

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN.....	1
2	OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS.....	2
2.1	Objetivo General	2
2.2	Objetivo Específico.....	2
2.3	Alcance del tema.....	2
3	ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO.....	3
3.1	Descripción de RAM Turismo.....	3
3.1.1	Antecedentes de RAM Turismo	3
3.1.2	Estructura Organizacional	3
3.1.3	Programas ofrecidos.....	3
3.1.4	Canales de comercialización	3
3.1.5	Análisis de clientes	4
3.1.6	Ventas y márgenes actuales	5
3.2	Turismo receptivo.....	5
3.2.1	Tipos de turismo	6
3.2.2	Características generales del turismo receptivo en Chile	8
3.2.3	Características del turista que visita Chile	11
3.2.4	Análisis del mercado potencial para el turismo receptivo	17
3.2.5	Análisis de la competencia en Chile	18
3.2.6	Análisis del entorno	22
3.2.7	Síntesis y análisis FODA	23
3.2.8	Conclusiones del diagnóstico receptivo.....	27
3.3	Turismo emisorio	28
3.3.1	Características generales del turismo emisorio en Chile	28
3.3.2	Características de los turistas y los estudiantes que salen del país	30
3.3.3	Análisis del mercado potencial para los viajes de estudio	34
3.3.4	Análisis de la competencia en Chile	35
3.3.5	Análisis del entorno	39
3.3.6	Síntesis y análisis FODA	40
3.3.7	Conclusiones del diagnóstico de giras de estudio	43
4	DISEÑO DE LA ESTRATEGIA	44
4.1	Turismo receptivo.....	44
4.1.1	Selección del segmento objetivo	44
4.1.2	Tamaño del segmento objetivo.....	44

4.1.3	CANVAS- Marketing Mix	45
4.2	Turismo emisoro	49
4.2.1	Selección del segmento objetivo	49
4.2.2	Tamaño del segmento objetivo.....	49
4.2.3	CANVAS- Marketing Mix	50
5	EVALUACIÓN DE LA FACTIBILIDAD ECONÓMICA	53
5.1	Inversión inicial.....	53
5.2	Presupuesto de ingresos y gastos	54
5.3	Financiamiento	56
5.4	Tasa de descuento.....	56
5.5	Flujo de caja.....	57
5.6	Valor Actual Neto y Tasa interna de retorno	58
5.7	Análisis de sensibilidad	58
5.8	Conclusiones evaluación económica	59
6	CONCLUSIÓN.....	60
7	BIBLIOGRAFÍA.....	62
8	ANEXOS.....	63