



Lodge de Pesca Deportiva

Plan de Negocios para optar al grado de magister en administración (MBA)



Alumnos: Sebastien Grace
Andrés Sanchez

Profesor Guía: Arturo Toutin
Viernes 26 de Agosto 2016

Negocio a desarrollar

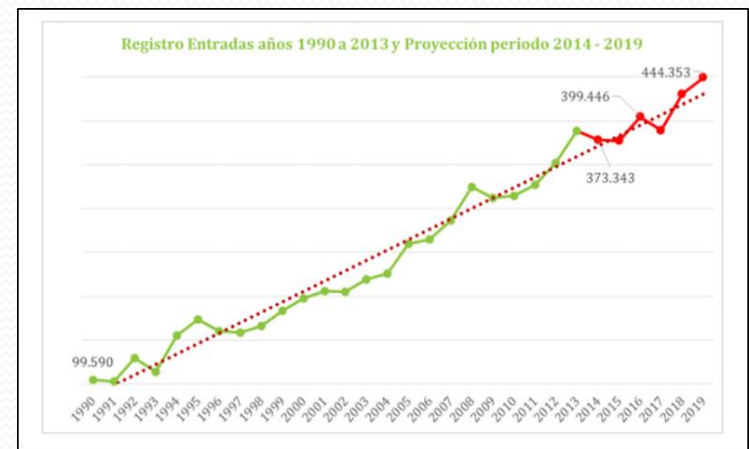


- ¿Cual es el Negocio?
 - Instalar un lodge de pesca deportiva en la XI Región, a orillas del Lago Bertrand
- ¿Qué es un lodge?
 - Alojamientos ubicados en destinos “no masivos”
- ¿Qué es la Pesca Deportiva?
 - Actividad cuyo objetivo es la recreación y esparcimiento

Investigación de Mercado



- ¿Cuál es nuestro Mercado?
 - Turismo -> Deportivo
- Crecimiento del Turismo
 - Chile -> A Junio 2016 v/s 2015-> 27%
 - Aysén -> 2015 v/s 2014 -> 22%
 - Noches Promedio -> 6 Noches
 - TO Aysén -> 98%



¿Dónde nos desenvolvemos?

- ¿Industria en la cual Participamos?
 - Establecimiento que presta servicio de alojamiento turístico
- Entornos
 - Político
 - Económico
 - Social
 - Tecnológico
 - Ambiental
 - Legal
- ¿Cuál es nuestra competencia?
 - 10 Lodges -> 1 Sello Q - > 0 Sello S
 - Ninguno se ubica a las orillas del Lago Bertran



¿Quiénes son Nuestros Clientes?










- Nacionales & Internacionales
 - Adultos (35 – 65 años)
 - Familias
 - Amantes del Deporte
 - Interés Especiales
 - Alto nivel cultural
 - Tiempo Estadía promedio (4-7 Días)
 - Ocios y Vacaciones



La Empresa



Modelo Canvas

<p>asociaciones/ socios claves </p> <p>Entidades Locales (Universidad Austral y Club de Pesca)</p> <p>Asociación Gubernamentales (Corfo, Sercotec, Sernatur)</p> <p>Agencias de Viaje</p> <p>Proveedores de Insumos</p>	<p>actividades claves </p> <p>Marketing online</p> <p>Mantenimiento de Infraestructura</p> <p>Desarrollo de Pesca Deportiva</p> <p>Excursiones por el Entorno</p> <p>Planificación Actividades</p> <hr/> <p>recursos claves </p> <p>Personal Calificado y Especializado</p> <p>Alianzas con Otros Lodge</p> <p>Alianzas con Agencias de Viaje</p> <p>Relación con Proveedores</p>	<p>propuesta de valor </p> <p>Servicio Personalizado</p> <p>Certificación de Calidad</p> <p>Comunidad Global</p> <p>Excursiones Deportivas</p> <p>Entorno Natural Exclusivo</p> <p>Comida Gourmet</p> <p>Alojamiento alta Comodidad</p>	<p>relación con los clientes </p> <p>Relación personalizada</p> <p>Desarrollo de Plataforma Web, correo electrónico</p> <p>Redes Sociales</p> <hr/> <p>canales </p> <p>Agencias de Viaje</p> <p>Plataformas online</p> <p>Redes Sociales</p> <p>Boca a Boca</p> <p>Revistas Especializadas</p>	<p>segmentos de clientes </p> <p>Pescadores Deportivos</p> <p>Amantes de la Naturaleza</p> <p>Exploradores</p> <p>Aficionados de la Fotografía</p> <p>Extranjeros</p> <p>Turistas Alternativos</p>
<p>estructura de costos (identificar los costos) </p> <p>Sueldos, Insumos, Servicios de Alimentación, Calefacción Publicidad y Marketing, Mantenimiento de Página Web y Redes Sociales Servicios Externos, Patentes, Derechos, Permisos</p>		<p>flujos de ingresos </p> <p>Ventas de Paquete Turístico Servicios Complementarios</p>		

Estrategias



- Estrategia de Entrada
 - Precio competitivo, networking bajo un community manager
- Estrategia de Crecimiento
 - Pilares fundamentales de la diferenciación (*promoción, sustentabilidad y calidad de servicio*)
- Fortalezas & Oportunidades
 - Resaltar infraestructura nueva, nuevos servicios, tecnologías y apoyo a la comunidad local
 - Oportunidad en nuevo nicho más exigente, con servicio de calidad certificado inexistente

Marketing



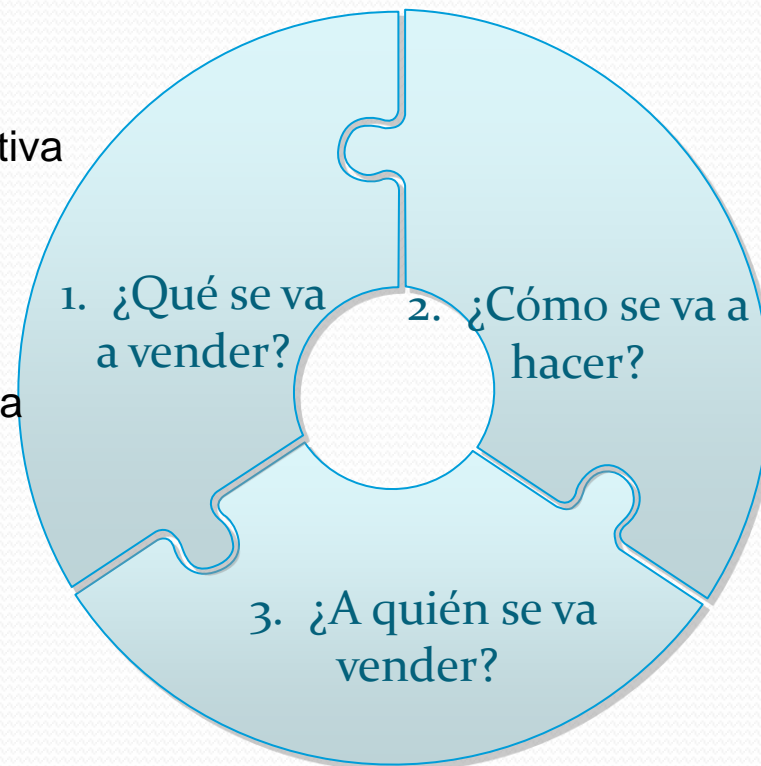
- Revistas especializadas, Eventos internacional, concursos, fidelización mediante el uso de redes, posibles aumento de estadia
- Producto: alojamiento en paquete desde 4 días, servicio completo y excursiones con guía de pesca deportiva y actividades complementarias
- Canales de distribución: página Web, Redes Sociales, plataformas web
- Precio: 9% más bajo que la competencia 1650 USD, se estabiliza y finalmente supera al promedio de mercado



Propuesta de Valor

El producto o servicio:

- Lodge de pesca deportiva
- Servicio especializado
- Excelente ubicación
- Certificado de calidad
- Servicios sustentables
- Respeto a la naturaleza



Estrategia:

- Diferenciación
- Posicionamiento competitivo
- Mis atributos distintivos
- Plan de comunicación en redes.

¿A quién se va a vender?

- Personas entre 35 a 65 años de edad
- Amantes de los deportes y la naturaleza
- Alto nivel socioeconómico y cultural

Resultados del Negocio

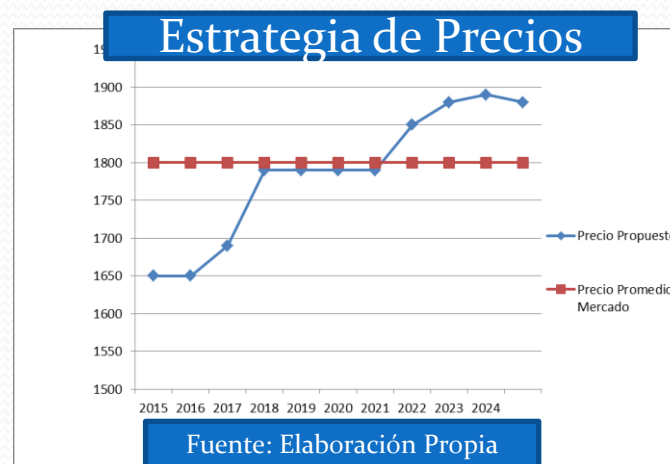
El Plan de Negocio es Rentable:

- Financiamiento: 75% crédito Bancario, 25% KP
- Plazo: 10 años.
- Punto de Equilibrio 1.543 paquetes.
- VAN: \$ 4.644.850.785,51
- Tasa de Descuento: 7,53% (WACC)
- TIR: 37%
- Payback: 6° año

	2025
(1) EBITDA	441.951.183
(2) EBITDA/Vtas	61%
(3) Utilidad/Vtas	54%
(4) Mrg Bruto/Vtas	0,7

- Sensibilización: USD 400 y Q 50%

Valor de los Activos	\$ 143.635.771,73
TIR	4%
IVAN	0,50
PAYBACK	10,00



Estrategias de Ingresos:

- Estrategia de precios dinámica.
- Promedio competencia relevante 1800 USD.
- Estrategia de entrada 9% más barato que el promedio.
- Al tercer año, 5% Q de mercado
- Al décimo año, 10% Q de mercado

Conclusiones



- Crecimiento del turismo en Chile – Región de Aysén
- Pocos lodges con certificaciones (Q – S)
- Pioneros respecto a la ubicación
- Inversión inicial de 460 MMCLP – recuperado al sexto año
- Proyecto rentable con un VAN de 4 MMCLP – al decimo año

Muchas Gracias



¿Preguntas?