



**CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**FACTIBILIDAD DE INSTALACIÓN DE HOTEL DE TURISMO EN EL  
PARQUE PALGUÍN DE PUCÓN**

**Tesis para optar al título de Ingeniero Comercial, y al grado académico  
de Licenciando en Ciencias en Administración de Empresas**

**Profesor Guía:**

**Arno Klenner**

**Profesor Informante:**

**Luis Valencia**

**Alumno:**

**Carlos Alberto Torres Álvarez**

**Santiago, 2013**



**CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**FACTIBILIDAD DE INSTALACIÓN DE HOTEL DE TURISMO EN EL  
PARQUE PALGUÍN DE PUCÓN**

**Alumno:**

**Carlos Alberto Torres Álvarez**

**Profesor Guía:**

**Arno Klenner**

**Tesis para optar al título de Ingeniero Comercial, y al grado académico  
de Licenciando en Ciencias en Administración de Empresas**

**Santiago, marzo de 2013**

## Índice

<b>Dedicatoria y agradecimientos .....</b>	<b>1</b>
<b>Resumen ejecutivo .....</b>	<b>3</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>4</b>
<b>Capítulo I: El problema de investigación.....</b>	<b>6</b>
<b>1. Planteamiento del problema .....</b>	<b>6</b>
1.1 Pregunta de investigación .....	7
1.2 Fundamentación del problema .....	8
<b>2. Objetivos .....</b>	<b>8</b>
2.1 Objetivo General .....	8
2.2. Objetivos específicos .....	9
<b>3. Tipo de investigación.....</b>	<b>10</b>
<b>Capítulo II: Metodología de investigación .....</b>	<b>11</b>
<b>1. Características de la zona.....</b>	<b>11</b>
1.1 Pucón.....	11
1.2 Villarrica .....	13
<b>2. Perfil del consumidor.....</b>	<b>16</b>

<b>3. Plan de muestreo .....</b>	<b>16</b>
3.1 Definición de la Población .....	16
3.2 Definición de la muestra .....	17
3.3 Tamaño de la muestra.....	19
3.4 Diseño del formulario (ver formulario en anexo 1) .....	20
3.5 Diseño del procedimiento de recolección de datos .....	21
3.6 Presentación de resultados .....	23
3.6.1 Tabulación de datos según grupo etario de la muestra .....	23
3.6.2 Resultados de aplicación de preguntas sobre gustos y preferencias .....	25
3.7 Conclusiones de la Investigación de Mercado .....	39
3.8 Demanda proyectada .....	42
3.9 Oferta turística.....	45
3.10 Precios de la oferta turística .....	46
3.11 Cálculo de la demanda potencial.....	47
3.12 Ingresos de la demanda proyectada .....	50

<b>Capítulo III: Antecedentes económicos</b> .....	<b>54</b>
<b>1. Descripción y Localización del proyecto</b> .....	<b>54</b>
1.1 Datos generales de la obra: Hotel Parque Palguín.....	55
1.2 Descripción de las áreas y costos de construcción .....	56
1.3 Carta Gantt de construcción de la obra .....	58
<b>2. Necesidades de Inversión</b> .....	<b>59</b>
2.1 Implementos, equipos y otros.....	59
2.2 Maquinarias y equipos .....	61
2.3 Muebles y equipos de oficina .....	61
2.4 Instalaciones deportivas.....	62
2.5 Depreciación del activo fijo.....	63
<b>3. Gastos de constitución</b> .....	<b>64</b>
<b>4. Costos de funcionamiento</b> .....	<b>65</b>
4.1 Costo de operación .....	65
4.2 Gastos de administración y de ventas.....	69
<b>5. Financiamiento</b> .....	<b>71</b>

**Capítulo IV: Aspectos organizacionales y legales ..... 72**

**1. Gobierno corporativo y Planificación estratégica ..... 72**

1.1 Misión..... 73

1.2 Visión ..... 74

1.3 Objetivos ..... 74

1.4 Nuestros valores ..... 74

1.5 Marco normativo ..... 75

1.6 Estructura organizacional ..... 76

1.6.1 Análisis y descripción de cargo ..... 77

**2. Organismos de apoyo ..... 79**

**Capítulo V: Análisis económico- financiero ..... 80**

**1. Proyección financiera ..... 80**

1.1 Inversión inicial..... 80

1.2 Resultados y situación financiera ..... 81

1.2.1 Proyección del Balance proforma..... 81

1.2.2 Estado de resultados ..... 81

1.2.3 Flujo efectivo..... 82

<b>2. Evaluación financiera .....</b>	<b>83</b>
2.1. Flujo de caja neto .....	83
2.2. Valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR) .....	84
<b>3. Análisis de sensibilidad .....</b>	<b>87</b>
<b>Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>91</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>97</b>

## Índice de tablas

Tabla 1: Atractivos Turísticos de la comuna de Pucón y Villarrica .....	14
Tabla 2: Distribución de la población de Villarrica por edad y sexo .....	18
Tabla 3: Tamaño de la muestra por grupo etario .....	23
Tabla 4: Destino turístico para vacacionar por grupo etario .....	25
Tabla 5: Reconocimiento de Palguín por grupo etario .....	26
Tabla 6: Reconocimiento de Palguín como zona de ecoturismo por grupo etario .....	27
Tabla 7: Características que influyen al momento de elegir un destino turístico por grupo etario.....	28
Tabla 8: Preferencia de actividades de eco-aventura por grupo etario .....	31
Tabla 9: Interés por prestación de servicios en el hotel por grupo etario .....	35
Tabla 10: Nivel de aceptación de programa turístico por grupo etario .....	36
Tabla 11: Aceptación de precios de oferta turística por grupo etario .....	38
Tabla 12: Turistas que visitan la región de La Araucanía .....	43
Tabla 13: Pernoctación de personas por noche región de La Araucanía.....	44
Tabla 14: Oferta turística Hotel Parque Palguín .....	45
Tabla 15: Precios de la oferta turística .....	46
Tabla 16: porcentaje de ocupación por temporada.....	48
Tabla 17: Ocupación de servicios a máxima capacidad .....	49
Tabla 18: Ocupación de servicios a 80% de capacidad.....	49
Tabla 19: Ocupación de servicio al 90% de capacidad.....	50
Tabla 20: Proyección de ingresos a un 80% de capacidad.....	51
Tabla 21: Proyección de ingresos a un 90% de capacidad.....	52
Tabla 22: Proyección de ingresos al 100% de capacidad.....	53
Tabla 23: Distribución y capacidad de habitaciones del Hotel .....	55
Tabla 24: Tamaño y costos de construcción Hotel Parque Palguín .....	57
Tabla 25: Carta Gantt de construcción .....	58
Tabla 26: Costos de implementación general del hotel .....	60
Tabla 27: Costos de Maquinarias y equipos .....	61
Tabla 28: Costos muebles y equipos de oficina.....	62
Tabla 29: Costos artículos deportivos.....	62
Tabla 30: Vida útil del activo fijo .....	63
Tabla 31: Gastos de organización y puesta en marcha .....	64
Tabla 32: Amortización de gastos de constitución .....	64
Tabla 33: Costo de operación al 80% de capacidad de funcionamiento .....	66
Tabla 34: Costo de operación al 90% de capacidad de funcionamiento .....	67
Tabla 35: Costo de operación al 100% de capacidad de funcionamiento .....	68



Tabla 36: Resumen de gastos de administración y de ventas .....	69
Tabla 37: Presupuesto anual de comunicaciones .....	70
Tabla 38: Gastos en suministros de oficina .....	70
Tabla 39: Gatos en personal .....	71
Tabla 40: Personal Hotel Parque Palguín.....	78
Tabla 41: Sueldos y honorarios personal y staff .....	78
Tabla 42: Inversión inicial .....	80
Tabla 43: Cálculo de valor actual neto, Tir, Costo Beneficio, Trema.....	84
Tabla 44: Análisis de sensibilidad.....	90

### **Índice de gráficos**

Gráfico 1: Población de Pucón y Villarrica para la definición de la muestra. 18	18
Gráfico 2: Tamaño de la muestra por grupo etario .....	24
Gráfico 3: Destino turístico para vacacionar por grupo etario .....	25
Gráfico 4: Preferencia de actividades de eco-aventura por grupo etario.....	32
Gráfico 5: Nivel de aceptación de programa turístico por grupo etario .....	37

### **Índice de Figuras**

Figura 1: Ubicación de Pucón y Villarrica .....	15
Figura 2: Fórmula para calculo tamaño de la muestra .....	19
Figura 3: Estructura organizacional Hotel Parque Palguín.....	77

### **Índice de Anexos**

Anexo 1: Formulario de encuesta.....	102
Anexo 2: Depreciación de los activos desde el año 1 hasta el año 10.....	109
Anexo 3: Balance proforma .....	114
Anexo 4: Estado de resultados.....	118
Anexo 5: Flujo efectivo .....	120
Anexo 6: Flujo de caja neto .....	122

## **Dedicatoria y agradecimientos**

Todo proyecto nace desde la convicción de un futuro mejor, los procesos y la energía que en ello se invierte proviene desde sus distintos actores, hoy estamos dando término a un proyecto, que ha sido fruto del esfuerzo de los que hasta hoy me han acompañado. Quiero agradecer a mi madre y a mis hermanas por el incondicional amor que nunca me ha faltado y que me ha permitido siempre continuar con esperanzas hacia lo que será mi destino.

Llegar a ser un profesional, no solo tiene que ver con lo técnico, sino con un modelo de vida en el cual veo realizado el sueño de mi padre, a quien en forma especial dedico esta tesis que para mí ha sido una titánica tarea.

A Max le estaré eternamente agradecido por su espíritu y colaboración, a mis profesores, al Señor Arno Klenner por su paciencia, conocimientos y sabiduría, al Señor Luis Valencia y a la Universidad Academia de Humanismo Cristiano que sin duda dejó un sello especial en mi formación profesional.

Quiero dar gracias a Dios y entregar humildemente la llave de cierre de este largo proceso, con todas sus dificultades, alegrías y sueños a mi hijo Carlos de quien siempre han emanado mis más grandes fortalezas.

## **Resumen ejecutivo**

El Hotel Parque Palguín es un proyecto de inversión que se realizará en la región de la Araucanía en la localidad de Palguín muy cercana a Pucón y contará con una infraestructura que le permitirá desarrollar servicios de hotelería, deporte aventura y actividades recreativas para toda la familia.

Este documento presenta el estudio de factibilidad de este proyecto con una proyección a 10 años, considerando todos los procedimientos formales y estudios para el cálculo de su rentabilidad y viabilidad.

Con respecto al VAN, aplicando tasas de 12%, 14% y 16% nos arrojó excedentes de \$ 370.819.272, \$ 317.961.111 y 271.791.407 respectivamente, obteniendo como respuesta las TIR de un 24%, 22% y 20%, correspondientemente. En cuanto al costo / beneficio, en cada caso se obtienen resultados mayores a un peso, por cada peso invertido

Al aplicar el análisis de sensibilidad bajo condiciones negativas, el proyecto continúa siendo viable, así mismo en condiciones positivas el proyecto resulta aún más rentable.

## Introducción

El ser humano en su afán de expandir sus fronteras culturales, comerciales y territoriales, está constantemente creando, innovando, viajando, emprendiendo, trabajando, en fin, realizando una acción para eliminar la inercia ( concepción física del la fuerza y el movimiento).

Emprender, emprendedor, empresa, empresario hablan de un sujeto y una acción y para conocer mejor la etimología de este concepto, a continuación se presentan las siguientes acepciones:

“Palabra que viene del italiano “impresa”, que es una acción para imprimir algo, para que algo se haga realidad, y al imprimirlo implica un esfuerzo arduo”

“Aproximación al concepto de empresa, a partir del término emprender, del latín apprehendere, cuyo significado básico según Covarrubias es: Determinarse a tratar algún negocio arduo y dificultoso”... de donde deriva la noción de “empresa”, ...“porque se le pone aquel intento en la cabeza y

procura ejecutarlo y de allí se dixo empresa el tal acometimiento”...<sup>(1)</sup>

Estas dos acepciones hablan de esfuerzo (fuerza) y de realizar un cambio, de llevar a cabo la empresa o emprendimiento.

Una empresa es una asociación comercial, social, familiar, entre otras, que se encuentra organizada estratégicamente para el cumplimiento de sus objetivos. Se relaciona con sus clientes internos y externos, con sus proveedores, con la competencia, con sus inversionistas de una manera lógica y científica. Actúa bajo normas y leyes, planifica, administra, controla, se moviliza y expande. En términos generales, es el resultado de una gran historia de conocimiento acumulado en las ciencias económicas y técnicas administrativas.

Hoy la ciencia económica nos brinda la posibilidad de realizar estudios metodológicos que nos permiten conocer la factibilidad de proyectos de inversión, los cuales constan de diferentes técnicas de investigación, administrativas y financieras, que ayudan a conocer la rentabilidad financiera

---

<sup>1</sup> <http://hibridacion.wordpress.com/2009/09/13/etimologia-de-empresa-y-empresario-aproximacion-cultural-a-estos-terminos/>

o social de un proyecto y a conocer a la organización y sus estrategias.

Este modelo fue aplicado al proyecto, empresa Hotel Parque Palguín y se invita a conocer sus resultados y proyecciones.

## **Capítulo I: El problema de investigación**

### **1. Planteamiento del problema**

Nuestro país posee una gran cantidad de recursos y bellezas naturales que lo convierten en un gran destino turístico. Por el norte la belleza y el encanto del desierto y sus cálidas playas, la zona central con sus visitadas costas y el majestuoso sur de Chile lugar muy visitado por turistas locales e internacionales, sin olvidarse de la gran cordillera de Los Andes.

La región de la Araucanía y principalmente la localidad de Pucón y Villarrica son reconocidas como un gran centro turístico que gracias a su entorno rodeado de volcanes, lagos, termas, ríos y parques nacionales ofrece no solo una buena opción para el turista, sino que también es un polo de desarrollo comercial durante todo el año.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) la localidad de Pucón en conjunto con Villarrica concentran el 65% del los turistas nacionales que visitan la región y un 64% del los turistas extranjeros que llegan a la misma, de un total de 41.046 y 9.357 turistas respectivamente.<sup>(2)</sup>

Hotel Parque Palguín en conocimiento de las grandes bondades que ofrece esta zona y de las grandes posibilidades de generar un negocio de alta rentabilidad, desarrollará un proyecto de inversión el cual se presenta formalmente en este trabajo de investigación, considerando las formalidades de un estudio de factibilidad. En este mismo sentido, se desarrollarán los estudios de Investigación de mercado, técnico y legal, organizacional y financiero.

Para efectos metodológicos se realizó la siguiente pregunta de investigación:

### **1.1 Pregunta de investigación**

¿Cuál es la factibilidad de implementar un hotel de Turismo en el Parque Palguín de Pucón, teniendo en cuenta un período de diez años de proyección?

---

<sup>2</sup> Instituto Nacional de Estadísticas, Boletín in de turismo Región de La Araucanía, periodo enero 2011-2012,



## **1.2 Fundamentación del problema**

Realizar una inversión exige ejecutar un estudio científico, esquemático y que disminuya la incertidumbre.

Existen modelos y técnicas estandarizadas que se utilizan en el gran mercado de las inversiones y someter este proyecto a esta medición ayudará a generar confianza en los inversionistas.

También de gran importancia es el determinar las necesidades y preferencias de nuestros clientes potenciales e identificar las variables relevantes al momento de escoger el hotel como destino turístico.

## **2. Objetivos**

### **2.1 Objetivo General**

Desarrollar el estudio de factibilidad del proyecto de inversión denominado “Hotel Parque Palguín”, con una proyección de funcionamiento a 10 años.

## **2.2. Objetivos específicos**

1. Describir las etapas del estudio de factibilidad.
2. Aplicar los contenidos del estudio de factibilidad al Hotel Parque Palguín: Estudio de mercado, organizacional, financiero, técnico y legal.
3. Determinar la rentabilidad del proyecto.
4. Realizar un análisis de los servicios que otorgará el Hotel Parque Palguín e identificar y analizar las fortalezas y debilidades en relación a la competencia.
5. Identificar los clientes potenciales y características deseadas de los clientes respecto al servicio.
6. Determinar las variables que influyen en la demanda de los servicios ofrecidos.

### **3. Tipo de investigación**

Esta investigación es de carácter descriptiva dado que busca conocer información concreta, cualitativa y cuantitativa, respecto de la inversión para desarrollar el proyecto Hotel Parque Palguín. En este sentido es indispensable conocer el comportamiento de la demanda potencial, sus hábitos de compra, gustos y preferencias, así mismo el estudio de gastos e ingresos que servirá de base para el cálculo y aplicación de los instrumentos financieros de medición.

## Capítulo II: Metodología de investigación

### 1. Características de la zona

#### 1.1 Pucón

La comuna de Pucón pertenece a la Provincia de Cautín, región de la Araucanía, y está ubicada a 100 kilómetros de la ciudad de Temuco.

La Etimología de la palabra reconoce dos acepciones provenientes del Mapudungun:

1. *pun*: “llegar allá”; y *conën*: “entrar”; *pucon* (*n*) sería: “lograr entrar” o “entrada” (a la cordillera y Argentina por el Paso Mamuil Malal).
2. La otra posibilidad es que derive de *Puconu*, de *conu*: “torcaza” o “las torcazas”.<sup>(3)</sup>

Durante el proceso de la pacificación de la Araucanía, el ejército de Chile instala un fuerte el día 27 de febrero de 1883, así mismo ya había desplegado otros fuertes en la localidad de Paillín (en la actualidad Palguín) y Maichi. Ya a

---

<sup>3</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Puc%C3%B3n>

fines del Siglo XIX colonos europeos, especialmente alemanes, se instalan en la zona y junto con los indígenas de la zona comienzan a desarrollar un sistema productivo basado en la ganadería y explotación de bosques.

Llegada la década de los treinta ya existiendo pequeños hoteles y posadas, Ferrocarriles del Estado construye el Hotel Pucón, luego se incorpora a la oferta hotelera el Hotel Antumalal y así poco a poco comienza a convertirse en una gran zona de turismo en Chile.

Pucón se encuentra ubicado al oriente del Lago Villarrica y está considerado el balneario lacustre más importante de Chile, teniendo gran movimiento en la época estival y durante todo el año. Cuenta con centros termales, centros de esquí, parques nacionales. También posee volcanes, extensos bosques virginales, ríos, lagos, cajones, saltos, cascadas y rápidos.

Dado sus características, es conocido como la “Capital del turismo aventura”, en donde es posible realizar distintas actividades:

En verano y en invierno: caminatas, trekking, ráfting, canopy, kayakismo, cabalgatas, avistamiento de aves, pesca deportiva esquí y snowboard.

En general, durante todo el año es posible realizar tours y visitas a las termas, haciendo de Pucón un lugar de privilegio turístico.

## **1.2 Villarrica**

Villarrica pertenece a la provincia de Cautín, región de la Araucanía y fue fundada en el año 1552 por Don Jerónimo de Alderete. Estando en una zona de conflicto, fue fundada tres veces siendo la última en el año 1883.

Dado que en sus principios fue explotada con lavaderos de oro y plata, principal actividad del siglo XVI, adoptó el Nombre de Villarrica. Sin embargo otra teoría de su nombre se debe que adoptó el nombre de la antigua iglesia de la ciudad “Santa María Magdalena de Villa Rica”

En el año 1923 se abre el primer hotel en Villarrica dando pie a su creciente zona de turismo y que fue aumentando gracias a la introducción del tren (locomotora) y otros medios de transporte.

Ya en la década de los 80 se convierte en una potencial zona turística, junto a Pucón, quienes concentran la mayor entrada de turistas de la región.

En la comuna de Villarrica se concentra el mayor sector económico y

administrativo de la zona y de ella dependen otras localidades en crecimiento como Ñancul y Lican Ray, esta última que goza de las playa del Lago Calafquén a 30 kilómetros de Villarrica.

Al igual que Pucón, se encuentra cercano a diferentes centros de turismo, volcanes, parques nacionales, termas, ríos, lagos y además posee una gran variedad de flora y fauna.

**Tabla 1: Atractivos Turísticos de la comuna de Pucón y Villarrica**

Parques Nacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parque Nacional Villarrica</li> <li>• Parque Nacional Huerquehue</li> <li>• Reserva Nacional Villarrica</li> </ul>
Volcanes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Villarrica</li> <li>• Mocho o Quetrupillán</li> <li>• Lanín</li> </ul>
Lagos principales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Villarrica</li> <li>• Caburgua</li> <li>• Tiquilco</li> <li>• Calafquén</li> </ul>
Termas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Palguín</li> <li>• Río Blanco</li> <li>• Huife</li> <li>• Quimey-co</li> <li>• Peumayen</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Montevivo</li> <li>• Menetúe</li> <li>• San Luis</li> <li>• Trancura</li> <li>• Los Pozones</li> <li>• Coñaripe</li> <li>• Curarrehue</li> <li>• Panqui</li> <li>• Ancamil</li> </ul>
Caídas de agua	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salto Palguín</li> <li>• Salto La China</li> </ul>
Esteros y ríos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Palguín</li> <li>• Trunco</li> <li>• Trancura</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en páginas web.

Figura 1: Ubicación de Pucón y Villarrica



Fuente: Mapa <http://www.visitvillarrica.cl/nuestra-ciudad/geografia/>



## 2. Perfil del consumidor

1. **Descripción del Perfil del Cliente:** los clientes potenciales serán personas, familias, grupo de amigos y extranjeros que quieran disfrutar de la vida campestre y deseen relajarse por unos días del stress en compañía de sus seres queridos en un Hotel de Montaña.
  
2. **Segmentación de Clientes:**
  - Parejas jóvenes o grupos de amigos y extranjeros entre 20 y 39 interesados en realizar actividades de ecoturismo y aventura.
  
  - Personas mayores y matrimonios de 40 a 74 años, interesados en descansar junto con su familia y observar el paisaje y viajes organizados por las agencias.

## 3. Plan de muestreo

### 3.1 Definición de la Población

Se considera a la población residente y a la población flotante de turistas que visitan las localidades de Pucón y Villarrica.

### **3.2 Definición de la muestra**

Se ha determinado el tamaño de la muestra considerando el número de habitantes que se encuentran en edades entre los 20 y 74 años de las localidades de Pucón y Villarrica con un total de 39.402 habitantes, según muestra el cuadro desarrollado por el INE , considerando el Censo del año 2002.

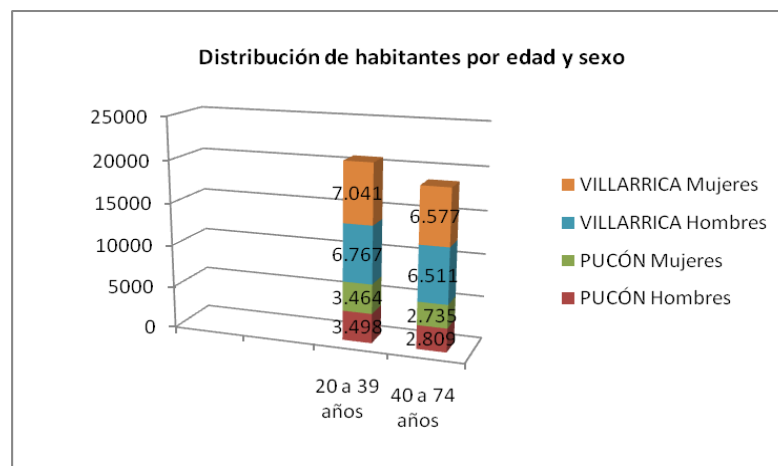
Se incluye además a los turistas que se dirigen a las localidades de Pucón y Villarrica siendo los nacionales 26.584 y los extranjeros 5.990

Por lo tanto el universo es de un total de 71.976 personas para el calcular el tamaño de la muestra.

**Tabla 2:** Distribución de la población de Villarrica por edad y sexo

Grupo Etario	PUCÓN			VILLARRICA		
	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
20 a 24 años	1.730	837	893	3.134	1.512	1.622
25 a 29 años	1.811	897	914	3.265	1.590	1.675
30 a 34 años	1.739	885	854	3.726	1.860	1.866
35 a 39 años	1.682	879	803	3.683	1.805	1.878
40 a 44 años	1.373	715	658	3.252	1.638	1.614
45 a 49 años	1.075	548	527	2.393	1.213	1.180
50 a 54 años	875	453	422	2.024	1.001	1.023
55 a 59 años	689	352	337	1.644	826	818
60 a 64 años	629	305	324	1.467	729	738
65 a 69 años	528	250	278	1.281	621	660
70 a 74 años	375	186	189	1.027	483	544
Totales	12.506	6.307	6.199	26.896	13.278	13.618
			12.506			26.896

Fuente: INE Censo año 2002

**Gráfico 1:** Población de Pucón y Villarrica para la definición de la muestra.

Fuente: Elaboración propia

### 3.3 Tamaño de la muestra

Figura 2: Fórmula para calculo tamaño de la muestra

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

N= tamaño de la población

Z= 1,96 (si el nivel de confianza es de 95%)

p= 0,05 error muestral

q= 0,95 nivel del confianza

d= 3% nivel de precisión

**Resultado:**

$$N= \frac{71.976 \times 3,8416 \times 0,05 \times 0,95}{(0,0009 \times 71.975) + (3,8416 \times 0,05 \times 0,95)}$$

$$(0,0009 \times 71.975) + (3,8416 \times 0,05 \times 0,95)$$

$$N= 202,18$$

Para efectos de este estudio se considerará un valor de 200 encuestas contestadas en su totalidad para dar validez a los datos recolectados.

### **3.4 Diseño del formulario (ver formulario en anexo 1)**

La base del proyecto es encontrar o inferir en los gustos, preferencias y necesidades de los posibles clientes.

Para esto se realizó una investigación descriptiva a través de una encuesta cerrada que consta de 10 preguntas, las mismas que ayudarán a conocer las necesidades y preferencias de los posibles clientes.

Resulta clave para el estudio trabajar con la información que entregarán aquellos encuestados que respondan el formulario y que cumplan con los requerimientos definidos anteriormente. Por lo que no se considerarán aquellos formularios que no sean respondidos en su totalidad y por lo tanto se realizará el proceso de recolección de datos hasta cumplir con 200 formularios.

Para esto es necesario vincular el comportamiento del consumidor con escalas de medición de actitudes. En mercadeo, la escala de actitudes tiende a centrarse en la medición de las creencias del encuestado acerca de los atributos del producto y los sentimientos del encuestado con relación a la calidad deseable de estos atributos.

Los procedimientos para la medición de actitudes dependen de los datos de los encuestados. Para esto es necesario vincular el comportamiento con escalas de medición.

El muestreo fue realizado de forma directa y personal, con información de carácter primario, es decir directo de la fuente.

### **3.5 Diseño del procedimiento de recolección de datos**

Para reducir el margen de error, se recopilaban los datos en la playa grande de Pucón, lugar donde se encuentran residentes y turistas nacionales y extranjeros.

Para la confección del formulario se realizaron visitas y consultas a personas experimentadas en la materia, tales como funcionarios de la oficina de turismo

de la Ilustre Municipalidad de Pucón, funcionarios de SERNATUR, académicos y alumnos de la especialidad de turismo de ITUR (Instituto Euro-chileno de Turismo, Pucón) y administradores y dueños de la hotelería de la zona.

Se aplicó la toma de la muestra los días 20 enero y 12 de febrero del año 2012, fechas que consideraron relevantes por pertenecer a las semanas de mayor concentración de turistas en la zona.

Se utilizaron las siguientes escalas para en la confección del formulario:

1. **La escala nominal:** se caracteriza por ser la más simple en donde las creencias del encuestado se clasifican en dos o más categorías. Por ejemplo puede desarrollarse una escala nominal a partir de preguntas con respuestas de Si, No, No sé, entre otras.
2. **La escala de clasificación:** requiere que el encuestado indique su posición de categorías ordenadas que corresponden a su actitud. Por ejemplo: más importantes y menos importante.

### 3.6 Presentación de resultados

#### 3.6.1 Tabulación de datos según grupo etario de la muestra

1. ¿Estaría Dispuesto a contestar el siguiente formulario?

Si	No	Total
200	86	286
200	86	286

Se consultó hasta completar 200 encuestas respondidas completamente a un total de 286 personas. No se consideraran los formularios incompletos.

2. Identifique su rango de edad.

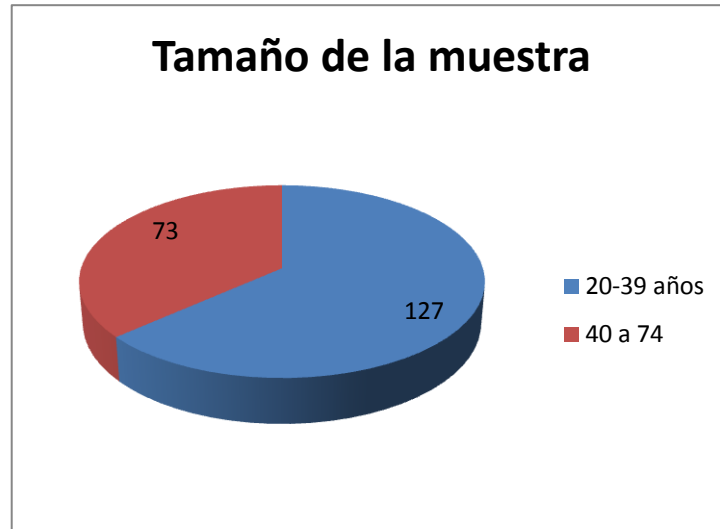
**Tabla 3:** Tamaño de la muestra por grupo etario

Grupo etario	Tamaño de la muestra	%
20-39 años	127	63,50%
40 a 74	73	36,50%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia



**Gráfico 2: Tamaño de la muestra por grupo etario**



Fuente: Elaboración propia

Para la creación de este gráfico se tomo en cuenta los dos segmentos definidos previamente: de 20 a 39 años y de 40 a 74.

### 3.6.2 Resultados de aplicación de preguntas sobre gustos y preferencias

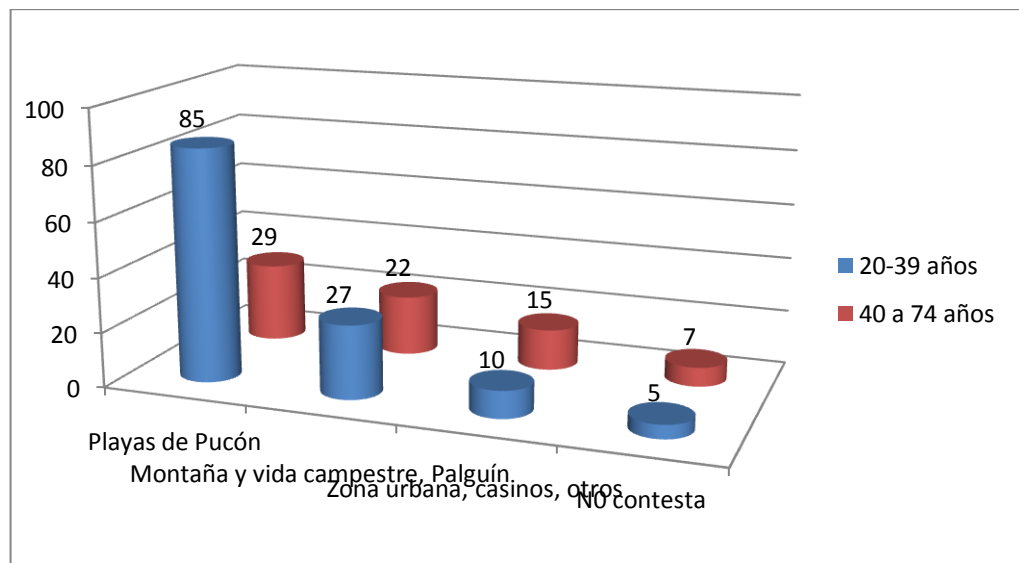
1. Al momento de escoger un destino turístico, usted prefiere...

**Tabla 4: Destino turístico para vacacionar por grupo etario**

Grupo etario	Playas de Pucón	Montaña y vida campestre, Palguín	Zona urbana, casinos, otros	N0 contesta	Total
20-39 años	85	27	10	5	127
40 a 74 años	29	22	15	7	73
<b>Total</b>	<b>114</b>	<b>49</b>	<b>25</b>	<b>12</b>	<b>200</b>
Totales %	57,00%	24,50%	12,50%	6,00%	100,00%

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 3: Destino turístico para vacacionar por grupo etario**



Fuente: elaboración propia

Se observa que los clientes potenciales en los dos grupos etarios de 20 a 39 años y de 40 a 74 años (69,5% de la muestra) tienen como preferencia de destino turístico y de vacaciones la localidad de Pucón, tanto sus playas como la zona urbana. Con lo que respecta a Palguín un 24, 5% del total de la muestra escogería este lugar como destino turístico, siendo el grupo de 40 a 74 años los más interesados. El 6% no contesta. Se deberá tomar en cuenta como parte de la estrategia de marketing la mejora de la tasa de visitas de los jóvenes, dando a conocer la diversidad turística de Palguín y de los distintos servicios a los que pueden acceder.

2. ¿Ha visitado usted alguna vez la localidad de Palguín?

**Tabla 5: Reconocimiento de Palguín por grupo etario**

<b>Grupo etario</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Total</b>
20-39 años	40	87	127
40 a 74 años	22	51	73
<b>Total</b>	62	138	200
Totales %	31,00%	69,00%	100,00%

Fuente: elaboración propia

El 31% de los encuestados han visitado alguna vez Palguín, por lo que se deberá dirigir los recursos a promocionar el Hotel Parque Palguín y sus bellezas naturales como el Cajón del Río Palguín.

3. ¿Identifica usted Palguín, como un lugar en donde se pueden realizar actividades de ecoturismo?

**Tabla 6: Reconocimiento de Palguín como zona de ecoturismo por grupo etario**

<b>Grupo etario</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>No Sabe / no contesta</b>	<b>Total</b>
20 a 39 años	40	76	11	127
40 a 74 años	21	41	11	73
<b>Total</b>	61	117	22	200
<b>Totales %</b>	30,50%	58,50%	11,00%	100,00%

Fuente: elaboración propia

El 58,5% de las personas encuestadas no identifican a Palguín como un lugar donde se puede realizar actividades de ecoturismo, por lo que se debe promover a través de los medios de comunicación este sector turístico.

4. ¿Cuáles de éstas características considera usted importante al momento de escoger un lugar turístico como un Hotel de montaña? Elija en orden de importancia, siendo de 1 a 3 = Más importante, y de 3 a 6 = Menos importante.

**Tabla 7: Características que influyen al momento de elegir un destino turístico por grupo etario**

<b>Características/Edad</b>	<b>20 a 39 años</b>	<b>%</b>	<b>40 a 74</b>	<b>%</b>
<b>Precio</b>				
1-3 =Mas Importante	102	80,31%	43	58,90%
4-6 = Menos Importante	25	19,69%	30	41,10%
<b>Comodidad</b>				
1-3 =Mas Importante	57	44,88%	73	100,00%
4-6 = Menos Importante	70	55,12%	0	0,00%
<b>Atractivos turísticos</b>				
1-3 =Mas Importante	96	75,59%	66	90,41%
4-6 = Menos Importante	31	24,41%	7	9,59%
<b>Actividades Recreativas</b>				
1-3 =Mas Importante	107	84,25%	20	27,40%
4-6 = Menos Importante	20	15,75%	53	72,60%
<b>Distancia/Tiempo de viaje</b>				
1-3 =Mas Importante	26	20,47%	61	83,56%
4-6 = Menos Importante	101	79,53%	12	16,44%
<b>Comida</b>				
1-3 =Importante	99	99,00%	73	100,00%
4-6 = Menos Importante	28	28,00%	0	0,00%

Fuente: elaboración propia

Con lo que respecta a las características que influyen al momento de escoger un lugar turístico como un Hotel de montaña, se decidió reflejar los resultados por medio de una tabulación cruzada, en la que puede observar con facilidad el grado de importancia de las distintas características de acuerdo a la edad del

encuestado. A continuación se presenta un breve análisis de los resultados:

1. **Precio**: Para los encuestados entre las edades de 20-39 años, el precio representa una variable relevante, ya que entre estas edades es cuando la persona está comenzando a generar el poder adquisitivo de sus primeros años laborales, por lo que la proporción de los ingresos que destinen a diversión y actividades recreativas es relevante al momento de escoger un lugar para vacacionar, por lo contrario para las personas encuestadas de 40 a 74 años, la variable precio tiende a disminuir en cuanto son personas que ya están estables en sus trabajos y salarios y algunos están disfrutando de sus ahorros, Podemos determinar que para ellos existen otras variables más importantes.
2. **Comodidad**: Esta es una de las variables más importante para el grupo etario entre los 40 a 74 años, ya que la comodidad es primordial al momento de escoger un lugar para vacacionar, ya sea con su familia o sus amigos y para los adultos mayores. Sin embargo, para las personas entre 20 y 39 años, este concepto es menos importante al momento de escoger un destino turístico.

3. **Atractivos turísticos:** para ambos grupos etarios los atractivos turísticos son importantes al momento decidir su destino, dado que la idea es conocer el sector y aprovechar al máximo el tiempo de estadía.
  
4. **Actividades recreativas.**- Esta variable tiene un grado de importancia considerable para los encuestados entre 20 y 39 años, ya que son personas que les gusta realizar actividades fuera de lo común, como actividades de ecoturismo, y hacer deportes de todo tipo, por lo contrario, las personas de 40 a 74 años, tienden a privilegiar el descanso por sobre una estadía aventurera, disfrutando mayormente de un lugar con un paisaje hermoso y compañía agradable, y la mayoría recurren a estos lugares en busca de relajación y descanso.
  
5. **Distancia/Tiempo de viaje.**- De preferencia para los encuestados entre los 40 y 74 años el tiempo de viaje se vuelve primordial, considerando que en este segmento hay personas que no pueden estar mucho tiempo viajando, y buscan algún lugar cercano fuera de la ciudad. En este sentido el Hotel Parque Palguín se convierte en una excelente alternativa, ya que el viaje dura aproximadamente 30 minutos desde la localidad de Pucón.

6. **Comida:** Esta variable es relevante para los encuestados sin distinción de edad, es decir, para todos nuestros clientes potenciales es importante la comida al momento de escoger algún lugar como destino turístico.
5. Entre las siguientes actividades de eco-aventura, ¿cuál de éstas estaría interesado en realizar?

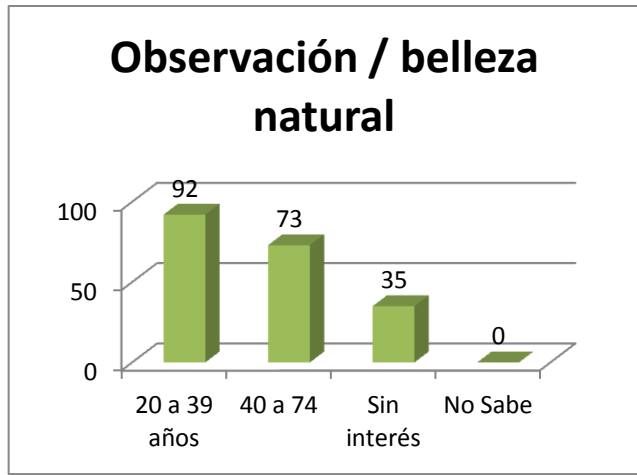
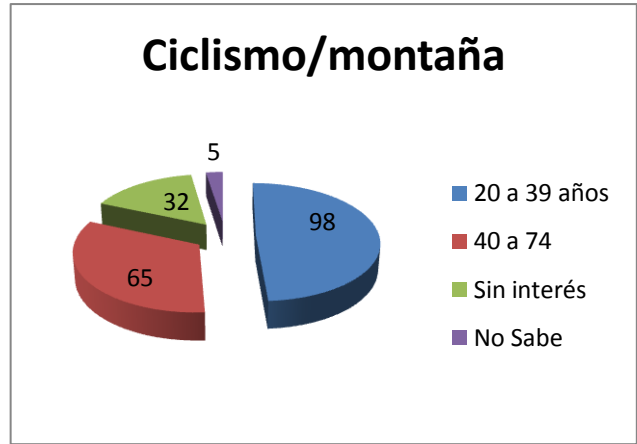
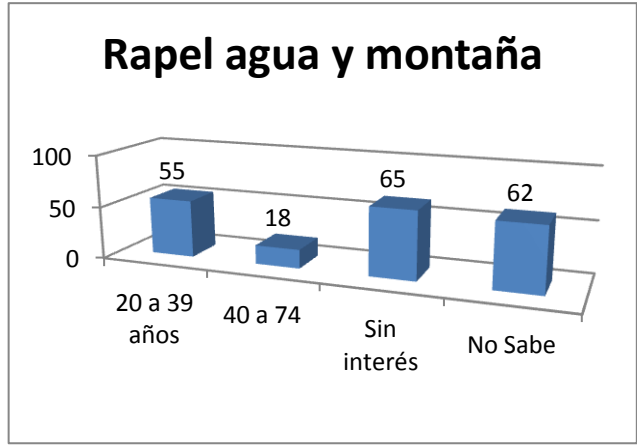
**Tabla 8: Preferencia de actividades de eco-aventura por grupo etario**

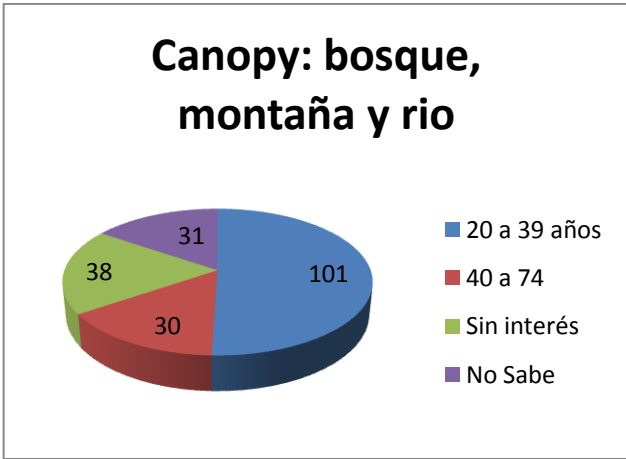
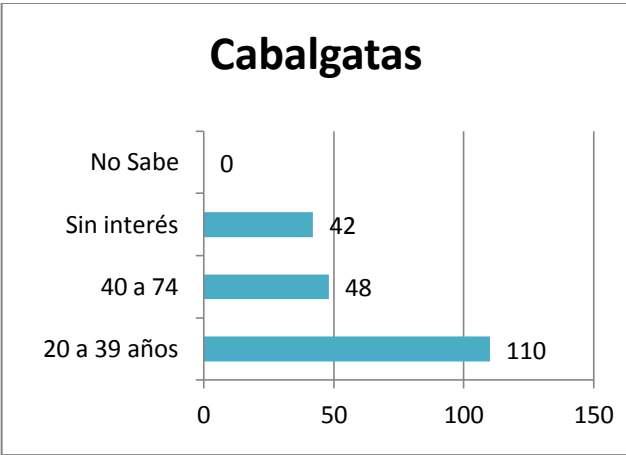
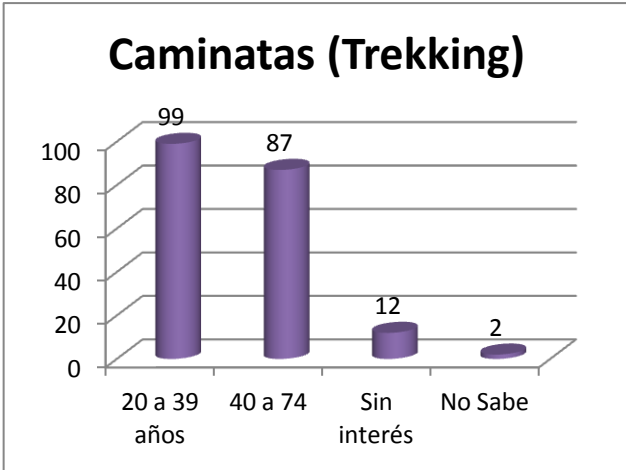
Actividad	20 a 39 años	% 20 a 39 años	40 a 74	% 40 a 74 años	Sin interés	No Sabe
Rapel agua y montaña	55	43%	18	25%	65	62
Ciclismo/montaña	98	77%	65	89%	32	5
Observación / belleza natural	92	72%	73	100%	35	0
Caminatas (Trekking)	99	78%	87	119%	12	2
Cabalgatas	110	87%	48	66%	42	0
Canopy: bosque, montaña y río	101	80%	30	41%	38	31

Fuente: elaboración propia



**Gráfico 4: Preferencia de actividades de eco-aventura por grupo etario**





Fuente: elaboración propia

Esta pregunta se la realizó con el objetivo de poder determinar el grado de preferencia de los turistas potenciales con respecto a las actividades que ofrece el Hotel Parque Palguín, si se observan las tendencias que muestran los gráficos se distingue:

1. **Clientes de 20-39 años.**- Las actividades de interés de este sector, según muestran los gráficos están relacionadas con aquellas actividades de mayor aventura, así podemos observar que el Ciclismo de montaña, caminatas a las montañas (trekking), cabalgatas y el canopy son las más elegidas.
2. **Clientes de 40 a 74 años.**- Estas personas privilegian las actividades de menor riesgo, dado que su objetivo es disfrutar mayormente de la naturaleza, así lo muestran los gráficos donde el énfasis está en la contemplación de la belleza natural, caminatas, cabalgatas y los baños naturales.
3. **Sin Interés / No sabe.**- este punto tiene relevancia en cuanto nos dice que hay una gran cantidad de personas que no conocen actividades como el Rapel, por lo que es necesario generar información al respecto. Para aquellos que no tienen interés es necesario motivarlos.

6. ¿Estaría usted interesado en que el Hotel de montaña brindara los siguientes servicios adicionales?

**Tabla 9: Interés por prestación de servicios en el hotel por grupo etario**

Características/Edad	20 a 39 años	%	40 a 74	%
<b>Fogatas</b>				
1-3 =Mas importante	89	70,08%	49	67,12%
4-6 = Menos Importante	38	29,92%	24	32,88%
<b>Entretenimiento en vivo: música y baile</b>				
1-3 =Mas importante	52	40,94%	42	57,53%
4-6 = Menos Importante	75	59,06%	31	42,47%
<b>Discoteca</b>				
1-3 =Mas importante	62	48,82%	7	9,59%
4-6 = Menos Importante	65	51,18%	66	90,41%
<b>Bar</b>				
1-3 =Mas importante	115	90,55%	54	73,97%
4-6 = Menos Importante	12	9,45%	19	26,03%
<b>Hamacarios</b>				
1-3 =Mas importante	35	27,56%	64	87,67%
4-6 = Menos Importante	92	72,44%	9	12,33%

Fuente: elaboración propia

1. **Cientes de 20-39 años.**- La principal elección de servicios adicionales a los que optaría este segmento son las fogatas (70,08%), el bar (90,55%) finalmente la discoteca (48,82%), elección que coincide con la actividades propias de la edad. Llama la atención que los conceptos de entretenimiento y discoteca, hayan tenido un porcentaje aproximado al

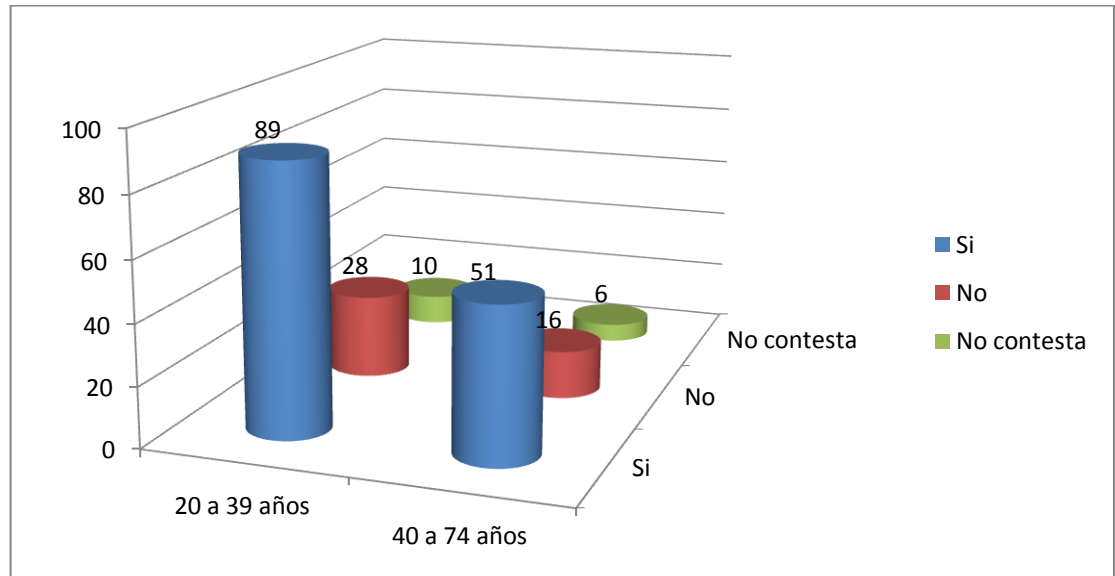
50% hacia, a parecer se privilegia también la tranquilidad y el alejarse del mundo urbano.

2. **Cientes de 40 a 74 años**.- Estos clientes prefirieron los siguientes servicios adicionales: terraza de reposo, fogatas, bar y entretención en vivo, actividades que pueden ser compartidas en un ambiente familiar.
7. ¿Emprendería usted un viaje a Palguín con un programa turístico en el que le ofrecen algunas de las actividades anteriormente mencionadas?

**Tabla 10: Nivel de aceptación de programa turístico por grupo etario**

<b>Grupo etario</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>No contesta</b>	<b>Total</b>
20 a 39 años	89	28	10	127
40 a 74 años	51	16	6	73
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>44</b>	<b>16</b>	<b>200</b>
Totales %	70,00%	22,00%	8,00%	100,00%

Fuente: elaboración propia

**Gráfico 5: Nivel de aceptación de programa turístico por grupo etario**

Fuente: elaboración propia

Un 70% de la muestra encuestada estaría interesada en visitar el Hotel Parque Palguín, en este sentido, se realizarán esfuerzos necesarios para generar un buen plan de comunicaciones que permitan dar a conocer las ventajas de los servicios en relación a la competencia y las garantías de calidad de servicio que se ofrecen. El 8% no contesta

- 8.** ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios que el Hotel Parque Palguín ofrece?

Tabla 11: Aceptación de precios de oferta turística por grupo etario

<b>Oferta Turística</b>				
<b>Habitaciones con desayuno</b>	<b>Matrimonial</b>		<b>Familiar (4 p.)</b>	
	<b>\$70.000 a \$89.000</b>	<b>\$ 90.000 a \$110.000</b>	<b>\$ 20.000 a \$ 39.000</b>	<b>\$40.000 a \$60.000</b>
De 20 a 39 años	102	25	127	0
De 40 a 74 años	55	18	53	20
<b>Canopy</b>	<b>\$10.000 a \$17.000</b>	<b>\$18.000 a \$25.000</b>	Los precios referenciales fueron determinados en relación a ofertas de otros centros turísticos de la zona	
De 20 a 39 años	78	49		
De 40 a 74	21	52		
<b>Rapel</b>	<b>\$ 7.000 a \$ 13.000.-</b>	<b>\$14.000 a \$20.000</b>		
De 20 a 39 años	105	22		
De 40 a 74	9	64		
<b>Cabalgatas por hora</b>	<b>\$ 4.000 a \$7.000</b>	<b>\$8.000 a 12.000</b>		
De 20 a 39 años	127	0		
De 40 a 74	52	21		
<b>Entrada visita a parque</b>	<b>\$1.500</b>	<b>\$ 3.000</b>		
De 20 a 39 años	101	26		
De 40 a 74	57	16		
<b>Visita guiada a Laguna</b>	<b>\$1.500</b>	<b>\$ 3.000</b>		
De 20 a 39 años	105	22		
De 40 a 74	20	53		
<b>Ciclismo aventura</b>	<b>\$ 3.000</b>	<b>\$ 5.000</b>		
De 20 a 39 años	99	28		
De 40 a 74	15	58		
<b>Caminatas (Trekking)</b>	<b>\$7.000</b>	<b>\$ 10.000</b>		
De 20 a 39 años	112	15		
De 40 a 74	10	63		

Fuente: elaboración propia

La gran mayoría de los encuestados están dispuestos a invertir de acuerdo al primer rango de precios, por lo que esta información será tomada en cuenta al momento de asignarle los valores reales a los servicios.

### **3.7 Conclusiones de la Investigación de Mercado**

Una vez realizado en el análisis descriptivo de esta encuesta, se ha concluido:

1. La encuesta fue realizada a nuestros dos mercados objetivos:
  - a) **Personas jóvenes (20-39 años):** personas con carácter aventurero y abiertas a tener nuevas experiencias propias de un ambiente natural de montaña, para lo que se ofrece actividades de eco-turismo en donde podrán recrearse olvidarse del stress de la ciudad.
  
  - b) **Personas mayores de 40 a 74 años:** personas que desean disfrutar con sus seres queridos de unos días agradables y relajados en compañía de la hermosa naturaleza y paisajes que caracteriza a la localidad de Palguín y realizar actividades relacionadas con la naturaleza, como caminatas a las montañas, fogatas a orillas del lago, entre otras.



2. Con lo que respecta a las preguntas uno, dos y tres que hacen referencia a la localidad de Palguín y su identificación como un lugar en donde se pueden realizar actividades de ecoturismo, un gran porcentaje de los encuestados no han conocido estas hermosas tierras y tampoco lo identifican como un lugar en donde se pueden realizar este tipo de actividades, por lo que se deben emplear todos los recursos necesarios para dar a conocer la variedad de servicios y posibilidades que ofrece esta localidad, a través de la promoción de sus ventajas y características. En definitiva, convertir el Hotel Parque Palguín en un lugar preferido por los clientes objetivos al momento de elegir un lugar para vacacionar.
  
3. Las características que consideraron relevantes los encuestados al momento de escoger un lugar turístico como el “Hotel Parque Palguín.” dependen de la edad y de sus intereses, por lo tanto, para poder satisfacer las necesidades de cada uno de estos segmentos, se debe prestar un servicio completo en el que se pueda atender cada uno de sus requerimientos. En este sentido, debe existir una relación entre precio, calidad, confort y una variada oferta de servicios para los clientes objetivos. Gustosos de la vida de montaña, pero cercanos al ambiente y glamour de la ciudad de Pucón y sus excelentes vías de acceso.

4. "Hotel Parque Palguín" ofrecerá actividades recreativas para todas las edades y gustos, desde las más riesgosas para las personas aventureras hasta la más tranquilas pero igual de divertidas para las personas conservadoras como:
  - a) Rapel, agua y montaña
  - b) Ciclismo de montaña
  - c) Caminatas por senderos, bosques y montaña(Trekking)
  - d) Cabalgatas
  - e) Observación de la belleza natural
  - f) Baños naturales en laguna y río
  - g) A futuro se pretende extender los servicios a otras áreas pudiendo ser discoteca, bar, sala de juegos, entre otros, actividades que no considerará la inversión inicial.
  
5. Un porcentaje considerable de los encuestados estaría interesado en visitar un hotel que ofrezca todos los servicios anteriormente mencionados, por lo que se debe aprovechar esta ventaja y dar a conocer el lugar para posicionarlo en las preferencias de los consumidores potenciales.

### **3.8 Demanda proyectada**

Conocidos los datos emanados de la encuesta realizada, se han determinado algunos aspectos relevantes que serán necesarios a considerar al momento de realizar el cálculo de la demanda tanto en cantidad de personas, servicios y precios que se ofertarán.

Esta investigación ha servido de referencia para saber las características de la demanda, sus gustos y preferencias, sin embargo para efectos de su cálculo se utilizará referencialmente los datos proyectados por el sector económico turístico, el cual ya tiene nociones claras y concretas del desarrollo del negocio.

Para el cálculo de la demanda proyectada, se tomó en cuenta principalmente la capacidad que tiene el “Hotel Parque Palguín” para ofertar a sus clientes potenciales, tomando en cuenta su infraestructura hotelera y vinculándolo a los datos proporcionados por fuentes privadas y estatales.

Es importante señalar que según los datos del boletín de turismo proporcionado por el INE para la región de la Araucanía, período comparativo desde enero del año 2011 al enero del año 2012, las localidades de Pucón y Villarrica, concentran la mayor cantidad de turistas de la región, de acuerdo al siguiente cuadro.

**Tabla 12: Turistas que visitan la región de La Araucanía**  
**La Araucanía: Llegada de turistas por comunas**

Comuna	Chilenos	Extranjeros
ANGOL	230	5
CURACAUTÍN	2.660	638
PUCON	14.656	4.733
VICTORIA	1.026	31
TEMUCO	8.770	2.406
VILLARRICA	11.928	1.257
RESTO COMUNAS	1.776	287
<b>ARAUCANÍA</b>	<b>41.046</b>	<b>9.357</b>

Fuente: boletín de turismo región de la Araucanía, período comparativo desde enero del año 2011 al enero del año 2012, INE.

En términos de porcentajes Pucón y Villarrica concentran el 65% de los turistas nacionales y el 63% de los turistas extranjeros.

Otra información preponderante es la otorgada por la prensa, oficinas de turismo, y el sector hotelero, que ven una gran oportunidad en el negocio turístico y una potencial fuente de ingresos.

Si observamos el siguiente cuadro, Pucón y Villarrica lideran el ranking de pernoctación de personas por noche.

### Tabla 13: Pernoctación de personas por noche región de La Araucanía

El promedio de permanencia en establecimientos de La Araucanía fue de 2,7 noches por persona, donde destacan las comunas de Villarrica y Pucón con 3,7 y 2,9 pernoctaciones promedio respectivamente, como se aprecia en el cuadro siguiente.

La Araucanía: Pernoctación promedio por comuna

Comuna	Pernoctación promedio	Pern. Prom. Chilenos	Pern. Prom. Extranjeros
ANGOL	1,5	1,5	1,0
CURACAUTÍN	2,2	2,2	2,1
PUCON	2,9	3,0	2,7
VICTORIA	1,2	1,2	1,0
TEMUCO	1,7	1,7	1,6
VILLARRICA	3,7	3,8	2,4
RESTO COMUNAS	2,2	2,2	1,6

Fuente: boletín de turismo región de la Araucanía, período comparativo desde enero del año 2011 al enero del año 2012, INE.

En cuanto a las temporadas de turismo, se destaca que estas localidades son fuertemente visitadas tanto en temporada alta como en baja.

Esta información es respaldada por la prensa especializada, en este caso la publicación realizada el día 03 de julio del año 2012, en la página [www.plataformaurbana.cl](http://www.plataformaurbana.cl), titulada “Ocupación llegó hasta 90% en balnearios del país durante el feriado” y que a continuación se presenta un extracto:

“Más al sur, en Pucón, la ocupación hotelera llegó al 90%, superando el 70% de 2011. Incluso esperan que los visitantes se queden durante estos días como inicio de las vacaciones de invierno.

Si bien el Centro de Ski de Pucón postergó su apertura para el próximo fin de semana por falta de nieve, los turistas aprovecharon de colmar las termas.

“Tuvimos un 100% de ocupación sábado y domingo, con 400 personas diarias. Acá podemos entregar servicios con buen o mal tiempo”, contó Luis Antihuén, dueño de termas de Menetué.”

### 3.9 Oferta turística

Basados en la encuesta se ha determinado ofrecer los siguientes servicios:

**Tabla 14: Oferta turística Hotel Parque Palguín**

<b>Oferta Turística</b>
5 Habitación Matrimonial
5 Habitación familiar (4 personas)
Entrada por visita al parque
Canopy: montaña, bosque y río
Cabalgata por hora (4 caballos)
Rapel
Visita guiada a la laguna
Ciclismo de montaña (arriendo por día)
Caminatas (Trekking)

Fuente: elaboración propia

### 3.10 Precios de la oferta turística

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta sobre la escala de precios, se ha elaborado la siguiente tabla:

**Tabla 15: Precios de la oferta turística**

<b>Oferta Turística</b>	<b>Precios temporada alta</b>	<b>Precios temporada baja</b>
Hospedaje		
Habitación Matrimonial (2 personas)	45.000	27.000
Habitación familiar (4 personas)	40.000	24.000
<b>Nota: ambas incluyen desayuno</b>		
Canopy: montaña, bosque y río	20.000	15.000
Entrada por visita al parque	2.000	1.000
Cabalgata por hora	5.000	5.000
Rapel	15.000	10.000
Visita guiada a la laguna	1.000	1.000
Ciclismo de montaña	5.000	5.000
Caminatas (Trekking)	7.000	5.000
Bebidas	1.000	1.000

Fuente: elaboración propia

Nota: la habitación matrimonial siempre será cobrada por dos personas

### **3.11 Cálculo de la demanda potencial**

De acuerdo al análisis de la oferta turística, precios y los efectos esperados de la inversión en publicidad, se ha proyectado funcionar el año 1 y 2 con un nivel de demanda del 80% de la capacidad total, en temporada alta y baja. A partir de esto, entre los años 3 al 7 se aumentará la demanda proyectada a un 90% y para los dos últimos años se proyecta un 100% de ocupación.

Por otro lado se ha definido que en temporada alta el hotel estará ocupado durante 11 al mes a plena capacidad y en temporada baja se estableció que esa cifra será de 9 días al mes.

Esto se ha definido a partir de la proyección de un nivel de demanda discreta respecto de los datos obtenidos en el muestreo y considerando la información recopiladas de fuentes terciarias

Con respecto a las temporadas se ha considerado una variación porcentual de ocupación en base a lo siguiente:



**Tabla 16: porcentaje de ocupación por temporada**

Oferta Turística	Temporada	
	Alta	Baja
5 Habitación Matrimonial	100%	50%
5 Habitación familiar (4 personas)	100%	50%
Entrada por visita al parque	100%	25%
Canopy: montaña, bosque y río	100%	17%
Cabalgata por hora (4 caballos)	100%	100%
Rapel	100%	25%
Visita guiada a la laguna	100%	25%
Ciclismo de montaña (arriendo por día)	100%	100%
Caminatas (Trekking)	100%	25%

Fuente: elaboración propia

Otros dato importante de señalar es que Parque Palguín es visitado aproximadamente por 200 personas en temporada alta y 50 en temporada baja, utilizando los servicios que ya existen en lugar, como el canopy, las caminatas, las visitas guiadas a la laguna, cabalgatas, ciclismo y rapel.

Se ha definido dividir el año en dos temporadas de seis meses cada una.

:

**Tabla 17: Ocupación de servicios a máxima capacidad**

Oferta Turística	Capacidad	Temporada	
		Alta	Baja
5 Habitación Matrimonial	10 personas	10	5
5 Habitación familiar (4 pers.)	20 personas	20	10
Entrada por visita al parque		200	50
Canopy: montaña, bosque y río	30% de la visita al parque	60	10
Cabalgata por hora (4 caballos)	6 horas diarias por caballo	24	24
Rapel	10% de la visita al parque	20	5
Visita guiada a la laguna	20% de la visita al parque	40	10
Ciclismo de montaña (arriendo por día)	10 bicicletas	10	5
Caminatas (Trekking)	20% de la visita al parque	40	10

Fuente: elaboración propia

**Tabla 18: Ocupación de servicios a 80% de capacidad**

Oferta Turística	80%	
	Temporada	
	Alta	Baja
5 Habitación Matrimonial	8	4
5 Habitación familiar (4 personas)	16	8
Entrada por visita al parque	160	40
Canopy: montaña, bosque y río	48	8
Cabalgata por hora (4 caballos)	19	19
Rapel	16	4
Visita guiada a la laguna	32	8
Ciclismo de montaña (arriendo por día)	8	4
Caminatas (Trekking)	32	8

Fuente: elaboración propia

**Tabla 19: Ocupación de servicio al 90% de capacidad**

Oferta Turística	90%	
	Temporada	
	Alta	Baja
5 Habitación Matrimonial	9	5
5 Habitación familiar (4 personas)	18	9
Entrada por visita al parque	180	45
Canopy: montaña, bosque y río	54	9
Cabalgata por hora (4 caballos)	22	22
Rapel	18	5
Visita guiada a la laguna	36	9
Ciclismo de montaña (arriendo por día)	9	5
Caminatas (Trekking)	36	9

Fuente: elaboración propia

Para efectos de mostrar números enteros, se aproximó aquellos valores que presentaron decimales.

### 3.12 Ingresos de la demanda proyectada

Se calcularon los ingresos de acuerdo a la demanda potencial descrita anteriormente, considerando los ingresos por concepto de hotelería y los diferentes servicios que oferta el negocio:

**Tabla 20: Proyección de ingresos a un 80% de capacidad**

Ocupación de días por mes temporada	
Alta	baja
11	9

80% de capacidad: para año 1 y 2					
Oferta Turística	Temporada		Precios t. alta	Precios t. Baja	Valor por año
	Alta	Baja			
5 Habitación Matrimonial	8	4	45.000	27.000	29.592.000
5 Habitación familiar (4 personas)	16	8	40.000	24.000	52.608.000
Entrada por visita al parque	160	40	2.000	1.000	23.280.000
Canopy: montaña, bosque y río	48	8	20.000	15.000	69.840.000
Cabalgata por hora (4 caballos)	19	19	5.000	5.000	11.520.000
Rapel	16	4	15.000	10.000	18.000.000
Visita guiada a la laguna	32	8	1.000	1.000	2.544.000
Ciclismo de montaña (arriendo por día)	8	8	5.000	5.000	4.800.000
Caminatas (Trekking)	32	8	7.000	5.000	16.944.000
Bebidas	160	40	1.000	1.000	12.720.000
					<b>241.848.000</b>
Promedio de ingreso mensual					20.154.000

Fuente: elaboración propia

**Tabla 21: Proyección de ingresos a un 90% de capacidad**

Ocupación de días por mes temporada	
Alta	baja
11	9

90% de capacidad: desde el año 3 al 7					
Oferta Turística	Temporada		Precios t. alta	Precios t. Baja	Valor por año
	Alta	Baja			
5 Habitación Matrimonial	9	5	45.000	27.000	33.291.000
5 Habitación familiar (4 personas)	18	9	40.000	24.000	59.184.000
Entrada por visita al parque	180	45	2.000	1.000	26.190.000
Canopy: montaña, bosque y río	54	9	20.000	15.000	78.570.000
Cabalgata por hora (4 caballos)	22	22	5.000	5.000	12.960.000
Rapel	18	5	15.000	10.000	20.250.000
Visita guiada a la laguna	36	9	1.000	1.000	2.862.000
Ciclismo de montaña (arriendo por día)	9	5	5.000	5.000	4.185.000
Caminatas (Trekking)	36	9	7.000	5.000	19.062.000
Bebidas	180	45	1.000	1.000	14.310.000
					<b>270.864.000</b>
Promedio de ingreso mensual					<b>22.572.000</b>

Fuente: elaboración propia

**Tabla 22: Proyección de ingresos al 100% de capacidad**

Ocupación de días por mes temporada	
Alta	baja
11	9

100% de capacidad: desde el año 8 al 10					
Oferta Turística	Temporada		Precios t. alta	Precios t. Baja	Valor por año
	Alta	Baja			
5 Habitación Matrimonial	10	5	45.000	27.000	36.990.000
5 Habitación familiar (4 personas)	20	10	40.000	24.000	65.760.000
Entrada por visita al parque	200	50	2.000	1.000	29.100.000
Canopy: montaña, bosque y río	60	10	20.000	15.000	87.300.000
Cabalgata por hora (4 caballos)	24	24	5.000	5.000	14.400.000
Rapel	20	5	15.000	10.000	22.500.000
Visita guiada a la laguna	40	10	1.000	1.000	3.180.000
Ciclismo de montaña (arriendo por día)	10	5	5.000	5.000	4.650.000
Caminatas (Trekking)	40	10	7.000	5.000	21.180.000
Bebidas	200	50	1.000	1.000	15.900.000
					<b>300.960.000</b>
Promedio de ingreso mensual					<b>25.080.000</b>

Fuente: elaboración propia

### **Capítulo III: Antecedentes económicos**

Para la puesta en marcha del proyecto Hotel Parque Palgúin se ha definido un proyecto de producción, que involucra la descripción de las inversiones necesarias, tanto en infraestructuras, maquinarias, materiales e insumos y calendario para las obras.

#### **1. Descripción y Localización del proyecto**

El “Hotel Parque Palgúin” estará ubicado en la Región de la Araucanía, entre Pucón y Curarrehue. Las vías de acceso se encuentran en excelentes condiciones, quedando a sólo 25 minutos de Pucón aproximadamente. Está rodeado de un ecosistema propio de los bosques lluviosos del sur de Chile.

#### **Características:**

1. El proyecto se entregará con una fachada que caracterice al Hotel Parque Palgúin.
2. Todo el espacio que contempla el proyecto, cuenta con los servicios necesarios de electricidad, agua potable, pozos sépticos, senderos y medidas de protección.

3. En un terreno de dos hectáreas 20000 m<sup>2</sup>, se construirá el hotel Parque Palguín con 10 habitaciones, distribuidas de la siguiente manera:

- 5 habitaciones matrimoniales para dos personas, con terraza y baño. Construcción de 13 m<sup>2</sup>.
- 5 habitaciones para 4 personas, con baño privado, terraza exterior. Tendrá una superficie de 14 m<sup>2</sup>

**Tabla 23: Distribución y capacidad de habitaciones del Hotel**

<b>Hotel</b>		
<b>Cantidad</b>	<b>Tipo</b>	<b>Personas</b>
5	Matrimonial (doble)	10
5	Familiar (triple)	20
<b>Total potencial de huéspedes</b>		<b>30</b>

Fuente: elaboración propia

### 1.1 Datos generales de la obra: Hotel Parque Palguín

Se confeccionaron los presupuestos de construcción basado en un promedio de precio de mercado y de acuerdo a la norma chilena, “Reglamento de



clasificación, calificación y registro de establecimientos, de alojamiento turístico denominados, hotel, motel, y apart hotel”.

La obra comprende:

1. Arquitectura
2. Estudio de suelo
3. Electricidad
4. Sanitarios
5. Instalaciones
6. Jardinería
7. Vías
8. Alcantarillas
9. Topografía

## **1.2 Descripción de las áreas y costos de construcción**

El hotel tendrá un área de construcción total de 920 m<sup>2</sup> y en la tabla a continuación se detallará los respectivos tamaños de cada área y el costo presupuestado para la obra:

**Tabla 24: Tamaño y costos de construcción Hotel Parque Palguín**

<b>Inversión</b>	<b>Unidad</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Costo total</b>
Portada	M <sup>2</sup>	50	20.000	1.000.000
Sala de recepción	M <sup>2</sup>	35	250.000	8.750.000
Habitación matrimonial	M <sup>2</sup>	65	250.000	16.250.000
Habitación familiar	M <sup>2</sup>	70	250.000	17.500.000
Cocina	M <sup>2</sup>	40	250.000	10.000.000
Comedor	M <sup>2</sup>	120	250.000	30.000.000
Sala primeros auxilios	m <sup>2</sup>	15	180.000	2.700.000
Pasillos internos	M <sup>2</sup>	20	200.000	4.000.000
Servicios higiénicos hombres y mujeres(6)	M <sup>2</sup>	30	200.000	6.000.000
Juegos para Niños	M <sup>2</sup>	40	10.000	400.000
Terraza de reposo (colihue)	M <sup>2</sup>	50	15.000	750.000
Equipamiento Laguna	M <sup>2</sup>	50	20.000	1.000.000
Senderos	M <sup>2</sup>	150	5.000	750.000
Área Verde	M <sup>2</sup>	100	8.000	800.000
Caballerizas	M <sup>2</sup>	40	30.000	1.200.000
Bodega y mantención	M <sup>2</sup>	40	120.000	4.800.000
Caseta de guardia	M <sup>2</sup>	5	120.000	600.000
<b>Suma inversión en construcción</b>				<b>106.500.000</b>

Fuente: Empresa constructora David Araya Ltda.

### 1.3 Carta Gantt de construcción de la obra

Se ha considerado un plazo de 8 meses para la construcción completa del hotel, mientras el lugar funciona con sus otros servicios.

**Tabla 25: Carta Gantt de construcción**

nombre de la Tarea	Meses							
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
Elaboración de Planos	X							
Elaboración de Maqueta	X							
Estudio del Suelo	X							
Preparación del Terreno	X	X						
Permisos de Construcción	X	X						
Construcción de hotel		X	X	X	X	X	X	
Instalación Eléctrica		X	X	X	X	X	X	
Instalación Sanitaria		X	X	X	X	X	X	
Sistema de Bombeo						X	X	
Construcción Portón de Ingreso	X	X						
Apertura								X

Fuente: elaboración propia

## **2. Necesidades de Inversión**

Dada la oferta turística del Hotel Parque Palguín se procede a detallar las necesidades y requerimientos en términos de unidades y costos de acuerdo a la demanda potencial del negocio y de acuerdo a las exigencias legales para este tipo de hotel de montaña.

### **2.1 Implementos, equipos y otros**

Una vez construido el hotel, se ha considerado una inversión inicial \$12.824.500.- para dotar de muebles y elementos necesarios para el comedor y cocina, las habitaciones, sala de recepción y baños. Todos los costos están de acuerdo a los valores de mercado.

**Tabla 26: Costos de implementación general del hotel**

<b>Implementación general del Hotel</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Comedor y cocina</b>			
Juego de mesa comedor (4 sillas)	20	49.990	999.800
Batería de cocina y otros	1	3.500.000	3.500.000
Cubiertos (4 und)	100	790	79.000
Juego de vasos (50)	200	990	198.000
Juego de loza 20 piezas (4 p)	25	24.990	624.750
Mantelería	50	8.990	449.500
<b>Habitaciones</b>			
Camas de una plazas	20	150.000	3.000.000
Camas de dos plazas	5	300.000	1.500.000
Sillas	30	5.000	150.000
Sábanas 2 plazas	10	12.990	129.900
Sábanas 1 plaza	40	4.990	199.600
Lámparas	30	4.990	149.700
Cómodas	15	34.990	524.850
Veladores	30	19.990	599.700
<b>Sala de recepción</b>			
Sofás	10	59.990	599.900
<b>Baño</b>			
Basureros	20	5.990	119.800
<b>Total mueble y útiles</b>			<b>12.824.500</b>

Fuente: elaboración propia según precios de mercado.

## 2.2 Maquinarias y equipos

La dotación para las áreas del hotel es:

**Tabla 27: Costos de Maquinarias y equipos**

<b>Maquinarias y Equipos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Televisores	10	89.990	899.900
Aire acondicionado	10	269.900	2.699.000
Frigobar	10	85.990	859.900
Lavadora	1	2.500.000	2.500.000
Cocina industrial	1	800.000	800.000
Equipo de sonido	1	500.000	500.000
<b>Total Maquinarias y equipos</b>			<b>8.258.800</b>

Fuente: elaboración propia de acuerdo a precios de mercado

## 2.3 Muebles y equipos de oficina

Área administrativa: gerencia general, administrativo, y recepcionista se le asignará equipamiento para su funcionamiento, tanto en muebles como en tecnología.

**Tabla 28: Costos muebles y equipos de oficina**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Anual</b>
Escritorio (área administrativa)	4	49.990	199.960
Silla Ejecutiva	4	18.000	72.000
Computadores	4	250.000	1.000.000
Impresoras	2	70.000	140.000
Notebook	2	400.000	800.000
<b>Total muebles y equipos de oficina</b>			<b>2.211.960</b>

Fuente: elaboración propia de acuerdo a precios de mercado

## 2.4 Instalaciones deportivas

Esta inversión contempla 10 bicicletas que serán usadas en ciclismo de montaña:

**Tabla 29: Costos artículos deportivos**

<b>Artículos deportivos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Bicicletas	10	350.000	3.500.000
<b>Total Artículos deportivos</b>			<b>3.500.000</b>

Fuente: elaboración propia de acuerdo a precios de mercado

## 2.5 Depreciación del activo fijo

Para el cálculo de la depreciación del activo fijo, se utilizó el método de depreciación lineal que está basado en función del tiempo y no del uso, de esta manera se establece que los bienes se depreciarán en relación a la vida útil determinada de acuerdo a la tabla de vida útil del activo inmovilizado determinada por El SII.

Los cálculos de depreciación se encuentran en el anexo adjunto y a continuación se presenta un cuadro general con la vida útil de los activos fijos del Hotel Parque Palguín. (Ver anexo 2)

**Tabla 30: Vida útil del activo fijo**

Detalle	Depreciación		
	Valor de compra	Vida útil en años	Vida Útil en meses
Caballos	4.000.000	8	96
Muebles y útiles	12.824.500	10	120
Muebles y equipos de oficina	2.211.960	5	60
Infraestructura	106.500.000	30	360
Maquinarias y Equipos	8.258.800	10	120
Artículos deportivos	3.500.000	5	60

Fuente: elaboración propia en base información del S.I.I.



### 3. Gastos de constitución

Para la constitución de la empresa se requiere invertir en gastos de iniciación tanto en escrituras, asesorías legales y trámites, cuyos gastos se detallan a continuación:

**Tabla 31: Gastos de organización y puesta en marcha**

<b>Gastos de organización y puesta en marcha</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Costo Total</b>
Notaria	500.000
Abogado	600.000
Impuestos, tasas y permisos	1.200.000
<b>TOTAL</b>	<b>2.300.000</b>

Fuente: elaboración propia

Los gastos serán amortizados en cinco años y serán representados en el estado de resultados.

**Tabla 32: Amortización de gastos de constitución**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Notaria	500.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Abogado	600.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000
Impuestos, tasas y permisos	1.200.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
<b>Total gastos de amortización</b>	<b>2.300.000</b>	<b>460.000</b>	<b>460.000</b>	<b>460.000</b>	<b>460.000</b>	<b>460.000</b>

Fuente: elaboración propia

#### **4. Costos de funcionamiento**

Una vez detallada la inversión inicial, se procede a detallar los costos asignados al funcionamiento y desarrollo del hotel, en relación a su posible demanda.

Como se había detallado anteriormente en el cálculo de la demanda proyectada para este negocio, los costos hacen referencia al 80%, 90% y 100% de funcionamiento del Hotel Parque Palguín.

##### **4.1 Costo de operación**

Son todos los costos necesarios que influyen directamente en la oferta de los servicios del Hotel Parque Palguín:

**Tabla 33: Costo de operación al 80% de capacidad de funcionamiento**

80% de capacidad: para año 1 y 2	
<b>Detalle</b>	<b>Valor por año</b>
Insumos de cocina	4.464.000
Insumo para animales	2.880.000
Insumos de higiene	3.348.000
Insumos de enfermería	240.000
<b>Servicios básicos</b>	
Luz	1.200.000
Agua	2.400.000
Teléfono	600.000
Gas	1.800.000
<b>Mercaderías</b>	
Bebidas	5.724.000
	22.656.000
Gasto mensual	1.888.000

Fuente: elaboración propia de acuerdo a precio de mercado

**Tabla 34: Costo de operación al 90% de capacidad de funcionamiento**

90% de capacidad: para año 3 al 7	
<b>Detalle</b>	<b>Valor por año</b>
Insumos de cocina	5.022.000
Insumo para animales	2.880.000
Insumos de higiene	3.766.500
Insumos de enfermería	240.000
<b>Servicios básicos</b>	
Luz	1.200.000
Agua	2.400.000
Teléfono	600.000
Gas	1.800.000
<b>Mercaderías</b>	
Bebidas	6.439.500
	24.348.000
	2.029.000

Fuente: elaboración propia de acuerdo a precios de mercado

**Tabla 35: Costo de operación al 100% de capacidad de funcionamiento**

100% de capacidad: para año 8 al 10	
<b>Detalle</b>	<b>Valor por año</b>
Insumos de cocina	5.580.000
Insumo para animales	2.880.000
Insumos de higiene	4.185.000
Insumos de enfermería	240.000
<b>Servicios básicos</b>	
Luz	1.200.000
Agua	2.400.000
Teléfono	600.000
Gas	1.800.000
<b>Mercaderías</b>	
Bebidas	7.155.000
	26.040.000
	2.170.000

Fuente: elaboración propia de acuerdo a precios de mercado

## 4.2 Gastos de administración y de ventas

De gran importancia son los gastos asignados a este concepto, dado que involucra el funcionamiento operativo del hotel, tanto en el personal, los insumos necesarios y el presupuesto de gastos de comunicación que permiten que esta empresa se mantenga en conocimiento de nuestros potenciales clientes.

A continuación se muestra un resumen y luego un detalle por cada cuenta:

**Tabla 36: Resumen de gastos de administración y de ventas**

<b>Gastos de administración y de ventas</b>	
<b>Suministros de Oficina</b>	<b>Anual</b>
Gastos en comunicación	1.400.000
Materiales de oficina	236.500
Remuneraciones	126.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>127.636.500</b>

Fuente: elaboración propia

**Tabla 37: Presupuesto anual de comunicaciones**

<b>Presupuesto Anual de Comunicación</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Precio</b>
Difusión en Revistas y diarios	300.000
Guías de Viajero	180.000
Agencias de Viajes	500.000
Internet	150.000
Volantes	120.000
Relaciones Públicas	150.000
<b>Total</b>	<b>1.400.000</b>

Fuente: elaboración propia

**Tabla 38: Gastos en suministros de oficina**

<b>Suministros de Oficina</b>			
<b>Suministros de Oficina</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Anual</b>
Resmas de Papel	5	2.500	12.500
Tinta impresora	6	9.000	54.000
Caja de Clips	4	250	1.000
Post it pequeños	5	200	1.000
Archivadores	10	800	8.000
Lápiz (caja)	30	4.500	135.000
Otros gastos	1	25.000	25.000
<b>TOTAL</b>			<b>236.500</b>

Fuente: elaboración propia de acuerdo a precios de mercado

**Tabla 39: Gatos en personal**

<b>Detalle</b>	<b>cant.</b>	<b>\$p/p</b>	<b>Anual</b>
Gerente General	1	1.200.000	14.400.000
Administrativo	1	650.000	7.800.000
Contador (externo)	1	50.000	600.000
Seguridad	2	192.000	4.608.000
Mantenimiento (media jornada)	2	400.000	9.600.000
Recepción	2	450.000	10.800.000
Cocineros	2	192.000	4.608.000
Garzones	2	192.000	4.608.000
Chofer	1	180.000	2.160.000
Mucamas	4	192.000	9.216.000
Guías	6	800.000	57.600.000
			<b>126.000.000</b>
<b>Gasto Mensual</b>			<b>10.500.000</b>

Fuente: elaboración propia

**5. Financiamiento**

De acuerdo a la estimación de puesta en marcha del proyecto, se requiere un financiamiento de \$ 167.615.260 (ciento sesenta y siete millones, seiscientos quince mil doscientos sesenta pesos).



## **Capítulo IV: Aspectos organizacionales y legales**

La importancia de realizar un análisis organizacional del Hotel, es que nos permitirá establecer los lineamientos estratégicos que conducirán a la organización a un pleno desarrollo productivo, utilizando los recursos humanos adecuados y maximizando los recursos.

### **1. Gobierno corporativo y Planificación estratégica**

Hotel Parque Palguín se visualiza como una gran alternativa para el desarrollo turístico en la zona de Palguín Alto y Bajo, para ello es indispensable tener conciencia del desarrollo del mercado y por supuesto de la competencia y contar con un equipo humano que sea capaz de enfrentar el desarrollo de la empresa acorde con las exigencias de un mercado altamente competitivo. Para ello se facilitarán todos los medios necesarios para que se haga efectivo el trabajo en equipo, en la misma dirección en que se plantea la misión, visión y objetivos organizacionales.

## 1.1 Misión

Garantizar un desarrollo turístico en la localidad de Palguín de manera sustentable, efectiva, con calidad, confiabilidad y seguridad.

Aportar, paralelamente, al desarrollo medio ambiental de la zona, procurando educar y concientizar sobre el cuidado de nuestros recursos naturales.

1. **Garantizar:** Los clientes contarán siempre con el profesionalismo del personal de servicio, contando con una alta calidad de las instalaciones en hotelería y una gran variedad de actividades de esparcimiento.
2. **Sustentable:** Económica, social y medioambiental.
3. **Efectiva:** Menor costo operacional y financiero posible; alta rentabilidad y un servicio oportuno.
4. **Confiabilidad:** comprometidos con entregar un servicio que cumpla con estándares de calidad y transparencia.
5. **Seguridad:** Preocupados de la seguridad de los clientes con servicios de mantención de los equipos de actividades de turismo aventura.

## **1.2 Visión**

- Ser uno de los mejores hoteles de montaña de Pucón con un servicio eficiente, seguro y con un alto compromiso medio ambiental.
- Convertirse en una referencia regional en el desarrollo del deporte aventura.
- Ser una empresa preocupada de sus clientes y de la constante profesionalización de sus recursos humanos.

## **1.3 Objetivos**

El Hotel Parque Palguín tiene por objetivo la realización de todas las actividades propias del servicio de hotelería de montaña y de deporte aventura, pudiendo ampliar sus actividades a otras formas de entretención que no contradigan la filosofía organizacional.

## **1.4 Nuestros valores**

Centramos nuestros valores en cinco principios que consideramos fundamentales para el desarrollo organizacional y bajo este eje se enmarcarán las decisiones y acciones de sus trabajadores quienes son la

cara visible e inmediata frente a nuestros clientes.

1. **Preocupación por el cliente:** trabajamos para entregar el mejor servicio hotelero y deporte aventura.
2. **Seguridad:** Tu seguridad es lo más importante y está primero que todo.
3. **Eficiencia:** Queremos ser un punto de referencia que vincule tanto su rentabilidad y el cuidado de los recursos naturales
4. **Colaboración:** el trabajo en equipo es nuestra prioridad
5. **Transparencia:** nuestros actos son transparentes y cumplen con todos los reglamentos y estándares de calidad.

### **1.5 Marco normativo**

Hotel Parque Palguín es una organización de responsabilidad Limitada. Está constituida por escritura pública y su extracto inscrito en el Registro de Comercio y publicado en el Diario Oficial. En lo no previsto por la ley que trata las sociedades de responsabilidad limitada se rigen supletoriamente por las normas de la sociedad colectiva contempladas en el Código Civil y en el Código de Comercio.

Tributa en primera categoría y está considerada como una Pequeña empresa de acuerdo a lo que estipula el Servicio de Impuestos Internos (S.I.I):

“Contribuyentes que realicen inicio de actividades en Primera Categoría o en Segunda Categoría (excluyendo a personas naturales) que declaren capital mayor o igual a 1.350 UTM y menor a 75.000 UTM”.

Está obligada a llevar contabilidad completa y a realizar sus balances de manera anual en un período que comprende desde el 01 de enero hasta el 31 de diciembre.

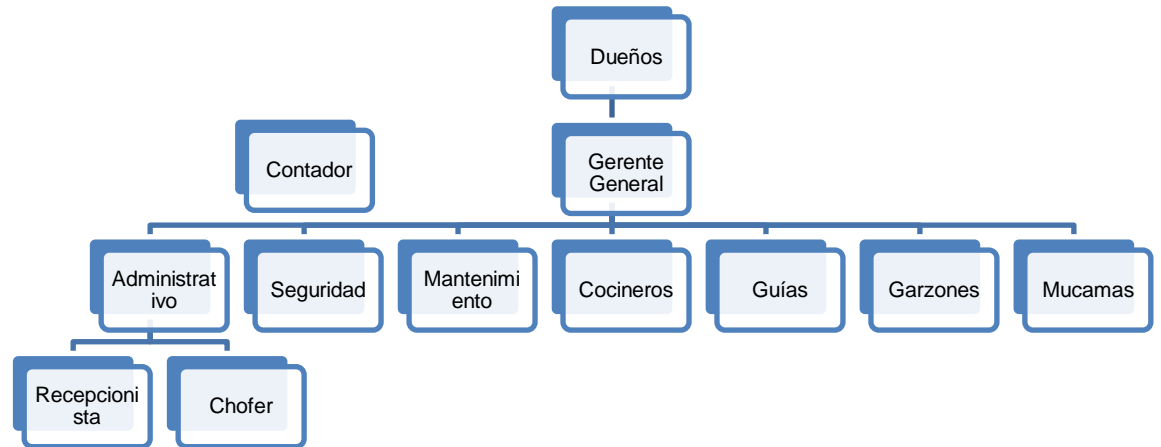
Debe realizar declaraciones juradas y declaración de renta en el período estipulado por el SII.

## **1.6 Estructura organizacional**

El Hotel Parque Palguín contempla un sistema de organización Lineal-Funcional, en donde el cumplimiento de los objetivos, tareas y obligaciones comienza en la jerarquía y desde ahí se deslindan las obligaciones a los estamentos que le prosiguen.

El contador es externos por lo que se considera como staff

**Figura 3: Estructura organizacional Hotel Parque Palguín**



Fuente: elaboración propia

### 1.6.1 Análisis y descripción de cargo

Para el buen funcionamiento del hotel, se requiere 23 personas, más un contador externo que cumpla con las obligaciones contables y tributarias a las que está afectada la empresa. Cada cargo tendrá su propio análisis y descripción.

A continuación se muestra cuadro de dotación de personal que necesita el Hotel Parque Palguín:

**Tabla 40: Personal Hotel Parque Palguín**

<b>Detalle</b>	<b>cant.</b>
Gerente General	1
Administrativo	1
Contador (externo)	1
Seguridad	2
Mantenimiento (media jornada)	2
Recepción	2
Cocineros	2
Garzones	2
Chofer	1
Mucamas	4
Guías	6

Fuente: elaboración propia

Los salarios según cargo serán los siguientes:

**Tabla 41: Sueldos y honorarios personal y staff**

<b>Detalle</b>	<b>cant.</b>	<b>\$p/p</b>	<b>Anual</b>
Gerente General	1	1.200.000	14.400.000
Administrativo	1	650.000	7.800.000
Contador (externo)	1	50.000	600.000
Seguridad	2	192.000	4.608.000
Mantenimiento (media jornada)	2	400.000	9.600.000
Recepción	2	450.000	10.800.000
Cocineros	2	192.000	4.608.000
Garzones	2	192.000	4.608.000
Chofer	1	180.000	2.160.000
Mucamas	4	192.000	9.216.000
Guías	6	800.000	57.600.000
			<b>126.000.000</b>
<b>Gasto Mensual</b>			<b>10.500.000</b>

Fuente: elaboración propia

## **2. Organismos de apoyo**

1. Oficina de turismo municipal
2. Cámara de comercio de Pucón
3. Sernatur
4. Centros académicos de turismo
5. Corfo



## Capítulo V: Análisis económico- financiero

### 1. Proyección financiera

El Hotel Parque Palguín es un proyecto de inversión que busca tener una gran rentabilidad y crecimiento en el tiempo, así mismo, ampliar su mercado y convertirse en una potencial oferta turística en la zona.

Para generar una proyección financiera del negocio se procede a confeccionar los flujos de caja, balance pro-forma y estado de resultados.

#### 1.1 Inversión inicial

Para inicial el proyecto se requerirá de la siguiente inversión:

**Tabla 42: Inversión inicial**

Inventario inicial	
Detalle	Monto
Instalaciones	106.500.000
Terrenos	25.000.000
Caballos	4.000.000
Artículos deportivos	3.500.000
Muebles y útiles	12.824.500
Muebles y equipos de oficina	2.211.960
Maquinarias y equipos	8.258.800
Mercaderías e insumos	3020000
Gastos de organización y puesta en marcha	2300000
<b>Total inversión inicial</b>	<b>167.615.260</b>

Fuente: elaboración propia

## **1.2 Resultados y situación financiera**

Las empresas están obligadas por ley a presentar informes, en este caso por ser una empresa de responsabilidad limitada, le corresponde presentar un balance general y un estado de resultado una vez al año.

### **1.2.1 Proyección del Balance proforma**

En el Balance proforma nos muestra una proyección de los movimientos contables en un período de 10 años en que se ha basado el estudio de factibilidad.

Se observa que la relación entre egresos e ingresos es positiva y incrementado la utilidad año a año (Ver Balance proforma en anexo 3).

### **1.2.2 Estado de resultados**

En el Estado de Pérdidas y Ganancias o Estado de Resultados se refleja el nivel de utilidad anual, considerando tanto costos como ingresos y su aumento progresivo en el tiempo considerando su funcionamiento al 80%, 90% y 100%. (Ver Estado de Resultados en anexo 4).

### **1.2.3 Flujo efectivo**

Este cuadro contempla una relación de todos los ingresos y egresos proyectados a 10 años de acuerdo a la oferta turística, así mismo considera la inversión inicial.

Se especifica de la misma manera todos los gastos reales, comprendidos en el período de 10 años, contemplando los costos de operación, los gastos de administración y de venta.

Una vez conocidos estos resultados se procede a relacionar los ingresos y gastos cuyo saldo es traspasado al período siguiente. (Ver flujo de caja en anexo 5)

## **2. Evaluación financiera**

Los ingresos se calcularon en base a la proyección de la demanda al igual que sus costos.

Gran parte de los ingresos que este proyecto reporta no tienen mayores costos asociados, dado que la naturaleza del lugar proporciona la oportunidad de explotar sus riquezas, de una manera sustentable y sin dañar el ecosistema. Permitiendo contar con una base de ingresos paralelos a la hotelería

### **2.1. Flujo de caja neto**

Este proyecto de inversión requiere de agentes externos para su financiamiento. Se presenta el flujo de caja Neto proyectado a 10 años para el análisis de la rentabilidad del negocio. (Ver Flujo efectivo en anexo 6)

## 2.2. Valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR)

Tabla 43: Cálculo de valor actual neto, Tir, Costo Beneficio, Trema

### Evaluación a una tasa de interés de 12%

Año	Ingresos	Egresos	Flujo efectivo	Tasa de descuento	Montos actualizados		Flujo efectivo
				0,12	Ingresos	Egresos	
0	0	167.615.260	-167.615.260	1,12	0	167.615.260	-167.615.260
1	241.848.000	282.387.760	-40.539.760	1,12	215.935.714	252.131.929	-36.196.214,29
2	241.848.000	150.292.500	91.555.500	1,12	192.799.745	119.812.261	72.987.484,06
3	270.864.000	151.984.500	118.879.500	1,12	192.795.645	108.179.565	84.616.079,97
4	270.864.000	151.984.500	118.879.500	1,12	172.138.969	96.588.897	75.550.071,40
5	270.864.000	151.984.500	118.879.500	1,12	153.695.508	86.240.087	67.455.420,89
6	270.864.000	151.984.500	118.879.500	1,12	137.228.132	77.000.078	60.228.054,37
7	270.864.000	151.984.500	118.879.500	1,12	122.525.118	68.750.069	53.775.048,54
8	300.960.000	153.676.500	147.283.500	1,12	121.552.696	62.067.361	59.485.335,41
9	300.960.000	153.676.500	147.283.500	1,12	108.529.193	55.417.287	53.111.906,61
10	300.960.000	153.676.500	147.283.500	1,12	96.901.065	49.479.720	47.421.345,19
	2.740.896.000	1.821.247.520	919.648.480		1.514.101.785	1.143.282.513	370.819.272

VAN	370.819.272
TIR	24%
Costo/beneficio	1,324346142

**Evaluación a una tasa de interés de 14%**

Año	Ingresos	Egresos	Flujo efectivo	Tasa de descuento	Montos actualizados		Flujo efectivo
				0,14	Ingresos	Egresos	
0	0	167.615.260	-167.615.260	1,14	0	167.615.260	-167.615.260
1	241.848.000	282.387.760	-40.539.760	1,14	212.147.368	247.708.561	35.561.192,98
2	241.848.000	150.292.500	91.555.500	1,14	186.094.183	115.645.199	70.448.984,30
3	270.864.000	151.984.500	118.879.500	1,14	182.825.485	102.585.208	80.240.276,36
4	270.864.000	151.984.500	118.879.500	1,14	160.373.232	89.987.025	70.386.207,33
5	270.864.000	151.984.500	118.879.500	1,14	140.678.274	78.935.987	61.742.287,13
6	270.864.000	151.984.500	118.879.500	1,14	123.401.995	69.242.094	54.159.901,00
7	270.864.000	151.984.500	118.879.500	1,14	108.247.364	60.738.679	47.508.685,08
8	300.960.000	153.676.500	147.283.500	1,14	105.504.253	53.872.689	51.631.564,56
9	300.960.000	153.676.500	147.283.500	1,14	92.547.590	47.256.744	45.290.846,10
10	300.960.000	153.676.500	147.283.500	1,14	81.182.097	41.453.285	39.728.812,37
	2.740.896.000	1.821.247.520	919.648.480		1.393.001.841	1.075.040.730	317.961.111

VAN	317.961.111
TIR	22%
Costo/beneficio	1,295766572

**Evaluación a una tasa de interés de 16%**

Año	Ingresos	Egresos	Flujo efectivo	Tasa de descuento	Montos actualizados		Flujo efectivo
				0,16	Ingresos	Egresos	
0	0	167.615.260	-167.615.260	1,16	0	167.615.260	-167.615.260
1	241.848.000	282.387.760	-40.539.760	1,16	208.489.655	243.437.724	34.948.068,97
2	241.848.000	150.292.500	91.555.500	1,16	179.732.461	111.691.810	68.040.651,01
3	270.864.000	151.984.500	118.879.500	1,16	173.531.100	97.370.036	76.161.063,90
4	270.864.000	151.984.500	118.879.500	1,16	149.595.776	83.939.686	65.656.089,57
5	270.864.000	151.984.500	118.879.500	1,16	128.961.876	72.361.799	56.600.077,22
6	270.864.000	151.984.500	118.879.500	1,16	111.174.031	62.380.861	48.793.170,01
7	270.864.000	151.984.500	118.879.500	1,16	95.839.682	53.776.604	42.063.077,60
8	300.960.000	153.676.500	147.283.500	1,16	91.800.461	46.875.245	44.925.216,87
9	300.960.000	153.676.500	147.283.500	1,16	79.138.329	40.409.694	38.728.635,23
10	300.960.000	153.676.500	147.283.500	1,16	68.222.697	34.835.943	33.386.754,51
	2.740.896.000	1.821.247.520	919.648.480		1.286.486.069	1.014.694.662	271.791.407

VAN	271.791.407
TIR	20%
Costo/beneficio	1,267855363

Fuente: elaboración propia utilizando planillas de cálculo Excel

Para el caso del **VAN** considerando un período de evaluación de 10 años y aplicando tasas de descuento de 12%, 14% y 16% en todos los casos se observan resultados positivos, por lo tanto se determina que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero.

En el caso de la TIR habiendo aplicado las tasa del 12%, 14% y 16% se obtiene un 24%, 22 y 20% respectivamente, se concluye que la inversión genera una rentabilidad

La relación costo/beneficio, resulta positiva para cada caso (sobre un peso), obteniendo ganancia por cada peso invertido.

### **3. Análisis de sensibilidad**

La TIR y el VAN de un del proyecto pueden variar por influencias de distintas variables y su efecto puede ser negativo o positivo, por lo resulta de gran importancia someter la proyección de este proyecto a diversos escenarios de comportamiento de algunas variables que ha considerado relevantes.

#### **1. Factores negativos**

Una de las variables importantes a reconocer en este estudio de sensibilidad es aquella que dice relación con la evolución de la economía, variación de la tasa de inflación, aumento en los costos de las importaciones, que pueden influir en los costos de las materias primas y los costos de construcción. Por otra parte la disminución de la tasa de empleo afecta directamente a la demanda anual y diaria de un negocio, esto afecta a los ingresos, que a su vez estos están afectados a



los precios, y así sucesivamente existe una cadena de variables que hacen que un proyecto de este tipo pueda ser sensible a estos cambios. Por otra parte la región está expuesta a desastres naturales por su geografía volcánica y sísmica. En fin, la idea es enfrentar nuestro negocio a estas dificultades externas y ver cuál sería su incidencia en la variación del I VAN y la TIR proyectada.

## **2. Factores positivos**

Así como el proyecto puede ser afectado negativamente, existe la posibilidad que haya otros factores que alteren positivamente nuestro negocio y afecten especialmente a la demanda. Un ejemplo de ello es la competitividad que ha logrado Chile y especialmente esta región en cuanto a los servicios para los turistas nacionales y extranjeros y la explotación del entorno natural. Por otro lado, Chile es uno de los países más estables de la región y por lo mismo esto hace atractivo para el extranjero e inversionista.

Una disminución en los costos y un aumento de la demanda, por ejemplo, sería un escenario muy rentable, o un aumento en la demanda diaria y anual permitiría un crecimiento en el VAN y la TIR y por consiguiente una mayor rentabilidad.

A continuación presentamos un cuadro en donde aparecen distintos escenarios favorables y desfavorables:

Tabla 44: Análisis de sensibilidad

Nº	Escenarios	Variación	VAN			TIR			Costo /Beneficio			Aceptable		
			Tasa de descuento			1	2	3	1	2	3	1	2	3
			12%	14%	16%									
1	Aumento en el costo de venta	15%	350.336.717	299.093.258	254.345.216	23%	21%	19%	1,30	1,27	1,25	SI	SI	SI
2	Aumento en los costos de construcción	10%	350.660.344	297.969.006	251.960.372	22%	20%	18%	1,30	1,27	1,24	SI	SI	SI
3	Disminución de días de ocupación mensual	10 % alta 15% baja	236.453.177	194.339.582	157.620.544	16%	14%	12%	1,21	1,18	0,12	Si	SI	NO
4	Aumento de Costos de construcción  Disminución de la Demanda anual	10%  10% alta 15% baja	216.294.249	174.347.476	137.789.510	14%	12%	10%	1,19	1,16	1,13	SI	NO	NO
	Disminución de costo de venta	10%	384.474.309	330.539.680	283.422.201	25%	23%	21%	1,34	1,31	1,28	SI	SI	SI
6	Aumento de la demanda anual	10%	505.185.367	441.582.641	385.962.270	33%	31%	28%	1,44	1,41	1,38	SI	SI	SI
7	Disminución del costo de venta Aumento de la demanda anual	10% 10%	518.840.403	454.161.210	397.593.063	34%	31%	29%	1,46	1,42	1,39	Si	Si	Si

Fuente: elaboración propia

## **Conclusiones y recomendaciones**

Hotel Parque Palguín es un proyecto de hotel de montaña que busca brindar un servicio a aquellos turistas nacionales y extranjeros que buscan tener una experiencia que los desvincule de la ciudad y por lo mismo del ruido, del estrés y de la rutina.

Dado lo anterior, Hotel parque Palguín se convierte en una gran opción al momento de planificar las vacaciones, porque que se encuentra ubicado en una de las zonas turísticas más importantes de Chile: Villarrica y Pucón, esta última considerada la capital del turismo aventura.

Las características de esta zona son las ideales para aquellos que buscan tranquilidad y un cambio en la rutina, ya que cuenta con una gran cantidad de posibilidades y paisajes naturales como ríos, volcanes, lagos, bosque, termas, parques nacionales, flora, fauna, servicios de ecoturismo, turismo aventura y toda la naturaleza a disposición del turista.

Es importante señalar que estas localidades son las más visitadas de la región de La Araucanía y prestan servicios durante todo el año.

Basados en un estudio de mercado, en donde se aplicó una encuesta cerrada a 200 personas, cuya edad está entre los 20 y 74 años y

segmentadas en dos grupos etarios de manera discrecional; el primero entre los 20 y 39 años que buscan desarrollar turismo aventura y el segundo desde los 40 a 74 años pensando en un turismo de descanso y de contemplación, se ha formulado una oferta turística que vincula los gustos, preferencias y precios al alcance de la demanda.

Por lo anterior y en conformidad con su misión, visión y objetivos, anterior Hotel Parque Palguín ofrece lo siguiente:

- Precios accesibles
- Comodidad en sus instalaciones
- Variedad de destinos turísticos
- Actividades de ecoturismo y turismo aventura
- Profesionales dispuestos a satisfacer las necesidades de los cliente
- Cumplimientos de los estándares normativos
- Fácil accesibilidad

La encuesta arrojó que muchas de las personas no conocen el sector de Palguín como destino turístico, por lo que se hace indispensable realizar un trabajo de comunicaciones y para ello este proyecto cuenta con presupuesto anual el cual estará destinado a hacer publicaciones en revistas, desarrollar

una página web institucional, a crear vínculos con las oficinas de turismo de la zona, en general desplegar todas las medidas necesarias para ofertar los servicios de Hotel.

### **Aspectos contables**

El balance proforma y el estado de resultado proyectado a 10 años, nos arroja utilidades todos los años que contempla la evaluación de proyecto, por lo que se considera que es positivo dado que el negocio permite generar las condiciones para cancelar sus pasivos e invertir en sus activos

La proyección de los ingresos se realizó en base a la ocupación mínima de la demanda proyectada que puede tener el Hotel Parque Palguín: 11 días mensuales en temporada alta y 9 días mensuales en temporada baja, considerando una utilización al 80%, 90% y 100% de su capacidad de atención en las instalaciones.

En cuanto a sus costos, los principales son aquellos asociados al servicio de hotelería: costo de operación y gastos de administración y de venta, a diferencia de los gastos que se realizan por conceptos de servicios de ecoturismo y turismo aventura, en donde principalmente está asociado a personal y mantención, lo demás se encuentra en la naturaleza.

Es importante destacar que gran parte de los materiales de construcción en la inversión inicial del hotel se encuentran en lugar. Entre ellos maderas nativas, coligues, áridos (ripio, arenas), agua. Esto permite optimizar los recursos y por supuesto baja considerablemente el costo en infraestructura.

El salto de Palguín genera ingresos y prácticamente no tiene costos financieros. Lo mismo sucede con el canopy Palguín, dado que sus instalaciones son de bajo costo de una vida útil de 15 años.

### **Aspectos financieros**

Para la puesta en marcha del Hotel Parque Palguín se estima una inversión de \$167.615.260 (ciento sesenta y siete millones seiscientos quince mil doscientos sesenta pesos).

En cuanto a la evaluación financiera el VAN, aplicándole una tasa de descuento de un 12%, 14% y 16% en todos los casos nos da valores positivos, por lo tanto desde este punto de vista financiero es rentable, así mismo la TIR considerando las tasas anteriores nos arroja 24%, 22% y 20%

respectivamente siendo igualmente rentable lo que recomienda su ejecución. La relación costo beneficio nos da un resultado por sobre el peso, lo que significa que por cada peso invertido se obtienen una ganancia.

Al aplicar la tabla de sensibilidad el proyecto se ve afectado de manera negativa principalmente cuando disminuye la demanda de ocupación mensual. Sin embargo aplicando otros factores de riesgo negativos no afecta la rentabilidad considerablemente.

Después de haber realizado el análisis de factibilidad financiera y haber desarrollado análisis de flujos y haber aplicado técnicas contables para desarrollar los estados financieros, este proyecto resulta ventajoso tanto para los inversionistas como para la localidad, dado que se convierte en fuente de trabajo para el sector y aporta a la calidad de los servicios que está acostumbrado recibir el turista en las zonas de Pucón y Villarrica, por lo mismo, tiene un impacto social el cual no se ha medido en este proyecto, pero que seguro la zona de Palguín se verá beneficiada.



## **Recomendaciones**

Algunas recomendaciones una vez desarrollado el proyecto son:

- Mantener un sistema de control de gestión en todo el proceso y desarrollo del negocio
- Considerar la innovación como un eje primordial dentro de las estrategias del negocio, tanto en el marketing, calidad de los servicios, mejoramiento de la instalaciones, entre otros
- Reinvertir en el negocio a un mediano plazo
- Extender los servicios del Hotel.
- Mejorar las condiciones laborales en cuanto a remuneraciones y beneficios.
- Aumentar la cantidad de personal
- Realizar estudios financieros posteriores
- Incluir el análisis TREMA
- Preparar y evaluar el proyecto
- Estudiar la posible integración de las comunidades indígenas aledañas al proyecto.

## Bibliografía

- SAPAG, Chain N., SAPAG, Chain R. Preparación y evaluación de proyectos. 2da edición. México: Mc-Graw Hill, 1991, ISBN 968-422-045-6
- Chiavenato, Idalberto. Administración de Recursos Humanos. 5ta edición. Colombia: Mc-Graw Hill, 2001, ISBN 85-224-2004-1
- BONNETT FONSECA, Cecilia. Plan de Negocios Arte y Café. Trabajo de Grado para optar el Título de “Administrador de Empresas”. Bogotá, Colombia. Universidad EAN, Facultad de estudios a distancia, 2011.
- Boletín estadístico de turismo Región de La Araucanía. Instituto Nacional de Estadísticas, enero 2012.
- Decreto supremo nº 227, modificado por Decreto Supremo 148. Promulga “Reglamento, clasificación, calificación y registro de establecimientos del alojamiento turístico denominados hotel, motel, y apart hotel. Diario oficial de la República de Chile 11 de diciembre, 2003
- FERNANDEZ, Pita. Determinación del tamaño muestral (en línea). Disponible:  
<http://www.fisterra.com/mbe/investiga/9muestras/9muestras2.asp>

- Ocupación llegó hasta 90% en balnearios del país durante el feriado.  
(En línea) Disponible:  
<http://www.plataformaurbana.cl/archive/2012/07/03/ocupacion-llego-hasta-90-en-balnearios-del-pais-durante-el-feriado/>
- Evaluación Financiera (En línea) disponible:  
<http://www.ii.iteso.mx/proy%20inv/EvaluacionFinanciera.htm>
- Tasa de descuento (en línea) disponible:  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa\\_de\\_descuento](http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_descuento)
- Curso de evaluación de proyecto (en línea) disponible:  
<http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-20.htm>
- HERRERA, Beatriz, Acerca de la tasa de descuento en proyectos (en línea) disponible en <http://www.crecenegocios.com/como-hallar-la-demanda-potencial/>
- Crédito CORFO de inversión (en línea) disponible:  
<http://www.slideshare.net/ceamufro/crdito-corfo-inversin>

- Metodología General de Preparación y Evaluación de Proyectos. Ministerio de Planificación, División de Planificación, Estudios e Inversión Departamento de Inversiones, disponible: [http://guiametodologica.dbe.uchile.cl/documentacion/metodologia\\_preparacion\\_evaluacion\\_proyectos.pdf](http://guiametodologica.dbe.uchile.cl/documentacion/metodologia_preparacion_evaluacion_proyectos.pdf)
- Pagina turismo y servicio de Pucón. Disponible: [http://www.pucononline.cl/servicio.php?p\\_id=32](http://www.pucononline.cl/servicio.php?p_id=32)
- Calculadora financiera. (en línea) Disponible: [:http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=30000000000000082&idCategoria=10#tabla](http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=30000000000000082&idCategoria=10#tabla)
- Estado de resultados (en línea) disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Estado\\_de\\_resultados](http://es.wikipedia.org/wiki/Estado_de_resultados)
- Pucón. (en línea) disponible: <http://www.visitvillarrica.cl/nuestra-ciudad/geografia/>
- Villarrica (en línea) disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Villarrica\\_\(Chile\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Villarrica_(Chile))

- Diccionario (en línea) disponible:

<http://hibridacion.wordpress.com/2009/09/13/etimologia-de-empresa-y-empresario-aproximacion-cultural-a-estos-terminos/>

# ANEXOS

## Anexo 1: Formulario de encuesta

### Tabulación de datos según grupo etario de la muestra

- ¿Estaría Dispuesto a contestar el siguiente formulario?

Si	No	Total

- Identifique su rango de edad.

Tamaño de la muestra por grupo etario

Grupo etario	Tamaño de la muestra	%
<b>Total</b>		

### Preguntas sobre gustos y preferencias

- Al momento de escoger un destino turístico, usted prefiere...

Destino turístico para vacacionar por grupo etario

Grupo etario	Playas de Pucón	Montaña y vida campestre, Palguín	Zona urbana, casinos, otros	N0 contesta	Total
<b>Total</b>					

- ¿Ha visitado usted alguna vez la localidad de Palguín?

### Reconocimiento de Palguín por grupo etario

Grupo etario	Si	No	Total
<b>Total</b>			

3. ¿Identifica usted Palguín, como un lugar en donde se pueden realizar actividades de ecoturismo?

### Reconocimiento de Palguín como zona de ecoturismo por grupo etario

Grupo etario	Si	No	No Sabe / no contesta	Total
<b>Total</b>				

4. ¿Cuáles de éstas características considera usted importante al momento de escoger un lugar turístico como un Hotel de montaña? Elija en orden de importancia, siendo de 1 a 3 = Más importante, y de 3 a 6 = Menos importante.

### Características que influyen al momento de elegir un destino turístico



## por grupo etario

<b>Características/Edad</b>	<b>20 a 39 años</b>	<b>%</b>	<b>40 a 74</b>	<b>%</b>
<b>Precio</b>				
1-3 =Mas Importante				
4-6 = Menos Importante				
<b>Comodidad</b>				
1-3 =Mas Importante				
4-6 = Menos Importante				
<b>Atractivos turísticos</b>				
1-3 =Mas Importante				
4-6 = Menos Importante				
<b>Actividades Recreativas</b>				
1-3 =Mas Importante				
4-6 = Menos Importante				
<b>Distancia/Tiempo de viaje</b>				
1-3 =Mas Importante				
4-6 = Menos Importante				
<b>Comida</b>				
1-3 =Importante				
4-6 = Menos Importante				

5. Entre las siguientes actividades de eco-aventura, ¿cuál de éstas estaría interesado en realizar?

**Preferencia de actividades de eco-aventura por grupo etario**

Actividad	20 a 39 años	% 20 a 39 años	40 a 74	% 40 a 74 años	Sin interés	No Sabe
Rapel agua y montaña						
Ciclismo/montaña						
Observación / belleza natural						
Caminatas (Trekking)						
Cabalgatas						
Canopy: bosque, montaña y río						

6. ¿Estaría usted interesado en que el Hotel de montaña brindara los siguientes servicios adicionales?

**Interés por prestación de servicios en el hotel por grupo etario**

Características/Edad	20 a 39 años	%	40 a 74	%
<b>Fogatas</b>				
1-3 =Mas importante				
4-6 = Menos Importante				
<b>Entretenimiento en vivo: música y baile</b>				
1-3 =Mas importante				
4-6 = Menos Importante				
<b>Discoteca</b>				
1-3 =Mas importante				
4-6 = Menos Importante				

<b>Bar</b>				
1-3 =Mas importante				
4-6 = Menos Importante				
<b>Hamacarios</b>				
1-3 =Mas importante				
4-6 = Menos Importante				

7. ¿Emprendería usted un viaje a Palguín con un programa turístico en el que le ofrecen algunas de las actividades anteriormente mencionadas?

**Nivel de aceptación de programa turístico por grupo etario**

<b>Grupo etario</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>No contesta</b>	<b>Total</b>
20 a 39 años				
40 a 74 años				
<b>Total</b>				
Totales %				

8. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios que el Hotel Parque Palguín ofrece?

### Aceptación de precios de oferta turística por grupo etario

Oferta Turística				
Habitaciones con desayuno	Matrimonial		Familiar (4 p.)	
	\$70.000 a \$89.000	\$ 90.000 a \$110.000	\$ 20.000 a \$ 39.000	\$40.000 a \$60.000
De 20 a 39 años				
De 40 a 74 años				
<b>Canopy</b>	<b>\$10.000 a \$17.000</b>	<b>\$18.000 a \$25.000</b>	Los precios referenciales fueron determinados en relación a ofertas de otros centros turísticos de la zona	
De 20 a 39 años				
De 40 a 74				
<b>Rapel</b>	<b>\$ 7.000 a \$ 13.000.-</b>	<b>\$14.000 a \$20.000</b>		
De 20 a 39 años				
De 40 a 74				
<b>Cabalgatas por hora</b>	<b>\$ 4.000 a \$7.000</b>	<b>\$8.000 a 12.000</b>		
De 20 a 39 años				
De 40 a 74				
<b>Entrada visita a parque</b>	<b>\$1.500</b>	<b>\$ 3.000</b>		
De 20 a 39 años				
De 40 a 74				
<b>Visita guiada a Laguna</b>	<b>\$1.500</b>	<b>\$ 3.000</b>		
De 20 a 39 años				
De 40 a 74				

<b>Ciclismo aventura</b>	<b>\$ 3.000</b>	<b>\$ 5.000</b>	
De 20 a 39 años			
De 40 a 74			
<b>Caminatas (Trekking)</b>	<b>\$7.000</b>	<b>\$ 10.000</b>	
De 20 a 39 años			
De 40 a 74			

### Anexo 2: Depreciación de los activos desde el año 1 hasta el año 10

Depreciación año 1								
Detalle	Valor de compra	Depreciación acumulada actualizada	Vida Útil	mese depreciados	Saldo	Depreciación del ejercicio	Depreciación acumulada	Valor al 31-12
Caballos	4.000.000	0	96	12	84	500.000	500.000	3.500.000
Muebles y útiles	12.824.500	0	120	12	108	1.282.450	1.282.450	11.542.050
Muebles y equipos de oficina	2.211.960	0	60	12	48	442.392	442.392	1.769.568
Infraestructura	106.500.000	0	360	12	348	3.550.000	3.550.000	102.950.000
Maquinarias y Equipos	8.258.800	0	120	12	108	825.880	825.880	7.432.920
Artículos deportivos	3.500.000	0	60	12	48	700.000	700.000	2.800.000
						<b>7.300.722</b>	<b>7.300.722</b>	

Depreciación año 2								
Detalle	Valor de compra	Depreciación acumulada actualizada	Vida Útil	mese depreciados	Saldo	Depreciación del ejercicio	Depreciación acumulada	Valor al 31-12
Caballos	4.000.000	500.000	84	12	72	500.000	1.000.000	3.000.000
Muebles y útiles	12.824.500	1.282.450	108	12	96	1.282.450	2.564.900	10.259.600
Muebles y equipos de oficina	2.211.960	442.392	48	12	36	442.392	884.784	1.327.176
Infraestructura	106.500.000	3.550.000	348	12	336	3.550.000	7.100.000	99.400.000
Maquinarias y Equipos	8.258.800	825.880	108	12	96	825.880	1.651.760	6.607.040
Artículos deportivos	3.500.000	700.000	48	12	36	700.000	1.400.000	2.100.000
						<b>7.300.722</b>	<b>14.601.444</b>	

Depreciación año 3								
Detalle	Valor de compra	Depreciación acumulada actualizada	Vida Útil	mese depreciados	Saldo	Depreciación del ejercicio	Depreciación acumulada	Valor al 31-12
Caballos	4.000.000	1.000.000	72	12	60	500.000	1.500.000	2.500.000
Muebles y Útiles	12.824.500	2.564.900	96	12	84	1.282.450	3.847.350	8.977.150
Muebles y equipos de oficina	2.211.960	884.784	36	12	24	442.392	1.327.176	884.784
Infraestructura	106.500.000	7.100.000	336	12	324	3.550.000	10.650.000	95.850.000
Maquinarias y Equipos	8.258.800	1.651.760	96	12	84	825.880	2.477.640	5.781.160
Artículos deportivos	3.500.000	1.400.000	36	12	24	700.000	2.100.000	1.400.000
						7.300.722	21.902.166	

Depreciación año 4								
Detalle	Valor de compra	Depreciación acumulada actualizada	Vida Útil	mese depreciados	Saldo	Depreciación del ejercicio	Depreciación acumulada	Valor al 31-12
Caballos	4.000.000	1.500.000	60	12	48	500.000	2.000.000	2.000.000
Muebles y Útiles	12.824.500	3.847.350	84	12	72	1.282.450	5.129.800	7.694.700
Muebles y equipos de oficina	2.211.960	1.327.176	24	12	12	442.392	1.769.568	442.392
Infraestructura	106.500.000	10.650.000	324	12	312	3.550.000	14.200.000	92.300.000
Maquinarias y Equipos	8.258.800	2.477.640	84	12	72	825.880	3.303.520	4.955.280
Artículos deportivos	3.500.000	2.100.000	24	12	12	700.000	2.800.000	700.000
						7.300.722	29.202.888	

Depreciación año 5								
Detalle	Valor de compra	Depreciación acumulada actualizada	Vida Útil	mese depreciados	Saldo	Depreciación del ejercicio	Depreciación acumulada	Valor al 31-12
Caballos	4.000.000	2.000.000	48	12	36	500.000	2.500.000	1.500.000
Muebles y Útiles	12.824.500	5.129.800	72	12	60	1.282.450	6.412.250	6.412.250
Muebles y equipos de oficina	2.211.960	1.769.568	12	12	0	442.392	2.211.960	0
Infraestructura	106.500.000	14.200.000	312	12	300	3.550.000	17.750.000	88.750.000
Maquinarias y Equipos	8.258.800	3.303.520	72	12	60	825.880	4.129.400	4.129.400
Artículos deportivos	3.500.000	2.800.000	12	12	0	700.000	3.500.000	0
						7.300.722	36.503.610	

Depreciación año 6								
Detalle	Valor de compra	Depreciación acumulada actualizada	Vida Útil	mese depreciados	Saldo	Depreciación del ejercicio	Depreciación acumulada	Valor al 31-12
Caballos	4.000.000	2.500.000	36	12	24	500.000	3.000.000	1.000.000
Muebles y Útiles	119.800	6.412.250	60	12	48	1.282.450	7.694.700	5.129.800
Infraestructura	106.500.000	17.750.000	300	12	288	3.550.000	21.300.000	85.200.000
Maquinarias y Equipos	8.258.800	4.129.400	60	12	48	825.880	4.955.280	3.303.520
						6.158.330	36.949.980	



Depreciación año 7								
Detalle	Valor de compra	Depreciación acumulada actualizada	Vida Útil	mese depreciados	Saldo	Depreciación del ejercicio	Depreciación acumulada	Valor al 31-12
Caballos	4.000.000	3.000.000	24	12	12	500.000	3.500.000	500.000
Muebles y Útiles	119.800	7.694.700	48	12	36	1.282.450	8.977.150	3.847.350
Infraestructura	106.500.000	21.300.000	288	12	276	3.550.000	24.850.000	81.650.000
Maquinarias y Equipos	8.258.800	4.955.280	48	12	36	825.880	5.781.160	2.477.640
						6.158.330	43.108.310	

Depreciación año 8								
Detalle	Valor de compra	Depreciación acumulada actualizada	Vida Útil	mese depreciados	Saldo	Depreciación del ejercicio	Depreciación acumulada	Valor al 31-12
Caballos	4.000.000	3.500.000	12	12	0	500.000	4.000.000	0
Muebles y Útiles	119.800	8.977.150	36	12	24	1.282.450	10.259.600	2.564.900
Infraestructura	106.500.000	24.850.000	276	12	264	3.550.000	28.400.000	78.100.000
Maquinarias y Equipos	8.258.800	5.781.160	36	12	24	825.880	6.607.040	1.651.760
						6.158.330	49.266.640	

Depreciación año 9								
Detalle	Valor de compra	Depreciación acumulada actualizada	Vida Útil	mese depreciados	Saldo	Depreciación del ejercicio	Depreciación acumulada	Valor al 31-12
Muebles y Útiles	119.800	10.259.600	24	12	12	1.282.450	11.542.050	1.282.450
Infraestructura	106.500.000	28.400.000	264	12	252	3.550.000	31.950.000	74.550.000
Maquinarias y Equipos	8.258.800	6.607.040	24	12	12	825.880	7.432.920	825.880
						5.658.330	50.924.970	

Depreciación año 10								
Detalle	Valor de compra	Depreciación acumulada actualizada	Vida Útil	mese depreciados	Saldo	Depreciación del ejercicio	Depreciación acumulada	Valor al 31-12
Muebles y útiles	119.800	11.542.050	12	12	0	1.282.450	12.824.500	0
Infraestructura	106.500.000	31.950.000	252	12	240	3.550.000	35.500.000	71.000.000
Maquinarias y Equipos	8.258.800	7.432.920	12	12	0	825.880	8.258.800	0
						5.658.330	56.583.300	

### Anexo 3: Balance proforma

Activos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b><u>Activo Corriente</u></b>					
Caja	91.555.500	183.111.000	301.990.500	420.870.000	539.749.500
Mercaderías e insumos	3.020.000	3.020.000	3.020.000	3.020.000	3.020.000
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>94.575.500</b>	<b>186.131.000</b>	<b>305.010.500</b>	<b>423.890.000</b>	<b>542.769.500</b>
<b><u>Activos Fijos</u></b>					
Instalaciones	106.500.000	106.500.000	106.500.000	106.500.000	106.500.000
Terrenos	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000
Caballos	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000
Maquinarias y equipos	8.258.800	8.258.800	8.258.800	8.258.800	8.258.800
Muebles y equipos de oficina	2.211.960	2.211.960	2.211.960	2.211.960	0
Muebles y útiles	12.824.500	12.824.500	12.824.500	12.824.500	12.824.500
Artículos Deportivos	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	0
Depreciación acumulada	-7.300.722	-14.601.444	-21.902.166	-29.202.888	-30.791.650
<b>Total activo fijo</b>	<b>154.994.538</b>	<b>147.693.816</b>	<b>140.393.094</b>	<b>133.092.372</b>	<b>125.791.650</b>
<b><u>Otros activos</u></b>					
Gastos de organización y puesta en marcha	1.840.000	1.380.000	920.000	460.000	0
<b>Total otros activos</b>	<b>1.840.000</b>	<b>1.380.000</b>	<b>920.000</b>	<b>460.000</b>	<b>0</b>
<b>Total Activos</b>	<b>251.410.038</b>	<b>335.204.816</b>	<b>446.323.594</b>	<b>557.442.372</b>	<b>668.561.150</b>

<b>Pasivos</b>					
<b><u>Patrimonio</u></b>					
Capital	167.615.260	167.615.260	167.615.260	167.615.260	167.615.260
Utilidades acumuladas		83.794.778	167.589.556	278.708.334	389.827.112
Total patrimonio	167.615.260	251.410.038	335.204.816	446.323.594	557.442.372
<b>Total Pasivo</b>	<b>167.615.260</b>	<b>251.410.038</b>	<b>335.204.816</b>	<b>446.323.594</b>	<b>557.442.372</b>
<b>Activo - pasivo</b>	<b>83.794.778</b>	<b>83.794.778</b>	<b>111.118.778</b>	<b>111.118.778</b>	<b>111.118.778</b>

Activos	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b><u>Activo Corriente</u></b>					
Caja	658.629.000	777.508.500	924.792.000	1.072.075.500	1.219.359.000
Mercaderías e insumos	3.020.000	3.020.000	3.020.000	3.020.000	3.020.000
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>661.649.000</b>	<b>780.528.500</b>	<b>927.812.000</b>	<b>1.075.095.500</b>	<b>1.222.379.000</b>
<b><u>Activos Fijos</u></b>					
Instalaciones	106.500.000	106.500.000	106.500.000	106.500.000	106.500.000
Terrenos	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000
Caballos	4.000.000	4.000.000	0	0	0
Maquinarias y equipos	8.258.800	8.258.800	8.258.800	8.258.800	0
Muebles y equipos de oficina	0	0	0	0	0
Muebles y útiles	12.824.500	12.824.500	12.824.500	12.824.500	0
Artículos Deportivos	0	0	0	0	0
Depreciación acumulada	-36.949.980	-43.108.310	-45.266.640	-50.924.970	-38.100.470
<b>Total activo fijo</b>	<b>119.633.320</b>	<b>113.474.990</b>	<b>107.316.660</b>	<b>101.658.330</b>	<b>93.399.530</b>
<b><u>Otros activos</u></b>					
Gastos de organización y puesta en marcha	0	0	0	0	0
<b>Total otros activos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total Activos</b>	<b>781.282.320</b>	<b>894.003.490</b>	<b>1.035.128.660</b>	<b>1.176.753.830</b>	<b>1.315.778.530</b>

<b>Pasivos</b>					
<b><u>Patrimonio</u></b>					
Capital	167.615.260	167.615.260	167.615.260	167.615.260	167.615.260
Utilidades acumuladas	500.945.890	613.667.060	726.388.230	867.513.400	1.009.138.570
Total patrimonio	668.561.150	781.282.320	894.003.490	1.035.128.660	1.176.753.830
<b>Total Pasivo</b>	<b>668.561.150</b>	<b>781.282.320</b>	<b>894.003.490</b>	<b>1.035.128.660</b>	<b>1.176.753.830</b>
<b>Activo - pasivo</b>	<b>112.721.170</b>	<b>112.721.170</b>	<b>141.125.170</b>	<b>141.625.170</b>	<b>139.024.700</b>

Fuente: elaboración propia

**Anexo 4: Estado de resultados**

<b>Cuentas</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	241.848.000	241.848.000	270.864.000	270.864.000	270.864.000
Costo de operación	22.656.000	22.656.000	24.348.000	24.348.000	24.348.000
<b>Ganancia bruta</b>	<b>219.192.000</b>	<b>219.192.000</b>	<b>246.516.000</b>	<b>246.516.000</b>	<b>246.516.000</b>
Gastos de administración y ventas	127.636.500	127.636.500	127.636.500	127.636.500	127.636.500
Amortización	460.000	460.000	460.000	460.000	460.000
Depreciación	7.300.722	7.300.722	7.300.722	7.300.722	7.300.722
<b>Resultado operacional</b>	<b>83.794.778</b>	<b>83.794.778</b>	<b>111.118.778</b>	<b>111.118.778</b>	<b>111.118.778</b>
Utilidad antes de impuesto	83.794.778	83.794.778	111.118.778	111.118.778	111.118.778
<b>Utilidad Neta</b>	<b>83.794.778</b>	<b>83.794.778</b>	<b>111.118.778</b>	<b>111.118.778</b>	<b>111.118.778</b>

<b>Cuentas</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
Ventas	270.864.000	270.864.000	300.960.000	300.960.000	300.960.000
Costo de operación	24.348.000	24.348.000	26.040.000	26.040.000	26.040.000
<b>Ganancia bruta</b>	<b>246.516.000</b>	<b>246.516.000</b>	<b>274.920.000</b>	<b>274.920.000</b>	<b>274.920.000</b>
Gastos de administración y ventas	127.636.500	127.636.500	127.636.500	127.636.500	127.636.500
Amortización	0	0	0	0	0
Depreciación	6.158.330	6.158.330	6.158.330	5.658.330	8.258.800
<b>Resultado operacional</b>	<b>112.721.170</b>	<b>112.721.170</b>	<b>141.125.170</b>	<b>141.625.170</b>	<b>139.024.700</b>
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b>112.721.170</b>	<b>112.721.170</b>	<b>141.125.170</b>	<b>141.625.170</b>	<b>139.024.700</b>
<b>Utilidad Neta</b>	<b>112.721.170</b>	<b>112.721.170</b>	<b>141.125.170</b>	<b>141.625.170</b>	<b>139.024.700</b>

Fuente: elaboración propia



### Anexo 5: Flujo efectivo

Ingresos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial		-167.615.260	-208.155.020	-116.599.520	2.279.980	121.159.480
<b>Inversión inicial</b>	167.615.260					
5 Habitación Matrimonial		29.592.000	29.592.000	33.291.000	33.291.000	33.291.000
5 Habitación familiar (4 personas)		52.608.000	52.608.000	59.184.000	59.184.000	59.184.000
Entrada por visita al parque		23.280.000	23.280.000	26.190.000	26.190.000	26.190.000
Canopy: montaña, bosque y río		69.840.000	69.840.000	78.570.000	78.570.000	78.570.000
Cabalgata por hora (4 caballos)		11.520.000	11.520.000	12.960.000	12.960.000	12.960.000
Rapel		18.000.000	18.000.000	20.250.000	20.250.000	20.250.000
Visita guiada a la laguna		2.544.000	2.544.000	2.862.000	2.862.000	2.862.000
Ciclismo de montaña (arriendo por día)		4.800.000	4.800.000	4.185.000	4.185.000	4.185.000
Caminatas (Trekking)		16.944.000	16.944.000	19.062.000	19.062.000	19.062.000
Bebidas		12.720.000	12.720.000	14.310.000	14.310.000	14.310.000
<b>Total ingresos por venta</b>		<b>241.848.000</b>	<b>241.848.000</b>	<b>270.864.000</b>	<b>270.864.000</b>	<b>270.864.000</b>
<b>Total ingresos proyectados</b>	<b>167.615.260</b>	<b>74.232.740</b>	<b>33.692.980</b>	<b>154.264.480</b>	<b>273.143.980</b>	<b>392.023.480</b>
<b>Egresos operacionales</b>						
Gastos en infraestructura		132.095.260				
Costo de operación		22.656.000	22.656.000	24.348.000	24.348.000	24.348.000
Gastos de Administración y de venta		127.636.500	127.636.500	127.636.500	127.636.500	127.636.500
<b>Total egresos proyectados</b>	<b>0</b>	<b>282.387.760</b>	<b>150.292.500</b>	<b>151.984.500</b>	<b>151.984.500</b>	<b>151.984.500</b>
<b>Saldo que pasa a año siguiente</b>	<b>167.615.260</b>	<b>-208.155.020</b>	<b>-116.599.520</b>	<b>2.279.980</b>	<b>121.159.480</b>	<b>240.038.980</b>

<b>Ingresos</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
Saldo inicial	240.038.980	358.918.480	477.797.980	625.081.480	772.364.980
<b>Inversión inicial</b>					
5 Habitación Matrimonial	33.291.000	33.291.000	36.990.000	36.990.000	36.990.000
5 Habitación familiar (4 personas)	59.184.000	59.184.000	65.760.000	65.760.000	65.760.000
Entrada por visita al parque	26.190.000	26.190.000	29.100.000	29.100.000	29.100.000
Canopy: montaña, bosque y río	78.570.000	78.570.000	87.300.000	87.300.000	87.300.000
Cabalgata por hora (4 caballos)	12.960.000	12.960.000	14.400.000	14.400.000	14.400.000
Rapel	20.250.000	20.250.000	22.500.000	22.500.000	22.500.000
Visita guiada a la laguna	2.862.000	2.862.000	3.180.000	3.180.000	3.180.000
Ciclismo de montaña (arriendo por día)	4.185.000	4.185.000	4.650.000	4.650.000	4.650.000
Caminatas (Trekking)	19.062.000	19.062.000	21.180.000	21.180.000	21.180.000
Bebidas	14.310.000	14.310.000	15.900.000	15.900.000	15.900.000
<b>Total ingresos por venta</b>	<b>270.864.000</b>	<b>270.864.000</b>	<b>300.960.000</b>	<b>300.960.000</b>	<b>300.960.000</b>
<b>Total ingresos proyectados</b>	<b>510.902.980</b>	<b>629.782.480</b>	<b>778.757.980</b>	<b>926.041.480</b>	<b>1.073.324.980</b>
<b>Egresos operacionales</b>					
Costo de operación	24.348.000	24.348.000	26.040.000	26.040.000	26.040.000
Gastos de Administración y de venta	127.636.500	127.636.500	127.636.500	127.636.500	127.636.500
<b>Total egresos proyectados</b>	<b>151.984.500</b>	<b>151.984.500</b>	<b>153.676.500</b>	<b>153.676.500</b>	<b>153.676.500</b>
<b>Saldo que pasa a año siguiente</b>	<b>358.918.480</b>	<b>477.797.980</b>	<b>625.081.480</b>	<b>772.364.980</b>	<b>919.648.480</b>

### Anexo 6: Flujo de caja neto

Cuentas		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>	<b>Inversión inicial</b>					
Ventas		241.848.000	241.848.000	270.864.000	270.864.000	270.864.000
<b>Total ingresos</b>		<b>241.848.000</b>	<b>241.848.000</b>	<b>270.864.000</b>	<b>270.864.000</b>	<b>270.864.000</b>
<b>Gastos</b>						
Gastos de infraestructura		132.095.260				
Costo de operación		22.656.000	22.656.000	24.348.000	24.348.000	24.348.000
Gastos de administración y ventas		127.636.500	127.636.500	127.636.500	127.636.500	127.636.500
<b>Total egresos</b>		<b>282.387.760</b>	<b>150.292.500</b>	<b>151.984.500</b>	<b>151.984.500</b>	<b>151.984.500</b>
<b>Inversión</b>	<b>-167.615.260</b>					
<b>Utilidad neta</b>	<b>-167.615.260</b>	<b>-40.539.760</b>	<b>91.555.500</b>	<b>118.879.500</b>	<b>118.879.500</b>	<b>118.879.500</b>

<b>Cuentas</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
<b>Ingresos</b>					
Ventas	270.864.000	270.864.000	300.960.000	300.960.000	300.960.000
<b>Total ingresos</b>	<b>270.864.000</b>	<b>270.864.000</b>	<b>300.960.000</b>	<b>300.960.000</b>	<b>300.960.000</b>
<b>Gastos</b>					
Gastos de infraestructura Costo de operación	24.348.000	24.348.000	26.040.000	26.040.000	26.040.000
Gastos de administración y ventas	127.636.500	127.636.500	127.636.500	127.636.500	127.636.500
<b>Total egresos</b>	<b>151.984.500</b>	<b>151.984.500</b>	<b>153.676.500</b>	<b>153.676.500</b>	<b>153.676.500</b>
<b>Inversión</b>					
<b>Utilidad neta</b>	<b>118.879.500</b>	<b>118.879.500</b>	<b>147.283.500</b>	<b>147.283.500</b>	<b>147.283.500</b>

Fuente: elaboración propia