ofertar tu alojamiento turístico en Booking puede atraer muchas oportunidades de reservas, lo que se traduce en ganancias.

Además, otra ventaja de esta plataforma es que está integrada con herramientas de check-in online. A continuación, te dejamos toda la información acerca de la sincronización de las reservas de Booking con softwares para la automatización de los check-ins.

2. Airbnb

¿Quién no conoce Airbnb? Una plataforma que hoy en día cuenta con más de 100 millones de usuarios y 7 millones de propiedades anunciadas.

Si no estás en Airbnb es como si no existieras en el sector de los alojamientos turísticos. Además, como mostramos anteriormente esta plataforma mueve una enorme cantidad de usuarios lo que aumentará significativamente la visibilidad de tu propiedad. Por esta razón, te recomendamos al 100% anunciar tu propiedad en esta plataforma.

Al igual que Booking, Airbnb apuesta por la automatización de los procesos del check-in, desde la reserva hasta el check-out. Para ello, se ha integrado con las herramientas líderes del sector en dicho campo. Te mostramos cómo funciona esta sincronización de ambas herramientas.

3. Tripadvisor

Otra de las plataformas más importantes es sin duda Tripadvisor. De hecho, según las últimas estadísticas publicadas por el portal, en la actualidad cuentan con más de 340 millones de usuarios al mes y en torno a 800.000 propiedades publicadas.

4. Vrbo

Fundada en 1995, Vrbo es una de las webs de alquiler vacacional más reconocidas en el sector. Sin duda no podía faltar en este ranking de las 6 mejores plataformas de alquiler vacacional.

5. Wimdu

Esta plataforma lleva ofreciendo alquileres vacacionales para todo tipo de preferencias y destinos desde el año 2011. Hoy en día es una de las compañías más destacadas en Europa y no podía faltar en nuestro ranking. En la actualidad cuenta con alrededor de 350.000 alquileres vacacionales anunciados en su plataforma.

6. Expedia

Expedia oferta todo tipo de alojamientos turísticos para sus usuarios. Entre ellos, hoteles y viviendas de uso turístico. Esta plataforma fue pionera de las agencias de viajes online (OTAS). Lanzada en 1996 y desde entonces ampliando sus servicios hasta el punto de que en una misma web el usuario puede reservar hotel, comprar un billete de avión, alquilar un coche o adquirir incluso entradas para parques de atracciones, etc.

SOLO USO ACADÉMICO

CAPÍTULO IV: ESTUDIO TECNICO

Localización: Este se realiza con detalle, dependiendo de los niveles de factibilidad para el proyecto.

Referente al Terreno adquirido este se caracteriza por conformarse en dos parcelas de diez hectáreas cada una. Ubicada sector lago Bertrand, con acceso directo desde la carretera Austral. Con parajes únicos de los ventisqueros y lagos Bertrand, Negro y Plomo.

Los Valores de las dos Parcelas son de:

- Lote C = UF 1.990
- Lote D = UF 1.790

Las parcelas incluyen derechos de agua inscritos. Comisión: 3% + IVA

La Ubicación muy favorable por sus cercanías a variados puntos de interés más destacados de la zona, con accesibilidad fácil al Lago General Carrera y al río Baker, junto de las Catedrales de Mármol y Parque Nacional Patagonia. Distancia a 3 minutos del lago Negro, 12 minutos de Puerto Guadal, 15 minutos de Puerto Bertrand, 50 minutos de Cochrane, 1 hora Puerto Tranquilo, 2,5 horas al Cerro Castillo y a 4 horas del aeropuerto de Balmaceda, tiempo que se disminuirá una vez terminado la pavimentación de la carretera Austral hasta Puerto Río Tranquilo.

Macrolocalización

Puerto Guadal

La grandeza del Lago General Carrera asombra. Es el segundo lago más grande de Sudamérica y sus aguas están divididas por la frontera con Argentina, donde se le conoce como Lago Buenos Aires. Desemboca en el Lago Bertrand, el que da vida a otro de los grandes atractivos turísticos de la zona: el Río Baker.

En la zona oeste del Lago General Carrera hay lugares que tienen una belleza conmovedora. Un ejemplo de ello son las capillas y cavernas de mármol. A ellas se puede acceder a través de excursiones en lancha que salen desde la pintoresca localidad de Puerto Río Tranquilo. Otro modo de llegar a las formaciones de mármol es través de la pequeña localidad de Bahía Murta y también desde la localidad de Puerto Sánchez. Existen varios glaciares cercanos como el Ventisquero Leones, el Glaciar Exploradores, y además se puede navegar la conocida Laguna San Rafael por la Bahía Exploradores. En la ribera norte del Lago General Carrera se ubica Puerto Ingeniero Ibáñez, a unos 100 km de Coyhaique y en la costa sur, se encuentra Chile Chico, con un privilegiado microclima y

muy cerca esta Bahía Jara, un hermoso balneario lacustre, además de la Reserva Nacional Jeinimeni, un lugar ideal para practicar el turismo aventura. No hay que olvidar el Paso Las Llaves camino a Puerto Guadal, en sus cercanías esta Cascada Los Maquis, con su gran salto de 25 metros. También, Puerto Bertrand, ubicado en la desembocadura del Lago que lleva su mismo nombre con excelentes lugares para realizar pesca o excursiones acuáticas, ya sea en kayak o descendiendo en balsa el Río Baker, es el más caudaloso de Chile.

Como llegar Vía terrestre: Desde Coyhaique: 277 km en dirección sur por la Carretera Austral. Tiempo de Viaje: 7 horas aprox. Desde Chile Chico: se debe tomar la ruta 265, pasando por un sector de la ruta conocida como "paso de las llaves" hasta Puerto Guadal. Tiempo de Viaje: 4 horas aprox. Vía Marítima: Desde Puerto Ibáñez: se realiza la navegación por el lago General Carrera hasta llegar a Chile Chico, para seguir la ruta 265 hasta Puerto Guadal. Tiempo de Viaje: 2 horas aprox. Y además aún no cuenta con Acceso aéreo

Atrayentes de la zona. .Trekking: Recorre el sendero de la mina escondida y el circuito de cerro Fósiles, excursiones que se realizan en un día para visualizar la belleza imponente con tour operadores de la zona. Además, posee numerosos atractivos en sus alrededores, como la Mina "La Escondida", hoy abandonada, y la cascada Los Maquis con su gran salto de 25 metros, a sólo dos kilómetros de la localidad. Cabalgatas: Recorre el sector de Mallín Grande con tour operadores locales en una cabalgata por el sector.

Ruta de Artesanías: En puerto Guadal puedes recorrer los sectores de artesanías y visitar los locales con deliciosas producciones de miel. Parques y Reservas cercanos: Parque Nacional Patagonia. Parque Nacional Laguna San Rafael

Recomendaciones Conexiones: Buses de recorrido desde Chile Chico hasta Puerto Tranquilo, pasa por Puerto Guadal. Destino - chelenko. Bus desde Chile Chico a Cochrane, con detención en Puerto Guadal. Datos Útiles: Sólo hay señal de telefonía móvil de Entel y Movistar. Hay almacenes con el servicio de Caja Vecina para usuarios de BancoEstado. Conciencia Turística: Respeta la flora, fauna y la cultura de la zona visitada. Uso responsable de desechos. Cuida el patrimonio cultural y natural.

Puerto Bertrand

Es una villa ubicada 137 kilómetros al occidente de Chile Chico y 270 kilómetros al sur de Coyhaique, en la ribera oriental del Lago Bertrand, lago que recibe las aguas del General Carrera y que a su vez da origen al caudaloso Río Baker. La localidad, rodeada de montañas y bosques de lenga, está precisamente en el sector sur del lago Bertrand, donde el Baker tiene su nacimiento. Tiene una ubicación estratégica, entre la cuenca del lago General Carrera y las localidades del sur de Aysén, como Cochrane situada a sólo 50 kilómetros.

Como llegar. Vía Terrestre: Desde Coyhaique: 270 km en dirección sur por la Carretera Austral. Tiempo de Viaje: 4 horas aprox. Desde Chile Chico: a 132 km en dirección oeste

por la ruta 265 y luego empalmar hacia la Carretera Austral Sur. Desde Cochrane: a 49 km al norte por la Carretera Austral. Vía Marítima, Sin Acceso y Aérea: Sin Acceso aéreo Atractivos, Cabalgatas: Podrás disfrutar de una maravillosa cabalgata en la localidad de Puerto Bertrand podrás apreciar la vista al Río Baker entre sus miradores e imponentes montañas.

Pesca: Disfruta de una visita al Lago General Carrera, lago la paloma o incluso en el río para realizar la actividad de pesca Realizar pesca con mosca en el lago Bertrand y el río Baker. Rafting: Disfruta de una gran aventura en una bajada en rafting en el caudaloso río Baker de la región de Aysén. Existe la opción de hacer un descenso de varios días hasta Caleta Tortel. Trekking: Atrévete a realizar el trekking de 10 días “Aysén Glacier Trail”, que comienza en Puerto Bertrand, para luego cruzar los ríos Soler y Colonia e internarse en los glaciares Nef y Cachet II.

Oficina Información Turística: No cuenta con oficina de información turística. Conexiones: Buses de recorrido de Puerto Tranquilo a Chile Chico. Datos Útiles: Sólo hay señal de telefonía móvil de Entel y Movistar. Servicio de Caja Vecina para usuarios de banco Estado. También hay SuperCaja para usuarios del Banco Santander.

Cochrane

Capital de la Provincia Capitán Prat, fue fundado en 1954 como Pueblo Nuevo en el Valle Chacabuco, es uno de los principales y más completos en centro de abastecimiento y servicios al sur de Coyhaique, caracterizado por encontrarse la puerta de acceso a los Campos de Hielo y Parque Nacional Patagonia, sus límites son por el norte la comuna de Chile Chico, al este la República Argentina, al oeste Campo de Hielo Norte, perteneciente a la comuna de Tortel, y al sur la comuna de O’Higgins.

Cómo llegar: Desde Coyhaique: 334 km en dirección sur por la Carretera Austral. Tiempo de Viaje: 5 horas. Aprox. Desde Chile Chico: 181 km en dirección suroeste por la Carretera Austral. Tiempo de Viaje: 4 horas aprox. Desde Puerto Yungay son 128 km al norte de la Carretera Austral, previo viaje barcaza desde Puerto Natales. Tiempo de viaje: 3 horas aprox. Destino-glaciares. Desde Villa O’Higgins (Paso Dos Lagunas): Cruce en embarcación de 2 horas aproximadamente desde El Chaltén (ARG), posteriormente traslado terrestre de 237 km aprox. Tiempo de viaje: 6 horas aprox.

Panoramas de la zona

Trekking: Intérnate en el Parque Nacional Patagonia en un circuito de 6 días aprox., lugar donde podrás visitar la diversidad de flora y avistamientos de fauna además de la imponente belleza prístina del lugar. Realiza los recorridos del Parque Nacional Patagonia en el Sector Tamango. Recorre la vista panorámica del cerro Báez en un bello trekking de 5hrs aprox. Corte de San Carlos: declarado Monumento Nacional Histórico, es un imperdible el trekking lleno de historia sobre el traslado de ganado y producción de lana. Kayak: Recorre el Lago Cochrane o Brown en un relajante paseo náutico, apto para

cualquier tipo de kayak. Pesca: Pesca en los ríos Cochrane, Brown y Esmeralda, encontraras especies de trucha Fario y la trucha Arcoíris. Cabalgatas: Conoce los alrededores de Cochrane en el sector “Los Ñadis”, donde podrás apreciar una bella vista a las montañas. Escalada: Actividad de turismo aventura que podrás disfrutar en el glaciar Cayuqueo y monte San Lorenzo. Paseo en Lancha: Navega por las prístinas aguas del lago Cochrane. Buceo: Realiza esta actividad en el lago y río Cochrane, donde podrías encontrar al puye grande (*Galaxias platei*). Parques y Reservas cercanos: Parque Nacional Patagonia (sectores Tamango & Valle Chacabuco)

Recomendaciones: Oficina Información Turística: Sólo en Temporada Alta, la oficina frente a la plaza de armas. Oficina Informaciones Sernatur en el Terminal de Buses, en calle Caucahue N°499 Conexiones: Buses de recorrido diario entre Coyhaique y Cochrane Bus desde Cochrane a Caleta Tortel Bus hacia Villa O’Higgins. Datos Útiles: Sólo hay señal de telefonía móvil de Entel, Movistar y Claro Hay servicio de Cajero automático de banco Estado. Conciencia Turística: Respeta la flora, fauna y la cultura de la zona visitada. Si vas a pescar recuerda lavar tu equipo y dejarlo secar al sol. La basura no vuelve sola, recuerda llevarla contigo. No olvides tu bolsa de género al momento de hacer tus compras.

Puerto Tranquilo

Este poblado se funda en 1955 en la ribera del lago General Carrera, su fundación se debió a la necesidad de los pobladores del sector que querían que sus hijos tuvieran un lugar para recibir educación. Los terrenos donde se estableció el pueblo fueron donados por don Pedro Lagos. Con la creación de la Carretera Austral se fue convirtiendo en una parada obligatoria para visitar las Capillas de Mármol.

Como llegar mediante los diversos medios de transportes como, por ejemplo: Terrestre Desde Coyhaique son 218 km en dirección sur por la Carretera Austral. Tiempo de Viaje 4 horas. Aprox. Marítimo Desde Chile Chico: 2 horas de navegación. Posteriormente Desde Puerto Ibáñez recorrer 38 km en dirección Norte por la Carretera Austral y un pequeño desvío de 31 km hasta Villa Cerro Castillo y continuación por la Carretera Austral hasta Puerto Rio Tranquilo. Tiempo de Viaje: 6 horas aprox. Por el momento aún se encuentra Sin Acceso aéreo

Trekking: Recorre las orillas en del Lago General Carrera en un trekking obteniendo la vista al lago. Trekking Glaciar los leones: Recorrido en caminata en hielo con vista privilegiada. Glaciar Exploradores: Trekking realizado en el glaciar con una imperdible vista al Monte San Valentín, este trekking es posible realizarlo en un periodo de 1 día con el apoyo de alguna agencia de viaje. Navegación: Navega por el Lago General Carrera en la excursión para visitar las capillas de mármol contemplando una hermosa vista al Lago General Carrera en un tiempo aproximado de dos horas. Navegación a Laguna San Rafael en un catamarán de tour operadores que realizan esta ruta de navegación más corta para acceder y visitar uno de los atractivos más populares de nuestra región. Pesca: El Lago General Carrera podrás disfrutar de y conocer las especies de salmón sakura, Trucha café

o fario, salmón coho y trucha arcoíris. Sobrevuelo: Puedes volar sobre el glaciar San Rafael y la laguna, admirando el Campo de Hielo Norte

Recomendaciones. Oficina Información Turística: Oficina de información principalmente en temporada alta. Conexiones: Buses de recorrido de Coyhaique hasta Puerto Tranquilo Bus desde Cochrane hasta Puerto Tranquilo Datos Útiles: Sólo hay señal de Entel Hay servicio de Caja Vecina para usuarios de Banco Estado. También hay SuperCaja para usuarios del Banco Santander. Conciencia Turística: Respeta la flora, fauna y la cultura de la zona visitada. Cuida el entorno natural. Responsabilidad sobre desechos e incendios forestales.

Villa Cerro Castillo.

Esta localidad se encuentra al sur de la ciudad de Coyhaique a 94 km aproximadamente, fundada en el año 1966, la Villa deriva su nombre del macizo rocoso que adorna el horizonte. El Cerro Castillo posee 2.675 metros de altura y posee nieves eternas y glaciares a sus alrededores, localidad con atractivos turísticos naturales para disfrutar en el medio ambiente combinado con la calidez de su gente llena de tradiciones y costumbres.

Terrestre Desde Coyhaique: 94 km en dirección sur por la Carretera Austral. Tiempo de Viaje: 2 horas. Aprox. Marítimo destino-chelenko. Desde Chile Chico: 2 horas de navegación Tiempo de Viaje: 2 horas aprox. Posteriormente Desde Puerto Ibáñez recorrer 38 km en dirección Norte por la Carretera Austral. Por ahora no cuenta con acceso aéreo

Entretenciones de la zona.

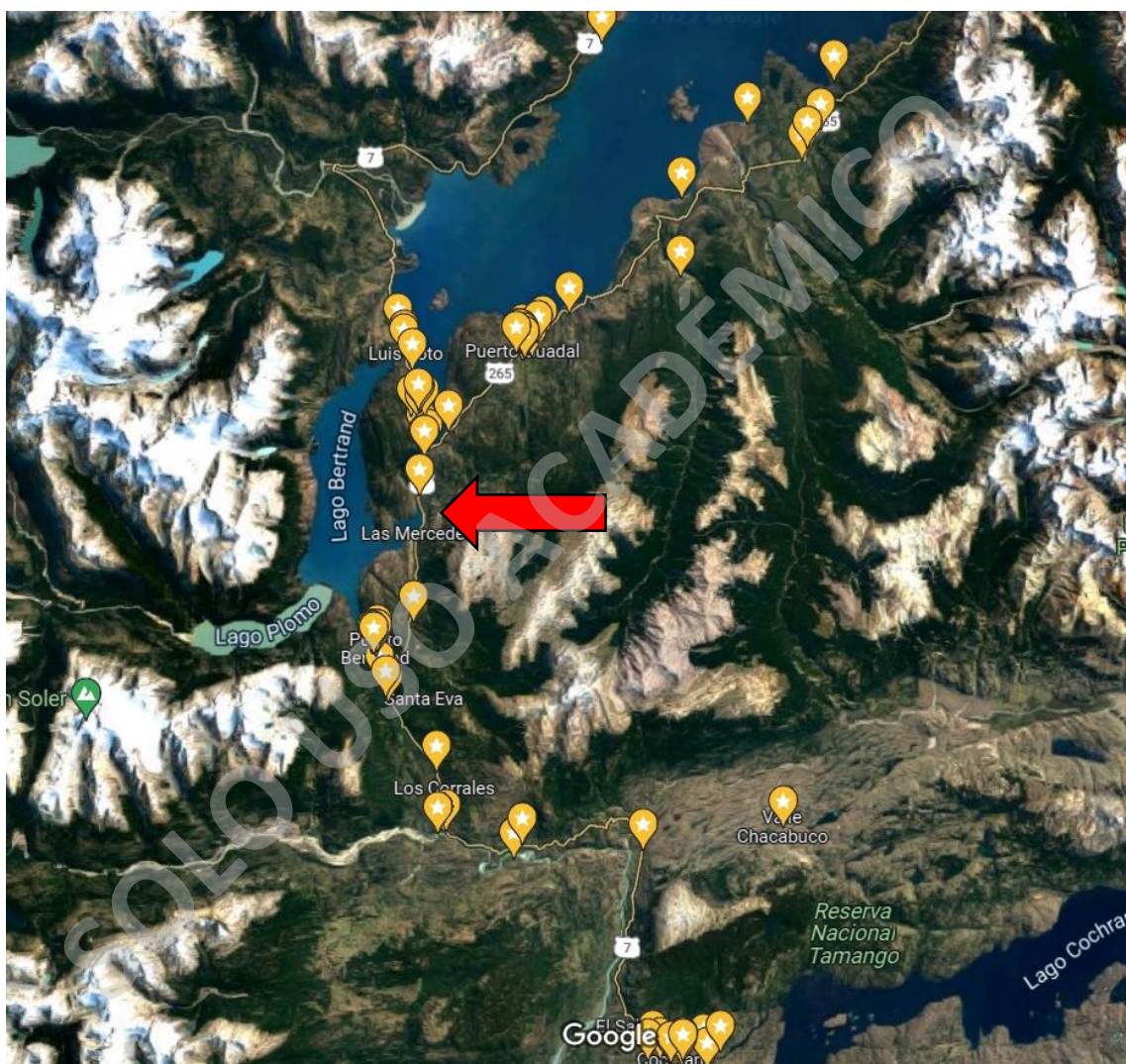
Recorre el trekking del Parque Nacional Cerro Castillo iniciando la caminata en el sendero las horquetas, te invita a disfrutar de la naturaleza en un recorrido de 4 días internado en la naturaleza. Sendero Laguna Chiguay, ubicado a pasos del poblado, cuenta con área de camping y un pequeño sendero para realizar, espacio ideal para acampar y organizar travesías más largas. Campamento Neozelandés, ubicado dentro del Parque Nacional Cerro Castillo. Ofrece una vista en 360 grados a los glaciares del macizo. Cabalgatas: Se pueden realizar cabalgatas con tour operadores del área de Villa Cerro Castillo. Parques y Reservas cercanos: Parque Nacional Cerro Castillo Parque Nacional Laguna San Rafael

Conexiones: Buses de recorrido diario desde Coyhaique a Villa Cerro castillo. Bus desde Cochrane, (Puerto Tranquilo y Villa Cerro castillo). Datos Útiles. Sólo hay señal de telefonía móvil de Entel. Hay almacenes con el servicio de Caja Vecina para usuarios de Banco Estado. Conciencia Turística: Respeta la flora, fauna y la cultura de la zona visitada. Uso responsable de desechos. Cuida el patrimonio cultural y natural.

Microlocalización

Se grafica zonas de sectores específicos en venta en los alrededores Lago Carrera y Lago Bertrand.

Imagen 22. Mapa Micro localización.



Fuente: Elaboración propia.

La compra del terreno para el desarrollo del proyecto se determinó por los siguientes factores:

- Factores objetivos: Costos de terreno, construcción, transporte de materiales y costos de puesta en marcha.
- Factores subjetivos: Conectividad hacia medios de transportes, factibilidad eléctrica y de agua potable, tamaño del terreno, cercanías atracciones turísticas y cercanías a otro equipamiento de necesidad básicas.

Como se puede apreciar en la imagen 22, donde se destaca la competencia, servicios referentes al turismo. También señalamos con la flecha en rojo donde se sitúa nuestro terreno donde se detallará en el punto de tamaño de equipamiento.

Tamaño del Equipamiento

El terreno está conformado por dos parcelas de diez hectáreas cada una resultando un total de 200.000 m². Considerar todo el terreno es demasiado exagerado para la magnitud del proyecto ya que, si se considerara como referencia un espacio de 500 m² por domo, resultando colocar 400 domos suponiendo la ocupación total del terreno. Referente a lo anterior para captar la demanda de la zona esto resultaría un exceso, ya que no existe ningún equipamiento con estas características y por otro lado el segmento objetivo que cumple con las características es pequeño.

Se define destinar 18.000 m² para la instalación de domos dejando una cabida de 450 m² por domo, que nos permitirá la instalación de 40 estructuras geodésicas.

Además, para el cumplimiento con las normativas que nos señala Sernatur, referente reglamento clasificación y registro de establecimiento de alojamientos turísticos (Sernatur, 2003).

Referente establecimientos de tres estrellas y además la norma NCh2812 impuesta por el instituto nacional de normalización, se necesita contar con:

- Estacionamiento exclusivo para clientes.
- Recinto de acceso.
- Sala de estar que permita la permanencia del 15% de la capacidad total de habitaciones, con un mínimo de 20 m
- Recintos para cafetería, bar y restaurante que permita la atención simultánea del 40% de la capacidad total con un mínimo de 30 m²
- Un mínimo de 50% de habitaciones dobles.
- Habitaciones individuales de 10 m², baño incluido.

- Habitaciones dobles de 14 m², baño incluido.
- Habitaciones triples de 16 m², baño incluido.
- Suites de 25 m², baño incluido.

Además, se considera para espacio común en recepción y de acceso distanciado de los geodésicos, por ende, se destinarán unos 20.000 m². Cuya área se conformará por vías de ingresos de vehículos, también se consideran estructuras para invernaderos y plantaciones de alimentos típicos de la zona.

Respecto a las estructuras se define trabajar con 5 modelos distintos ya que el segmento objetivo es variante. Por lo tanto, existirán distintos modelos con distintas capacidades, que parten desde 2 personas hasta 6 personas por domo. Estas resultarían ser El Domo Habitable 1 con 144 m², junto al modelo Domo Habitable 2 con 106 m². Se considerará 5 domos de 150m², para servicios especiales para los visitantes, destinados 1 para acceso recepción y atención al cliente. El segundo domo de servicios especiales se destinará para Restaurant Bar y Cafetería, mientras el tercer domo su ocupación será destinada para una piscina termal de unos 100m³ con ocupación de 50m². El cuarto domo su destino destinado para salón de Eventos, conferencias y clases de Yoga, meditación y terapias Complementarias de salud etc. El quinto y último domo de servicios especiales se destinará para invernadero dándole uso para plantación de alimentos variados. Cabe destacar una de las experiencias logradas al visitante será ser partícipe de la cosecha y proceso preparación en el caso de ser alimento. El total de capacidad a trabajar será contar con una disponibilidad de 29 Personas. Número que servibar para satisfacer todas las necesidades del equipamiento

Ingeniería del proyecto

En este punto se utiliza para establecer bases económicas, para obtener información como inversión inicial y costos de operación del proyecto.

Selección de Equipos

Para partir con el equipamiento será necesario la inversión en distintas áreas además considerar variados equipos tales como: recepción, cafetería, restaurant, lavandería y artefactos de habitación, interior calefacción, exterior tinajas y descanso. El valor total nos da a UF 1.500 en proveedores del país Homecenter.

Cabe mencionar la inversión en artefactos específicos que nos colaboraran principalmente con el objetivo de nuestro proyecto. Por el área de alcantarillado y agua potable sistema de reciclado de aguas grises, La suma total de lo instalado tendrá considerando un gasto mensual referencial de UF 1000. Para llegar a esta suma cabe destacar los siguientes equipos:

- 4 unidades de filtrado de aguas grises. Valor a UF 100
- 40 kits Termosolares de 150 Litros. Valor a UF 300
- 20 kits Fotovoltaicos de 5,2 Kw Valor UF 100

Obras Físicas

Será el monto necesario de las estructuras de los geodésicos, instalaciones y terminaciones finas, mano de obra. La suma total nos da UF1440 modelo 144m2 y UF1060 modelo de 106 m2. Los otros 4 Domos de 150 m2 alcanzan un valor de UF 6.000. Referente al último con Piscina Térmica este tendrá un valor de UF 1.500. Quedando un valor de UF 61.000 en la entrega del proyecto se pueden identificar varias partidas como:

- Fundaciones
- Estructura piso
- Instalaciones Sanitarias SEC
- Instalaciones de agua SEC
- Instalaciones Eléctricas SEC
- Instalaciones GAS SEC
- Estructura Pino Impregnado
- Cubierta Impermeable especial
- Baños Equipado con alto estándar
- Aislación Térmica (Lana de Oveja de la zona)
- Ventanas Termo panel Triangulares
- Lavaplatos
- Bosca Central
- Pinturas y Impermeabilizantes
- Revestimientos
- Deck Circular Exterior domo

Insumos

La consideración para inventarios es un punto con bastante importancia ya que permite hacer que el programa funcione. Se considera en esta etapa todos los insumos necesarios para el equipamiento desde elementos básicos hasta los más complejos para las habitaciones, aseo y cocina. El monto total se considera como gasto anual a la demanda esperada en recibir en el establecimiento. Dando un total de UF 3.000.

Reinversiones

Es importante destacar las inversiones relacionadas al proyecto junto con su flujo de inversiones asociadas a la vida útil de cada activo depreciable, donde se observan desde el Servicio de Impuestos internos.

Tabla 2. Reinversiones

Reinversiones (UF)								
ACTIVOS FIJOS	VIDA UTIL (AÑOS)	2022	2029	2031	2032	2033	2036	2042
Domos Habitable 1	10	4500			4500			4500
Domos Habitable 2	20	4500						4500
Domo Recepcion	20	3000						3000
Domo Restaurant-Bar y Cafeteria	20	3000						3000
Domo Piscina Climatizada	10	2500			2500			
Domo Eventos (Yoga,Clases Conferencias)	10	2000			2000			
Domo Invernadero	10	300			300			
Paneles Fotovoltaicos	35	1200						
Paneles Solares	35	300						
Sistemas Reciclado Agua Grises	10	100			100			
Van	6	1700						
Computadoras y Artefactos oficina	7	100	100				100	
Amueblado Habitación	7	1200	1200				1200	
Equipamiento Restaurant, Bar y Comedor	10	600			600			600
Bicicletas	10	250			250			250
Tinajas	10	2400			2400			2400
TOTA		29672	3329	2031	14682	2033	3336	20292

Montos de inversión y reinversión de activos necesarios para el funcionamiento del proyecto.

Fuente: Elaboración propia.

Valores de inversión y reinversión de activos. Elaboración propia
Programa de trabajo: Requerimientos cargos y salarios personal.

El total del personal es de 29 personas para el funcionamiento del proyecto.

1.- Gerente General

Requerimientos: Encargado en áreas administrativas, contabilidad, finanza. Ideal ingeniero Comercial. Exigencia dominio idioma inglés nivel avanzado.

Cargo: Representar legalmente de la empresa.

Salario: \$2.500.000

UF: 75,75

2.- Administrador:

Requerimientos: Estudio nivel universitario: Administrador de empresas contar con la experiencia de 2 años como mínimo en áreas de administración y similares. Exigencia dominio idioma inglés nivel avanzado.

Cargo: Controlar y Administrar, Crear informes donde se detalle distintos análisis del proyecto los cuales reflejen la información estimada de los siguientes puntos:

- Amenazas
- Asociaciones claves
- Innovaciones
- Listado de Clientes Destacados
- Promoción de servicios del equipamiento

Salario: \$1.500.000

UF: 45,45

3.- Recepcionista:

Requerimientos: Estudio media completa, Exigencia dominio idioma inglés nivel avanzado. Idealmente contar mínimo experiencia 6 meses.

Cargo: Recepción de llamadas Atención de

Salario: \$700.000

UF: 21,21

4.- Camarero:

Requerimientos: Estudio media completa.

Cargo: Orden y limpieza de los equipamientos geodésicos.

Salario: \$450.000

UF: 13,63

5.- Mantenimiento:

Requerimientos: Experto en jardinería, conocimientos en reparación en áreas de gasfitería y cualesquiera de la instalación que posee el recinto. Licencia de conducir obligatorio.

Cargo: Mantenimiento general de todo el equipamiento. Jardinería y cuidados de espacios comunes.

Salario: \$550.000

UF: 16,66

6.- Chef:

Requerimientos: Estudios universitarios, experiencia mínimo 2 años. Experto en preparación platos de la zona.

Cargo: Planificación de cocina, solicitud de materias prima

Salario: \$900.000

UF: 27,27

7.- Ayudante Cocina:

Requerimientos: Técnico en gastronomía, experiencia mínima un año.

Cargo: Trabaja a la orden del chef.

Salario: \$650.000

UF: 19,69

8.- Seguridad:

Requerimientos: Obligatorio contar con servicio militar, cursos de OS10. Experiencia en trabajos similares 6 meses.

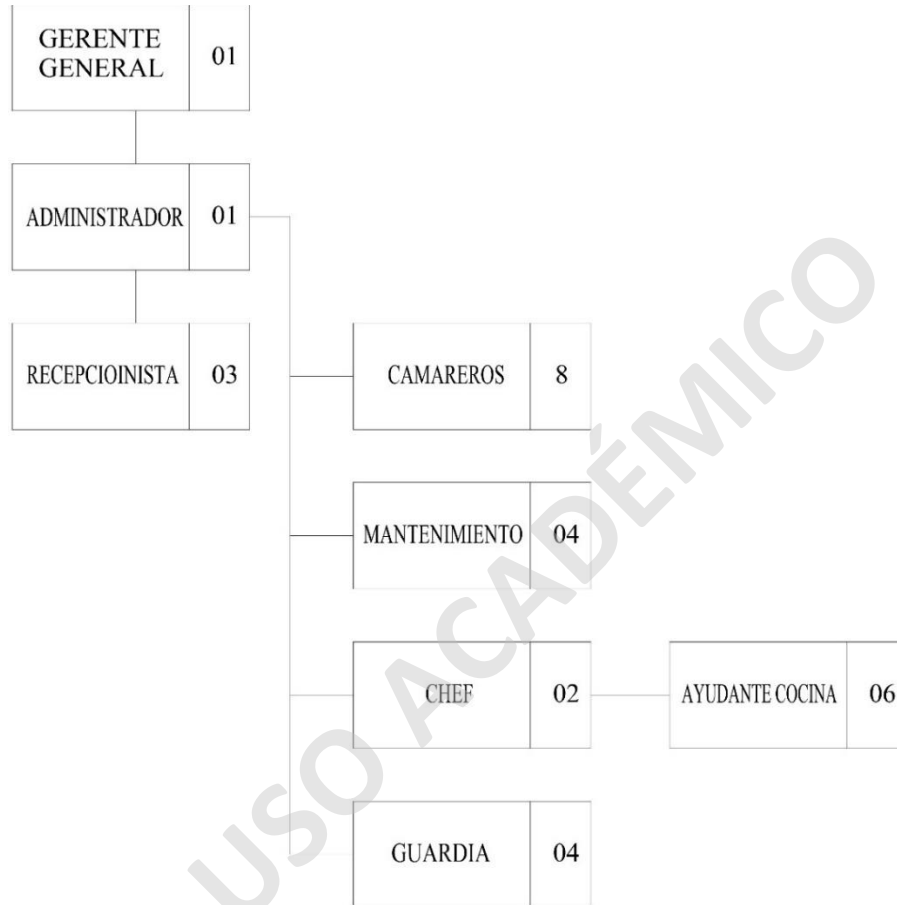
Cargo: Encargado de la seguridad del equipamiento y visitantes.

Salario: \$600.000

UF: 19,69

Cabe señalar organigrama para informar cómo se relacionarán el personal con sus jefes directos en cada una de las áreas para el funcionamiento del equipamiento.

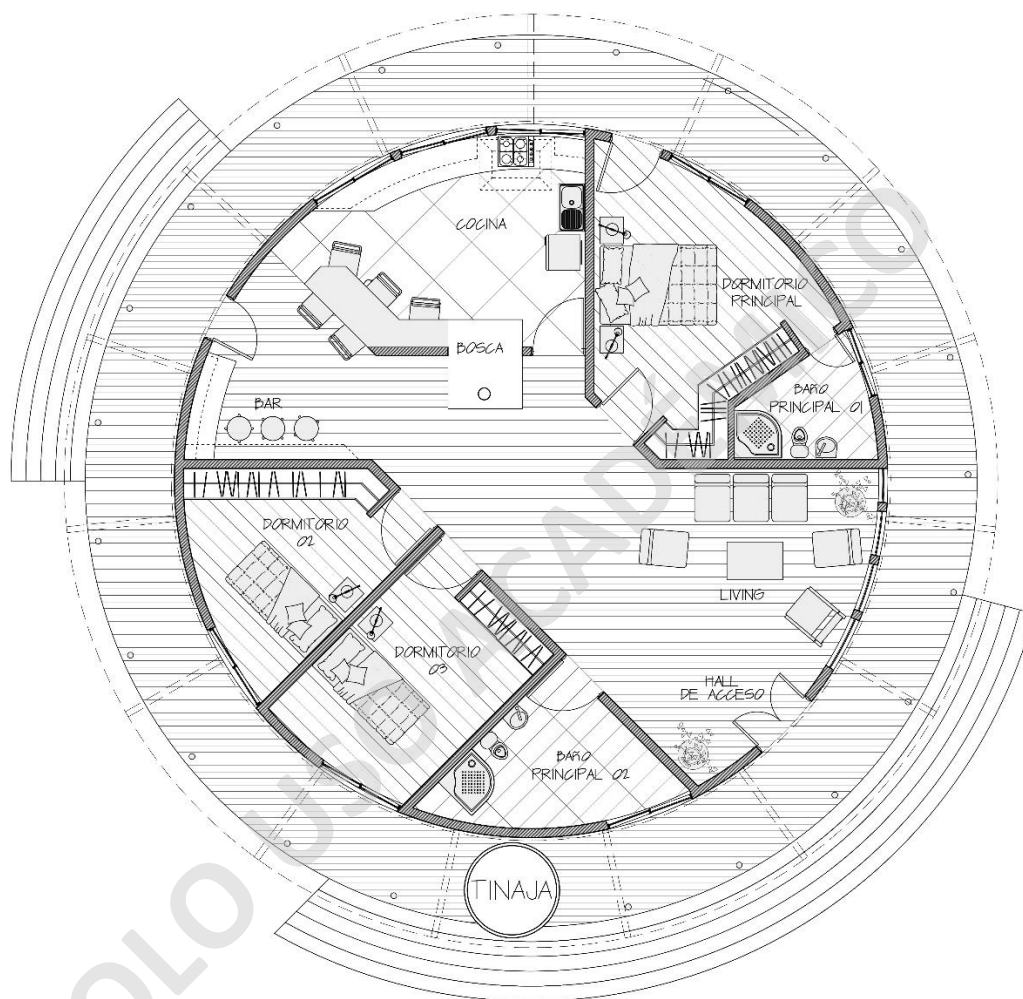
Imagen 23. Diagrama de Personal.



Fuente: Elaboración propia.

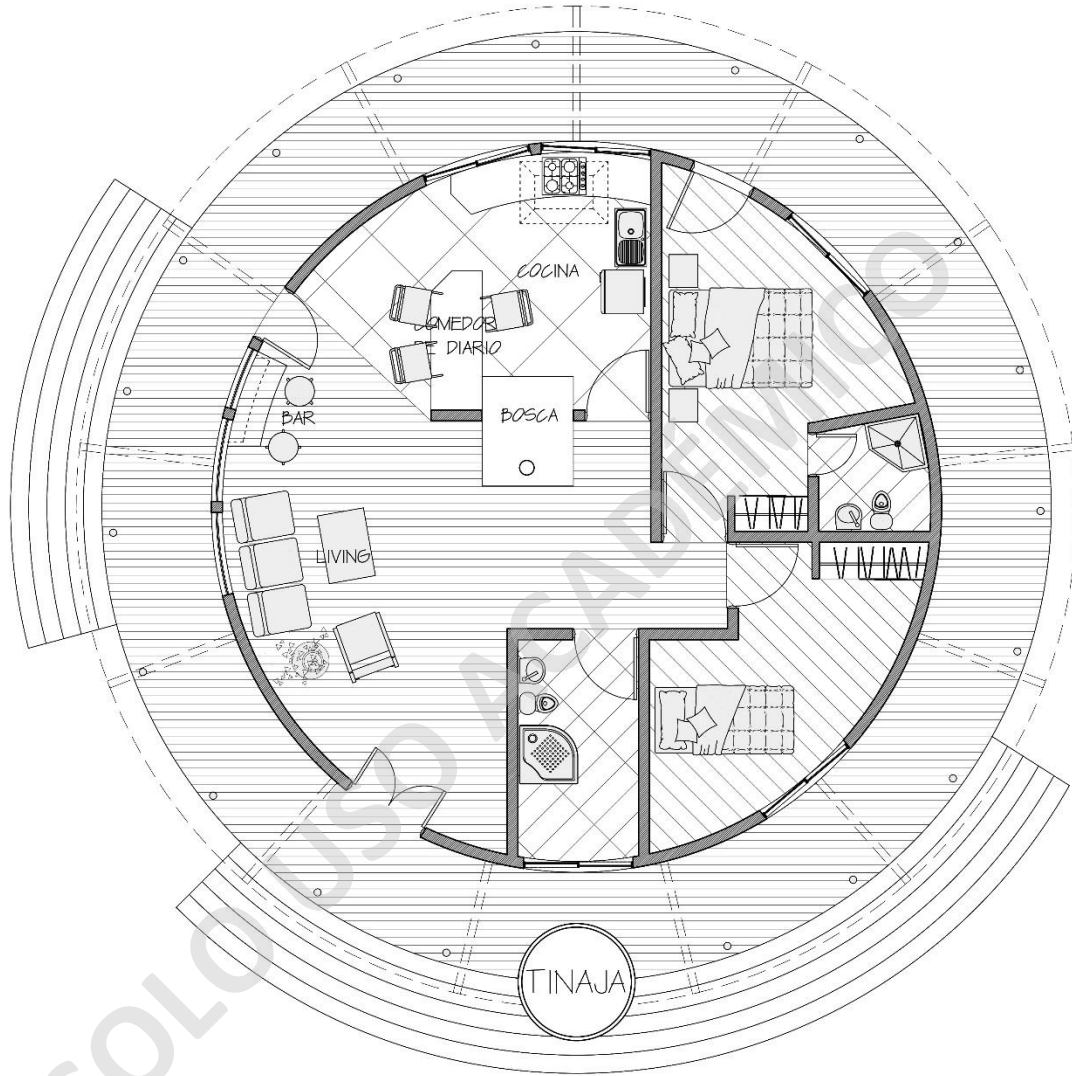
Planimetría

Imagen 24. Planta Domo Familiar– Diámetro 12m- 144m²



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 25. Planta Domo Parejas– Diámetro 10m- 106m2



Fuente: Elaboración propia.

Análisis y Estimación de costos

En este punto se analizará costos que inciden en la inversión.

Costos de Inversión

En este punto abarca todos los puntos que influyen en la decisión de construcción hasta apertura del equipamiento. Su orden será de la siguiente manera:

1.- Capital Fijo

Tabla 3. Cuadro capital fijo.

Capital Fijo	Valor (CLP)	Valor UF
Construccion	\$ 438.620.400	13.292
Equipos	\$ 148.242.228	4.492
Terreno	\$ 69.892.584	2.118
Total	\$ 656.755.212	19.902

Fuente: Elaboración propia.

2.- Capital de Trabajo.

En esta parte corresponde a la suma de activos corrientes necesarios para dar movimiento a la producción del proyecto. Básicamente es el monto de dinero para ejecutar el comienzo del proyecto antes de percibir ingresos por ventas. Este se define como “Déficit acumulado máximo”. Este se calcula ingresando todos los valores referentes al flujo de caja. Posteriormente se analiza “flujo acumulado actualizado” así poder visualizar valores negativos de todos los años durante la evaluación. El cálculo se refleja en la tabla xx El valor corresponde a UF 1.841.

3.- Capital intangible:

Esto son básicamente costos incididos a los activos conformados por servicios o servicios adquiridos, necesarios para la inauguración del equipamiento. Este detalle se grafica en la siguiente tabla.

Tabla 4. Cuadro Capital Intangible

capital Activos Intangibles	Valor (CLP)	Valor UF
Patente Comercial	\$ 4.826.112	146
Patente de Alcohol	\$ 2.108.400	64
Seguridad General	\$ 1.792.800	54
Pagina Web	\$ 407.000	12
Publicidad (Marketing)	\$ 2.399.880	73
TOTAL	\$ 11.534.192	350
T O T A L - ANUAL		4.194

Fuente: Elaboración propia.

Analizando el grafico se puede informar que los costos de patente comercial del equipamiento, por ende, se muestra como el %42 del total del costo total. También cabe señalar la importancia inversión en patente de alcohol junto al sistema de protección contra incendios y seguridad

Costos de Operación

En este punto estos se determinan como fundamentales para el proyecto para su funcionamiento. Su detalle de cuantías correspondiente a esta área se encuentra en la siguiente tabla.

Tabla 5. Costos de Operación.

Costos fijos	Valor (CLP)	Valor UF
Patentes	\$ 2.000.000	61
Sueldos	\$ 7.850.000	238
Publicidad (Marketing)	\$ 1.792.800	54
Mantencion	\$ 407.000	12
Tv Satelital	\$ 540.000	16
Internet	\$ 900.000	27
Seguridad	\$ 2.399.880	73
TOTAL	\$ 15.889.680	482
T O T A L - ANUAL		5.778

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Cuadro de Reducción

Costos fijos	Valor (CLP)	Valor UF
Patentes	\$ 2.000.000	61
Sueldos	\$ 7.850.000	238
Publicidad (Marketing)	\$ 1.792.800	54
Mantencion	\$ 407.000	12
Tv Satelital	\$ 540.000	16
Internet	\$ 900.000	27
Seguridad	\$ 2.399.880	73
TOTAL	\$ 15.889.680	482
T O T A L - ANUAL		5.778

Fuente: Elaboración propia.

Analizando el grafico se puede informar la reducción del capital fijo. Por ende, al trabajar con domos y no con la típica construcción tradicional liviana. Este tipo de construcción nos permite acceder a una ganancia, entre ella el ahorro en materias primas de construcción. (Los detalles de esta información están plasmadas en la siguiente tabla.) El monto obtenido es de valor UF 5.778.

Estimación de Ingresos

Los ingresos más importantes que analizaremos son los siguientes que sin ellos no se podría dar el funcionamiento del equipamiento. Cabe señalar que la forma de pago de la página web de la empresa, donde el visitante que reserve lo hará mediante la plataforma de pago “web-pay” y “Transbank” continuando el pago ya sea débito o crédito según el determine.

Para estimar los ingresos se consideran ciertas medidas, separar en temporadas altas y bajas. Con esto la estimación esperada nos da 1.588 pernотaciones por año. El atractivo del equipamiento se destaca en la compra de paquetes que va dirigido a un nicho específico relacionado al alojamiento, alimento, actividades turísticas.

Se destaca tres formas de ingresos:

1.- Tarifa de Alojamiento: Esta se determinará a base de los datos de las encuestas hacia el segmento objetivo. Los montos partirán desde los CLP\$70.000 alcanzando los CLP\$120.000.

2.- Consumo de alimentos y bebestibles: Como el equipamiento estará tan solo a 12 minutos de Puerto Guadal, cosa que complicaría un poco el consumo de los visitantes. Pero aun así se propone contar con los mismos y mejorados platos de nuestras competencias para que el visitante no tenga que salir por comida y alcohol. Esperando un resultado del 55% de visitantes alojados y consumiendo en las instalaciones del equipamiento. Esto refleja un gran número de pernотaciones. Valor estimado diario por pensión será de CLP\$30.000 Por persona.

3.- Actividades Turísticas: El ingreso se determinará por ocupación de servicios turísticas ofrecidas por el equipamiento. Siempre será recomendable agendar los servicios de turismo con anticipación así se podrán disfrutar del entorno con mayor detalle y vivir experiencias únicas. El resultado esperado será a los 55% los que preferirán adquirir el paquete turístico. En el valor mostrado se percibe un 25% del costo que vale la contratación de cualquiera de las actividades ofertadas por expertos y profesionales del sector. Entre ellas las actividades más cotizadas son: Pesca con mosca, Trekking hacia glaciares, cerros, rafting y kayak en lagos y alrededor. Cabalgatas a caballo por los alrededores etc.

Tabla 7. Cuadro de Reducción

Ingresos	Valor (UF)	Valor (CLP)
Habitacionales	5,147	\$ 47.615.960
Excursioness	2,868	\$ 82.254.240
Alimentos y Bebestibles	1,199	\$ 34.387.320
Total	9,214	\$ 164.257.520

Principales elementos que conforman los costos variables del proyecto.

Fuente: Elaboración propia

Modelo de Negocio: Métodos Canvas

Propuesta de valor

Se destacará por ser una construcción que resalte del resto de construcciones convencionales con su objetivo central la sustentabilidad y habitar un espacio de forma consciente. Por parte del diseño el geodésico se destacará por ser llamativo versus a su competencia construcción típicas rectas. Estructura prefabricada de madera revestidas con maderas con impermeabilizante para las caras exterior de la cabaña, con material de aislamiento de lana de oveja de la zona. Por parte de la designación de espacios en los dos modelos de domos habitables se registrarán por feng shui basado en un diseño por mapa Bagua así cada espacio estará con un equilibrio tangible que el visitante podrá apreciar. “Por esto es tan importante para los que practican Feng Shui ya que a la larga se estará sincronizando la vida con la naturaleza, observando y siendo partícipe de como todo fluye sin bloqueos, porque la energía se mueve al compás de una vibración que va acorde con los fenómenos del cielo y la tierra”. (Andrea Riquelme, 2010)

Innovación y salud este tipo de equipamientos destacara por enseñar vivir en un fractal y sus beneficios de salud a la hora de habitar. Haciendo que los visitantes vivan experiencias únicas, además todo visitante será instruido en el proceso de plantación de alimentos y plantas de la zona, en el caso de los vegetales comestibles se podrá ver y ayudar en el proceso de extracción desde los invernaderos.

En estados Unidos existe un refugio ubicado en la cúspide del bosque Sierra Hot Springs, California. Durante décadas los nativos americanos han considerado este lugar de sanación en este caso al interior del refugio de domo se encuentra una piscina con aguas termales. Por otro lado, según Dan Winter (físico, psicofisiólogo, músico, investigador poligráfico, analista de sistemas IBM e ingeniero eléctrico) estas enseñanzas son eléctricas y sólo tenemos que crear entornos más fractales, comer comida fractal y hacer ejercicios que nos armonicen con el exterior para poder llenarnos de vida y salud.

También existe otra construcción geodésica famosa conocida como, el Centro Institucional del Medioambiente, Sayo-Cho, Hyogo, Japón. Una estructura geodésica de 1.000 metros cuadrados, hecha con madera de ciprés japonés. Las emociones afectan directamente a nuestra genética. Sabemos que una pirámide o un dolmen pueden afectar a la germinación de semillas; actualmente se está investigando cómo crear un campo eléctrico que prevenga el envejecimiento..., lo opuesto a vivir en edificios y ciudades como los nuestros. Todos los edificios sagrados están contruidos siguiendo la proporción áurea, de manera que generan un campo eléctrico que facilita el crecimiento, y eso hoy es medible. (Angel Membrive, 2016)

Imagen 26. Mapa Bagua.



Fuente: Google.

Además, cada domo contará con una terraza exterior circular con accesos en varios puntos del alojamiento así se podrá disfrutar más aun del entorno y de los parajes de los lagos del alrededor. También cabe señalar el uso exclusivo de tinaja en su exterior, con su diseño pensado y construido para utilizar el acceso al equipamiento podrá ser directamente por el baño del frente, para que de esta manera sea más limpio su uso.

Por otro lado, se quiere cumplir con las normas que aplica Sernatur, así lograr el sello de calidad turística “Q”, punto importante ya que dentro de la competencia no bastara solo con ofrecer servicios confiables y seguros si no que contar con la certificación de calidad Nos destacara de la competencia directa. Para ello la certificación se logra cumpliendo con los dieciséis puntos establecidos que rigen los alojamientos turísticos.

También existe el sello “S” que va dirigido a la sustentabilidad, el equipamiento contara con un consumo limpio de energías o también conocido como eficiencia energética. Para lograr que funcione la sustentabilidad en nuestro proyecto se logran un listado de medidas e inversiones en artefactos e instalación. Entre ellos será Sistemas Reciclado Agua Grises, Que alimentara parte del invernadero solo en el caso de plantas y vegetación de la zona, alimentos cosechados se alimentara con agua no recicladas. Por otro lado, Paneles termo solares y paneles fotovoltaicos nos brindaran una conexión eléctrica.

Relaciones con los clientes

Considerando que la mayoría de los visitantes serán de fuera de la región, por ende, tendrán que contar con la necesidad de viajar, por esto un buen marketing puede lograr a los visitantes puedan agendar de nuestros servicios ofrecidos, en esta etapa la publicidad toma gran importancia, porque gracias esta se permitirá a los visitantes informarse con detalle del renombre del destino, entorno, servicios y valores. Una vez el cliente tome la iniciativa de cubrir sus necesidades alcanzando la solicitud del servicio, es donde nos enteraremos porque plataforma está agendando por esto es necesario que el personal de atención al cliente este siempre atento para así no perder clientes y además pueda sacarlos de dudas y motivarlos a finalizar su fecha de ingreso.

Cuando ya el visitante se encuentra instalado, disfrutando por los servicios adquiridos es donde se observa la mayor atención a todo lo que pueda pasar en su estadía desde cosas buenas y malas porque de esta manera podremos ir mejorando en las debilidades que los clientes vayan encontrando. Si todo va a la perfección un viajero feliz que salga de nuestras instalaciones representara una cadena de nuevos visitantes ya que las mayorías de alojamientos turísticos son recomendados por alguien que ya haya pasado por el lugar.

Recursos claves

Hay variados tipos de recursos que se clasifican como importantes para el cumplimiento de los objetivos, entre ellos se reconocen tres que son sustentabilidad salud y conciencia, estos conceptos y experiencias son las que podrán vivir los visitantes. La construcción de domos soporta variadas ventajas como las siguientes: construcción de bajo costo que las tradicional, su geometría nos permite menor pérdidas de calor, mayor estabilidad térmica, pudiendo soportar grandes cargas por su estabilidad estructural, además nos brinda una rápida construcción y montaje.

Es importante destacar que como recursos intelectuales cada visitante con el tiempo podrá reconocer el establecimiento como un hotel sustentable donde se aplican buenas prácticas para su funcionamiento así de esta manera se lograría formar una huella, marca que nos diferenciara del resto.

Actividades claves

Referente a la sustentabilidad del equipamiento, resultaría ser una de las áreas de mayor importancia ya que promueve el uso de las energías renovables. Otro punto importante ya hablado en puntos anteriores el auto cultivo que se logra con el domo central de 150m² destinado a un invernadero cerrando, permitiendo que el viajante pueda ser partícipe en el proceso de cosecha hasta que su alimento llegue finalmente a su plato.

Como otra actividad clave cabe mencionar nuevamente el área del marketing ya que este será herramienta fundamental mientras se lleve a cabo su la construcción del equipamiento, esperando lograr que un número no menor este agrandado en su apertura inicial. De la mano del buen marketing y opiniones de los visitantes se espera lograr una marca y posicionamiento de la competencia de la zona haciendo que este sea una gran opción de hospedaje y de aprendizajes causando a los viajeros experiencias únicas, antes de concluir en este punto se puede nombrar las actividades de recorrido por los alrededores ya sea mediante cabalgatas a caballo, rutas en bicicletas, vueltas por los lagos en kayak o lancha. Disfrutar del paisaje y de la naturaleza es acción de satisfacción plena, sentir el viento los sonidos envolventes de los animales y tranquilidad que nos da la ubicación es soñado por cualquier turista.

Asociaciones claves

Conectar con entidades locales que se desempeñen en el área del turismo son fundamentales ya que ellos son los expertos en sus oficios y conocen muy bien el entorno por ende concretar una variada red de contactos de este tipo será fundamental sobre todo en las temporadas altas de pesca una de las mejores épocas de la región, porque así podrá abastecer a todos los visitantes con recorridos, paseos deporte y salidas personalizadas

haciendo que el viajero se lleve una de las mejores sensaciones del equipamiento y su entorno.

Entre otras asociaciones claves serán con empresas de transportes ya que para temporada alta siempre limitan los cupos de este servicio, generar una alianza con una de estas empresas nos ayudara a cubrir con un servicio completo sin que los visitantes tengan que solucionar su traslado por ellos mismos haciendo que el programa de la llegada y salida del equipamiento sea con una programación anticipada.

Concretar enlaces entre pymes locales ya sean artesanos, cervecerías, queserías etc., nos favorecerá otorgando el valor agregado de la zona así los viajantes podrán cubrir con sus necesidades básicas como llevar un recuerdo del lugar una prenda, artesanía una distinguida cerveza procesada y distribuida en la misma zona.

También queremos lograr unos contactos con influencers o blogueros nacional o internacional que recorra los alrededores con sus equipos audiovisuales de preferencia dron y capture fotografías soñadas, así exprese, cuente y viva en detalle la experiencia que nuestro hospedaje ofrece, así se generara un marketing directo a redes sociales atrayendo nuevos visitantes.

Estudio Financiero

En este punto con la información recolectada se deberá desafiar los ingresos que se pueden obtener, así será factible estudiar la rentabilidad, viabilidad del equipamiento, acreditados por los indicadores que son el VAN y la TIR. Por lo tanto, también se perseguirá el análisis de las principales variables que signifiquen intervención a la correcta operación, así de esta manera se podrá determinar límites rentables, que será respondido por el análisis de sensibilidad.

Parámetros a utilizar

- Moneda de evaluación es la UF, la cual tiene un valor de CLP\$33.000 para el día 27 de junio del 2022.
- Tiempo de evaluación será de 15 años, ya que es una inversión de gran envergadura.

Tasa de descuento

El proyecto al ser financiado por capital propio, además de recursos con bancos, por ende, se propone calcular los siguiente:

- Cálculo de costos de recursos propios, influencia referente financiación final.

- Cálculo de costos de deuda e influencia referente financiación por otros dentro de la financiación total.

Una vez realizados los cálculos se informa que el valor corresponde a un 8,9% destinada a la comparación con la TIR.

Deuda

Este punto obedece al inversionista de la tasa que pueda proporcionar. En este caso se contempla un 30% de financiamiento mientras el 70% será financiado por deudas con un plazo de 15 años.

Este valor de cuota que se identificará en flujo de caja será un monto de UF 1.611

Tabla 8. Cuadro de deuda.

Fin de año	Cuota
1	\$-490,68
2	\$-490,68
3	\$-490,68
4	\$-490,68
5	\$-490,68
6	\$-490,68
7	\$-490,68
8	\$-490,68
9	\$-490,68
10	\$-490,68
11	\$-490,68
12	\$-490,68
13	\$-490,68
14	\$-490,68
15	\$-490,68

Fuente: Elaboración propia.

Depreciaciones

En este punto corresponde a la depreciación lineal. En este método las partidas son semejantes por cada periodo de vida útil del activo. Este cálculo se realizó según resolución N°43 de 26-12-2002, con vigencia a partir del 01-01-2003.

Tabla 9. Cuadro de depreciaciones

ACTIVOS FIJOS	Depreciaciones				
	Valor Compra (UF)	Vida Util normal (años)	Vida Util acelerada (años)	Valor Residual (UF)	Depreciacion Anual (años)
Domos Habitable 1	1440	30	10	750	75
Domos Habitable 2	1060	30	10	600	75
Domo Recepcion	1500	30	10	850	55
Domo Restaurant-Bar y Cafeteria	1500	30	10	850	75
Domo Piscina Climatizada	2500	10	3	1420	45
Domo Eventos (Yoga,Clases Conferencias)	1500	10	3	850	45
Domo Invernadero	1500	10	3	850	10
Paneles Fotovoltaicos	300	35	11	170	15
Paneles Solares	100	35	11	57	1
Sistemas Reciclado Agua Grises	100	10	3	20	2
Van Chevrolet	2500	6	2	0	165
Computadoras y Artefactos oficina	100	7	3	25	558
Amueblado Habitacion	1500	7	3	0	140
Equipamiento Restaurant, Bar y Comedor	1500	10	3	850	20
Bicicletas	250	10	3	40	6
Tinajas	2400	10	3	700	68
TOTAL					1355

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10. Flujo de Caja del proyecto entre los años 2022-2029 en UF.

Años	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
INGRESOS POR VENTAS								
Ventas 1		18250	16425	16425	16425	16425	16425	16425
INGRESOS POR VENTAS								
Costos Fijos de Produccion		-4194	-4194	-4194	-4194	-4194	-4194	-4194
Costos Variables		-5778	-5778	-5778	-5778	-5778	-5778	-5778
UTILIDAD BRUTA		8278	6453	6453	6453	6453	6453	6453
GASTOS OPERACIONALES								
Gastos de Ventas y Comercializacion (Incl)								
Gastos Generales		-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250
UTILIDAD OPERACIONAL		8028	6203	6203	6203	6203	6203	6203
Ingresos No Operacionales								
Egreso No Operacionales	-29672							
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	-29672	7778	5953	5953	5953	5953	5953	5953
UTILIDAD ACUM. ANTES DE IMPUESTO								
Impuesto a al Renta		-1166,7	-893,0	-893,0	-893,0	-893,0	-893,0	-893,0
Impuesto por Ventas de Activos								
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		6611	5060	5060	5060	5060	5060	5060
Valor Libro								
Depreciacion		-1355	-1355	-1355	-1355	-1355	-1355	-1355
Interes de L.P.								
Interes C.P.								
Cuota de Prestamo L.P.		-491	-491	-491	-491	-491	-491	-491
Cuota de Prestamo C.P.								
INVERSION								
Capital propio								
Imprevistos								
Recuperacion de Capital de Trabajo								
Valor de Desecho		-1630	-1630	-1630	-1630	-1630	-1630	-1630
Recuperacion de Iva								
FLUJO DE CAJA ANTES DE FINANCIAMIENTO		3135	1584	1584	1584	1584	1584	1584
Credito de L.P.	20910,4							
Credito de C.P.								
FLUJO NETO DE CAJA	-8761,6	3135	1584	1584	1584	1584	1584	1584
FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO								
FLUJO DE CAJA ACUM. ACTUALIZADO								

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11. Flujo de Caja del proyecto entre los años 2030-2037 en UF.

2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037
16425	16425	16425	16425	16425	16425	16425	16425
-4194	-4194	-4194	-4194	-4194	-4194	-4194	-4194
-5778	-5778	-5778	-5778	-5778	-5778	-5778	-5778
6453	6453	6453	6453	6453	6453	6453	6453
-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250
6203	6203	6203	6203	6203	6203	6203	6203
5953	5953	5953	5953	5953	5953	5953	5953
-893,0	-893,0	-893,0	-893,0	-893,0	-893,0	-893,0	-893,0
5060	5060	5060	5060	5060	5060	5060	5060
-1355	-1355	-1355	-1355	-1355	-1355	-1355	-1355
-491	-491	-491	-491	-491	-491	-491	-491
-1630	-1630	-1630	-1630	-1630	-1630	-1630	-1630
1584	1584	1584	1584	1584	1584	1584	1584
1584	1584	1584	1584	1584	1584	1584	1584

Flujo de Caja del proyecto entre los años 2030-2037 en UF. **Fuente:** Elaboración propia.

Valor de Desecho

Referente a este punto, es posible calcular el remanente, con varios métodos entre ellos dos de estos modelos valoran activos, tercero la capacidad futura de generar recursos. Para dicho estudio se determinará con método contable, que calculará valor desecho como la suma de valores contables de los activos. Este valor contable pertenece al valor que a la fecha aún no se ha depreciado sus activos. Importante señalar que se consideran las fechas de reinversión de los activos cuando la vida útil de este sea menor al tiempo de evaluación. Además, con la recuperación de la inversión en capital de trabajo este deberá incluir cuando se ocupa el método contable o comercial. En la siguiente tabla se mostrará el valor con un total de UF 16.330.

Tabla 12. Cuadro de desecho.

ACTIVOS	Valor de Compra	VIDA UTIL	VALOR DESECHO
Terreno	3780	***	2200
Domos Habitable 1	4500	10	1500
Domos Habitable 2	4500	20	1500
Domo Recepcion	3000	20	900
Domo Restaurant-Bar y Cafeteria	3000	20	950
Domo Piscina Climatizada	2500	10	1300
Domo Eventos (Yoga,Clases Conferencias)	2000	10	1500
Domo Invernadero	300	10	65
Paneles Fotovoltaicos	1200	35	580
Paneles Solares	300	35	80
Sistemas Reciclado Agua Grises	100	10	25
Van	1700	6	1200
Computadoras y Artefactos oficina	100	7	80
Amueblado Habitacion	1200	7	1200
Equipamiento Restaurant, Bar y Comedor	600	10	110
Bicicletas	250	10	40
Tinajas	2400	10	1300
Capital de Trabajo	2400	***	1800
		TOTAL	16330

Flujo de Caja del proyecto entre los años 2030-2037 en UF. **Fuente:** Elaboración propia.

Resultados

Tabla 13. Indicadores Principales

Valor Actual Neto VAN (UF)	5.057
Tasa Interna de Retorno TIR (%)	20%

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

Cabe destacar que la investigación diviso diversos estudios, que se fueron comprendiendo a través desde variados antecedentes los cuales nos ayudó a establecer los primordiales indicadores mercantil de la propuesta. Se destaca la información de aporte el INE, junto con Sernatur y la Subsecretaria de turismo. Gracias a los datos obtenidos se pudo lograr este análisis. Por otro lado, cabe destacar que la industria del turismo es complicada al minuto de pronósticos que influyan guías manejados.

Analizando variables cuantiosas que determinan el proyecto sustentando por Sapag (la guía de evaluación de proyecto). Además, cabe resaltar que se pudo asemejar el valor agregado de nuestro equipamiento a través del método canvas. Logrando la realización de varios análisis, así discriminar información relevante. Así de esta manera se procedió a definir el criterio temporal definido 15 años y en paralelo también su alcance geográfico que da inicio un análisis a nivel país, para luego internarse en la región terminando con el sector en específico “Lago Bertrand” y “Puerto Guadal”.

Metodología canvas no aprobó identificar la fundamental propuesta de valor. Este insiste en el uso de energías renovables, junto a el sistema de filtrado de aguas grises. Admitiendo beneficios, desde su publicidad, precios variados, obtención de certificaciones de sellos de “Calidad” y “Sustentabilidad”.

Se determina la rentabilidad del proyecto con la evaluación económica, por ende, con esta información en mano la inversionista vera que tan rentable y conveniente es del desarrollo del proyecto. El valor actual neto corresponde, al existente aumento de la fortuna de financiero, la cual se calcula mediante el contraste que se genera entre los bienes y los costos en distintos momentos de tiempo. Por criterios establecidos el VAN es mayor a cero el proyecto se vuelve beneficioso, lo cual nos informa de un aspecto positivo en el equipamiento. Por qué nos da como resultado un índice de UF5.057.

Mientras tanto la tasa de descuento (TIR) haciendo que el valor presente de los beneficios sea igual al valor presente de los costos. Como criterio determinado, el proyecto se muestra rentable si la TIR es mayor a la tasa de interés. Comparando las dos tasas, el resultado de la TIR nos queda de 20%.

Mejoramientos.

Como mejora tenemos dos soluciones pensadas a futuro, centrada en la inversión de dos miradores, uno fuera del recinto, equipado con una batería de baños y duchas, para todo público con un bajo costo, atendidos por personal del proyecto haciendo publicidad y marketing y directamente la invitación a ser parte de la experiencia de habitar un domo. Además de un quiosco equipado con algunos servicios del recinto. Mientras el otro mirador se encontrará dentro de las instalaciones con una vista panorámica más llamativa y con una vista más privilegiada haciendo que los visitantes que ocupen las instalaciones del exterior sin duda quieran visitar las instalaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<https://datos.bancomundial.org/pais/chile>

<https://www.gob.cl/nuestro-pais/>

<https://datasocial.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/portalDataSocial/catalogoDimension/47>

https://www.portalinmobiliario.com/MLC-975486633-parcela-en-venta-lago-bertrand-chile-chico- JM#position=1&search_layout=map&type=item&tracking_id=e2395973-9da7-4c13-89c9-402e99886c54

<https://www.percepcioneconomicas.cl/economia-practica/los-grupos-socioeconomicos-en-chile/>

<https://ibo.pe/blog/cuales-son-las-principales-caracteristicas-de-las-redes-sociales-2021/>

<https://aysenpatagonia.cl/>

<https://www.ine.cl/estadisticas/economia/comercio-servicios-y-turismo/estructura-de-servicios>

[Sapag, N., & Sapag, R. \(2008\). Preparación y Evaluación de proyectos 6° edición.](#)

<https://www.casadellibro.com/libro-geometria-sagrada-codificada/9788468537306/11728640>

<https://espaciosdeensuenos.cl/feng-shui-para-loquillos/>

https://www.youtube.com/watch?v=HtBdL2ZwS_4

<https://www.youtube.com/watch?v=4WSx8PV504U>

https://www.youtube.com/watch?v=6_OFXBK37gs

ANEXOS

SOLO USO ACADÉMICO