



“Aplicación móvil GuanaBook”

(Parte I)

**Tesis de grado para optar al grado de
MAGÍSTER EN MARKETING**

Alumno: Rodrigo Troncoso S.

Profesor Guía: Cristóbal Barra V.

Santiago, 26 de octubre de 2017

Índice	
Índice de Tablas	3
Índice de Ilustraciones	4
Resumen Ejecutivo	5
Análisis Interno	7
Descripción General	7
Análisis de Recursos y Capacidades	8
Cadena de Valor	9
Análisis de Recursos	12
Análisis VRIO	14
Análisis Externo	18
Análisis del Entorno	18
Político	18
Económico	20
Social	21
Tecnológico	21
Ecológico	22
Análisis de la Industria	23
Turismo	23
Aplicaciones móviles de viajes	24
Análisis de la Competencia	27
Competidores actuales	27
Potenciales competidores	31
Análisis Consumidores	34
Turismo en Chile	34
Consumidor de aplicaciones móviles de viajes	38
Análisis de encuesta	39
Grupos de Interés	47
SERNATUR	47
CONAF	48
Parque Nacional Torres del Paine	49
FODA	57

Referencias60

Índice de Tablas

Tabla 1: Resumen Análisis de Recursos y Capacidades.....	16
Tabla 2: País de origen de los encuestados.	40
Tabla 3: Preferencia por marcas para la aplicación móvil.....	44
Tabla 4: Tarifas de ingreso al Parque Nacional Torres del Paine	50
Tabla 5: Análisis FODA para GuanaBook	57

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Home screen aplicación móvil GuanaBook	7
Ilustración 2: Marca aplicación móvil GuanaBook.....	8
Ilustración 3: <i>Start Up Chile</i>	18
Ilustración 4: Chile.travel	19
Ilustración 5: Chile es tuyo	20
Ilustración 6. Llegadas internacionales (en miles).	24
Ilustración 7: Participación de minutos en dispositivos móviles (Fuente: comScore, 2017) ...	25
Ilustración 8. Tiempo en medios digitales desde aplicaciones móviles (Fuente: comScore, 2017)	26
Ilustración 9: Sistema de reserva y recepción online del alojamiento Campamentos Gratuitos de Montaña - Parque Nacional Torres del Paine	28
Ilustración 10: Precios en Sistema de reserva y recepción online del alojamiento Campamentos Gratuitos de Montaña - Parque Nacional Torres del Paine.....	29
Ilustración 11: Comunicación del Sistema de reserva y recepción online del alojamiento Campamentos Gratuitos de Montaña - Parque Nacional Torres del Paine	30
Ilustración 12: Las 30 ASPE más visitadas en 2015 (fuente: SERNATUR).....	37
Ilustración 13: Hábitos de media en dispositivos móviles (Fuente: Elaboración Propia con datos de comScore)	38
Ilustración 14: Relación entre aplicaciones esenciales y aplicaciones en pantalla de inicio (Fuente: comScore).....	39
Ilustración 15: Preferencias por tipos de actividades <i>outdoor</i>	42
Ilustración 16: Hábitos de redes sociales para compartir contenidos de viajes	43
Ilustración 17: Preferencias por atributos de la aplicación móvil.....	44
Ilustración 18: Mapa de correspondencia competidores de GuanaBook	46
Ilustración 19: Mapa del Parque Nacional Torres del Paine	56

Resumen Ejecutivo

El presente informe describe un Plan de Marketing para GuanaBook, aplicación móvil de la categoría viajes, que permite a sus usuarios gestionar reservas para sitios de camping administrados por CONAF dentro del Parque Nacional Torres del Paine. El Plan de Marketing está orientado al consumidor final usuario de la aplicación móvil GuanaBook en el marco del año 2019. El objetivo de este plan de marketing es lograr que el 30% de los visitantes al Parque Nacional Torres del Paine durante el año 2019 realicen sus reservas de sitios de camping mediante la aplicación GuanaBook y no a través del actual sistema de reservas en línea.

Lo anterior se fundamenta en las oportunidades detectadas en el análisis situacional donde se destaca que existe un gran interés de turistas nacionales y extranjeros por los atractivos naturales de Chile, quienes preparan con anticipación sus viajes, y donde el acceso a servicios online de viajes se realiza cada vez con mayor frecuencia a través de aplicaciones móviles. Asimismo, el análisis del consumidor muestra que existe una creciente tendencia al uso de dispositivos móviles por sobre TIC tradicionales, dentro de lo que destaca el uso de aplicaciones y, particularmente, apps destinadas a acceder a servicios de turismo y booking. En ese contexto, otra oportunidad detectada responde al crecimiento y masificación de las aplicaciones móviles dentro del análisis de la industria. Además, en el marco del análisis de la competencia, también se detecta una oportunidad ya que actual servicio de reservas solo permite gestionar reservas de dos sitios de camping por separado mediante una página web. Todo esto se ve reforzado con las fortalezas detectadas dentro del análisis interno para GuanaBook, aplicación cómoda, fácil de usar, y segura que además de gestionar reservas provee de diversas funcionalidades ampliamente valoradas por los consumidores, de acuerdo a la investigación de mercado realizada, tales como mapas de senderos con GPS e información general del Parque Nacional Torres del Paine.

Así entonces el mercado objetivo definido para GuanaBook considera al visitante del Parque Nacional Torres del Paine que busca recorrer los circuitos de trekking “W” o “Macizo Paine Grande” para lo que necesita reservar sitios de camping donde pernoctar entre cada etapa de los mencionados circuitos. Este target se puede representar por los arquetipos llamado Sebastián, Jorge, y Steve, que se desarrollan en el presente informe. Para este segmento el objetivo planteado se traduce en un posicionamiento asociado a la propuesta de valor de GuanaBook, que genera la idea o concepto a comunicar a través del Marketing Mix: GuanaBook, tu compañero de experiencia en la Patagonia, ¡reserva de forma fácil, cómoda y segura!

Luego se describen las tácticas asociadas al Marketing Mix de esta aplicación móvil, donde se justifica la marca GuanaBook al ser fácil de recordar, significativa, capaz de agrandar, con cierto poder de transferencia, adaptable, y protegible. Guardando los elementos de marca compuesto y descriptivo: GuanaBook es una combinación de palabras entre Guanaco y Book, y proviene de *I wanna book* o quiero reservar, en inglés. El logo representa a un Guanaco y detrás de este hay una carpa de camping, tiene tonos pastel suaves buscando apelar a la calma y naturaleza de la Patagonia chilena. Complementariamente, se propone una distribución a través de las tiendas de aplicaciones Google Play y App Store, y un precio de enfrentamiento respecto del actual competidor, igual a cero para los tres arquetipos antes descritos. En cuanto al mix comunicacional, y tomando en cuenta el modelo TNF, el relato consiste en una historia en la cual se destacan el concepto de comodidad, facilidad y seguridad inmersos en un *background* de turismo *outdoor* con imágenes e incluso testimonios de turistas que recorren los senderos del Parque Nacional Torres del Paine usando los mapas con GPS de los senderos aun estando sin conexión y otras funcionalidades de GuanaBook valoradas por el consumidor. Luego se describe Proceso, Evidencia Física y las Personas, donde destacan tres grandes áreas que dan soporte a la prestación del servicio de la aplicación: gestión de relaciones con los clientes, relacionamiento con CONAF y desarrollo y mejora continua de la aplicación móvil.

Finalmente se proponen KPI asociados a la implementación y control del plan de marketing propuesto para el año 2019 con una valoración de \$23.690.000.

Análisis Interno

Descripción General

GuanaBook es una aplicación móvil de la que permite reservar y pagar tickets en campings administrados por CONAF dentro del Parque Nacional Torres del Paine. Está disponible para Android a través de la tienda Google Play y para iOS a través de la tienda App Store, y pertenece a la categoría viajes dentro de ambas tiendas de aplicaciones móviles. GuanaBook cuenta con versiones en inglés y español desde donde además se puede conocer y descargar contenidos tales como mapas interactivos de senderos, información del área, pronóstico del clima, e información y fotos de paisajes, flora y fauna de cada lugar y su entorno. La aplicación permite guardar la información relevante del área protegida para que el visitante pueda utilizarla en el destino estando sin conexión a internet, además, en el caso de los mapas cuenta con seguimiento por GPS lo que permite mantener el rumbo dentro de los senderos definidos por CONAF al interior del Parque Nacional Torres del Paine.



Ilustración 1: Home screen aplicación móvil GuanaBook

GuanaBook debe su nombre a un juego de palabras, nace de la expresión formal en inglés *I want to book* (yo quiero reservar), que en su manera coloquial se conoce como *I wanna book*, fonéticamente en español se escucha como *guanabuq*. La primera parte del nombre es similar al Guanaco, animal propio de la Patagonia, zona donde se encuentra el Parque Nacional Torres del Paine, una de las áreas silvestres protegidas por CONAF más famosas y que mayor cantidad de visitantes recibe al año, mientras que la segunda parte del nombre viene del inglés “book” que alude a la reserva, en este caso, de sitios de camping y entradas a áreas silvestres protegidas. Por esta razón, el logo de GuanaBook es un dibujo de un guanaco y una carpa de camping detrás con colores suaves que apelan al descanso, naturaleza y a la calma de la Patagonia.



Ilustración 2: Marca aplicación móvil GuanaBook

Análisis de Recursos y Capacidades

Al momento de realizar el análisis de recursos y capacidades para GuanaBook, se define primero que lo que éste ofrece es un servicio para los turistas, más que un producto físico, por lo que se abordará desde la cadena de valor de servicios.

Cadena de Valor

Eslabones primarios

- **Marketing y ventas:** GuanaBook como una prestadora de servicios de reserva en línea a través de una aplicación móvil que, aun cuando no cuenta con una fuerza de venta física que distribuya o promocioe la aplicación, la distribución se hace a través de las tiendas de aplicaciones Google Play y App Store, en ese sentido, un factor importante a destacar es la comunicación de la aplicación a través de búsquedas en Google y banners en páginas de trekking o servicios afines. Luego, se proyecta para una segunda etapa en caso de crecimiento sostenido el poder incluir un vendedor técnico el cual será el encargado de vender la aplicación hacia otros proveedores (B2B). En cuanto a la comunicación, esta se hará en alianza con su proveedor principal CONAF, en el cual se aprovechará los distintos canales que este dispone para sus usuarios (economías de escala). Además, se ocupan principalmente herramientas de marketing digital para su comunicación con el fin de alcanzar un mayor conocimiento y prueba del producto en turistas. Complementando con folletería con código QR de descarga que se distribuirán en oficinas de turismo a lo largo de Chile. Es importante destaca que a través de este trabajo se irá desarrollando más en detalle cuales son las actividades de marketing y ventas. Finalmente, se destaca marketing y ventas como una fortaleza, ya que de otra forma sería muy difícil lograr abarcar la mayor cantidad de usuarios posibles.
- **Personal de Contacto:** Al ser esta una aplicación móvil, el servicio prestado es netamente tecnológico (distribución por internet). Lo que sí existe será personal al a cargo de gestionar el relacionamiento con los clientes, el cual estará a cargo de inspeccionar que esta aplicación funcione las 24 horas del día. Además, existe un equipo de dos personas que serán el nexos entre CONAF y GuanaBook ante cualquier requerimiento del proveedor.
- **Soporte Físico y Habilidades:** En cuanto al soporte físico que se puede encontrar en la aplicación, viene dado por el dispositivo móvil necesario para el uso de GuanaBook. En cuanto a las habilidades, el equipo a cargo de la aplicación GuanaBook es especialista en mantener actualizada la aplicación tanto en el contenido provisto por CONAF la administración del Parque y la administración de relaciones con los usuarios, como en mejoras de seguridad y rapidez en la aplicación misma. Finalmente, las

habilidades del equipo detrás de la actualización del software y del contenido de GuanaBook es una fortaleza a destacar.

- **Prestación:** La prestación que realiza GuanaBook es una aplicación móvil en la cual los turistas tendrán la posibilidad de reservar sitios en los campings que administra CONAF en el Parque Nacional Torres del Paine. El objetivo es que los turistas puedan tener la tranquilidad de realizar los distintos circuitos teniendo la seguridad de alojamiento en ellos. GuanaBook ofrece una prestación diferenciadora, un servicio superior y una experiencia de mayor valor, que se basa fundamentalmente en responder al concepto de reserva fácil, cómoda, segura e integral. Finalmente, la prestación del servicio con todas sus características a nivel formal y aumentado, representa una fortaleza en la aplicación.
- **Clientes:** Los clientes a los cuales apunta esta aplicación son los turistas tanto extranjeros como nacionales que tienen como objetivo poder realizar los circuitos del Parque Nacional Torres del Paine y que reservarán su estadía a través de la aplicación móvil GuanaBook. La incidencia de los clientes como parte del análisis interno, radica en que son ellos quienes alimentan a la aplicación con contenido como videos, fotos, y comentarios respecto de la oferta existente a través de GuanaBook. Estos comentarios al ser positivos ayudarán a GuanaBook a encontrar nuevos clientes, mientras que al ser negativos obligarán a GuanaBook a mejorar continuamente el servicio prestado por la aplicación móvil.

Eslabones de Apoyo

Los eslabones de apoyo desempeñan la no menos importante función de contribuir al montaje del escenario en el cual tendrá lugar la prestación del servicio.

- **Dirección general y de Recursos Humanos:** Extrapolando este punto de los eslabones de apoyo de la cadena de valor de servicios hacia GuanaBook, se puede apreciar que al ser una aplicación recién lanzada al mercado y que no tiene espacio físico de atención al cliente, solo se tiene un número muy limitado de funcionarios, por lo tanto, existen funciones claras dentro de la organización. Estas se dividen en tres grandes áreas: gestión de relacionamiento con el cliente, gestión de relacionamiento con CONAF, y desarrollo de software.

- **Organización interna y tecnología:** El ordenamiento de las funciones con el fin de facilitar la prestación de servicio y el desarrollo de procesos de mejora continua tienen un lugar muy importante para la organización interna de GuanaBook. Al ser una aplicación móvil innovadora dentro del mercado en Chile debe ser el elemento diferenciador y representar una fortaleza. Por esto es que existen objetivos y metas a corto plazo que se trabajan para que puedan ser cumplidos de forma eficiente en distintos procesos, como por ejemplo, cuando los clientes dejan sus impresiones, comentarios, y fotos de los sitios de camping donde estuvieron, esta retroalimentación debe ser revisada previo a ser publicada en la aplicación móvil para evitar un uso indebido. Asimismo, la optimización del proceso de reserva, es algo que continuamente se busca mejorar con un trabajo en conjunto a la administración de los distintos sitios de camping. Para esto, el ambiente que busca GuanaBook es el mejor clima laboral posible, la empresa entiende que el negocio lo hacen las personas por lo tanto busca siempre la satisfacción de estos para que la marca pueda seguir creciendo, en efecto, el cliente interno debe estar satisfecho. Finalmente, y para lograr esto, GuanaBook se estructura de forma horizontal con tres grandes áreas dentro del proceso productivo que soporta la prestación del servicio:
 - Relacionamiento con el proveedor, área encargada de monitorear el contacto con la administración de los distintos sitios de camping ofrecidos a través de la aplicación, entrega *feedback* de forma constante a cada camping, y recibe actualizaciones de contenido para cada sitio por parte de CONAF.
 - Mejora continua de la aplicación, área encargada de estar permanentemente desarrollando mejoras y optimización al software, entregando actualizaciones de seguridad a los usuarios finales y desarrollando mejoras en diseño y usabilidad.
 - Gestión de redes sociales, área encargada de gestionar la relación con el usuario final, recibir retroalimentación por parte de los clientes, monitorear la actividad ligada al vínculo con redes sociales, entre otros aspectos relevantes.
- **Abastecimiento:** Para poder evaluar el abastecimiento dentro la aplicación es necesario volver a mencionar algunos puntos anteriores. Lo que se persigue con este punto siempre es que se deben buscar ventajas competitivas (como por ejemplo la

innovación tecnológica al momento de las reservas mediante la aplicación móvil), estar siempre atento para dar la mejor respuesta posible (ante las necesidades de los clientes) y estar disponible para cualquier requerimiento que necesitare el proveedor (minimizar los tiempos de respuesta). En consecuencia, el abastecimiento dentro de GuanaBook es un área de apoyo para las tres áreas descritas en el punto anterior y debe permitir el funcionamiento de estas de manera eficiente.

- **Margen de servicio:** Se entiende al margen de servicio en lo que se hace y lo que se ofrece, siendo el vínculo real y existente entre el cliente y la empresa. Como se ha indicado anteriormente, GuanaBook es una aplicación móvil en el cual los turistas que deseen viajar hacia el Parque Nacional Torres del Paine tengan la posibilidad de dejar reservado con anticipación los sitios que administra este para el camping.

Análisis de Recursos

Luego, los recursos los cuales GuanaBook desarrollara su operación serán los siguientes:

Recursos Tangibles

Los recursos tangibles en el caso de GuanaBook se refieren a los recursos financieros con los que cuenta la aplicación y vendrán mediante dos vías:

- **Publicidad:** la aplicación contará con espacios publicitarios que irán acorde a la funcionalidad de GuanaBook. En ese sentido, se espera dar espacio en la aplicación a publicidad de empresas de venta artículos de trekking, deportes, excursionismo, camping y actividades *outdoor* en general.
- **CONAF:** al ser el único proveedor de sitios de camping para GuanaBook, se generará un convenio de desarrollo mutuo donde CONAF comprometerá aportes en recursos, información y fotos para la mejora continua de esta aplicación. Y GuanaBook facilitará la gestión de reservas al interior del Parque Nacional Torres del Paine.

Recursos Intangibles

Son muy importantes para las empresas en la actualidad, de hecho, muchas empresas se benefician más de sus recursos intangibles que de los tangibles, particularmente en el mundo de las aplicaciones móviles. Sin embargo, estos recursos no aparecen en los estados contables de la empresa y no es fácil valorarlos.

- **Reputación:** Este punto está relacionado con la generación de confianza entre el consumidor y la empresa y es de suma importancia en esta primera etapa. Va relacionado del cómo se logra la fidelización de estos para descargar y, aún más importante, usar la aplicación para gestionar sus reservas. Aun cuando es gratis el uso y descarga de GuanaBook, los elementos diferenciadores van de la mano con sus prestaciones superiores como tecnología avanzada, capacidad de respuesta ante los requerimientos, mejora continua de esta y conexión con redes sociales.
- **Tecnología:** Mencionado en el punto anterior, toma particular relevancia el desarrollo de la tecnología y procesos de mejora continua en GuanaBook. La búsqueda constante de la mejora continua, además de la respuesta expedita por parte de GuanaBook a sus clientes debe marcar diferencias.
- **Cultura:** De todos es el recurso más intangible, pero a la vez de los más valiosos, y es que la cultura identifica la empresa: GuanaBook debe caracterizarse por un servicio de excelencia, de respuesta rápida al cliente en sus requerimientos y por sobre todo de un buen ambiente laboral, debe existir una misma motivación para todos los que trabajan en él con un alto grado de satisfacción tanto para para sus clientes como para sus trabajadores. Estos últimos deben sentir que están en una empresa innovadora y por sobre todo entregan una externalidad positiva doble: dar a conocer al mundo la octava maravilla del mundo, y facilitar la llegada de visitantes al lugar incentivando la actividad económica de la región y el país.

Recursos Humanos

Se relacionan con todo aquello que ofrecen las personas a las empresas en las que realizan su actividad laboral. Es muy complicado dirigir un equipo de personas debido a la heterogeneidad de todas ellas. Las personas deben poseer conocimientos y destrezas, que deben poner en juego dentro de la empresa, bien de forma individual o bien desde el trabajo en equipo.

GuanaBook, como cualquier otra organización, son lo que las personas que están dentro de ella quieran que sea. De cómo sean las personas se puede sacar una idea de cómo es la empresa: cuáles son sus valores, como es su forma de organizarse, de trabajar, el amor a la innovación y, en general, lo que es la cultura de la empresa. Como se ha indicado anteriormente, para GuanaBook es importante el clima laboral de sus empleados, ellos deben insertarse dentro de la cultura que se quiere implementar: de motivación constante, una

empresa innovadora y con una responsabilidad social importante. Tres aspectos muy importantes consideran las empresas que deben tener las personas que trabajen en ellas:

- **Conocimiento:** existirán equipos los cuales estarán preocupados de la mejora continua de la aplicación, de estar en conocimientos de la actualización de software y todo lo que conlleva para que GuanaBook esté siempre disponible para las necesidades de sus clientes
- **Comunicación:** señal importante es el que deben tener las distintas funciones de la gente que trabaja en la aplicación. El área de relacionamiento con los clientes que está en constante comunicación con estos debe tener también una expedita comunicación con el área de desarrollo de tecnología y también con el área a cargo de gestionar la relación con CONAF.
- **Motivación:** para el éxito de GuanaBook, en su relación con los clientes tanto internos como externos, es vital que las personas que trabajen para la aplicación estén motivadas. Como se indicó anteriormente, parte de la cultura organizacional es que estos deben entender el bien social que realizan para el país y por sobre todo sentirse importantes de trabajar en una empresa innovadora y joven.

La empresa debe ser flexible, adecuándose a esta flexibilidad desde dentro, es decir, desde los recursos y capacidades con los que cuenta en un momento del tiempo. Con este requisito la empresa podrá adelantarse a los cambios del entorno, en lugar de que estos ocurran antes y le condicionen su supervivencia. Una empresa flexible y dinámica tiene mayor facilidad que otra para encontrar la ventaja competitiva.

Análisis VRIO

Se dice que la ventaja competitiva de la empresa descansa en la heterogeneidad de sus recursos, los cuales deben hacer que la empresa se diferencie. Con recursos y capacidades que hagan la empresa diferente y valorada por sus clientes se puede lograr el éxito de la estrategia. El siguiente análisis en GuanaBook se basa en el análisis de Barney & Griffin (1992), conocido como Modelo VRIO. Se dice que un recurso de la empresa es un recurso VRIO cuando aporta una ventaja competitiva para la empresa. Las condiciones que debe cumplir un recurso para ser VRIO se detallan a continuación.

Valioso

Se refiere a la capacidad de la empresa de explotar las oportunidades del mercado, para este caso, GuanaBook, aplicación móvil innovadora en el mercado y sin mayor competencia en el segmento, tiene la capacidad de explotar las oportunidades que se presentan. En efecto, en el mercado no existen aplicaciones móviles que permitan reservas de sitios de camping CONAF en el Parque Nacional Torres del Paine. Asimismo, esta aplicación tiene también un potencial de crecimiento importante, como por ejemplo abarcar otros campings tanto de CONAF a lo largo de Chile como de empresas privadas en el Parque Nacional Torres del Paine y otros sitios de trekking y montañismo.

Único

Esta aplicación al ser la primera que ingresa al mercado de aplicaciones de booking para sitios de camping CONAF en el Parque Nacional Torres del Paine es única. No existe en el mercado chileno ni extranjero aplicación móvil que permita realizar reserva de camping del Parque Nacional Torres del Paine. Como se indicó anteriormente, esta es una oportunidad de mercado el cual GuanaBook debe enfocar todo sus recursos y esfuerzos en obtener rápidamente una participación de mercado importante que le permita desarrollarse a futuro y desplazar al actual sistema de reservas.

Inimitable

Al ser una aplicación móvil una de las debilidades es su fácil imitación por parte de competidores que también pretendan ingresar al mercado. La tecnología se de forma exponencial y cada vez es más accesible desarrollar aplicaciones móviles, en efecto, y como se puede apreciar en el análisis del entorno, hoy en Chile existen programas como *Start Up Chile* de CORFO que buscan potenciar este tipo de negocios. Esto se traduce en bajas barreras de entrada que permiten el potencial ingreso de competidores con, al menos, el mismo nivel de tecnología y eventualmente mejor adaptación a las necesidades de los clientes, estos son, los riesgos propios de ingresar primero en un mercado con bajas barreras de entrada. Para mitigar esto, GuanaBook dentro de su dotación de personas cuenta con gente especializada y motivada que se encargará de realizar constantes estudios y mejoras a la aplicación. En suma, si bien la aplicación móvil es fácilmente imitable, GuanaBook tiene recursos humanos que permiten mitigar esto y hacer de la aplicación algo inimitable.

Organizada para captar valor

GuanaBook tiene una organización interna orientada a capturar valor, en efecto, el área de relacionamiento con el cliente es la piedra angular de la entrega del servicio de GuanaBook, pero debe apoyarse en las áreas de desarrollo del software detrás de la aplicación y la gestión de la relación con CONAF.

Tabla 1: Resumen Análisis de Recursos y Capacidades

	V	R	I	O
Marketing y Ventas	x	x		x
Personal de contacto: con el cliente	x	x		x
Personal contacto: con proveedor	x	x		x
Soporte físico y habilidades	x			x
Prestación del servicio de GuanaBook a los clientes	x	x		x
Clientes: Agregan valor a la oferta del servicio mediante la retroalimentación y contenidos.	x	x	x	x
Dirección general y RRHH	x	x		
Organización Interna: basado en tres ejes, relacionamiento con clientes, relacionamiento con CONAF, desarrollo de software.	x	x		x
Tecnología: actualización y mejor continua del software	x			x
Abastecimiento: relacionamiento con CONAF.	x			x
Recursos Tangibles: recursos financieros con los que contará la aplicación	x	x		x
Recursos Intangibles: relacionados con la reputación y cultura de la organización detrás de la aplicación.	x	x	x	x

Recursos Humanos: relacionado con las variables de motivación, comunicación y conocimiento del personal de la GuanaBook	x	x		x
---	---	---	--	---

Análisis Externo

Análisis del Entorno

Político

El entorno político y legal representa actualmente oportunidades para el crecimiento de GuanaBook. Actualmente existen en Chile una serie de políticas multisectoriales administradas por CONICYT y CORFO que buscan fomentar el desarrollo de la industria de las TIC mediante el apoyo a la transferencia tecnológica y la creación de programas para promover este tipo de emprendimiento. Tal es el caso de *Start Up Chile* donde, de acuerdo al Ministerio de Economía, un 58,6% de los proyectos beneficiarios en 2016 declaró que el tipo de producto desarrollado corresponde a software o aplicación. En el caso de las aplicaciones móviles como GuanaBook, CORFO y Sence desarrollaron recientemente el programa de beca capital humano “Mil Programadores” que tiene por objetivo capacitar en el desarrollo de software. En este contexto, se destacan oportunidades ligadas al desarrollo y promoción de la aplicación GuanaBook.

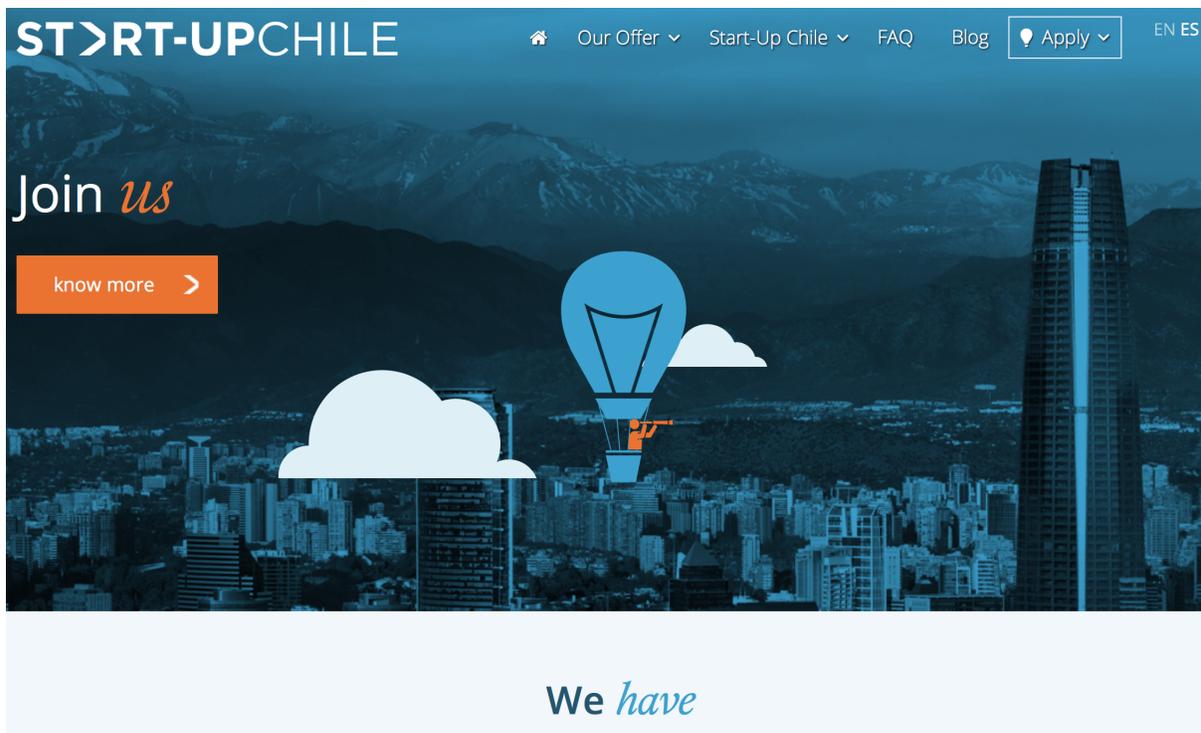


Ilustración 3: *Start Up Chile*

Complementariamente, el sector Turismo también presenta oportunidades de crecimiento para GuanaBook en cuanto al marco regulatorio hoy existente que de acuerdo a uno los objetivos estratégicos de SERNATUR busca “ejecutar acciones de promoción y difusión de los productos y destinos turísticos del país, a través de la participación y acción coordinada de los actores públicos y privados, para generar crecimiento en la industria turística”, en ese sentido, promover a Chile como destino turístico hacia el extranjero con iniciativas como “Chile.travel” destacando la belleza natural del país, además de promover el turismo ligado a actividades *outdoor* tanto hacia turistas extranjeros como turistas nacionales con iniciativas como “Chile es Tuyo” tal como se ve en las siguientes imágenes, donde se alude al galardón obtenido como destino turismo aventura.

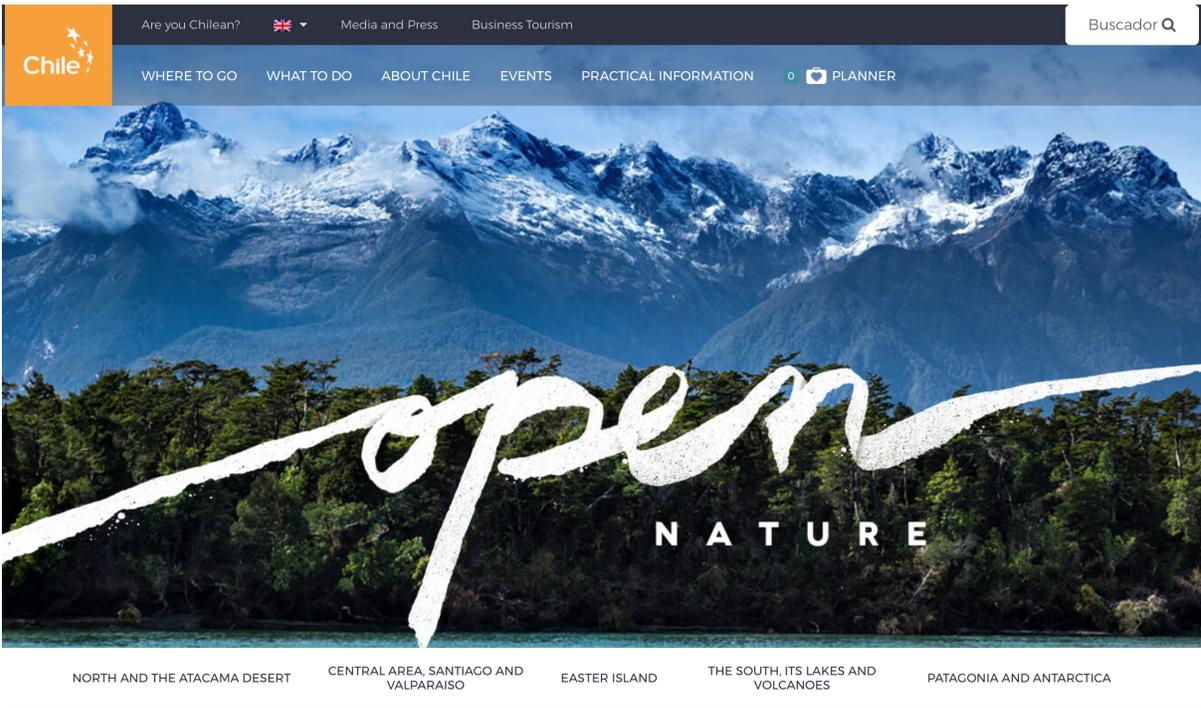


Ilustración 4: Chile.travel

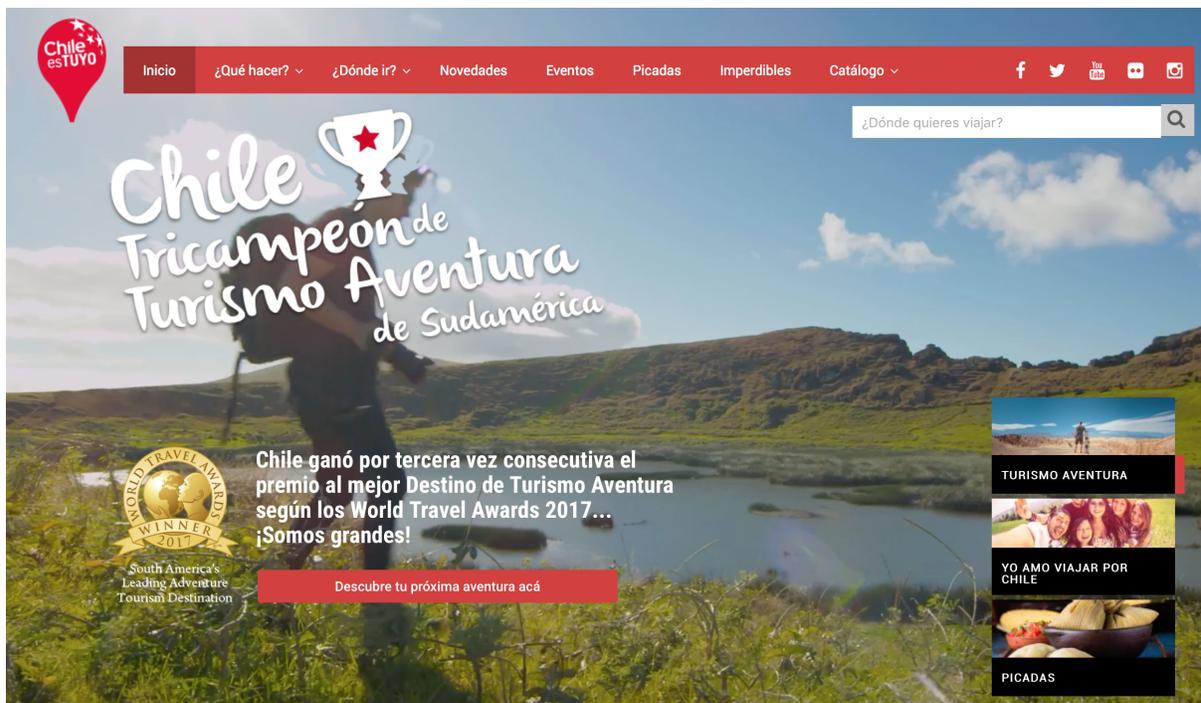


Ilustración 5: Chile es tuyo

Económico

El entorno económico representa una oportunidad para el crecimiento de la aplicación, esto se justifica en el crecimiento sostenido de la demanda primaria que representa a los usuarios de la aplicación, es decir, el crecimiento que ha tenido el turismo a nivel mundial y a nivel nacional, en efecto, de acuerdo a la Asociación Chilena de Turismo la llegada de turistas nacionales creció un 26% en 2016. Particularmente las cifras de CONAF muestran un crecimiento importante en el turismo que contempla las visitas a áreas silvestres protegidas del estado, registrándose un aumento del 14% durante 2016, dentro de las cuales se encuentra el Parque Nacional Torres del Paine que registró un aumento del 19% superando la media de la categoría.

Complementariamente existen oportunidades de desarrollo, en efecto, de acuerdo a un estudio realizado por Boston Consulting Group el Internet móvil está impulsando el crecimiento de la economía y la creación de empleos en Europa y en el mundo donde los ingresos por apps en países desarrollados llegarían a 76.000 millones en 2017. Chile no es ajeno a esta tendencia, de acuerdo a un reportaje publicado por el diario El Mercurio, ya en 2015 en Chile se habían

desarrollado más de 3.000 aplicaciones móviles, gran parte de ellas bajo el alero de Start Up Chile y otras incubadoras.

Social

El entorno sociocultural también representa una fuente de oportunidades para GuanaBook, esto fundamentado en que existe actualmente una tendencia social a favor del uso de TIC. De acuerdo a un informe de la consultora Ditrendia, en el mundo más de la mitad de las visitas que reciben los grandes buscadores proceden ya del móvil y un 62% del tiempo total pasado por los usuarios en el mundo online ya se realiza desde Smartphone y Tablet, dentro del cual, el uso de aplicaciones (apps) ya supone el 54% del tiempo gastado en el mundo digital. Asimismo, un estudio realizado en abril de 2017 por eMarketer evidenció que Chile es en la actualidad una de las naciones que más usa teléfonos inteligentes en Latinoamérica con 8,6 millones de usuarios Smartphone, lo que se traduce en el 49 % de la población siendo la mayor tasa de penetración en América Latina. En este punto cabe destacar que de acuerdo a comScore el sistema operativo líder en Chile es Android que controla el 85,3 % de teléfonos inteligentes y el 60,6 % del tráfico de internet en las Tablet. Finalmente, de acuerdo a la SUBTEL (2017), sobre un 80% de usuarios independiente del Quintil al que pertenezcan, usan Internet para Adquirir Información, Comunicarse y Realizar Actividades Recreativas online, destacándose que en los tramos de ingreso más alto existe un mayor nivel de uso de comercio electrónico, donde se inserta GuanaBook.

Complementariamente, durante los últimos años se ha masificado la preferencia por actividades *outdoor* tales como el trekking y el montañismo en los chilenos, de acuerdo a Fundación Chile, el país vive hoy un crecimiento sostenido de actividades *outdoor*, corridas, carreras de aventura y cicletadas. Esto se refleja en el crecimiento permanente que ha experimentado la industria de vestuario deportivo, y que de acuerdo al mismo estudio mueve en Chile US\$1.150 MM anuales, con el segmento de vestuario *outdoor* representando la mayor tasa de crecimiento dentro del vestuario deportivo.

Tecnológico

El entorno tecnológico entrega tanto oportunidades como amenazas para GuanaBook, esto porque si bien se ha masificado la creación de aplicaciones móviles, existen amenazas ligado a la baja inversión como porcentaje del PIB que el Gobierno realiza en I+D+i. De acuerdo al

Ministerio de Economía el gasto en I+D en 2015 alcanzó un 0,39% del PIB, muy por debajo del 2,38% promedio de la OCDE, lo que se traduce en que es probable el ingreso de actores internacionales con experiencia en la industria del turismo buscando quedarse con el nicho de mercado de GuanaBook. Esto se evidencia en el reporte entregado por el Ministerio de Economía en 2015 “Tecnologías de la Información y Comunicación en Chile versus OCDE”, donde se destaca que la proporción de las empresas chilenas (56,2%) que cuentan con sitio web es de las más bajas de los países de la OCDE (76,2%).

Ecológico

Finalmente, el entorno ecológico ligado a la aplicación GuanaBook presenta una potencial amenaza, esto ya que con la explosión de la cantidad de visitantes experimentada en los últimos años por el Parque Nacional Torres del Paine se han generado problemas graves como el incendio del año 2011 que, de acuerdo a El Mundo, fue causado por un turista extranjero al quemar papel higiénico. Cabe destacar que las fogatas están prohibidas al interior del Parque Nacional Torres del Paine. Otra consecuencia del excesivo arribo de turistas al Parque Nacional Torres del Paine es el deterioro de la flora y fauna del lugar debido al estado crítico de los senderos que van variando de “mal estado” a “muy mal estado” en la medida que la temporada avanza. En ese sentido, un reportaje de Ladera Sur argumenta que “la no planificación de estos senderos es evidente para todos los visitantes del parque, en donde hay siempre varios senderos paralelos abiertos, creándose a veces una especie de carretera compacta que encausa el agua y por consiguiente genera mucha erosión. Aquellos que están en recuperación, debido al exceso de gente y a la inexistente señalética, son utilizados indistintamente por turistas y porteadores. Tampoco hay guardas suficientes como para patrullar debidamente los trayectos entre un campamento y otro”. A lo que agrega que la sobrecarga viene determinada por la SEREMI de Salud y no por la real carga que pueden soportar los senderos del Parque Nacional Torres del Paine. En definitiva, el aumento del turismo y la poca planificación de la administración del parque representan una amenaza a GuanaBook debido la falta de sustentabilidad que eventualmente sufriría el Parque Nacional Torres del Paine.

Análisis de la Industria

El desarrollo del análisis de la industria contempla en primer lugar un análisis de la industria del turismo y particularmente del turismo en el Parque Nacional Torres del Paine, ya que el consumidor de GuanaBook se define como un turista, nacional o extranjero, que visita Chile buscando actividades *outdoor* y particularmente las ofrecidas por el Parque Nacional Torres del Paine. En segundo lugar, se desarrolla un análisis de la industria de GuanaBook, es decir, de la industria de las aplicaciones móviles y particularmente las de booking.

Turismo

En Chile el turismo representa una contribución total del 10,1% al PIB del país (Travel & Tourism Economic Impact, 2017). Donde el empleo en el sector turismo alcanzó a representar el 4,4% del total nacional, con una generación de 1 de cada 23 empleos creados en 2016 logrando en promedio 339 mil empleos.

De acuerdo al Barómetro Chileno del Turismo de enero de 2017 elaborado por la Asociación Chilena de Turismo, la llegada de turistas extranjeros creció un 26% superando los 5,6 millones de turistas en suelo nacional durante 2016 tal como muestra la Ilustración 6. Cabe destacar que un 68% de los extranjeros llegaron a Chile en 2016 por motivos vacacionales seguido de un 14% que manifiesta visitar familiares y amigos.

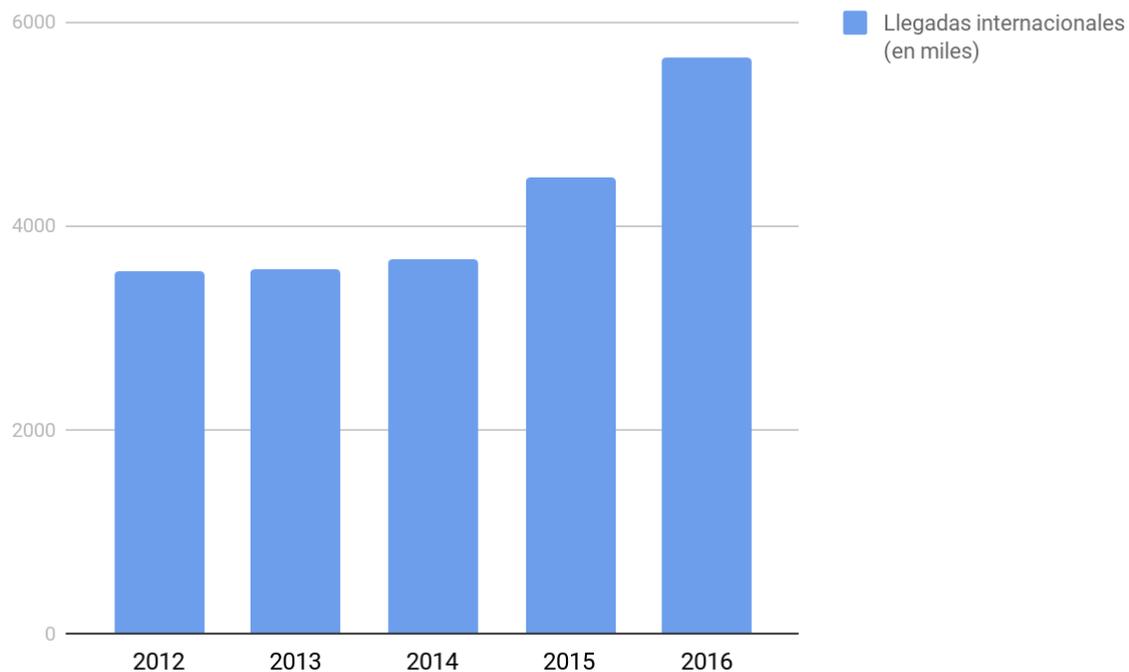


Ilustración 6. Llegadas internacionales (en miles).

Siguiendo esta tendencia nacional, el Parque Nacional Torres del Paine ha experimentado un aumento sostenido de visitantes, siendo el tercero más visitado en el país, llegando a las 252.447 personas el año 2016, 115.522 de los cuales eran turistas nacionales y 136.925 extranjeros.

Aplicaciones móviles de viajes

La industria de las aplicaciones móviles se encuentra en plena expansión, de acuerdo a Boston Consulting Group, Internet móvil está impulsando el crecimiento de la economía y la creación de empleos en Europa y en el mundo donde los ingresos por apps en países como Alemania, Australia, Brasil, Canadá, China, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, India, Italia, Japón y Reino Unido alcanzaron los 26.000 millones de dólares en 2013 y llegarán casi a triplicarse hasta los 76.000 millones en 2017. Chile no es ajeno a esta tendencia, un estudio realizado por la agencia Mavericks afirma que Chile es uno de los países con la mayor tasa de adopción tecnológica en la región, con una penetración de Internet de casi el 67%, donde dos de cada tres teléfonos son Smartphone, lo que se traduce en un 92,8% de las conexiones

a internet móvil. En este escenario, un reportaje de El Mercurio estimaba ya en 2015 que en Chile se habían desarrollado más de 3.000 aplicaciones móviles.

En este contexto, se puede afirmar que las aplicaciones móviles definitivamente cambiaron la forma de entretenimiento digital. De acuerdo a un estudio publicado por comScore (2017), el tiempo destinado al mundo digital desde dispositivos móviles como Smartphone y Tablet supera al tiempo destinado a través de dispositivos tradicionales como computadores y notebook, con países como Indonesia o India donde el uso de Smartphone y Tablet llega al 90% del tiempo gastado en medios digitales. Evidencia de la influencia de las aplicaciones móviles en esta tendencia es que hoy representan más del 90% del tiempo total destinado al uso de Smartphone y Tablet, con países latinoamericanos encabezando la lista: Argentina (94%), México (92%) y Brasil (89%). Cabe destacar que entre estos están los países que representan la mayor cantidad de turistas extranjeros que ingresan al país por lo que resulta un mercado atractivo para GuanaBook.

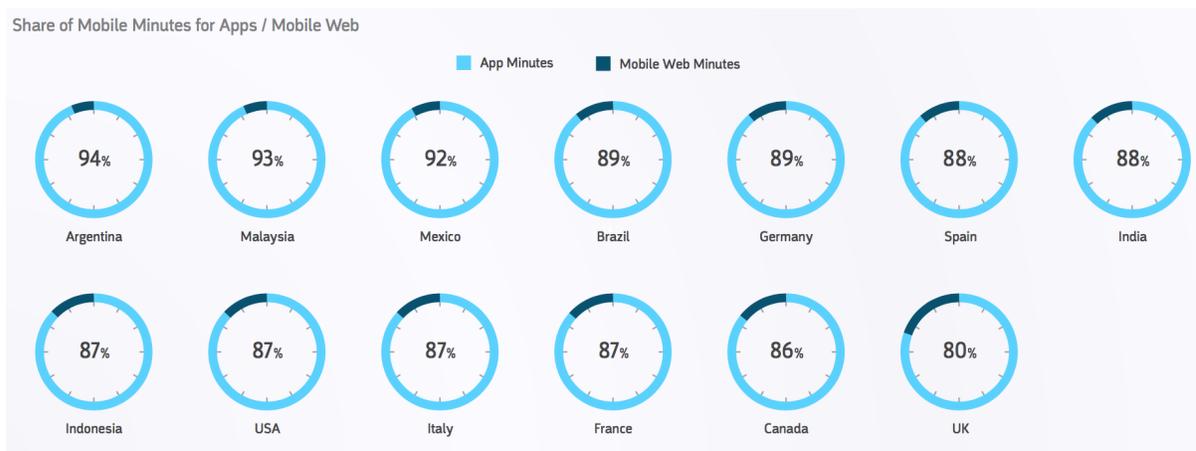


Ilustración 7: Participación de minutos en dispositivos móviles (Fuente: comScore, 2017)

De acuerdo al mismo estudio, si bien se registra un crecimiento global en la industria de las aplicaciones móviles se destaca el crecimiento de la categoría Viajes. En ese contexto se destaca a Brasil que registró sobre un 130% de nuevos usuarios en esta categoría, seguido de Canadá con un 40% en comparación al año anterior. También cabe destacar que el 48% del tráfico global en esta categoría se realiza a través de aplicaciones móviles, como se evidencia en la Ilustración 8. Otro estudio publicado por el portal Expansión en 2016 señala que de acuerdo a datos de Flurry Analytics (Yahoo!), la categoría Viajes registró un crecimiento

del 54% durante el año 2016 superando el crecimiento interanual de categorías tales como deportes, saludos, juegos, mensajería y música.

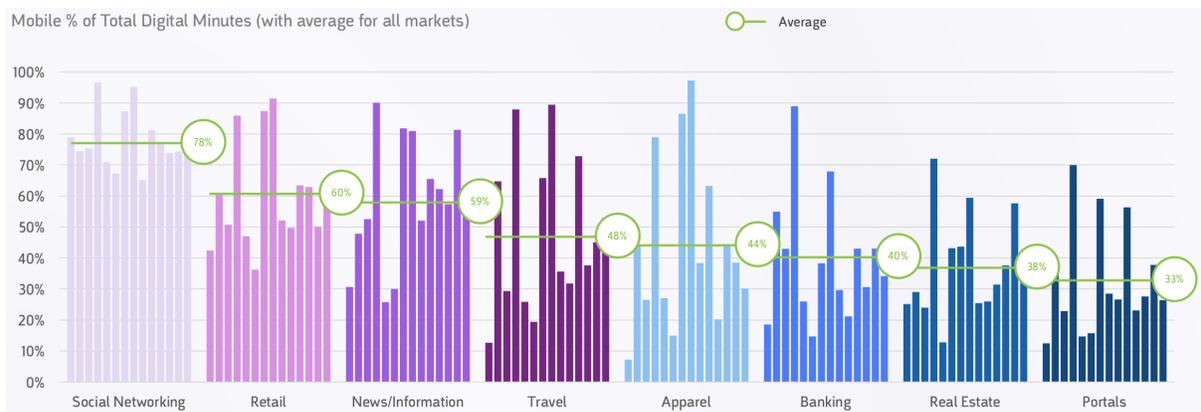


Ilustración 8. Tiempo en medios digitales desde aplicaciones móviles (Fuente: comScore, 2017)

Chile replica esta tendencia de la industria. De acuerdo a EuroMonitor International, los teléfonos móviles registraron un aumento del 10% en las ventas al por menor en 2017. Según un estudio realizado por eMarketer, Chile es uno de los mayores usuarios de teléfonos inteligentes. La investigación indica que hubo 8,7 millones de usuarios de teléfonos inteligentes en 2017, o un 49% de la población; la tasa de penetración más alta de América Latina. De acuerdo al informe de Big Data de Movistar Chile, se puede observar que las aplicaciones más populares de 2016 fueron Facebook, Google y WhatsApp.

Análisis de la Competencia

Competidores actuales

Al analizar a los competidores actuales y considerando el segmento objetivo, es decir, turistas nacionales y extranjeros que buscan realizar circuitos de trekking dentro del Parque Nacional Torres del Paine, además de alojar en los distintos sitios administrados por CONAF; el benchmarking se centra en canales que se pueden utilizar actualmente para comprar tickets y reservar sitios de camping administrados por CONAF al interior del Parque Nacional Torres del Paine.

Sistema de reserva y recepción online del alojamiento Campamentos Gratuitos de Montaña - Parque Nacional Torres del Paine

Es un sistema de reservas online que a través de una página web permite reservar lugar en los campings administrados por CONAF dentro del Parque Nacional Torres del Paine. Se accede a través de la página web <http://www.parquetorresdelpaine.cl> en la sección Planifique su viaje, Sistema de Reserva de Campamentos.

Producto

El sistema es básicamente un motor que permite reservar un camping a la vez al introducir una determinada fecha de reserva, luego el usuario debe iterar para reservar el camping siguiente según su ruta o recorrido planificado. La mayor debilidad de este sistema de reservas es que no permite gestionar la totalidad de cada uno los circuitos (W y Macizo Paine Grande), ya que funciona con un camping a la vez, lo cual resulta tedioso y poco eficiente. Por otra parte, la mayor fortaleza de este sistema es que es actualmente es el único disponible para reservar y, tal como se indica en la información oficial de CONAF, es obligatorio contar con reservas al momento de ingresar a alguno de los circuitos del Parque Nacional Torres del Paine, sin embargo, el sistema solo permite actualmente reservar en Campamento Paso y Campamento Italiano.



Ilustración 9: Sistema de reserva y recepción online del alojamiento Campamentos Gratuitos de Montaña - Parque Nacional Torres del Paine

Precio

El sistema de reservas del Parque Nacional Torres del Paine permite reservar cada uno de los sitios de camping administrados por CONAF, sin embargo, no se determina un precio a pagar por el usuario. En consecuencia, la táctica de precio es gratis.

Campamentos Gratuitos de Montaña - Parque Nacional Torres del Paine

Comuna Torres del Payne - Región de Magallanes y Antártica
Chilena - XII region, Torres del Paine

6.5 (574 comentarios)

ES

Mié, 28.02.2018 | Jue, 01.03.2018 | 1 Noches | \$ 0

SELECT DATES ROOMS EXTRAS RATES CONFIRMATION

ALOJAMIENTOS DISPONIBLES

Código promocional **APLICAR**

Campamento Italiano

Solo Alojamiento | \$ 0,00 por noche | **RESERVAR**

Campamento Paso

Solo Alojamiento | \$ 0,00 por noche | **RESERVAR**

CONTINUAR

Motor de reserva y recepción online del alojamiento Campamentos Gratuitos de Montaña - Parque Nacional Torres del Paine

Ilustración 10: Precios en Sistema de reserva y recepción online del alojamiento Campamentos Gratuitos de Montaña - Parque Nacional Torres del Paine

Canal de Distribución

El canal de distribución que utiliza actualmente el sistema de reservas del Parque Nacional Torres del Paine para la reserva de sitios es a través de la misma página donde se ubica el motor de reserva: <https://wubook.net/wbkd/wbk/?lcode=1470832720>

En esta página se puede acceder al motor de reservas e ir iterando cada vez que se desea reservar un sitio en un determinado camping administrado por CONAF dentro del Parque Nacional Torres del Paine.

Comunicación

El canal de comunicación para el sistema de reservas que tiene CONAF para sus camping ubicados en el Parque Nacional Torres del Paine, es básicamente a través de la misma página de CONAF (www.conaf.cl), la página del parque (www.parquetorresdelpaine.cl) y también se puede encontrar dentro de una de las empresas de turismo que trabajan en la zona (www.verticepatagonia.com) donde existe un link informativo para poder realizar la reserva siempre a través del Sistema de reserva y recepción online del alojamiento Campamentos Gratuitos de Montaña - Parque Nacional Torres del Paine.



Ilustración 11: Comunicación del Sistema de reserva y recepción online del alojamiento Campamentos Gratuitos de Montaña - Parque Nacional Torres del Paine

Adicionalmente, se realiza comunicación de este motor de reservas a través de las distintas oficinas de turismo donde se informa a los consumidores de que ese es el sistema de reserva oficial y que es necesario contar con reserva para pernoctar dentro del Parque Nacional Torres del Paine, independiente de si se va a pasar la noche en los sitios de CONAF o de alguna otra empresa privada que opere camping y refugios en el lugar.

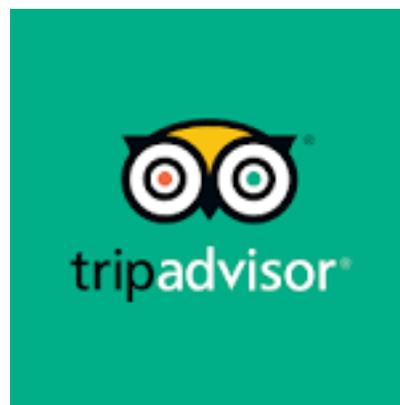
Por último, cabe destacar que no existe actualmente un competidor que permita gestionar reservas para algún sitio de camping administrado por CONAF dentro del Parque Nacional Torres del Paine en la comodidad de una aplicación para Smartphone.

Potenciales competidores

En la actualidad no existe un operador o empresa que integre por completo la cantidad de servicios que ofrece la aplicación. Al respecto, en el Parque Nacional Torres del Paine, existen campings dependientes de CONAF, pero dada la baja capacidad y alta demanda que enfrentan, es complejo acceder a una reserva de sitio, y más complejo aún es programar un itinerario de viaje ya que no hay opción de reservar en una misma ocasión todos los campings que se requieren para recorrer un circuito (razón por la cual han proliferado los campings privados). Esta situación es similar en otros parques y reservas.

Para poder determinar actores importantes en la industria, se debe indicar distintos canales que permiten gestionar reservas de lugares de camping, donde se destaca:

- **Tripadvisor:** fue fundada en febrero de 2000 por Stephen Kaufer, Langley Steinert, y otros. Según Kaufer, la idea original no era crear un sitio generado por los usuarios para intercambiar opiniones, más bien, "Empezamos como un sitio donde nos concentramos más en esas palabras oficiales de guías o periódicos o revistas. También tuvimos un botón en el comienzo que decía:



Visitantes añadan su propio comentario". Muy pronto el número de comentarios de los consumidores superó ampliamente el número de comentarios profesionales, ahí fue cuando el sitio realmente se convirtió en esta colección de comentarios de viajeros. En esta plataforma se pueden realizar reservas y pagos al mismo tiempo

- **Booking.com** es un sitio web de tarifas de viaje y un motor de búsqueda de viajes para reservas de alojamiento de origen holandés. Desde 2005, ha sido propiedad y operado The Priceline Group de Estados Unidos. El sitio web lista aproximadamente 1.200.000 propiedades en 225 países y libera 1.200.000 noches de habitación por día. El sitio está disponible en 43 idiomas.



Adicionalmente, existen páginas web que permiten conocer sitios de camping en Chile y tienen datos de contacto de distintos campings a lo largo del país, algunas de las más populares son:

- **Camping Chile:** Camping Chile es el mayor directorio de camping en Chile con información actualizada y categorizada por región o localidad (<https://www.campingchile.cl>).
- **Decamping.cl,** la primera Guía de Camping en Chile. Entrega toda la información sobre lugares para acampar en vacaciones. Busca ayudar a planificar vacaciones *outdoor* con los mejores datos de Campings en Chile. También permite encontrar avisos Clasificados donde comprar o vender equipo de camping; carpas, sacos de dormir, cocinillas, colchonetas, etc. (<http://decamping.cl>)
- **Solo Campings:** Solo Campings es una empresa cuyo principal motor es la pasión por el camping y la vida al aire libre. Es esta pasión la que hizo nacer esta guía de camping de América del Sur (<http://www.solocampings.com>).

Adicionalmente, se encuentran dos empresas privadas competidoras potenciales dentro del Parque Nacional Torres del Paine que hoy ofrecen sitios de campings pagados, que, si bien no compiten directamente con GuanaBook, podrían sin problemas integrar a sus sistemas de reserva los sitios de camping CONAF, estas son:

- **Vértice Patagonia:** es concesionario de 3 refugios y 4 campings en estratégicos puntos dentro del Parque Nacional Torres del Paine que permiten recorrer el Circuito W y el Circuito Macizo Paine Grande. Los refugios cuentan con habitaciones compartidas mixtas con literas, baños compartidos con ducha de agua caliente, restaurant con menú diario, bar, sala de estar y custodia. Los campings cuentan con

baños compartidos, área para cocinar y almacén para comprar provisiones en general. También se ofrece el servicio de carpa instalada, colchoneta y saco de dormir y así evitar llevar mayor peso durante las caminatas al visitante.

- **Fantástico Sur:** es una empresa donde su centro de operaciones se ubica en Torres del Paine. Tiene una oficina de reservas ubicada en Puerto Natales. Se ubican a lo largo del sendero de trekking del Circuito W y al inicio del Circuito Macizo Paine Grande al interior del Parque Nacional Torres del Paine y además se encuentran a los pies del Macizo Paine, donde los amantes del trekking y del contacto más íntimo con la naturaleza y la vida de montaña encontrarán sus servicios de alojamiento, alimentación e información durante la travesía en unos de los destinos de trekking más famosos del mundo como Trekking Base Torres, Circuito W, Valle del Francés y Circuito Largo, son solo algunos de los trekking que componen las rutas posibles de acceder desde nuestros Refugios de Montaña.

Finalmente, destacar que de acuerdo a SERNATUR en 2015 existían 581 campings con 13.949 sitios de camping. En el caso de algunos campings particulares, las empresas y particulares a cargo mantienen páginas web propias que permiten gestionar reservas o, en su defecto, tienen datos de contacto para hacerlo por ejemplo vía telefónica. Esto representa una competencia de industria sumamente atomizada.

Análisis Consumidores

El desarrollo del análisis de los consumidores contempla en un primer lugar a la demanda primaria representada por el turismo y en un segundo lugar a la demanda derivada representada por el consumidor de aplicaciones móviles, particularmente aplicaciones de viajes. Para complementar la información existente se presentan los resultados de una encuesta realizada que tuvo por objetivo generar un análisis descriptivo del comportamiento del consumidor de aplicaciones móviles de viajes, particularmente de GuanaBook.

Turismo en Chile

Los estudios existentes separan a los consumidores en dos macro categorías a analizar según sus preferencias, drivers de consumo, hábitos de media, proceso de compra, etc. Estas dos categorías son el turista extranjero y el turista nacional.

Turista extranjero

Al analizar el origen de los turistas extranjeros, un 51,4% proviene de Argentina seguido de lejos por un 7,8% de origen brasileño que, sin embargo, registran el mayor gasto promedio diario entre todos los turistas (115,7 dólares per cápita), cierran el podio Bolivia con un 7,7% y Perú con un 7,2% de turistas. Destacar también que Europa en total suma un 8,0% mientras que Estados Unidos alcanza un pujante 3,7%. En ese sentido, también cabe destacar a los turistas de origen chino que registraron un crecimiento del 49,3% respecto del 2015 (Barómetro de Turismo 2016, SERNATUR).

El mismo estudio señala que el gasto con tarjetas extranjeras en Chile se mantuvo al alza totalizando más de US\$ 2.191 millones, de los cuales un 44% tuvo como destino actividades características del turismo. Asimismo, durante el año 2016 se registró un total de 9,5 millones de llegadas a establecimientos de alojamiento turístico, de las cuales el 30% tuvo como destino un establecimiento distinto a hoteles. En cuanto a las preferencias de los turistas extranjeros indican que como destino Chile debe cumplir con atributos tales como Emocionante (60%), Diferente (52%), Seguro (37%) y Acogedor (29%).

Un estudio realizado entre enero y marzo de 2016 a turistas extranjeros que visitaron Chile, arrojó que el 49,7% de los turistas considera el atractivo natural como determinante en la elección de su destino, seguido de un 28,1% que opta por el atractivo cultural. Complementariamente, un estudio realizado por LAN en 2013 muestra que los principales

destinos en regiones son San Pedro de Atacama, Puerto Varas, Isla de Pascua y Punta Arenas y alrededores.

En ese sentido, el mismo estudio Turismo en Cifras muestra que la fuente de información que más influye en la elección del destino es la recomendación de familiares y amigos (73,6%), seguido de los motores de búsqueda por Internet (53,4%). En cuanto a la razón por la que visitan Chile, el 39% lo hace por la diversidad de paisajes seguido de un 20,7% que manifiesta hacerlo por la naturaleza del país (dos atributos relacionados al atractivo natural de Chile), destacar finalmente que el 47,6% visita Chile por recomendaciones de amigos y familiares. Adicionalmente, un 62,5% manifiesta que personaliza y prepara su itinerario casi totalmente antes de salir de su origen, lo que resulta particularmente importante para el éxito de GuanaBook. En ese sentido, los motores de búsqueda por Internet son la fuente de información preferida para planificar el viaje (51,3%) seguido de la recomendación de amigos y familiares (30,8%) por lo que el marketing *word to mouth* resulta interesante para la aplicación como complemento al uso de herramientas de Marketing Digital. En cuanto a los sitios web más utilizados para planificar el viaje destacan Tripadvisor y Booking.com.

Finalmente, el principal mercado que visita Punta Arenas y sus alrededores es Estados Unidos alcanzando un 40% del turismo extranjero (LAN, 2013).

Turista nacional

En cuanto al turista nacional que viaja por Chile, un estudio de turismo interno elaborado por la División de Estudios de la Subsecretaría de Turismo entre diciembre de 2015 y marzo de 2016 aporta datos acerca del perfil de viajero chileno en temporada estival.

Se destaca que un 74% de los hogares en Chile son viajeros lo que equivale a 3,5 millones de hogares, y las regiones con mayor porcentaje de hogares viajeros son: Biobío (84%), Valparaíso (78%) y Tarapacá (78%), siendo Viña del Mar el destino más popular durante el verano.

Un 51% de los hogares que viajan realiza solo un viaje en el periodo seguidos de un 20% que realiza 2 a 4 viajes. Respecto a la duración de los viajes, un 43% de los hogares que viajan realiza viajes de larga duración (4 o más noches). Sobre el motivo de viaje el 67% de los hogares declaró que es por vacaciones o descanso, seguido de un 20,1% que lo hacen

motivados por visita a familiares y amigos. En ese sentido, un estudio realizado por LAN en 2013 reveló que los destinos favoritos para viajar en Familia son Iquique y Puerto Varas, por su mayor accesibilidad en precio y actividades adecuadas para toda la familia, mientras que, los destinos favoritos para viajar con Amigos son San Pedro de Atacama y Punta Arenas –y alrededores-, por la gran variedad de atractivos naturales y actividades *outdoor* que presentan estos destinos.

Finalmente, cabe destacar que los medios más influyentes para tomar la decisión del destino son recomendación de familiares o amigos (39,5%) y experiencias de viajes anteriores (26,4%).

Turistas en Áreas Silvestres Protegidas del Estado

De acuerdo a información de CONAF, durante 2016 se registró un total de 3.068.184 visitantes a Áreas Silvestres Protegidas del Estado (ASPE), entre ellas Parques Nacionales, Monumentos Nacionales, Reservas Nacionales, y Santuarios de la Naturaleza, registrándose un aumento del 14% respecto de 2015. Del total de visitas recibidas por ASPE durante 2016, un 74% corresponde a turistas nacionales frente a un 26% de turistas extranjeros, proporción similar al 2015 donde un 76% correspondía a visitas de origen nacional y el restante 24% de origen extranjero.

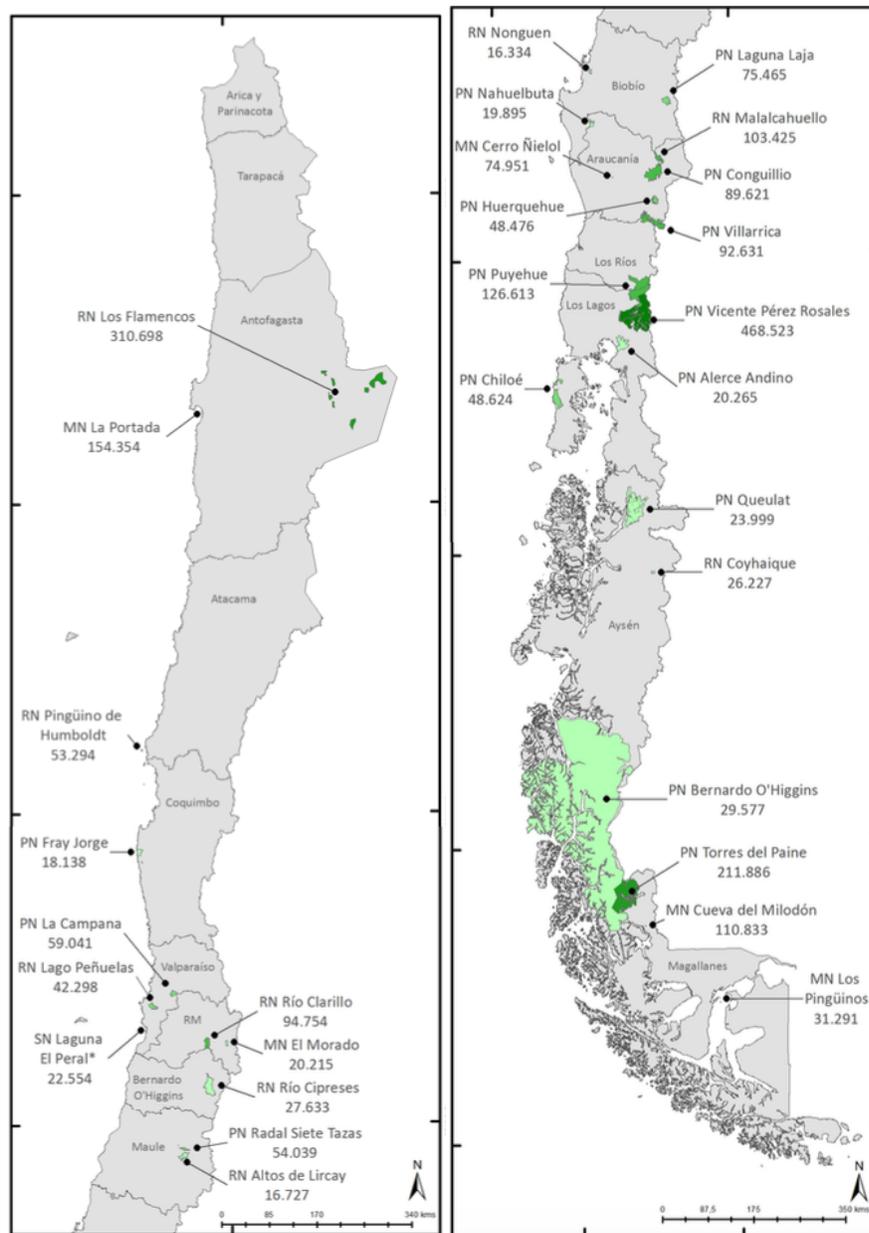


Ilustración 12: Las 30 ASPE más visitadas en 2015 (fuente: SERNATUR)

Las ASPE que mayor cantidad de visitantes recibieron en 2016 son el Parque Nacional Vicente Pérez Rosales (546.411), la Reserva Nacional Los Flamencos (418.684) y el Parque Nacional Torres del Paine (252.447). La Ilustración 12 ayuda a evidenciar esta tendencia en base a datos del año 2015.

Consumidor de aplicaciones móviles de viajes

De acuerdo a un estudio realizado por comScore (2017), el uso de dispositivos móviles como medio de acceso al mundo digital supera al uso de dispositivos tradicionales como computadores. Este comportamiento es transversal a la edad del usuario, pero se concentra más en mujeres. El mismo estudio señala que en la categoría viajes, el 48% de las visitas son a través de dispositivos móviles tal como muestra la Ilustración 13.

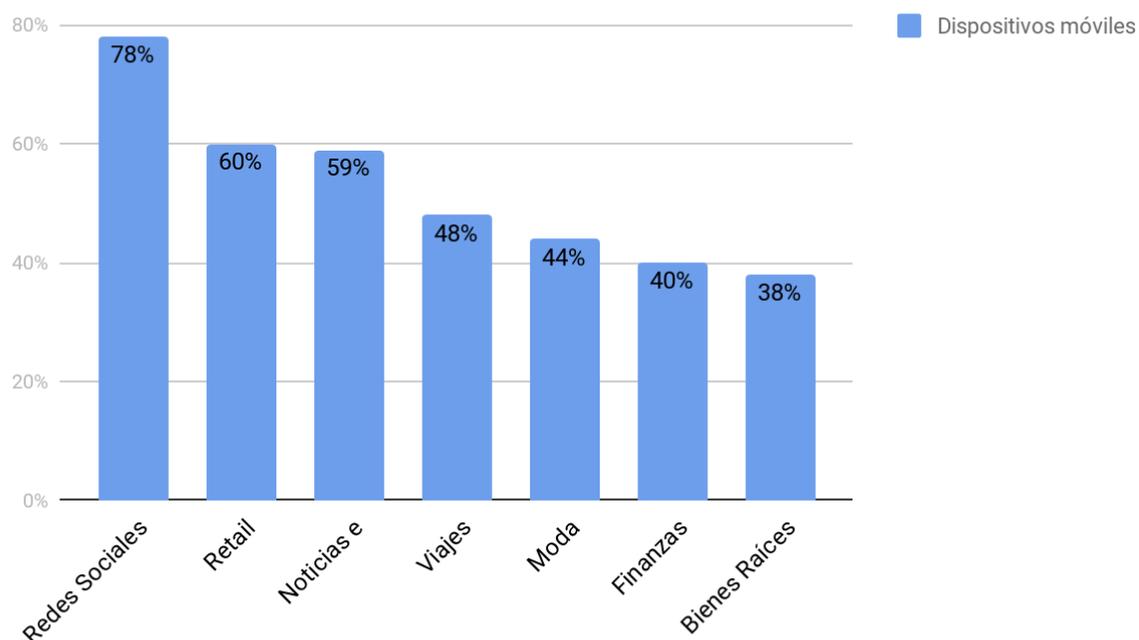


Ilustración 13: Hábitos de media en dispositivos móviles (Fuente: Elaboración Propia con datos de comScore)

Respecto al uso de dispositivos móviles para el pago de productos y servicios, el mismo estudio señala que en promedio la gente está comprando más a través de sus dispositivos móviles que computadoras tradicionales.

En cuanto a las aplicaciones móviles, de acuerdo a comScore el alcance de estas sigue dominado por un pequeño número de aplicaciones, donde el 96% del tiempo se concentra en no más de 10 aplicaciones. La Ilustración 14 refleja la incidencia de los gigantes tecnológicos en el mundo de las aplicaciones, desde donde se destaca que Facebook sigue siendo la

aplicación más esencial seguida de Gmail, Amazon, Google Maps y Google Search, Facebook Messenger y YouTube. Luego aparecen las tiendas de aplicaciones App Store y Google Play. Cabe destacar que de acuerdo al Informe Big Data de Movistar, en Chile esta tendencia se replica con Facebook, Google Search, WhatsApp, y YouTube como las aplicaciones más utilizadas en 2016.

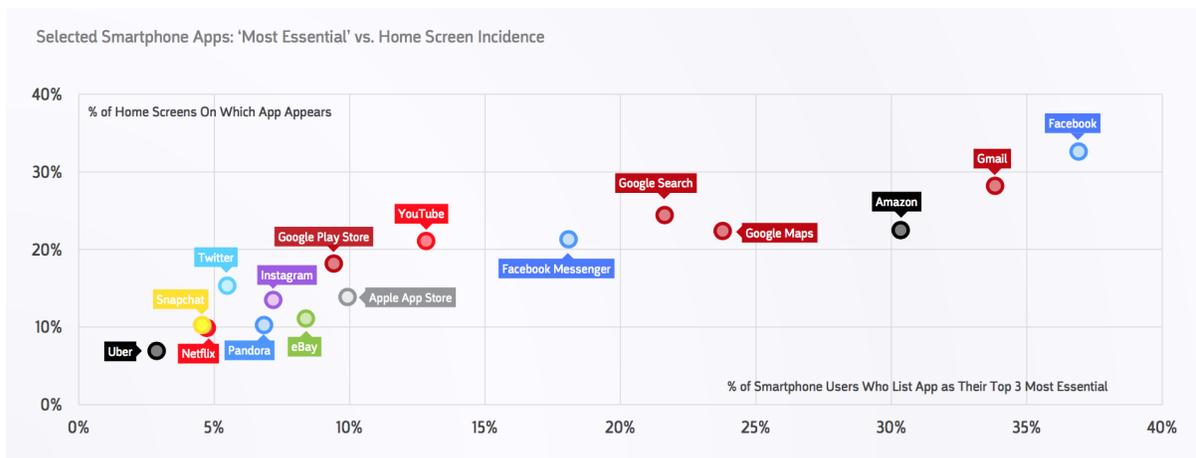


Ilustración 14: Relación entre aplicaciones esenciales y aplicaciones en pantalla de inicio (Fuente: comScore)

La principal implicancia de esta Ilustración guarda relación con los hábitos de media del consumidor a nivel mundial, en particular, de sus hábitos media frente al uso de su Smartphone y las consecuencias que tiene para GuanaBook evaluar el uso de Facebook, Google Search y YouTube como potenciales canales de comunicación junto con las tiendas de aplicaciones como canal de comunicación y distribución. Para esto se debe conocer los hábitos de medios y uso de aplicaciones de quienes buscan visitar el Parque Nacional Torres del Paine.

Análisis de encuesta

Para estudiar al potencial consumidor de GuanaBook se llevó a cabo un proceso de levantamiento de información con fuentes primarias mediante la aplicación de un cuestionario estructurado online. El estudio de carácter descriptivo pretende contribuir a describir y entender el comportamiento del consumidor en relación a la aplicación móvil, y a sus hábitos como futuro cliente, entre otros puntos a desarrollar a continuación.

El cuestionario autoadministrado, que se encuentra en Anexo 3, fue aplicado mediante un muestreo no probabilístico. La operación de campo se hizo en los meses de septiembre y octubre de 2017, de forma online enviando de directamente a los encuestados un link de SurveyMonkey con el cuestionario.

En relación a la muestra obtenida, se recopilaron en total 170 respuestas completas, de las cuales un 53% de los encuestados son mujeres. El 51,7% se concentra entre los 20 y 29 años, seguido de un 33,1% que se ubica entre 30 y 39 años. La mayor parte de ellos son chilenos (49,0%) seguido de los extranjeros de origen colombiano (11,9%), franceses (7,3%) y mexicanos (6,6%).

Tabla 2: País de origen de los encuestados.

¿De qué país eres?	Porcentaje respuesta
Chile	49,0%
Colombia	11,9%
Francia	7,3%
México	6,6%
España	4,6%
Estados Unidos de América	4,6%
Venezuela (República Bolivariana de)	3,3%
Alemania	2,0%
Argentina	2,0%
Perú	2,0%
Italia	1,3%
Nueva Zelanda	1,3%

Andorra	0,7%
Austria	0,7%
Ecuador	0,7%
Hungría	0,7%
Noruega	0,7%
Suecia	0,7%

Complementariamente, la mayoría de los extranjeros viene a Chile por más de un año, 28,2%, seguido de quienes vienen por un período de entre una semana a un mes, 21%, y quienes vienen entre 4 meses y medio año 19,7%.

En cuanto a la disposición a realizar actividades *outdoor* por parte del total de encuestados, el 88% afirma estar dispuesto a participar de este tipo de actividades, dentro de las que se destaca el trekking o senderismo como primera preferencia, seguido de camping y luego *climbing* o escalada tal como muestra la Ilustración 15. Sin embargo, cabe destacar que el 64,8% declara no conocer el Parque Nacional Torres del Paine.

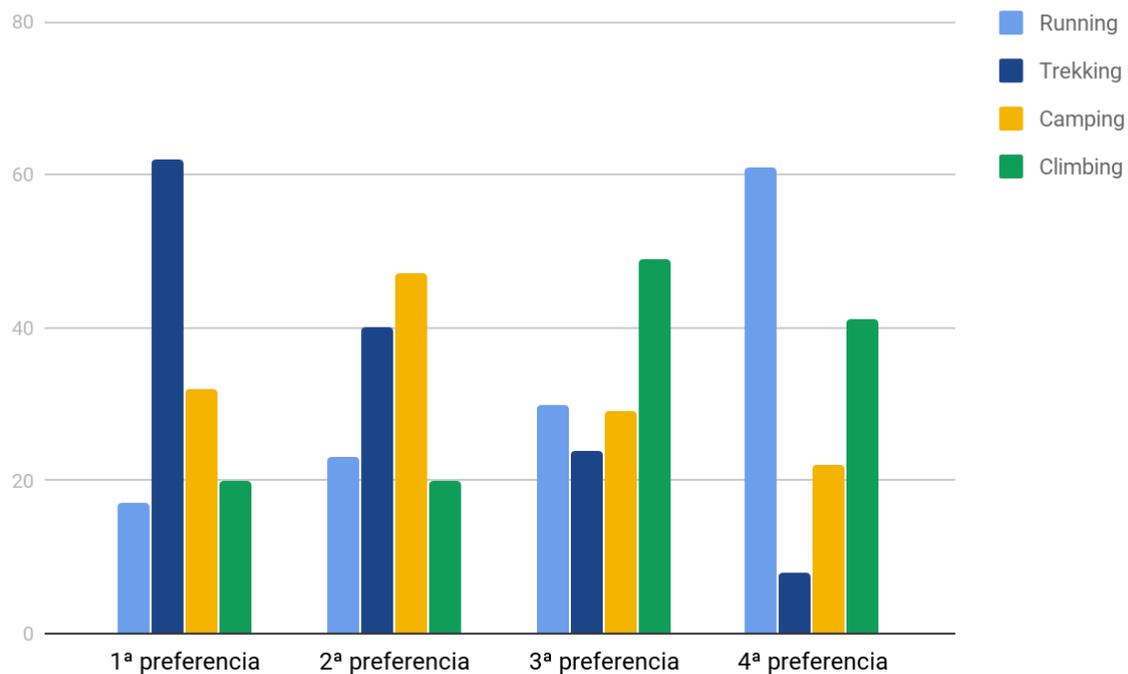


Ilustración 15: Preferencias por tipos de actividades *outdoor*

En cuanto al canal de distribución preferido, el 56,2% de ellos prefiere reservar sitios de camping a través de página web seguido de un 32,8% que prefiere una aplicación móvil. Este resultado podría estar parcialmente influenciado por los actuales sistemas de reservas que existen para el Parque Nacional Torres del Paine, ya que operan bajo plataformas web y no consideran el uso de aplicaciones móviles.

La mayoría de los encuestados viajan acompañados de familia o pareja, a una frecuencia de uno a dos viajes de turismo al año (74,3%). La mayoría de ellos a recorrido a lo más un circuito de trekking, montañismo y camping (pese a que el 88% declaró estar dispuesto a hacerlo), sin embargo, existe un 12,9% que ha recorrido más de 10 circuitos. Esto podría indicar la eventual existencia de dos segmentos de clientes según la intensidad o experiencia en este tipo de actividades *outdoor*.

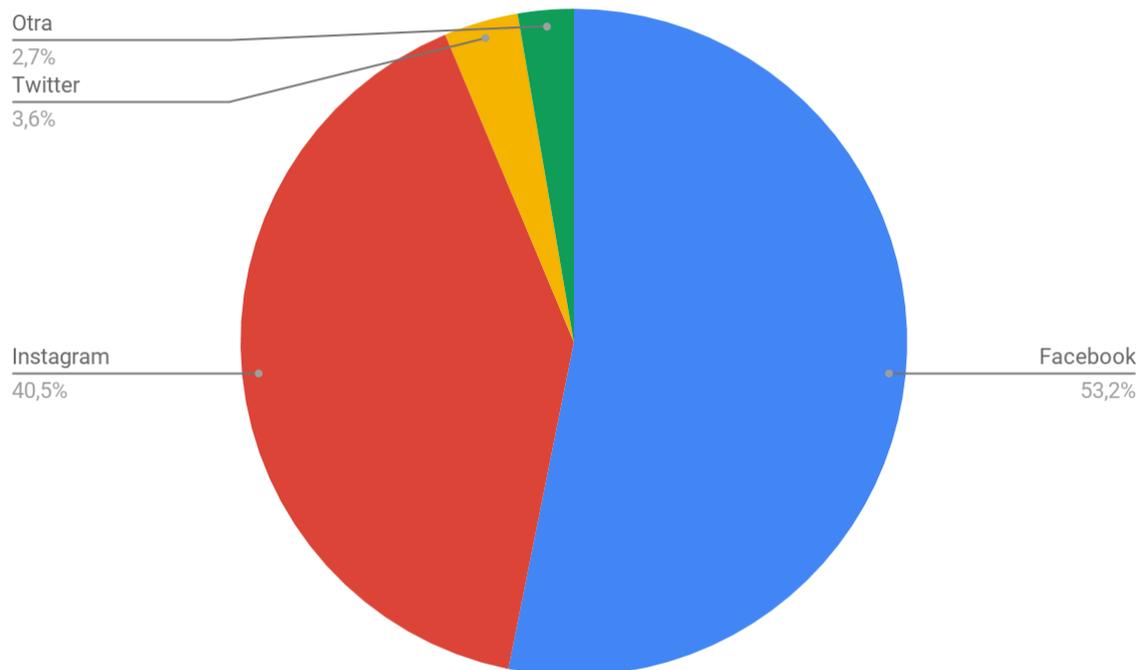


Ilustración 16: Hábitos de redes sociales para compartir contenidos de viajes

En cuanto a las redes sociales más utilizadas para compartir contenido relacionado a viajes, el 53,2% lo hace a través de Facebook seguidos de un 40,5% que utiliza para esto Instagram, dejando un margen muy poco atractivo a la presencia de GuanaBook en otras redes sociales. Ellos manifiestan preparar sus viajes con un tiempo de anticipación entre uno y tres meses (45,7%) usando para este motivo principalmente buscadores de internet (90%), recomendaciones de amigos y familiares (62,9%), y páginas especializadas (17,1%). Estos resultados guardan una estrecha relación con la información encontrada a través de fuentes secundarias que se mostró antes.

Respecto de la aplicación móvil, el 54,7% de los encuestados no está dispuesto a pagar por comprar la aplicación seguido de un 28,5% que pagaría 1 USD. Este resultado no sorprende y va en línea con la táctica de precio del actual sistema de reserva y recepción online del alojamiento Campamentos Gratuitos de Montaña - Parque Nacional Torres del Paine, donde el uso el motor de reservas es gratis para los consumidores finales o usuarios del sitio.

Además de reservar y pagar por sitios de camping, ¿qué otras funciones debería tener esta nueva aplicación móvil? Selecciona máximo 5 funciones.

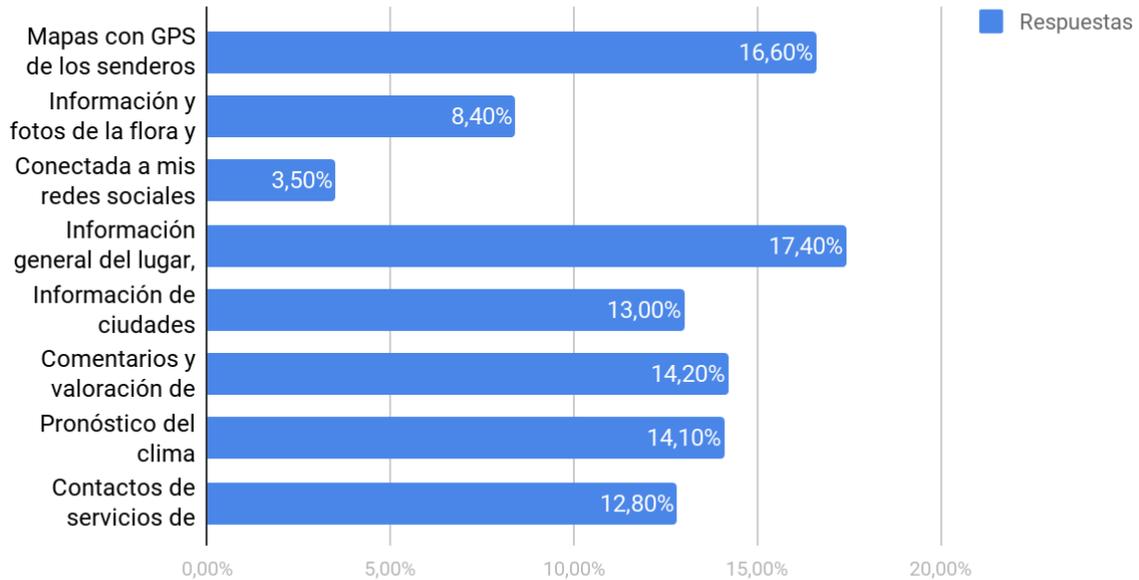


Ilustración 17: Preferencias por atributos de la aplicación móvil

Luego, las funciones más valoradas por los encuestados, la Ilustración 17 muestra que además de la gestión de reservas de sitios de camping, las funciones más buscadas son “Información general del lugar, reglas, horarios, etc.”, “Mapas GPS de los senderos” y “Comentarios y valoración de otros viajeros”. En consecuencia, la propuesta de valor y el posicionamiento deseado deben tener en cuenta estos atributos al momento de persuadir a los consumidores a través del mix comunicacional para que descarguen y utilicen GuanaBook en sus reservas de sitios de camping CONAF en el Parque Nacional Torres del Paine y como compañero de ruta durante el viaje y estadía en el destino.

En relación a la marca propuesta, un 35,2% de los encuestados manifiesta como primera preferencia a “GuanaBook” seguido de “Torres del Paine Reserva” y Reserva Camping CONAF, tal como muestra la Tabla 3.

Tabla 3: Preferencia por marcas para la aplicación móvil

GuanaBook	35,2%
------------------	-------

<p>Marca que nace de la expresión coloquial en inglés <i>I wanna book</i>, fonéticamente en español se escucha como <i>guanabuq</i>. La primera parte del nombre es similar al Guanaco, animal propio de la Patagonia, zona donde se encuentra el Parque Nacional Torres del Paine, mientras que la segunda parte del nombre viene del inglés <i>book</i> que alude a la reservar.</p>	
<p>Torres del Paine Reservas</p> <p>Marca que representa en parte el objetivo de esta aplicación móvil, centrado en la función principal de gestionar reservas al interior del Parque Nacional Torres del Paine.</p>	25,4%
<p>Reserva camping CONAF</p> <p>Marca que representa el objetivo de esta aplicación móvil, reservar sitios de camping CONAF en el Parque Nacional Torres del Paine.</p>	21,1%
<p>Booking outdoor</p> <p>Marca que explica en inglés parte del objetivo de la aplicación, reservar de sitios de alojamiento <i>outdoor</i>.</p>	12,7%
<p>1, 2, book!</p> <p>Marca que nace del juego de la expresión formal en inglés <i>I want to book</i>, y que mediante un juego fonético se reduce a <i>one, two, book</i> o <i>1, 2, ¡book!</i></p>	5,6%

Adicionalmente, se realizó un análisis de posicionamiento perceptual de las marcas competidoras de GuanaBook con el fin de evaluar el lugar que se propone como posicionamiento para GuanaBook. Para esto se desarrolló un análisis de correspondencia cuyos resultados en primera instancia no fueron del todo claros por lo que se procedió a eliminar una de las marcas utilizadas y generar el mapa mostrado en la Ilustración 18. Al respecto se destaca que el competidor directo de GuanaBook actualmente, “Sistema online de reservas de camping CONAF”, muestra como fortaleza la seguridad en la transacción realizada y precios bajos, lo cual guarda directa relación con que las reservas CONAF son gratis; mientras que al contrario evidencia una débil asociación con ser cómoda y amigable. Asimismo, otras marcas más populares y conocidas en la industria de las reservas online, como Booking y Tripadvisor, destacan por su facilidad de uso y comodidad.

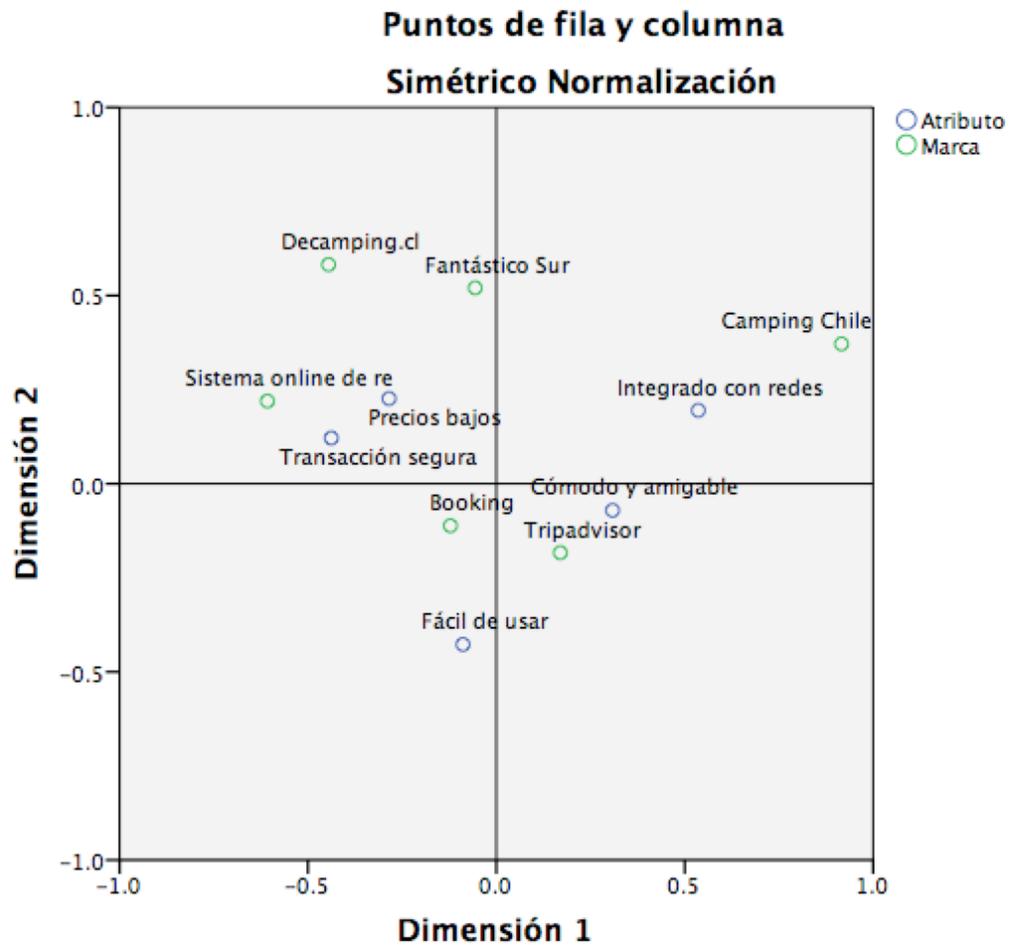


Ilustración 18: Mapa de correspondencia competidores de GuanaBook

Finalmente, se realiza un análisis cluster buscando segmentos dentro de la muestra encuestada que permitan desarrollar arquetipos de futuros usuarios de GuanaBook. En base a esto se encontraron dos segmentos que se detallarán más adelante.

Grupos de Interés

SERNATUR

El Servicio Nacional de Turismo es un organismo público encargado de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística de Chile. La Dirección Nacional está ubicada en la ciudad de Santiago y tiene representación en todas las regiones del país a través de las Direcciones Regionales de Turismo. SERNATUR, además, cuenta con Oficinas Locales en San Pedro de Atacama, Isla de Pascua, Chillán, Los Ángeles, Arauco, La Unión, Osorno, Chiloé, Palena y Puerto Natales. Es un organismo dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. En ese sentido, SERNATUR lidera dos campañas que son de interés como medio para el uso de herramientas de Marketing Digital en la comunicación de la aplicación GuanaBook, estas son:

- Chile es tuyo: sitio web orientado a los turistas nacionales que busca comunicar los distintos destinos turísticos que tiene Chile. Entre la información disponible se destacan eventos, imperdibles, catálogos, y en general recomendaciones para el turista local. En el caso particular del Parque Nacional Torres del Paine, la página web permite descargar la aplicación “Parques Nacionales de Chile” que permite encontrar información relacionada a los distintos parques nacionales administrados por CONAF, entre ellos el Parque Nacional Torres del Paine, sin embargo y a diferencia de GuanaBook, esta aplicación no permite realizar compras online ni reservas de sitios de camping.
- Chile.travel: sitio web orientado a los turistas extranjeros que busca comunicar los distintos destinos turísticos que tiene Chile. Entrega información de los distintos sitios turísticos, así como también información general del país como destino para el segmento de turistas extranjeros.

Para esto SERNATUR ha trazado los siguientes objetivos estratégicos:

1. Ejecutar acciones de promoción y difusión de los productos y destinos turísticos del país, a través de la participación y acción coordinada de los actores públicos y privados, para generar crecimiento en la industria turística.
2. Promover la competitividad de la industria turística, formalizando la oferta e incorporando estándares de calidad, seguridad y sustentabilidad.

3. Fortalecer los programas de turismo social para reducir la estacionalidad de la industria y promover el desarrollo regional y local.
4. Ejecutar acciones orientadas al desarrollo y posicionamiento de destinos/productos para generar una oferta turística país integrada, especializada, diversa y sustentable.
5. Desarrollar y especializar al capital humano en el sector turístico como factor estratégico para el logro de objetivos de competitividad y diferenciación.

CONAF

La Corporación Nacional Forestal (CONAF) es una entidad de derecho privado dependiente del Ministerio de Agricultura, cuya principal tarea es administrar la política forestal de Chile y fomentar el desarrollo del sector.

La Corporación está dirigida por un director ejecutivo, y tiene la misión de: “Contribuir al manejo sustentable de los bosques nativos, formaciones xerofíticas y plantaciones forestales mediante las funciones de fomento, fiscalización de la legislación forestal-ambiental y la protección de los recursos vegetales, así como a la conservación de la diversidad biológica a través del Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas, en beneficio de la sociedad.”

Entre sus objetivos estratégicos son:

Fiscalizar e incentivar el manejo sustentable de bosques nativos, formaciones xerofíticas y plantaciones forestales y la protección de especies protegidas, a través de la difusión y aplicación de la legislación forestal y ambiental.

Mejorar el acceso de los productores forestales con énfasis en los pequeños, medianos y pueblos originarios, a los beneficios de la actividad forestal y del turismo de conservación, mediante la utilización de instrumentos de fomento forestal y la asistencia técnica integral en la cadena de valor de sus bienes y servicios en articulación con otros servicios públicos.

Promover la generación de servicios ambientales mediante el fomento y cuidado de arbolado urbano, parques periurbanos e infraestructura natural, y otro tipo de plantas con valor patrimonial y cultural, difundiendo los beneficios que proporcionan a la sociedad.

Proteger a la sociedad de las amenazas generadas por incendios forestales, plagas forestales, especies forestales invasoras y los efectos del cambio climático actuando sobre los bosques nativos, formaciones xerofíticas y plantaciones forestales y componentes patrimoniales presentes en el SNASPE

Conservar la diversidad biológica, mediante el fortalecimiento del SNASPE, otros instrumentos de conservación y el aporte de los bosques nativos y formaciones xerofíticas contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la sociedad y, en particular, de las comunidades locales.

Actualmente CONAF tiene más de 36 Parques Nacionales, 16 Monumentos Naturales y 49 Reservas Nacionales los cuales administra, teniendo como función principal la protección de ellos, para lo cual tienen normas, políticas y planes de manejos establecidos para el buen manejo de estos. En ese contexto, CONAF tiene oficinas administrativas en la mayoría de estos sitios, pero dando un mayor énfasis en aquellos lugares los cuales tienen mayor afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros.

Dentro de los parques nacionales, se puede indicar que para el año 2016 los parques más visitados fueron Vicente Pérez Rosales (546.411), Torres del Paine (252.447) Puyehue 153.020 y Conguillio 111.709. en cuanto a la Reserva nacional el más visitado durante el año anterior fue Los Flamencos y en cuanto a los Monumentos Nacionales, la Portada y la Cueva del Milodón son los de mayor cantidad de visitantes, destacar que este último se puede visitar al momento de recorrer el camino que une a Puerto Natales con el Parque Nacional Torres del Paine.

Parque Nacional Torres del Paine

El Parque Nacional Torres del Paine tiene una superficie oficial de 227.298 hectáreas y está ubicado en la comuna de Torres del Payne, Provincia de Última Esperanza, Región de Magallanes y Antártica Chilena, al que se puede acceder vía terrestre desde Puerto Natales.

De acuerdo al sitio <http://www.parquetorresdelpaine.cl/> el parque fue creado el 13 de mayo de 1959 como Parque Nacional de Turismo Lago Grey y dos años más tarde recibió su actual nombre. Forma parte del Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado de Chile. La Corporación Nacional Forestal, CONAF, administra el área desde 1973 y mantiene presencia permanente en terreno desde 1975. En abril de 1978, fue declarado Reserva de la Biósfera por la UNESCO, integrando desde entonces el selecto grupo de las zonas representativas de los distintos ecosistemas del mundo. En noviembre de 2013, el sitio web virtualtourist.com, parte de Tripadvisor Media Group, lo calificó como la octava maravilla del mundo, tras un concurso en el que 330 destinos turísticos de más de 50 países se disputaron las preferencias de los votantes durante cuatro meses.

La llegada al Parque Nacional Torres del Paine se puede hacer desde Puerto Natales, ciudad ubicada a 247 km de Punta Arenas, capital de la Región de Magallanes y la Antártica Chilena que cuenta con terminales internacionales terrestres, marítimos y aéreos. Cabe destacar que desde el año 2016 también se puede llegar vía aérea desde Santiago a Puerto Natales en temporada alta, lo que ha fomentado el turismo en esta zona. Por vía terrestre en cambio, el acceso se encuentra disponible prácticamente todo el año y existen tres porterías de acceso viniendo desde Puerto Natales, la primera de ellas es pasando por el Monumento Natural Cueva del Milodón y conduce a la Portería Serrano, las otras son a través de Villa Cerro Castillo y conducen a Portería Lago Sarmiento y Portería Laguna Amarga, desde donde se puede iniciar los circuitos de trekking conocidos como Circuito W y Circuito Macizo Paine (o Circuito O) que se pueden ver en el Mapa Oficial (Anexo 2).

Para ingresar al Parque Nacional Torres del Paine es necesario pagar una entrada cuyas tarifas se presentan en la Tabla 4, cabe destacar que solo se reciben pagos en moneda nacional en efectivo (peso chileno). Adicionalmente, quienes deseen pernoctar en los campamentos o refugios de montaña necesarios para recorrer los distintos circuitos de senderismo de montaña, es obligatorio contar con reserva previa, la cual previo a GuanaBook solo se podía realizar a través de la sección sistema de reserva de campamentos de la página web <http://www.parquetorresdelpaine.cl/> en el caso de los sitios administrados por CONAF.

Tabla 4: Tarifas de ingreso al Parque Nacional Torres del Paine

	Temporada alta	Temporada baja
	1 de octubre al 30 de abril	1 de mayo al 30 de septiembre
Adulto nacional	\$6.000	\$4.000
Adulto extranjero	\$21.000	\$11.000
Adulto con capacidades diferentes	\$3.000	\$2.000
Niño nacional (menor a 6 años)	Liberado	Liberado

Niño nacional (entre 6 y 16 años)	\$2.000	\$1.000
Niño extranjero	\$6.000	\$1.000
Niño con capacidades diferentes	Liberado	Liberado
Adulto mayor nacional	\$3.000	\$1.000

El Parque Nacional Torres del Paine cuenta con diversas actividades para disfrutar, entre las que destacan visita por el día, recorrido en vehículo, senderismo, senderismo de montaña y trekking, caminata en hielo, pesca deportiva, cabalgatas, navegaciones, kayak, picnic o merienda, escalada deportiva, investigación filmaciones y fotografía. Dentro del senderismo de montaña se encuentran los ya nombrados circuitos W y Macizo Paine que se detallan a continuación:

Circuito W

El más concurrido se llama “W” y visita los principales hitos del parque. Sus 76,1 kilómetros son la ruta más conocida de Chile. Incluye espectaculares vistas del glaciar Grey, en el lado oeste del macizo Paine, hasta el imponente ascenso a la base de las Torres, al este del cordón montañoso. Entre estos puntos se encuentra el Valle del Francés, un hermoso corredor verde rodeado de empinadas murallas de granito. Su nombre se debe a que, visto en el mapa, el recorrido forma de manera casi exacta esa letra del abecedario. Caminar por estos senderos toma entre cuatro y cinco días, dependiendo de las condiciones climáticas.

Circuito Macizo Paine Grande

Es el más desafiante de todos, también conocido como “la O” pues rodea todo el macizo montañoso incluyendo los sitios que recorre la “W”. Quienes se desplazan por sus 93,2 kilómetros representan sólo el 5% de quienes visitan el parque, pues la caminata no es fácil. Demora entre 8 y 10 días, exige un buen estado físico y equipo apropiado.

Finalmente, y de acuerdo a la ya citada página web, los principales atractivos del parque son:

Valles

- Valle del Francés: Ubicado en el corazón del circuito “W” es uno de los lugares más sobrecogedores del parque. Desde él se puede apreciar un imponente anfiteatro formado por una serie de montañas y paredes de granito.
- Valle Bader: Ubicado entre el Refugio Cuernos y el monte Almirante Nieto. Desde él se ven de cerca las paredes de granito, divisando además las caras no visibles de las cumbres Máscara, Hoja y Espada, cara sur de la Torre Sur y cara Oeste del Almirante Nieto. Su acceso está restringido y sólo se ingresa con guía habilitado por CONAF.
- Valle del Silencio: Formado por un glaciar fósil, en él es posible ver las caras ocultas de las principales paredes del parque. Su acceso está restringido a escaladores y grupos guiados por guías habilitados por CONAF.
- Valle Ascencio: De origen mixto, pues su parte baja es de formación fluvial, mientras que la superior es de origen glaciar. Conduce al mirador de Las Torres y Valle del Silencio.

Miradores

- Mirador Nordenskjöld: Incomparable vista del Macizo Paine en contraste con el color verde de las aguas del lago. En el horizonte se puede divisar el Campo de Hielos Patagónico Sur
- Mirador Los Cuernos: Ubicado a 3,5 km de Pudeto. Se puede apreciar en primer plano la majestuosidad de los Cuernos del Paine y el Paine Grande con su característico platò de hielo, además del Valle del Francés. En este lugar se pueden sentir los fuertes vientos característicos de la Patagonia.
- Mirador Salto Grande: Ubicado a 2 km de la ruta principal, sorprende por su imponente caudal de agua, de alrededor de 100 m³ por segundo, que descienden a través de una cascada de 10 m de altura desde el lago Nordenskjöld al lago Pehoé.
- Mirador Salto Chico: Desde este mirador se aprecia la unión entre el lago Pehoé y el río Paine. Conjuga la belleza escénica natural con la infraestructura del Hotel Salto Chico.
- Mirador Cóndor: Cercano al camping Pehoé, con una altura de 250 m. Desde ahí se aprecian amplias vistas del parque y es posible avistar distintas aves, entre ellas, el cóndor.
- Mirador Lago Toro: Desde este mirador se puede apreciar (hacia el Sur) el lago Toro, la desembocadura del río Paine y el río Serrano. Hacia el Norte, se distingue la majestuosidad del Macizo Paine. Se ubica cercano al sector del puente Weber.

- Mirador Ferrier: Ubicado a una altura de 600 m, se inicia en el sector de la Guardería Grey. Ofrece una inigualable vista del Macizo Paine, Campo de Hielos Patagónico Sur y casi todos los lagos del parque, combinando una amplia variedad de paisajes para deleitar la vista.
- Mirador Zapata: Ubicado al final del sendero Pingo-Zapata, bordeando el río Pingo. Desde ahí se puede apreciar el glaciar Zapata y tupidos bosques de lenga. Durante el recorrido se pueden avistar huemules, carpinteros negros y animales baguales. Su acceso se encuentra restringido y sólo se puede ingresar con guía habilitado por CONAF.
- Cascada Paine: Se encuentra en el río Paine, en el camino que une Laguna Amarga y Laguna Azul. Además del salto de agua, se pueden observar las Torres del Paine.
- Laguna Azul: Es el único lugar del parque donde se pueden ver completamente las Torres del Paine, sin necesidad de hacer trekking. En días que no hay viento, las agujas de granito características del parque se reflejan en la laguna, otorgando un espectáculo maravilloso.

Lagos

- Lago Sarmiento: Tiene un área de 86,2 km y un máximo de profundidad es de 312 m. Su nombre fue otorgado por Ramón Lista en homenaje al Presidente Argentino Domingo Faustino Sarmiento. Se caracteriza por su borde blanco de carbonato de calcio denominado Aragonita.
- Lago Nordenskjöld: Ubicado a los pies de los Cuernos, su nombre homenajea a Otto Nordenskjöld, naturalista sueco que recorrió el área en 1898. Se caracteriza por el color verde de sus aguas y por la imponente belleza que lo rodea.
- Lago del Toro: Nombre asignado por los baqueanos de la zona. Es el más grande de la zona y sólo una pequeña parte pertenece al parque. Da origen al río Serrano, el cual desemboca en el Seno Última Esperanza. En él se puede realizar pesca deportiva.
- Lago Pehoé: El principal atractivo es el color turquesa de sus aguas. Posee una de las mejores vistas de los Cuernos del Paine; en ocasiones el macizo se refleja en las aguas del lago otorgando un espectáculo único.
- Lago Grey: Nace en el glaciar del mismo nombre, que forma parte del Campo de Hielos Patagónico Sur. Recibe los témpanos que se desprenden del Glaciar, algunos de los cuales llegan a la playa dando la oportunidad de fotografiarse cerca de ellos.

- Lago Dickson: Debido al retroceso de los hielos, este lago se ha convertido en un lago binacional entre Chile y Argentina. Está formado por aguas provenientes del glaciar del mismo nombre y se puede apreciar desde el refugio que opera en el lugar.

Glaciares

- Glaciar Grey: Perteneciente al Campo de Hielos Patagónico Sur, es uno de los más grandes que se encuentran en el parque, formado por una masa de 6 km de ancho y 30 m de altura.
- Glaciar Los Perros: Es un glaciar colgante, ubicado en el sector Los Perros. Es uno de los que presenta mayor retroceso en los últimos 20 años.
- Glaciar Francés: También es un glaciar colgante. Se encuentra en el Valle del Francés y desciende desde el Paine Grande.
- Glaciar Pingo: Cae directamente desde el Campo de Hielos Patagónico Sur. Se encuentra más cercano a los fiordos y está rodeado de vegetación del tipo coigüe de Magallanes.
- Glaciar Tyndall: Perteneciente al Campo de Hielos Patagónico Sur, no posee acceso directo ya que se encuentra en una zona restringida del parque. Aun así, se puede apreciar desde la navegación por el río Serrano, caminando desde Paine Grande a Grey, entre Laguna Amarga y Laguna de Los Cisnes, o bien en la navegación Pudeto-Pehoé.

Fauna

- Puma: Especie en estado de conservación amenazada, su hábitat considera estepa, matorral, bosque y zona de montaña. Su alimentación se basa en guanaco, huemul, aves de gran tamaño, liebres, conejos y corderos. Dentro del parque se encuentra principalmente en sectores de porterías Sarmiento y Laguna Amarga, así como en la Villa Monzino.
- Huemul: Especie en estado de conservación en peligro, su hábitat natural es cercano a matorral periglacial y bosques. Dentro del parque se ve de preferencia en sector Guardería Grey y en el área Pingo-Zapata.
- Guanaco: Residente común del parque, frecuente en estepa. Se ve de preferencia en sectores de porterías Sarmiento y Laguna Amarga, así como en el sector Laguna Azul.
- Zorro: Dentro del parque se pueden apreciar ejemplares de zorro gris y zorro colorado o culpeo. El hábitat natural para el primero es la estepa, mientras el segundo prefiere el matorral. Ambos tienen amplia distribución en el parque.

- Cóndor: Residente común y de amplia distribución en el parque. Frecuenta ambientes montañosos y de estepa abierta.
- Cisne de cuello negro: Residente común en el parque. Buenos sitios para su observación son Portería Sarmiento, laguna de los Blanquillos, laguna Los Flamencos, laguna de Los Cisnes y lago Toro.
- Flamenco chileno: Visitante regular, aunque escaso, se ve de preferencia en laguna Amarga, laguna de los Cisnes y lago Toro.
- Ñandú: Habita zonas de estepa arbustiva. Dentro del parque se ve preferentemente en porterías Sarmiento y Laguna Amarga, así como en el sector Laguna Azul.
- Caiquén: Es el más grande y abundante de los gansos australes. Residente muy común y de amplia distribución en el parque. Presente en pastizales y terrenos abiertos, siempre cercanos a cuerpos de agua.

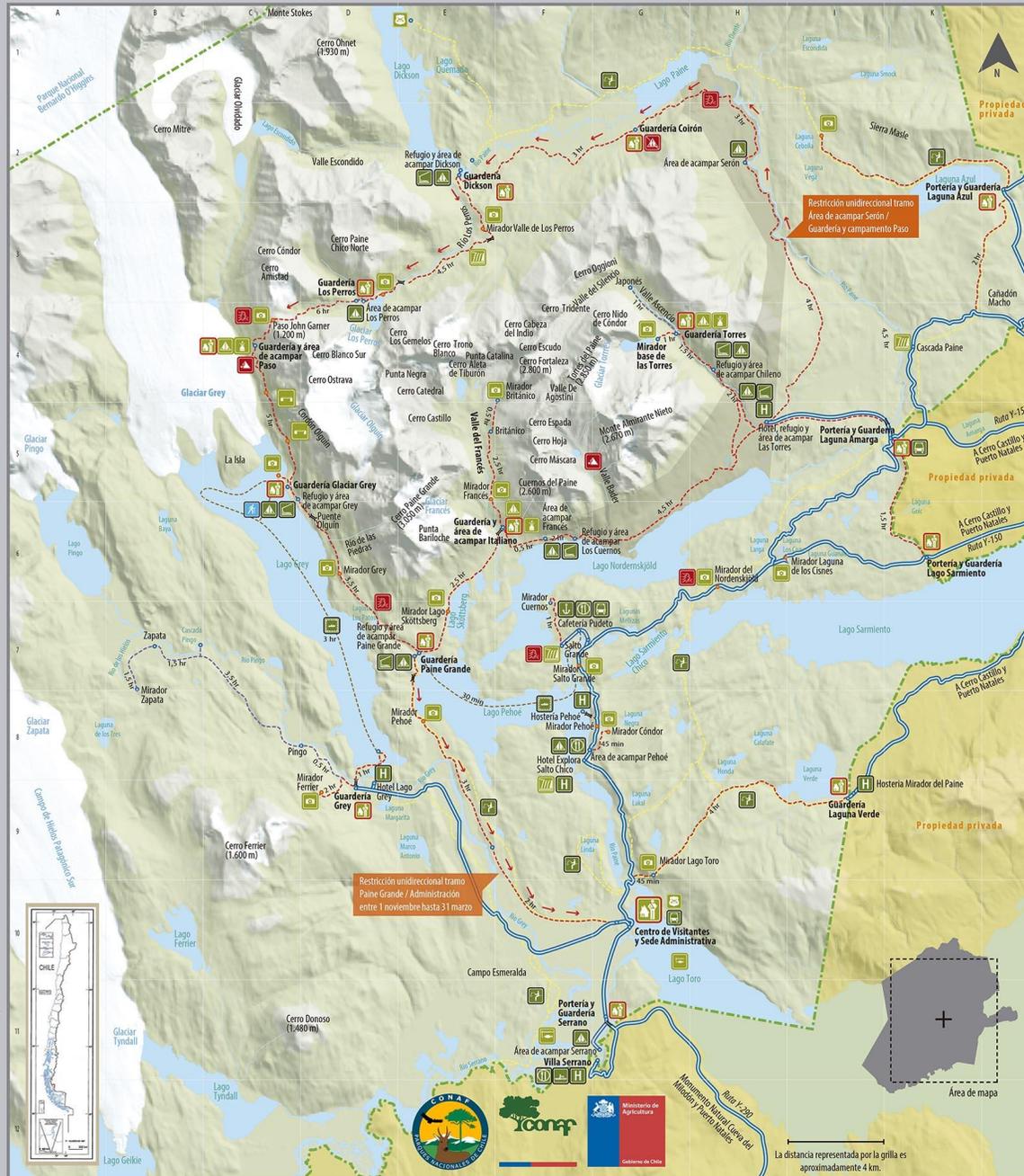
Flora

- Lengua: Presente en laderas de montes formando bosques puros, se pueden apreciar principalmente en el tramo Los Perros- Dickson, valle del Pingo, valle del francés, así como entre Guardería Grey y Campamento Paso.
- Ñirre: Extensión variada en lugares de baja altitud y a veces con humedad edáfica, de amplia distribución en el parque.
- Coigüe de Magallanes: Presente en lugares húmedos, forma bosques puros o mixtos con lengua. Se puede apreciar principalmente en sector Pingo-Zapata y en toda el área de bosque periglacial.
- Estepa Patagónica: Propia de climas extremos y escasas precipitaciones. Se aprecia principalmente en porterías Sarmiento y Laguna Amarga, así como en el sector Laguna Azul.
- Matorral preandino: De terrenos planos y mesetas, es de amplia distribución en el parque.

Centro de Visitantes

- Ubicado en Villa Monzino (Sede Administrativa), en el sector de lago Toro. A 80 km de Puerto Natales y a 4 km de la Portería Serrano. En este lugar podrá recibir información oficial del parque, solicitar permisos y realizar actividades de interpretación ambiental. Cuenta con un mirador para avistamiento de aves, sala de proyección, maqueta del parque, muestra geológica y zona de picnic habilitada con vista a los Cuernos del Paine, lago Toro y cordón montañoso Campo de Hielos Patagónico Sur.

PARQUE NACIONAL TORRES DEL PAINE



Mapa usado sólo como referencia de orientación turística, sin propiedades cartográficas. En ningún caso intenta definir fronteras o límites territoriales.

TEMPORADA 2016 - 2017

Ilustración 19: Mapa del Parque Nacional Torres del Paine

FODA

A continuación, se resumen las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas en la Tabla 5.

Tabla 5: Análisis FODA para GuanaBook

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">- Comodidad, seguridad y facilidad en la reserva anticipada en campings y refugios de montaña administrados por CONAF dentro del Parque Nacional Torres del Paine.- Único que permite reservar camping para los circuitos W y Macizo Paine Grande sin necesidad de reservar cada sitio por separado.- Información oficial del sitio con contenido multimedia actualizado y disponible offline.- Mapa interactivo con capacidad GPS.- Prestaciones como Sistema de registro fácil, reserva optimizada para circuitos y de fácil uso.- Otras prestaciones como funciones sociales e integración con otros servicios.- Marketing y Ventas en relación a la distribución a través de tiendas de aplicaciones.- Se puede realizar buen sistema de control. KPI sencillos y efectivos- Eficiencia en el trabajo de los	<ul style="list-style-type: none">- Demanda creciente por servicios turísticos.- Interés de turistas extranjeros y nacionales por atractivos naturales de Chile.- Mayor disposición a viajar dentro del país por parte de los chilenos.- Alto porcentaje de turistas que prepara su viaje con antelación.- Apoyo estatal para fomentar turismo país (baja barrera de entrada).- Mejor uso de los sectores de camping.- Alta penetración de los Smartphone en los consumidores.- Incremento comercio electrónico.- Alto nivel de uso de aplicaciones móviles.- Potencial crecimiento a otras ASPE de CONAF- Competidor actual no abarca todos los campings administrados por CONAF en el Parque Nacional Torres del Paine.- Disposición abierta de los turistas a realizar trekking y senderismo.

<p>funcionarios de GuanaBook al ser una empresa que otorga externalidades positivas a la región.</p>	
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desconocimiento de la aplicación por parte de clientes. - Actualmente limitado sólo a sitios de CONAF dentro del Parque Nacional Torres del Paine. - Limitado poder de transferencia de 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Familiaridad del consumidor con servicios como Trivago y Booking. - Proveedor principal no desee trabajar con aplicación. - Ingreso de competidores nuevos. - Efecto sustitución con el sistema

<p>marca a otras culturas que no sea la chilena o argentina.</p>	<p>original de reservas online.</p> <ul style="list-style-type: none">- Preferencia de consumidores a realizar reservas por sitio web.- Preferencia de consumidores por otras marcas más genéricas para denominar la aplicación.
--	---

Referencias

1. Asociación Chilena de Empresas de Turismo. Recuperado de <https://www.achet.cl>
2. Travel & Tourism Economic Impact 2017 Chile (2017). Recuperado de <https://www.achet.cl/des/estudios/WTTC-TRAVEL&TOURISM-ECONOMIC IMPACT CHILE-2017.pdf>
3. Parques Nacionales de Chile. Recuperado de <http://www.aplicacionparques.cl>
4. Camping Chile. Recuperado de: <https://www.campingchile.cl>
5. Chile es Tuyo, SERNATUR. Recuperado de: <http://www.chileestuyo.cl>
6. Chile Travel, SERNATUR. Recuperado de: <http://www.chile.travel>
7. CONAF. Recuperado de: <http://www.conaf.cl>
8. Decamping.cl. Recuperado de: <http://decamping.cl>
9. Estadísticas visitantes 2016, CONAF. Recuperado de: http://www.conaf.cl/wp-content/files_mf/1486060377Tot_año_2016.pdf
10. SERNATUR. Recuperado de: <https://www.sernatur.cl>
11. Anuario de Turismo 2015 (2015). Recuperado de: <https://sernatur.cl/wp-content/uploads/2017/06/20160804-ANUARIO-TURISMO-2015.pdf>
12. Solo Campings. Recuperado de: <http://www.solocampings.com>
13. Subsecretaría da a conocer estudio de turismo interno 2016 y revela cómo viajan los chilenos, SERNATUR (2016). Recuperado de: <https://www.sernatur.cl/subsecretaria-da-a-conocer-estudio-de-turismo-interno-2016-y-revela-como-viajan-los-chilenos/>
14. Subsecretaría de Turismo. Recuperado de: <http://www.subturismo.gob.cl/documentos/estadisticas/>
15. Turismo en Cifras: Una Apuesta a Futuro (2016). Recuperado de: <http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/sites/18/2016/11/Turismo-en-cifras-2016.pdf>
16. Parque Nacional Torres del Paine <http://www.parquetorresdelpaine.cl/es>
17. Chile lidera el uso de Smartphone en Latinoamérica con 7,9 millones de usuarios. Recuperado de: <http://iabtrends.cl/2016/08/09/chile-lidera-el-uso-de-smartphones-en-latinomaerica-con-7-9-millones-de-usuarios/>
18. Informe Mobile en España y en el Mundo 2016. Recuperado de: http://www.amic.media/media/files/file_352_1050.pdf
19. Fundación Chile, Chile Saludable, Vol.5. Recuperado de: <http://fch.cl/wp-content/uploads/2016/12/CHILE-SALUDABLE-2016-b.pdf>
20. Estudio LAN "Perfil del viajero y tendencias del turismo nacional". Recuperado de: http://www.lasegunda.com/especiales/pdf/estudio_turismo_lan.pdf
21. SUBTEL, Encuesta Usos Internet. Recuperado de: http://www.subtel.gob.cl/wp-content/uploads/2015/04/ppt_marzo2016_Encuesta_Usos_Internet.pdf
22. CORFO Mil programadores. Recuperado de: <http://wapp4.corfo.cl/milprogramadores/>
23. Ministerio de Economía, VI Encuesta Nacional sobre Gasto y Personal en I+D. Recuperado de: <http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2017/02/Presentación-resultados-ID-2016.pdf>
24. Evaluación del impacto del programa Start-Up Chile de CORFO. Recuperado de: <http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2016/08/Resumen-Ejecutivo-Start-Up-Chile-Abril-2016.pdf>

25. El israelí que causó el incendio en Torres del Paine paga 7.530 € para no ser juzgado. El Mundo. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/america/2012/02/08/noticias/1328731679.html>
26. Parque Nacional Torres del Paine: Explotación vs. Conservación. Recuperado de: <http://www.laderasur.cl/reportajes/parque-nacional-torres-del-paine-explotacion-vs-conservacion/>
27. Alonso, G. (2008). Marketing de servicios: reinterpretando la cadena de valor.
28. Aplicaciones móviles chilenas suman 3 mil, y su desarrollo ha crecido 300% en dos años. Recuperado de: <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=136709>
29. Industria mobile en Chile. Recuperado de: <https://www.mavericks.cool/industria-mobile-en-chile/>
30. Mobile Phones in Chile. Recuperado de: <http://www.euromonitor.com/mobile-phones-in-chile/report>
31. The Global Mobile Report. Recuperado de: https://www.comscore.com/lat/layout/set/popup/Request/Presentations/2017/The-Global-Mobile-Report?logo=0&c=12?utm_campaign=CONFIRMED%20OPT-IN%20AUTO%20RESPONDER%20CONTENT&utm_medium=email&utm_source=comscore_elq_Optin%20Confirmation%20CONTENT%20EMAIL%20SPALA_AR
32. Informe de Big Data de Movistar Chile 2016. Recuperado de: <http://www.telefonicachile.cl/informe-big-data-2016-como-los-chilenos-usan-el-internet-movil-2/>
33. Las aplicaciones móviles no se desinflan: siete años de crecimiento imparable. Recuperado de: <http://www.expansion.com/economia-digital/companias/2016/01/16/5697cd9c22601dce088b461f.html>
34. Acerca de cómo promocionar una app para dispositivos móviles. Recuperado de: <https://support.google.com/adwords/answer/6309967?hl=es-419>
35. Verifica Marcas. Recuperado el 9 de octubre de: <https://www.empresaen1dia.cl/res.verificamarcasmp.aspx>
36. NIC.com, Recuperado el 9 de octubre de 2017 de: https://www.secureserver.net/domains/searchresults.aspx?checkAvail=1&prog_id=nic.com&pl_id=412521&ci=83269

ANEXO 1: Listado de Áreas Silvestres Protegidas por el Estado y administradas por CONAF.

1. Monumento Natural Cerro Ñielol
2. Monumento Natural Cinco Hermanas
3. Monumento Natural Contulmo
4. Monumento Natural Cueva del Milodón
5. Monumento Natural Dos Lagunas
6. Monumento Natural El Morado
7. Monumento Natural Isla Cachagua
8. Monumento Natural Islotes de Puñihuil
9. Monumento Natural La Portada
10. Monumento Natural Laguna de los Cisnes
11. Monumento Natural Lahuén Ñadi
12. Monumento Natural Los Pingüinos
13. Monumento Natural Paposo Norte
14. Monumento Natural Pichasca
15. Monumento Natural Quebrada de Cardones
16. Monumento Natural Salar de Surire
17. Parque Nacional Alberto de Agostini
18. Parque Nacional Alerce Andino
19. Parque Nacional Alerce Costero
20. Parque Nacional Archipiélago de Juan Fernández
21. Parque Nacional Bernardo O'Higgins
22. Parque Nacional Bosque Fray Jorge
23. Parque Nacional Cabo de Hornos
24. Parque Nacional Chiloé
25. Parque Nacional Conguillio
26. Parque Nacional Corcovado
27. Parque Nacional Hornopirén
28. Parque Nacional Huerquehue
29. Parque Nacional Isla Guamblin
30. Parque Nacional Isla Magdalena
31. Parque Nacional La Campana
32. Parque Nacional Laguna del Laja
33. Parque Nacional Laguna San Rafael
34. Parque Nacional Las Palmas de Cocalán
35. Parque Nacional Lauca
36. Parque Nacional Llanos de Challe
37. Parque Nacional Llullaillaco
38. Parque Nacional Morro Moreno
39. Parque Nacional Nahuelbuta
40. Parque Nacional Nevado de Tres Cruces
41. Parque Nacional Pali Aike
42. Parque Nacional Pan de Azúcar
43. Parque Nacional Puyehue
44. Parque Nacional Queulat
45. Parque Nacional Radal Siete Tazas
46. Parque Nacional Rapa Nui
47. Parque Nacional Tolhuaca
48. Parque Nacional Torres del Paine
49. Parque Nacional Vicente Pérez Rosales
50. Parque Nacional Villarrica
51. Parque Nacional Volcán Isluga
52. Parque Nacional Yendegaia
53. Reserva Nacional Alacalufes
54. Reserva Nacional Alto Bio Bio
55. Reserva Nacional Altos de Lircay
56. Reserva Nacional Altos de Pemehue
57. Reserva Nacional Cerro Castillo
58. Reserva Nacional China Muerta
59. Reserva Nacional Coyhaique
60. Reserva Nacional El Yali
61. Reserva Nacional Federico Albert

62. Reserva Nacional Futaleufú
63. Reserva Nacional Isla Mocha
64. Reserva Nacional Katalalixar
65. Reserva Nacional La Chimba
66. Reserva Nacional Lago Carlota
67. Reserva Nacional Lago Cochrane
68. Reserva Nacional Lago Jeinimeni
69. Reserva Nacional Lago Las Torres
70. Reserva Nacional Lago Palena
71. Reserva Nacional Lago Peñuelas
72. Reserva Nacional Lago Rosselot
73. Reserva Nacional Laguna Parrillar
74. Reserva Nacional Laguna Torca
75. Reserva Nacional Las Chinchillas
76. Reserva Nacional Las Guaitecas
77. Reserva Nacional las Vicuñas
78. Reserva Nacional Llanquihue
79. Reserva Nacional Los Bellotos del Melado
80. Reserva Nacional Los Flamencos
81. Reserva Nacional Los Huemules de Niblinto
82. Reserva Nacional Los Queules
83. Reserva Nacional Los Ruiles
84. Reserva Nacional Magallanes
85. Reserva Nacional Malalcahuello
86. Reserva Nacional Malleco
87. Reserva Nacional Mocho-Choshuenco
88. Reserva Nacional Nalcas
89. Reserva Nacional Nonguén
90. Reserva Nacional Ñuble
91. Reserva Nacional Pampa del Tamarugal
92. Reserva Nacional Pingüino de Humboldt
93. Reserva Nacional Radal Siete Tazas
94. Reserva Nacional Ralco
95. Reserva Nacional Río Blanco
96. Reserva Nacional Río Clarillo
97. Reserva Nacional Río de los Cipreses
98. Reserva Nacional Río Simpson
99. Reserva Nacional Roblería del Cobre de Loncha
100. Reserva Nacional Trapananda
101. Reserva Nacional Villarrica

ANEXO 2: Mapa Oficial Parque Nacional Torres del Paine.

CORPORACIÓN NACIONAL FORESTAL

PARQUE NACIONAL TORRES DEL PAINE

SIMBOLOGÍA

SERVICIOS GRATUITOS	SERVICIOS PAGADOS
Guardaparques	Área de acampar
Autorizado uso de cocos	Hielito
Miraador	Puente colgante
Pesca deportiva	Navegación de balsas
Salto o cacería	Cabalgatas
Área de acampar	Navegación pasajeros
Avanzada de Canyoning	Horses regulares
Fuente colgante	Café o restaurante
Límite parque nacional	Área de acampar
Camino	Peligro
Navegación	Hielos
	Fuentes ventos

HORAS DE LUZ

HORARIOS DE CIERRE DE SENDEROS

Tramo del sendero	Distancia (Km)	Tiempo (Horas)**	Horas de cierre**
Sede Administrativa - Refugio Paine Grande	17	5	17:30
Refugio Paine Grande - Área de acampar Nalón	7,5	2,5	18:30
Área de acampar Nalón - Mirador Brindino	5,5	2	19:30
Área de acampar Nalón - Área de acampar Francés	2	0,5	19:30
Área de acampar Nalón - Refugio Los Cuernos	5	2,5	19:30
Refugio Los Cuernos - Hielito Los Torres	11,6	4,5	***
Hielito Los Torres - Refugio Chiriqui	5	2	***
Refugio Chiriqui - Área de acampar Torres	9	3,5	18:30
Área de acampar Torres - Mirador Base de las Torres	1,4	1	18:30
Hielito Los Torres - Área de acampar Serrito	11	4	***
Área de acampar Serrito - Refugio Troncos	18	6	19:30
Refugio Troncos - Área de acampar Los Perros	11,8	4,5	17:30
Área de acampar Los Perros - Área de acampar Potos	8	3	18:30
Área de acampar Potos - Refugio Grey	7	3	19:30
Refugio Grey - Refugio Paine Grande	11	3,5	18:30

** Solo referencia, el tiempo necesario para completar el tramo del sendero puede variar.
*** Horario de referencia, aplica en época de verano y en ambos sentidos. Los guardaparques informarán el horario de restablecer el tránsito conforme las condiciones climáticas.
**** Estos senderos se encuentran en propiedad privada. Consultar directamente los horarios de cierre.

Mapa oficial como referencia de orientación turística, sin propiedades cartográficas. En su caso usar siempre delimitaciones o límites territoriales.

TEMPOBADA 2016 - 2017

ANEXO 3: Encuesta

1. ¿Te interesa participar en actividades outdoor?

Sí

No

2. Por favor, ordena de 1 a 4 según tu preferencia las siguientes actividades outdoor que realizarías.

Running

Trekking o senderismo

Camping

Climbing o escalada

3. ¿Conoces el Parque Nacional Torres del Paine?

Sí

No

4. Si pudieras ir de trekking al Parque Nacional Torres del Paine, ¿Cómo preferirías reservar los sitios de camping?

Presencial en oficinas de turismo

Sitio web

Aplicación móvil

Llamada telefónica

5. ¿Cuánto estarías dispuesto a **pagar por una aplicación móvil** que permite reservar y pagar estadías en los distintos camping CONAF del Parque Nacional Torres del Paine?

0

1 USD

1,5 USD

2 USD

9. ¿Con cuanto tiempo de anticipación preparas tus viajes?

- Menos de una semana Entre tres y seis meses
- Entre una semana y un mes Más de seis meses
- Entre uno y tres meses

10. ¿Qué medios usas para buscar información y preparar tus viajes? Puedes seleccionar más de una.

- Buscadores en Internet (Google, Bing, etc.)
- Páginas web especializadas (Foros, portales)
- Aplicaciones móviles del destino
- Recomendaciones de amigos y familiares

11. ¿Quién(es) te acompaña(n) habitualmente en tus viajes de turismo?

- Amigos
- Familia
- Pareja
- Solo

12. ¿Cuántas veces al año viajas por motivos de turismo?

13. ¿Cuántos circuitos de trekking, montañismo, y camping has recorrido?

14. ¿En qué redes sociales publicas contenidos relacionados a tus viajes habitualmente?

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Otro (especifique)

15. ¿Cuánto gastas en ropa para actividades outdoor anualmente?

- 0 a \$40.000
- \$40.001 a \$80.000
- \$80.001 a \$120.000
- Más de \$120.000

16. ¿Cuál es su sexo?

- Hombre
- Mujer

17. ¿Qué edad tienes?

18. ¿Cuál es tu ocupación?

- Trabajador independiente
- Empleado sector público
- Empleado sector privado
- Estudiante
- Otro (especifique)

19. ¿De qué país eres?

20. ¿Cuanto tiempo vienes a Chile?

menos de una semana

entre 1 semana y 1 mes

entre 1 mes y 4 meses

entre 4 meses y medio año

entre medio año y un año

más de un año