

## TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN.....	1
2	OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS .....	2
2.1	Objetivo general .....	2
2.2	Objetivos específicos.....	2
2.3	Resultados esperados.....	2
2.4	Alcance del tema.....	2
3	DIAGNÓSTICO.....	3
3.1	Mercado.....	3
3.1.1	Mercado potencial .....	3
3.1.1.1	Crecimiento proyectado del mercado potencial .....	7
3.1.1.2	Demanda de excursiones por extranjeros en la región Metropolitana ...	7
3.1.2	Benchmarking.....	9
3.1.2.1	Turismo aventura en el mundo.....	9
3.1.2.2	Perfil del senderista/montañista en España:.....	11
3.2	Clientes .....	12
3.2.1	Análisis demográfico de la población chilena en relación al deporte .....	12
3.2.1.1	Segmentación basada en rangos de edad y gasto en deporte .....	14
3.2.1.2	Otros antecedentes que complementan la segmentación.....	15
3.2.1.3	Perfil de los corredores (runners) como aproximación al perfil de los senderistas/montañistas .....	17
3.2.2	Necesidades e intereses de los segmentos .....	18
3.2.2.1	Valoración de servicio: Cursos de Montañismo .....	18
3.2.2.2	Valoración de servicio: Excursiones.....	19
3.2.2.3	Disposición a pagar: Cursos de Montañismo .....	20
3.2.2.4	Disposición a pagar: Excursiones.....	20
3.2.2.5	Disposición a pagar: prestaciones adicionales.....	21
3.2.2.6	Aceptación de prestaciones adicionales.....	22
3.3	Competidores.....	23
3.3.1	Características de los servicios presentes en el mercado .....	23
3.3.1.1	En el servicio de Cursos de Montañismo: .....	23
3.3.1.2	En el servicio de Excursiones: .....	24

3.3.2	Caracterización de empresas .....	24
3.4	Entorno Legal.....	32
3.4.1	Ley Nacional de Turismo (Ley 20.423, 2010) .....	32
3.4.2	Normativa propia para la práctica de senderismo o montañismo.....	33
3.4.3	Anuncios de Normativas.....	34
3.5	Síntesis y análisis FODA .....	35
3.5.1	FODA general.....	35
3.5.2	FODA por segmentos .....	37
3.6	Conclusiones del Diagnóstico .....	39
4	ESTRATEGIA .....	41
4.1	Estrategia para la ventaja competitiva.....	41
4.2	Estrategia comercial .....	42
4.2.1	Segmento objetivo .....	42
4.2.2	Diseño del servicio.....	43
4.2.3	Precio.....	47
4.2.4	Plaza .....	48
4.2.5	Posicionamiento y comunicación .....	48
4.2.6	Personal .....	50
5	EVALUACIÓN ECONÓMICA .....	51
5.1	Inversión inicial .....	52
5.2	Presupuesto de ingresos y gastos .....	54
5.3	Financiamiento .....	56
5.4	Tasa de descuento .....	57
5.5	Flujo de caja.....	59
5.6	Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno.....	59
5.7	Análisis de Sensibilidad .....	60
5.8	Conclusiones evaluación económica.....	61
6	CONCLUSIÓN .....	61
7	BIBLIOGRAFÍA.....	64
8	ANEXOS .....	65