

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
1.1. Objetivos	2
1.1.1. <i>Objetivos específicos</i>	2
1.2. Alcance	2
1.3. Marco conceptual	3
1.4. Metodología	4
<b>2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO</b>	<b>7</b>
2.1. Nombre del negocio	7
2.2. Misión y visión	7
2.3. Factores críticos de éxito	8
2.4. Estructura jurídica	8
2.4.1. <i>Protección jurídica</i>	8
<b>3. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y LA INDUSTRIA</b>	<b>9</b>
3.1. Análisis del entorno	9
3.1.1. <i>Aspectos políticos y legales</i>	9
3.1.2. <i>Aspectos económicos</i>	12
3.1.3. <i>Aspectos socioculturales</i>	15
3.1.4. <i>Aspectos tecnológicos</i>	16
3.2. Análisis de la industria	18
3.2.1. <i>Turismo mundial</i>	18
3.2.2. <i>Turismo en Chile</i>	18
3.2.3. <i>Turismo aventura</i>	19
3.2.4. <i>Tamaño de la industria del turismo aventura</i>	21
3.2.5. <i>Análisis del sector</i>	21
<b>4. PLAN ESTRATÉGICO Y ANÁLISIS INTERNO DEL NEGOCIO</b>	<b>26</b>
4.1. Análisis FODA	26
4.1.1. <i>Tácticas estratégicas</i>	28
4.2. Cadena de valor	28
4.3. Estrategia del negocio	30
4.4. Experiencia del cliente	32
4.5. Satisfacción del cliente	34
<b>5. ANÁLISIS DEL MERCADO</b>	<b>35</b>
5.1. Investigación de mercado	35
5.1.1. <i>Encuesta</i>	35
5.1.2. <i>Estudios complementarios</i>	37
5.2. Segmentación	39
5.2.1. <i>Segmento objetivo</i>	40

5.3.	Posicionamiento	41
5.3.1.	<i>Marca y logotipo</i>	42
<b>6.</b>	<b>PLAN DE MARKETING</b>	<b>44</b>
6.1.	Propuesta de valor	44
6.2.	Objetivos del plan de marketing	45
6.3.	Marketing mix	45
6.3.1.	<i>Producto</i>	45
6.3.2.	<i>Precio</i>	50
6.3.3.	<i>Plaza</i>	52
6.3.4.	<i>Promoción</i>	53
6.4.	Presupuesto de marketing	54
6.5.	Seguimiento y control del plan de marketing	55
<b>7.</b>	<b>PLAN DE OPERACIONES</b>	<b>56</b>
7.1.	Proceso de prestación del servicio	56
7.2.	Alianzas y subcontrataciones	56
7.3.	Aprovisionamientos y gestión de stocks	58
7.4.	Procedimientos y controles de calidad	58
7.4.1.	<i>Análisis de la calidad de los servicios: SERVQUAL</i>	58
7.4.2.	<i>Sello turístico de calidad</i>	59
7.5.	Niveles de tecnología aplicados en los procesos	60
<b>8.</b>	<b>PLAN DE PERSONAS</b>	<b>61</b>
8.1.	Estructura de dirección y gestión	61
<b>9.</b>	<b>PLAN FINANCIERO</b>	<b>65</b>
9.1.	Inversión y capital de trabajo	65
9.2.	Financiamiento del negocio	66
9.3.	Previsión de ventas anuales	66
9.4.	Proyección de gastos	68
9.4.1.	<i>Costos variables</i>	68
9.4.2.	<i>Costos fijos</i>	69
9.4.3.	<i>Remuneraciones</i>	69
9.5.	Cuenta de resultados previstos y flujo de caja	71
9.5.1.	<i>Valor actual neto y tasa interna de retorno</i>	73
9.6.	Flujo de tesorería previsto	73
<b>10.</b>	<b>PLAN DE IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>74</b>
<b>11.</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>75</b>
<b>12.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>76</b>
<b>13.</b>	<b>ANEXOS</b>	<b>77</b>