

**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
SEDE VIÑA DEL MAR - JOSE MIGUEL CARRERA**

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
SERVICIO DE TURISMO EN LA REGIÓN METROPOLITANA**

Trabajo de Titulación para optar al Título
de Ingeniero de Ejecución en
Gestión Industrial

Alumno:
Romina Cid Baeza.

Profesor:
Mg. Ing. Piero Montenegro Zamora.

RESUMEN

Keywords: SERVICIO DE TURISMO, SANTIAGO DE CHILE, TURISTAS, EXPERIENCIA.

El presente proyecto evalúa la factibilidad de un servicio turístico en la Región Metropolitana de Chile, diseñado para ofrecer experiencias personalizadas mediante recorridos guiados en Santiago y sus alrededores. Se incluyen visitas al centro de Santiago, la Ruta del Vino en Casablanca, y los principales destinos de Valparaíso y Viña del Mar, integrando transporte, guías bilingües, comidas y souvenirs.

El análisis abarca aspectos técnicos, administrativos, legales, financieros y ambientales. Desde una perspectiva técnica, se confirma la viabilidad operativa gracias a una adecuada selección de procesos, equipos e insumos, así como una inversión inicial bien planificada que minimiza riesgos. Administrativamente, se establece una estructura organizacional eficiente y un sistema de información robusto. En el ámbito legal, el proyecto cumple con las normativas pertinentes, adoptando una Sociedad por Acciones (SpA) por su flexibilidad. Además, se asegura sostenibilidad ambiental al no generar impactos negativos.

En el análisis financiero, se evalúan flujos de caja bajo distintos niveles de financiamiento (100% propio, 25%, 50% y 75% externo), considerando variables clave como la tasa de descuento, impuestos, valor residual y depreciaciones. Los indicadores económicos (VAN, IVAN, TIR y PRI) confirman la rentabilidad en todos los escenarios, con un rápido retorno de la inversión. Finalmente, un análisis de sensibilidad sobre la demanda demuestra la resiliencia del proyecto ante variaciones en los ingresos.

En conjunto, el proyecto presenta un alto potencial de crecimiento, fundamentado en una sólida planificación y en su capacidad para satisfacer la creciente demanda de experiencias turísticas únicas y sostenibles.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN.	4
1.1. DIAGNÓSTICO	4
1.1.1 Antecedentes generales y específicos del proyecto.....	4
1.1.2 Objetivos del proyecto.....	5
1.1.3 Antecedentes cualitativos.....	6
1.1.4 Contexto de desarrollo del proyecto	7
1.1.5 Tamaño del proyecto.....	7
1.1.6 Impactos relacionados con el proyecto.....	8
1.2 METODOLOGÍA.	9
1.2.1 Definición de situación base sin proyecto	9
1.2.2 Definición de situación con proyecto	10
1.2.3 Análisis de separabilidad	10
1.2.4 Método para medición de beneficios y costos	10
1.2.5 Indicadores	11
1.2.6 Criterios de evaluación	13
1.2.7 Estructura de evaluación del proyecto	14
2. CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO.	17
2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.	17
2.1.1 Servicio de tour por Santiago centro.....	17
2.1.2 Servicio de tour Ruta del Vino Casa Blanca.....	18
2.1.3 Servicio de tour Valparaíso- Viña del Mar	18
2.2 ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA	19
2.2.1 Datos estadísticos de cantidad de ingreso de turistas a Chile desglosado en cuadro por región.....	20
2.2.2 Datos estadísticos de cantidad de ingreso de turistas por paso fronterizo Región Metropolitana.	22
2.2.3 Encuesta	23
2.2.4 Proyección de la Demanda.....	30

2.2.5	Capacidad Productiva	34
2.3	VARIABLES QUE AFECTAN A LA DEMANDA	35
2.3.1	Estacionalidad.....	35
2.3.2	Factores económicos.....	35
2.3.3	Tendencias de viajes.....	35
2.3.4	Factores externos y de seguridad	35
2.3.5	Competencia.....	35
2.3.6	Promoción y marketing	35
2.3.7	Variedad y calidad del servicio	35
2.4	ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA.....	36
2.5	COMPORTAMIENTO DEL MERCADO.....	37
2.5.1	Análisis FODA.....	37
2.6	DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO Y PROYECCIONES.....	41
2.7	ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN.....	42
2.7.1	Localización	42
2.8	ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN	43
2.8.1	Canales de distribución	43
2.8.2	Segmentación del mercado.....	43
2.8.3	Estrategia de precios	44
2.8.4	Promoción y publicidad	44
2.8.5	Experiencia del cliente.....	44
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA.....		46
3.1	DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS	47
3.1.1	Proceso de Planificación y Gestión Operativa.....	47
3.1.2	Proceso de Atención al Cliente.....	47
3.1.3	Proceso de Ejecución de Tours.....	48
3.1.4	Proceso de Logística y Mantenimiento	48
3.1.5	Proceso de Marketing y Promoción	48
3.2	DIAGRAMA DE FLUJO.....	49
3.3	SELECCIÓN DE EQUIPOS	50
3.3.1	Ponderación de Equipos.....	50
3.3.2	Selección de Equipos	50

3.3.3	Descripción de equipos seleccionados.....	51
3.4	LAY-OUT	58
3.5	DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS.	59
3.5.1	Insumos administrativos	59
3.5.2	Insumos de limpieza	60
3.5.3	Insumos operacionales.....	60
3.5.4	Insumos de alimentación y souvenir.....	61
3.6	PROGRAMAS DE TRABAJO, TURNOS Y GASTOS EN PERSONAL.....	61
3.6.1	Programa de trabajo	61
3.6.2	Programa de Turnos	62
3.6.3	Gastos en Personal	62
3.7	PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS.	62
3.7.1	Administrativo	62
3.7.2	Chofer	63
3.7.3	Guía de Turismo	63
3.8	INVERSIONES EN EQUIPOS Y EDIFICACIONES.....	63
3.8.1	Inversión en equipos	63
3.8.2	Inversión en edificación.....	64
3.9	INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO.....	64
3.10	COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	65
3.11	COSTOS DE IMPREVISTOS	65
3.12	TABLA DE INVERSIÓN INICIAL	66
CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA FINANCIERA Y AMBIENTAL		67
4.	ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL	68
4.1	ADMISTRATIVO	68
4.1.1	Personal	68
4.1.2	Estructura organizacional.....	68
4.1.3	Sistemas de información administrativos	69
4.1.4	Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos	69
4.2	LEGAL	69
4.2.1.	Marco legal vigente nacional	70
4.2.2	Políticas de desarrollo industrial	70

4.2.3	Aspectos legales del giro del proyecto.....	70
4.2.4	Incentivos	72
4.2.5	Aspectos laborales.....	72
4.2.6	Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente.....	72
4.3	SOCIETARIA	73
4.3.1	Escritura Social	73
4.3.2	Inscripción en el Registro de Comercio.....	73
4.3.3	Publicación en el Diario Oficial	74
4.3.4	Obtención del RUT	74
4.3.5	Inicio de actividades	74
4.4	TRIBUTARIA.....	74
4.4.1	Sistema Tributario y Mecanismos de Determinación de Gasto en impuestos	74
4.4.2	Impuesto al valor agregado (IVA).....	74
4.5	PREFACTIBILIDAD FINANCIERA	75
4.5.1	Fuentes de financiamiento.....	75
4.5.2	Instituciones crediticias.....	75
4.5.3	Leasing.....	76
4.5.4	Costos de financiamiento.....	76
4.6	AMBIENTAL.....	76
CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA		77
5.	EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	78
5.1	CONSIDERACIONES A UTILIZAR	78
5.1.1	Horizonte del proyecto.....	78
5.1.2	Tasa de descuento CAPM	78
5.1.3	Moneda a utilizar.....	82
5.1.4	Impuesto.....	82
5.1.5	Valor residual.....	82
5.1.6	Depreciaciones	83
5.1.7	Ingresos del proyecto	85
5.1.8	Egresos del proyecto	85
5.2	EVALUACIÓN ECONÓMICA	87

5.2.1	Flujo de Caja Puro.....	87
5.2.2	Crédito para financiamiento en un 25%.....	88
5.2.3	Crédito para un financiamiento de un 50%	90
5.2.4	Crédito para un financiamiento de un 75%	91
5.3	INDICADORES ECONOMICOS	93
5.4	SENSIBILIZACIÓN	94
5.4.3	Sensibilización de la demanda	94
	CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES.....	96
	BIBLIOGRAFÍA	98
	ANEXO	102

SIGLAS Y SIMBOLOGÍA

- **FODA:** Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
- **IVA:** Impuesto al Valor Agregado
- **IVAN:** índice Valor Actual Neto
- **OMT:** Organización Mundial del Turismo
- **PBI:** Producto Bruto Interno
- **PRI:** Periodo de Recuperación de la Inversión
- **S.A.:** Sociedad Anónima
- **SpA:** Sociedad por Acciones
- **SII:** Servicios de Impuestos Internos
- **TIR:** Tasa Interna de Retorno
- **UF:** Unidad de Fomento (moneda utilizada en Chile)
- **USD:** Divisa de Estados Unidos
- **UTM:** Unidad Tributaria Mensual
- **VAN:** Valor Actual Neto

INTRODUCCIÓN

La industria del turismo en la Región Metropolitana de Chile ha experimentado un crecimiento notable, especialmente tras la estabilización de la afluencia de turistas postpandemia. Este fenómeno ha permitido identificar oportunidades significativas para el desarrollo de nuevos proyectos turísticos que respondan a las expectativas cambiantes de los visitantes. El presente proyecto busca aprovechar esta tendencia mediante la implementación de un servicio turístico que ofrezca experiencias únicas y personalizadas, adaptadas a las diversas demandas del mercado. A través de un análisis exhaustivo de la demanda y la capacidad productiva del servicio, se desarrollará una oferta que no solo atraerá a turistas, sino que los motivará a explorar la rica diversidad cultural y natural de la región. De esta forma, se pretende posicionar el proyecto como una opción atractiva en el competitivo mercado turístico, destacando por su capacidad de ofrecer experiencias diferenciadas.

El análisis de la viabilidad del proyecto debe abordar múltiples dimensiones para garantizar su éxito a largo plazo. En este contexto, se evaluarán diferentes perspectivas, incluyendo la técnica, administrativa, legal, societaria, tributaria, financiera y ambiental. A nivel técnico, se analizarán los recursos necesarios, los procesos clave y los requisitos de infraestructura, personal y costos asociados a la instalación y puesta en marcha del proyecto, buscando asegurar una estructura sólida y eficiente para su operación. Por otro lado, se realizarán estudios detallados sobre los aspectos organizativos y normativos, estableciendo estrategias financieras y tributarias óptimas que maximicen los beneficios y minimicen los riesgos. Además, se prestará especial atención a los impactos ambientales, con el fin de asegurar que el proyecto sea sostenible y respetuoso con el entorno natural de la región. Este enfoque integral permitirá optimizar los recursos, minimizar los riesgos y garantizar un servicio de alta calidad que logre la satisfacción del cliente y el éxito continuo del proyecto.

Un aspecto crucial en la evaluación del proyecto es la dimensión económica, que proporciona una visión clara de su viabilidad financiera. Para ello, se deben analizar las principales variables económicas que influirán en el desarrollo del proyecto turístico, como el horizonte de evaluación, la tasa de descuento, la moneda utilizada, impuestos,

valor residual y depreciaciones. Estos elementos serán esenciales para la formulación de los flujos de caja en diferentes escenarios de financiamiento, los cuales se calcularán para determinar la rentabilidad del proyecto a través de indicadores clave como el Valor Actual Neto (VAN), índice de Valor Actual Neto (IVAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Período de Recuperación de la Inversión (PRI). Estos indicadores son fundamentales para evaluar si el proyecto es económicamente viable y cuándo se espera que la inversión se recupere. Además, se incorporará un análisis de sensibilidad para evaluar el impacto de posibles cambios en factores críticos, como la demanda y los costos operacionales, con el fin de comprender cómo estas variaciones podrían afectar la rentabilidad del proyecto. Este enfoque integral no solo ofrecerá una visión clara de la viabilidad financiera, sino que también permitirá realizar ajustes necesarios en el modelo de negocio para optimizar los resultados a largo plazo.

En resumen, este proyecto turístico busca aprovechar el creciente interés en la Región Metropolitana de Chile como destino turístico, ofreciendo una propuesta atractiva y sostenible. Para ello, se analizarán detalladamente los aspectos técnicos, administrativos, legales, financieros y ambientales, con el fin de garantizar una operación eficiente y rentable. A través de una evaluación económica exhaustiva y un análisis de sensibilidad, se busca asegurar que el proyecto sea viable y pueda generar los beneficios esperados, ofreciendo una experiencia única a los turistas mientras contribuye al desarrollo económico de la región.

cambios en factores críticos, como la demanda, asegurando una comprensión integral del comportamiento financiero del proyecto.

CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN.

1. CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN.

El presente capítulo aborda el diagnóstico y la metodología de evaluación diseñados para un proyecto de servicios turísticos en la región metropolitana. Se analizan las condiciones actuales del sector turístico en la zona, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas clave. Asimismo, se detalla el enfoque metodológico empleado para evaluar la viabilidad, sostenibilidad y impacto del proyecto. Este marco integra herramientas cualitativas y cuantitativas para garantizar un análisis integral. El objetivo es ofrecer una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y la implementación efectiva del proyecto.

1.1. DIAGNÓSTICO

1.1.1 Antecedentes generales y específicos del proyecto

El turismo ha experimentado un crecimiento constante en las últimas décadas, convirtiéndose en uno de los sectores económicos más importantes a nivel mundial. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el número de turistas internacionales alcanzó cifras récord en los últimos años, antes de la pandemia. Tras el COVID-19, el sector turístico ha mostrado señales de recuperación, con un aumento gradual en el número de viajeros. Según la (OMT), se estima que el turismo internacional superará los niveles a los anteriores a la pandemia para el año 2025, impulsado por la demanda acumulada y la ausencia de restricciones.

América Latina es una región con un potencial turístico significativo, destacando por su diversidad cultural, paisajes naturales y patrimonio histórico. Países como Brasil, México y Perú han liderado en la atracción de turistas. Chile se encuentra dentro de los 10 países latino americano más visitado, con su variedad desde el desierto de Atacama hasta la Patagonia que atrae a numerosos visitantes. Siendo la Región Metropolitana la puerta de entrada principal a territorio nacional y parada obligatoria por sus variados atractivos turísticos que ofrece la región.

Los turistas de buscan experiencias únicas y personalizadas. Las tendencias actuales indican un interés creciente en el turismo sostenible, cultural y de aventura, lo que resalta la necesidad de servicios que ofrezcan valor agregado en estas áreas.

La Región Metropolitana cuenta con una variedad de atractivos turísticos, como sus Centros Históricos, museos, parques, experiencias culturales, pueblos y ciudades cercanos donde existe la posibilidad de visitar ríos, lagos, montaña, mar, entre otros. Sin embargo, la oferta actual a menudo carece de servicios integrales que mejoren la experiencia del visitante.

Aunque la región tiene infraestructura básica adecuada (transporte, alojamiento), se identifican áreas de mejora, especialmente en la personalización del servicio y en la promoción de experiencias locales.

Existen estudios que analizan el potencial turístico de la región, destacando la importancia de crear servicios que se alineen con las expectativas de los turistas internacionales. Sin embargo, hay una falta de investigación específica sobre la experiencia del pasajero como factor clave para la competitividad.

La experiencia del pasajero se ha convertido en un factor crítico en el turismo. Las empresas que implementan servicios centrados en el cliente y que personalizan la experiencia tienden a tener un mejor rendimiento y satisfacción del cliente.

Las políticas locales y nacionales en torno al turismo han comenzado a enfocarse en el desarrollo sostenible y en mejorar la infraestructura turística. Sin embargo, se requiere un enfoque más estratégico que considere la experiencia del pasajero como un pilar fundamental.

1.1.2 Objetivos del proyecto

1.1.2.1 Objetivo general

Desarrollar un estudio de prefactibilidad técnica y económica para la implementación de un servicio turístico en la Región Metropolitana, enfocado en ofrecer una experiencia personalizada y memorable para los turistas.

1.1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar la demanda y mercado objetivo del proyecto de servicio de turismo.
- Realizar un Estudio de Mercado del proyecto de servicio de turismo.
- Establecer los recursos técnicos, administrativos y de personal necesarios para la puesta en marcha del proyecto
- Analizar Costos, obtener su rentabilidad y Vialidad Financiera.
- Desarrollar Propuestas de Valor Agregado, enfocándose principalmente en la experiencia.

1.1.3 Antecedentes cualitativos

El aumento en la Llegada de Turistas Extranjeros a nuestro país a abierto nuevas posibilidades en el rubro del turismo. Según datos recientes, Chile registró un incremento del 30,4% en la llegada de turistas extranjeros durante el primer semestre de 2024 en comparación con el mismo período del año anterior, dato estadístico obtenido del estudio “Llegadas de turistas extranjeros al país en el período 2008-noviembre de 2024”, realizado por la Subsecretaría de Turismo. Este aumento refleja una recuperación en el interés por el turismo en el país, especialmente entre turistas de Latino América, Norteamérica y Europa, lo que sugiere una oportunidad favorable para implementar un nuevo servicio turístico en la Región Metropolitana.

Con miras a impulsar la actividad turística nacional, el país experimentó un alza en la llegada de turistas extranjeros que visitaron los distintos destinos que Chile ofrece al mundo. Con un total de 2.389.414 visitantes internacionales, entre enero y junio, el país ha demostrado una notable recuperación del sector turístico, con un 1,3 % en comparación a 2019, dato estadístico obtenido del artículo “Chile registra un aumento en llegada de turistas extranjeros durante el primer semestre de 2024”, realizado por la Subsecretaría de Turismo.

Estos antecedentes cuantitativos son un pilar sólido para justificar la necesidad y el potencial de éxito del proyecto en el contexto actual del turismo en Chile.

1.1.4 Contexto de desarrollo del proyecto

El desarrollo del proyecto para implementar un servicio turístico en la Región Metropolitana se sitúa en un contexto de creciente recuperación del sector turístico tras la pandemia de COVID-19, con un notable aumento en la llegada de turistas extranjeros, especialmente de Latino América, Norteamérica y Europa. Este incremento en el interés por destinos como Chile se acompaña de una demanda por experiencias personalizadas y sostenibles, así como de un enfoque en la seguridad y el bienestar del viajero. La Región Metropolitana y sus cercanías, ricas en cultura, historia y atractivos naturales, presenta una oportunidad única para diversificar su oferta turística y mejorar la experiencia del pasajero mediante servicios innovadores y centrados en las expectativas actuales de los turistas. La implementación de este proyecto no solo busca satisfacer las necesidades de los visitantes, sino también contribuir al desarrollo sostenible de la región y fortalecer su posicionamiento en el mercado turístico internacional.

1.1.5 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se define inicialmente como una iniciativa de menor escala, comenzando con la operación de una sola van de transporte destinada a ofrecer un servicio turístico personalizado en la Región Metropolitana. Esta fase inicial permitirá validar el modelo de negocio y ajustar la oferta de experiencias para turistas, utilizando la van para realizar recorridos específicos y excursiones dentro de la región metropolitana como sus alrededores, adaptadas a las preferencias de los visitantes. A medida que se establezca la demanda y se obtenga retroalimentación de los pasajeros, el proyecto podrá expandirse progresivamente, incorporando más vehículos y diversificando la gama de servicios ofrecidos, lo que facilitará un crecimiento sostenible y un impacto positivo en la economía local.

Para la elaboración de este proyecto, se requerirá el arriendo de una oficina en un lugar céntrico como lo es la comuna de Providencia, donde se gestionará la planificación diaria de funcionamiento y la atención al cliente. Constará con dos espacios principalmente,

uno para oficina y atención de clientes, y otro lugar que será utilizado como minibodega para guardar los alimentos y bebidas frías, como también para souvenir.

El proyecto pretende iniciar como una pequeña empresa, contando con solo 3 personas donde se encuentran un encargado de la gestión de la empresa, un guía de turismo certificado y un chofer con licencia apropiada.

La capacidad productiva del proyecto, considerando los datos mencionados anteriormente, se puede estimar en función de la frecuencia y duración de los tours ofrecidos.

En un flujo inicial suponiendo que la van se utilizará para realizar recorridos diarios, cada uno de aproximadamente 4 a 9 horas, durante 5 días a la semana, y que se podrán realizar al menos una excursión diaria, el proyecto podría atender entre 5 a 10 turistas por día (asumiendo una capacidad para 5 a 10 pasajeros).

En un escenario mensual, esto significaría que la capacidad productiva del proyecto podría variar entre 100 a 200 turistas al mes, dependiendo de la cantidad de días de operación y la demanda. A medida que se consolide la empresa y se ajuste la oferta, la capacidad productiva podrá expandirse, aumentando el número de vehículos y personal.

Teniendo en cuenta todos estos factores, la inversión inicial necesaria será de aproximadamente \$35.000.000, equivalente a unas 916 UF la cual tiene un valor de \$ 38.222,26 al día 28 de noviembre de 2024. El Ministerio de Economía clasifica las empresas de acuerdo con el nivel de ventas, por lo que la empresa clasifica en Pequeña empresa que esta en un rango de ventas entre UF2. 400 y UF25. 000 al año.

1.1.6 Impactos relacionados con el proyecto

Los impactos mencionados a continuación, resaltan tanto los beneficios como los desafíos que puede enfrentar el proyecto, y es crucial implementar estrategias que maximicen los aspectos positivos mientras se mitigan los negativos.

1.1.6.1 Impacto económico

El proyecto generará impactos económicos significativos, incluyendo la creación de empleo para el personal de la empresa y guías turísticos, el aumento de ingresos locales a través del gasto de turistas en comercios y servicios, y el fomento del emprendimiento local mediante la colaboración con empresas como artesanos y restaurantes que se beneficiarán del incremento en el flujo turístico.

1.1.6.2 Impactos sociales y culturales

El proyecto contribuirá al fortalecimiento de la cultura local al promover tradiciones a través de experiencias turísticas, fomentar la interacción cultural entre turistas y residentes, y potencialmente mejorar la calidad de vida mediante el desarrollo de infraestructuras, servicios locales, creación de rutas turísticas que podrían contribuir a un mejor uso del espacio urbano y rural, debido al incremento en la actividad turística.

1.1.6.3 Impacto ambiental

Al tratarse de un proyecto de turismo promoverá la preservación del patrimonio natural mediante prácticas de turismo sostenible que protejan el medio ambiente, fomentará la conciencia ambiental entre turistas y la comunidad local, y abordará el riesgo de sobrecarga en áreas turísticas para evitar impactos negativos en la calidad del entorno.

1.1.6.4 Impacto en la Imagen del Destino

En el ámbito de la visión hacia el mundo de nuestro país, se mejorará la imagen y visibilidad de la Región Metropolitana como un destino turístico atractivo, al tiempo que potenciará su posicionamiento en mercados internacionales, especialmente entre turistas de Latino América, Norteamérica y Europa.

1.2 **METODOLOGÍA.**

1.2.1 Definición de situación base sin proyecto

El estado actual de la Región Metropolitana en términos de oferta turística, infraestructura, presenta una diversidad de atractivos turísticos, pero carece de una oferta integrada y personalizada que responda a las necesidades y expectativas de los turistas. La infraestructura existente puede ser insuficiente para manejar un aumento

en la afluencia de visitantes, y las interacciones culturales y el impacto económico del turismo son limitados. Además, hay una falta de conciencia sobre la sostenibilidad y la preservación del patrimonio natural, lo que podría llevar a desafíos ambientales si la actividad turística no se gestiona adecuadamente. Lo que se puede resumir que la situación base refleja un potencial sin explotar para el desarrollo turístico que podría ser abordado mediante la implementación del proyecto.

1.2.2 Definición de situación con proyecto

La creación de esta empresa permitirá mejorar la oferta de servicios personalizados, privilegiando la experiencia del pasajero, incluyendo guías certificados con un nivel de inglés alto con gran manejo en la parte cultural e histórica de los lugares a visitar, incluir servicios de fotografía en una nube digital, , aumentar la llegada de visitantes a través de la nueva oferta de servicios, generar empleo y elevar los ingresos locales. Además, se busca fomentar la interacción cultural entre turistas y residentes, promover prácticas de turismo sostenible y preservar el medio ambiente.

1.2.3 Análisis de separabilidad

En este proyecto, no existe separabilidad, ya que todos los componentes—como el servicio de transporte, las experiencias turísticas y la infraestructura de apoyo—son interdependientes y deben funcionar conjuntamente para asegurar el éxito. La efectividad de cada parte se basa en cómo se integran, lo que significa que cualquier riesgo o desafío que afecte a un área repercutirá en todo el proyecto.

1.2.4 Método para medición de beneficios y costos

Los beneficios que entregará el proyecto en fase operativa corresponden a ingresos por concepto de venta de paquetes turísticos de los distintos recorridos que se ofrecerán, no existen ingresos por otros servicios.

En el caso de los costos que se generan a raíz del proyecto son los siguientes:

- Costos de inversión: Incluyen inversión en adquisición de vehículos, arriendo de oficina y equipos.

- Costos operacionales: Gastos recurrentes como salarios, mantenimiento de vehículos, insumos, marketing y servicios públicos.
- Costos Indirectos: Gastos relacionados con el tiempo de gestión y otros recursos no directamente asociados a las operaciones.

1.2.5 Indicadores

Los indicadores económicos permiten tener una visión clara sobre la viabilidad, el progreso y el impacto del proyecto. Los que analizaremos son el VAN, TIR y PRI. Estos tres indicadores son fundamentales para la evaluación y selección de proyectos, ayudando a tomar decisiones informadas sobre invertir los recursos.

- VAN o valor actual neto, es una medida que calcula la diferencia entre el valor presente de los flujos de efectivo generados por un proyecto y la inversión inicial. Un VAN positivo indica que el proyecto generará más valor del que cuesta, lo que sugiere que es una buena inversión.

El VAN se determina de la expresión:

$$VAN = -I_0 + \sum_{k=1}^{k=n} \frac{B_k - C_k}{(1+i)^k}$$

Fuente: <https://www.upbizor.com/estrategia-financiera/van-y-tir>

Ecuación 1-1: Valor actual neto (VAN)

Donde:

I_0 : Inversión inicial

B_k : Beneficio o ingresos netos del periodo k (año k)

C_k : Costos netos del periodo K

i: tasa de interés (llamada tasa de descuento)

n: años de duración del Proyecto

- IVAN o índice Valor Actual Neto, es una medida de rentabilidad, donde un valor más alto indica que la inversión es más eficiente, es decir, que el proyecto está generando más valor en relación con la inversión inicial. Este indicador es útil para comparar diferentes proyectos de inversión y decidir cuál tiene el mayor rendimiento en términos de rentabilidad relativa.

El IVAN se determina de la expresión:

$$IVAN = \frac{VAN}{I_0}$$

Fuente: https://www.u-cursos.cl/diplomados/2012/1/DPES/1/material_docente/bajar%3Fid_material%3D435714

Ecuación 1-2: índice Valor Actual Neto (IVAN)

Donde:

VAN: Valor Actual Neto

I₀: Inversión inicial

- TIR o tasa interna de retorno, es la tasa de interés a la que el valor actual neto de los flujos de efectivo de un proyecto es igual a cero. En otras palabras, es la tasa de retorno esperada que iguala la inversión inicial con los flujos futuros. Una TIR mayor que la tasa de descuento o el costo de capital indica que el proyecto es atractivo

La TIR se determina de la siguiente fórmula:

$$0 = -I_0 + \sum_{k=1}^{k=n} \frac{B_k - C_k}{(1+TIR)^k}$$

Fuente: <https://www.upbizar.com/estrategia-financiera/van-y-tir>

Ecuación 1-3: Tasa interna de retorno (TIR)

Donde:

I_0 : Inversión inicial

B_k : Beneficio o ingresos netos del periodo k (año k)

C_k : Costos netos del periodo K

i : tasa de interés (llamada tasa de descuento)

n : años de duración del Proyecto

- PRI o periodo retorno de la inversión, mide el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial a través de los flujos de efectivo generados por el proyecto. Un PRI más corto es preferible, ya que indica que el proyecto comenzará a generar beneficios más rápidamente.
 - ❖ Se aceptará el proyecto si el $PRI \leq$ que el periodo de evaluación del proyecto.
 - ❖ Se rechazará el proyecto si el $PRI >$ que el periodo de evaluación del proyecto.

1.2.6 Criterios de evaluación

Para evaluar el proyecto, se considerarán cuatro flujos de caja correspondientes a diferentes tipos de financiamiento. Se analizará el proyecto en su versión pura, así como con financiamiento externo del 25%, 50% y 75%. En todos los escenarios, se deberán cumplir los siguientes requisitos:

- $VAN > 0$: Si el Valor Actual Neto es positivo, significa que el proyecto está generando beneficios y, por lo tanto, es rentable, lo que sugiere que se debe invertir en él.
- IVAN: un valor aceptable de IVAN es mayor que 1, ya que esto indica que el proyecto está generando ganancias superiores a la inversión inicial. Un valor más alto indica que la inversión es más eficiente.
- $TIR > i$: Si la Tasa Interna de Retorno supera la tasa de descuento utilizada, se aceptará la inversión en el proyecto.

- PRI: El Período de Recuperación de la Inversión debe estar dentro del horizonte de evaluación, es decir, debe ser menor al tiempo total previsto para el proyecto.

El criterio para la toma de decisiones consiste en verificar si el período de recuperación del proyecto es igual o inferior al período de evaluación. Si esto se cumple, el proyecto debe ser aceptado; de lo contrario, se rechazará. En este caso, el proyecto tiene un horizonte de 3 años.

1.2.7 Estructura de evaluación del proyecto

A través de un análisis detallado de antecedentes, objetivos y metodología, se evaluará la viabilidad y el impacto esperado en el mercado, alineándose con el valor agregado del proyecto que es la experiencia del cliente. A continuación, los puntos a analizar en la estructura del proyecto.

1.2.7.1 Antecedentes y Metodología:

Los antecedentes del proyecto ofrecen un marco contextual que justifica su necesidad y relevancia. Se analizan las condiciones actuales del entorno, identificando problemas específicos que requieren atención. Esta sección incluye información sobre estudios previos, tendencias del mercado y cualquier dato relevante que sustente la propuesta, ayudando a establecer un panorama claro que enmarca el proyecto.

La metodología describe el enfoque y los métodos que se utilizarán para implementar el proyecto. Este punto incluye una descripción de las técnicas de investigación, estrategias de acción y recursos requeridos, así como un cronograma detallado de actividades. La metodología es crucial para garantizar que el proyecto se realice de manera organizada y eficiente, asegurando que se cumplan los objetivos establecidos.

1.2.7.2 Análisis de mercado

En el análisis de mercado se realizará un estudio exhaustivo del entorno en el que se desarrollará el proyecto. Esto incluye la identificación del mercado objetivo, el análisis de la competencia y la evaluación de tendencias del sector. Al entender las

oportunidades y amenazas que presenta el mercado, se pueden tomar decisiones informadas que aumenten las posibilidades de éxito del proyecto.

1.2.7.3 Análisis de Prefactibilidad técnica

Se analizarán los aspectos técnicos (que son la base para el posterior cálculo financiero) como los requerimientos de equipos necesarios para el proyecto, sus características, especificaciones técnicas, para finalmente determinar si los equipos y herramientas cumplen con las cualidades necesarias para poder realizar el proyecto.

1.2.7.4 Análisis de Prefactibilidad administrativa, legal, societaria, tributaria, financiera y ambiental

En esta etapa se investigan y evalúan una serie de factores que son de vital importancia para la puesta en marcha del proyecto. Se determina de donde se van a obtener los recursos, si cumple con la normativa legal ambiental, que tipo de sociedad se debe constituir, el ámbito administrativo de la empresa, entre otros.

1.2.7.5 Evaluación económica

La evaluación económica examina la viabilidad económica del proyecto mediante la elaboración de un presupuesto detallado y el cálculo de indicadores clave como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Período de Recuperación de la Inversión (PRI). Estos indicadores permiten valorar si el proyecto generará beneficios suficientes para justificar la inversión y son fundamentales para atraer financiamiento.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

2. CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO.

El análisis de prefactibilidad de mercado constituye una etapa esencial para evaluar el potencial de un proyecto de servicios turísticos en la región metropolitana. Este análisis incluye el estudio de la demanda, identificando las preferencias, comportamientos y necesidades del público objetivo, así como la segmentación del mercado. Además, se examina la oferta existente, evaluando la competencia directa e indirecta en términos de servicios, precios y posicionamiento. También se consideran factores como tendencias del sector, estacionalidad y el impacto de las condiciones socioeconómicas locales. Los resultados obtenidos permitirán determinar si el proyecto cuenta con un mercado objetivo suficiente y atractivo, garantizando su viabilidad inicial.

2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.

El presente proyecto consiste en un servicio de tour por Santiago y sus alrededores. Dependiendo del tipo de tour, se incluye transporte desde el hotel, tour guiado con guía bilingüe (Español- Inglés), desayuno, snack, almuerzo, bebestibles, souvenir y servicio de fotografía.

2.1.1 Servicio de tour por Santiago centro

El primer tour guiado que ofrece la empresa es un recorrido por la ciudad, que tiene una duración aproximada de 4 horas, del cual se dispondrá de horario de mañana y tarde. Este incluye transporte, tickets de entrada, guía certificado, snack y servicio de fotografía. Los puntos a recorrer en la ciudad son los siguientes:

- Recogida en el Hotel
- Recorrido por casco histórico de Santiago centro: Cerro Santa Lucia- sector la Bolsa- Palacio de la Moneda- Plaza de Armas- Lastarria- Museo de Bellas Artes. Con modalidad de Walking tour.
- Cerro San Cristóbal, con subida por tranvía, recorrido en la cima, bajada por teleférico hasta el jardín japones. Servicio de transporte desde Museo Bellas Artes hasta la subida al cerro por calle Pio Nono y recogida a la bajada del cerro por calle Pedro de Valdivia.

- Templo Bahá'í
- Termino de tour en punto de recogida.

2.1.2 Servicio de tour Ruta del Vino Casa Blanca

El segundo tour guiado, es un recorrido por distintas viñas del sector de casa blanca en la región de Valparaíso, que tiene una duración aproximada de 6 horas. Este incluye transporte, tickets de entrada, guía certificado, snack, almuerzo y servicio de fotografía.

El recorrido del tour es el siguiente:

- Recogida en el Hotel
- Viña Casa Valle Viñamar
- Almuerzo en restaurant típico de la zona.
- Viña Veramonte.
- Termino de tour en punto de recogida.

2.1.3 Servicio de tour Valparaíso- Viña del Mar

El tercer tour guiado, es un recorrido desde Santiago a la ciudad de Valparaíso en la región de Valparaíso, que tiene una duración aproximada de 9 horas. Este incluye transporte, tickets de entrada, guía certificado, snack, almuerzo y servicio de fotografía.

El recorrido del tour es el siguiente:

- Recogida en el Hotel
- Valparaíso: Congreso Nacional - Cerro Alegre; donde se podrá apreciar las famosas escaleras de colores y grafitis tan característicos de Valparaíso- Plaza Sotomayor junto al Monumento a los Héroes de la Patria- Paseo en Barco (30 minutos), el paseo puede estar bajo disponibilidad a la hora del tour. Almuerzo en restaurant típico de la zona

- Viña del Mar: Borde costero (vista panorámica) - Reloj de flores - Museo Fonck - Playa, momento para relajarse y admirar el océano pacífico- Casino Municipal de Viña del Mar.
- Termino de tour en punto de recogida.

2.2 ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA

El análisis de demanda actual y futura para el proyecto de turismo en la Región Metropolitana se enfoca en identificar las tendencias y el comportamiento del mercado en torno al turismo personalizado y sostenible. Con el aumento de turistas extranjeros y un creciente interés en experiencias culturales únicas, este estudio busca estimar el flujo de visitantes y su evolución en el corto y mediano plazo. Además, se consideran los factores socioeconómicos y las preferencias cambiantes de los turistas que podrían influir en la demanda de este servicio innovador. Esta proyección permitirá definir estrategias adecuadas para captar y fidelizar a los clientes.

Basados en los datos estadísticos del estudio “Llegadas de turistas extranjeros al país en el período 2008-noviembre de 2024”, realizado por la Subsecretaría de Turismo, se analizaron distintos aspectos de la investigación. Para este análisis de la demanda actual y futura, solo se consideraron datos estadísticos desde el año 2022 hasta agosto de 2024, debido a lo acontecido con la pandemia de COVID-19, y se realizó una comparación entre los meses correspondientes de cada año. Se estima que, para el año 2025, se alcanzarán los niveles de turismo que teníamos prepandemia.

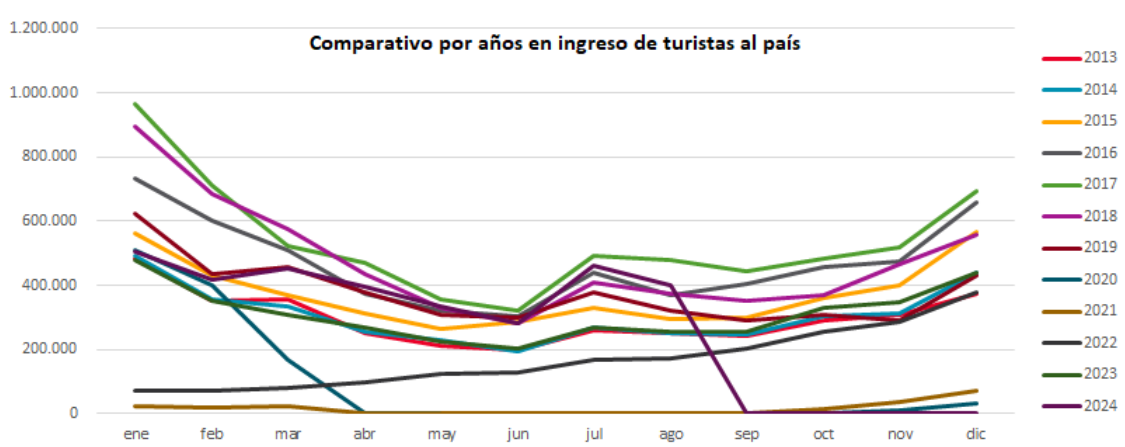
En la tabla 2-1 y gráfico 2-1, se presentan datos estadísticos del ingreso de turistas al país en el periodo comprendido entre 2013- agosto 2024, donde se registra el ingreso de turistas por todos los pasos fronterizo a lo largo de nuestro país.

Tabla 2-1. Ingreso de turistas a Chile periodo 2013- noviembre 2024

Suma de Turistas Extranjeros												
Mes	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ene	484.503	490.976	560.655	730.786	964.027	893.326	625.376	509.059	22.378	69.735	477.512	506.231
feb	350.251	354.125	432.415	599.445	709.043	683.023	436.778	399.782	20.491	70.275	351.802	419.183
mar	356.288	333.977	370.776	510.732	521.123	574.260	454.800	168.261	22.744	81.230	307.706	451.176
abr	252.000	254.063	313.408	374.190	469.626	436.258	377.684	0	0	95.731	268.647	395.615
may	210.616	228.542	263.887	320.357	357.953	329.515	306.465	0	0	123.335	224.443	335.372
jun	197.421	193.004	284.005	301.805	322.568	281.417	299.955	0	0	127.118	202.720	281.837
jul	258.355	270.426	331.061	440.925	491.167	409.798	376.029	0	0	169.642	267.828	460.267
ago	252.228	251.258	294.748	370.845	480.158	372.443	322.858	0	0	174.068	256.058	397.988
sep	240.671	244.717	300.488	403.192	442.503	351.607	288.537	0	0	203.519	255.732	381.702
oct	290.725	302.173	360.330	456.322	481.782	369.372	306.142	0	16.351	254.828	330.673	456.569
nov	308.510	312.854	401.287	474.278	517.243	463.974	292.215	8.732	35.944	284.050	347.754	505.550
dic	374.636	438.276	565.276	657.823	692.690	557.935	431.123	33.260	72.114	376.948	439.632	0
Total general	3.576.204	3.674.391	4.478.336	5.640.700	6.449.883	5.722.928	4.517.962	1.119.094	190.022	2.030.479	3.730.507	4.591.490

Fuente: Llegadas de Turistas Extranjeros al país, Subsecretaría de Turismo

En el grafico 2-1 se observa el comparativo por año desde 2013 hasta 2024.



Fuente: Llegadas de Turistas Extranjeros al país, Subsecretaría de Turismo

Gráfico 2-1. Comparativo por años en ingresos de turistas al país.

2.2.1 Datos estadísticos de cantidad de ingreso de turistas a Chile desglosado en cuadro por región.

En esta sección se analizan los datos estadísticos de ingreso de turistas a Chile, desglosados por región mundial, permitiendo identificar las principales zonas de origen de los visitantes.

En las tablas 2-2, cuenta con la información de ingreso de turistas por año desde el 2022.

Tabla 2-2. Ingreso de turistas por región año 2022

Región Año 2022	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	Total
África	27	42	80	82	82	99	110	193	171	194	315	239	1.634
América Central	407	313	600	1.073	837	957	1.334	1.377	1.485	1.885	2.216	2.431	14.915
América del Norte	8.752	8.115	10.803	9.738	8.668	8.641	10.975	12.963	13.323	19.930	31.324	43.496	186.728
América del Sur	42.160	40.732	47.929	64.424	91.048	97.713	131.969	131.556	156.624	185.260	181.894	259.520	1.430.829
Caribe	349	242	173	206	263	222	258	296	256	411	563	683	3.922
Asia	506	546	822	980	1.178	1.175	1.416	1.751	1.629	2.438	3.996	4.522	20.959
Europa	9.968	10.837	11.916	11.321	9.642	7.829	11.188	13.547	15.050	27.165	42.837	43.817	215.117
Medio Oriente	443	536	452	444	347	148	130	145	351	844	1.825	3.003	8.668
Oceanía	95	127	268	412	445	446	639	768	1.063	1.586	2.762	2.954	11.565
O. Mundo	0	1	12	2	2	0	0	1	2	12	16	14	62
Chile	7.028	8.784	8.175	7.049	10.823	9.888	11.623	11.471	13.565	15.103	16.302	16.269	136.080
Total General	69.735	70.275	81.230	95.731	123.335	127.118	169.642	174.068	203.519	254.828	284.050	376.948	2.030.479

Fuente: Llegadas de Turistas Extranjeros al país, Subsecretaría de Turismo

En las tablas 2-3, cuenta con la información de ingreso de turistas por año desde el 2023.

Tabla 2-3. Ingreso de turistas por región año 2023

Región Año 2023	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	Total
África	264	216	310	296	194	154	139	204	246	284	430	457	3.194
América Central	2.495	1.241	1.894	2.627	1.513	1.409	2.037	2.120	1.980	3.546	2.992	2.964	26.818
América del Norte	39.344	33.842	35.359	19.992	14.606	13.657	16.357	18.519	17.441	31.289	39.661	49.230	329.297
América del Sur	351.992	233.082	197.026	192.507	163.380	153.715	207.634	19.4183	188.094	225.727	213.208	293.919	2.614.467
Caribe	858	358	475	492	381	328	267	429	467	1.904	716	633	7.308
Asia	4.288	4.539	5.837	4.513	3.040	2.713	3.167	3.215	3.989	4.961	7.116	8.792	56.170
Europa	48.437	41.880	41.602	25.263	16.088	12.078	15.680	18.248	19.349	33.974	55.295	54.288	382.182
Medio Oriente	5.638	3.164	2.021	889	360	172	218	271	370	421	300	575	14.399
Oceanía	3.482	2.782	2.873	2.498	1.773	1.659	1.791	1.696	3.052	3.632	4.248	4.359	33.845
O. Mundo	10	20	3	12	0	0	1	3	2	12	16	17	96
Chile	20.704	30.678	20.306	19.558	23.108	16.835	20.537	17.170	20.742	24.923	23.772	24.398	262.731
Total General	477.512	351.802	307.706	268.647	224.443	202.720	267.828	256.058	255.732	330.673	347.754	439.632	3.730.507

Fuente: Llegadas de Turistas Extranjeros al país, Subsecretaría de Turismo

En las tablas 2-4, cuenta con la información de ingreso de turistas por año desde el 2024.

Tabla 2-4. Ingreso de turistas por región año 2024

Región Año 2024	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	Total
África	366	295	349	411	253	170	221	275	220	397	422	0	3.379
América Central	2.678	1.287	2.736	2.580	1.964	1.980	2.682	2.698	2.649	3.613	3.518	0	28.385
América del Norte	42.034	38.290	43.685	24.498	15.249	14.111	17.622	19.966	19.338	27.979	40.856	0	303.628
América del Sur	367.146	279.217	317.108	311.112	275.077	230.869	395.323	329.411	307.391	355.518	364.537	0	3.532.709
Caribe	484	386	635	552	449	353	503	474	668	924	603	0	6.031
Asia	8.287	8.563	8.963	6.517	4.641	4.190	3.961	4.232	4.633	6.528	9.385	0	69.900
Europa	54.140	50.162	50.256	30.316	19.678	14.116	19.894	23.279	22.876	37.860	59.307	0	381.884
Medio Oriente	823	777	1.288	724	277	166	251	188	338	903	1.350	0	7.085
Oceanía	5.009	4.055	4.124	3.847	2.738	2.096	2.138	2.354	3.347	4.524	5.225	0	39.457
O. Mundo	14	10	8	5	3	2	12	5	1	3	7	0	70
Chile	25.250	36.141	22.024	15.053	15.043	13.784	17.660	15.106	20.241	18.320	20.340	0	218.962
Total General	506.231	419.183	451.176	395.615	335.372	281.837	460.267	397.988	381.701	456.566	505.543	0	4.591.420

Fuente: Llegadas de Turistas Extranjeros al país, Subsecretaría de Turismo

Entre 2022 y 2024, el turismo en la región mostró un crecimiento sostenido, con 2.030.479 visitantes en 2022, 3.730.507 en 2023 y 4.591.420 hasta noviembre de 2024, proyectando un cierre aún mayor. América del Sur lideró como el principal mercado emisor, aumentando de 1.430.829 turistas en 2022 a 3.532.709 en 2024, consolidando su importancia gracias a su cercanía y fuerte conectividad. América del Norte, el segundo mercado más relevante, tuvo un crecimiento notable en 2023 (329.297 turistas) pero mostró cierta estabilidad en 2024 (303.628 hasta noviembre). Europa mantuvo un aporte constante, pasando de 215.117 turistas en 2022 a 381.884 hasta noviembre de 2024. El turismo interno chileno también creció significativamente, alcanzando 218.962 visitantes hasta noviembre de 2024. Estos resultados reflejan una recuperación postpandemia y destacan la necesidad de estrategias para fortalecer mercados emergentes y mantener la afluencia de los principales emisores.

2.2.2 Datos estadísticos de cantidad de ingreso de turistas por paso fronterizo Región Metropolitana.

En esta sección se presentan los datos estadísticos sobre la cantidad de turistas que ingresan a la Región Metropolitana a través de sus distintos pasos fronterizos. Estos datos permiten analizar las tendencias de turismo en la región, así como identificar los puntos de acceso más relevantes. A través del análisis de la tabla 2-5, se busca

comprender el impacto del turismo en la economía local y en la planificación de políticas públicas.

Tabla 2-5. Ingreso de turistas por paso fronterizo Región Metropolitana año 2022-noviembre 2024.

Año	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	Total ingreso
2022	49.398	50.310	65.409	75.962	68.981	76.347	106.562	105.330	99.071	117.475	138.984	165.764	1.119.593
2023	148.168	118.621	135.943	118.290	102.877	114.315	157.042	159.037	136.576	166.266	172.048	201.077	1.730.260
2024	178.009	147.624	180.742	149.500	144.537	172.762	263.790	241.449	183.781	197.816	208.009	-	2.068.019

Fuente: Llegadas de Turistas Extranjeros al país, Subsecretaría de Turismo.

2.2.3 Encuesta

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizaron los datos de la tabla 2-5. Específicamente el dato de ingresos totales en la región metropolitana para lo que va del año 2024 y, en consecuencia, el nivel de confianza de la encuesta, se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N-1)) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

Fuente: <http://www.editorialkamar.com/>

Ecuación 2-1: Formula encuesta

Donde:

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos.

e: es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0,5$ que es la opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$.

Los valores a utilizar son los siguientes:

$N=1.478.413$ (Tamaño de la población)

$K: 1,645$ (90% de confianza)

$e: 10\%$ error muestral (0,1)

$P: 0,5$ proporción estimada

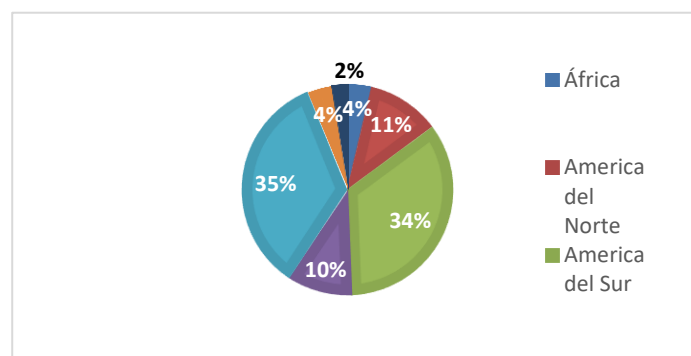
$n= 68$ personas

El tamaño de la muestra necesario para una población de 1,478,413 personas, con un 90% de nivel de confianza y un 10% de margen de error, es de aproximadamente 68 personas.

Esta encuesta se realizó en línea por medio de la aplicación de encuestas de Gmail, donde el link fue compartido a través de las redes sociales.

La encuesta la contestaron 81 personas que se realizó de forma presencial, dando los siguientes resultados:

1.- ¿Cuál es su país de origen? (Las respuestas de los países se agruparon por región)



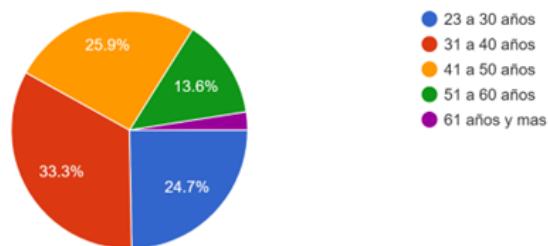
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Gráfico 2-2. País de origen.

Link encuesta:

<https://docs.google.com/forms/d/1ANzt7ouoCubAtHZNLIm9zc4vaywhFO4I2Wm-GlveeEs/edit>

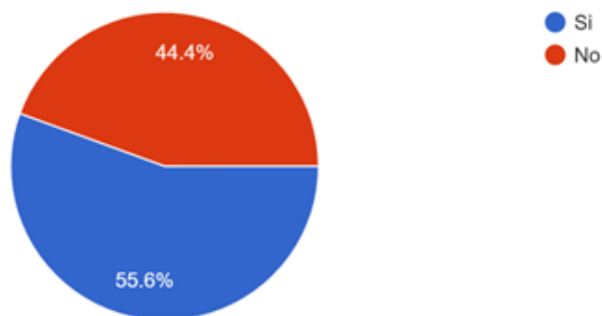
2.- ¿Cuál es su rango de edad?



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Gráfico 2-3. Rango etario.

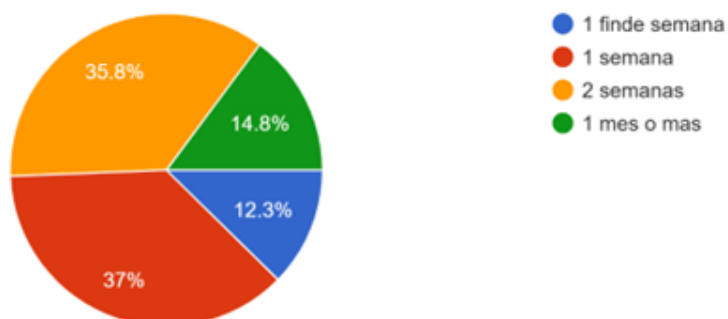
3.- ¿Es la primera vez que visita Chile?



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Gráfico 2-4. Visita en Chile.

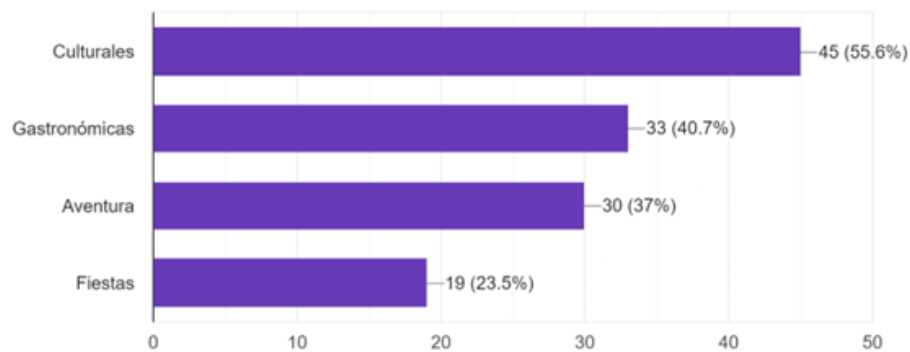
4.- ¿Cuánto Tiempo planea quedarse en Chile?



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Gráfico 2-5. Tiempo a quedarse en Chile.

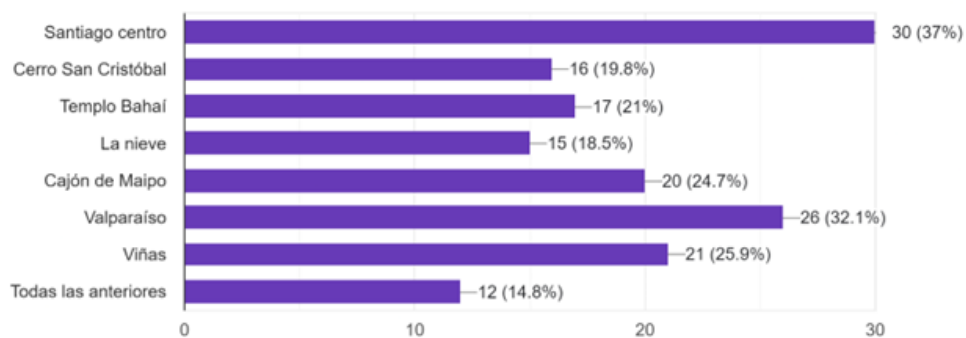
5- ¿Qué tipo de experiencias busca al viajar?



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Gráfico 2-6. Experiencias al viajar.

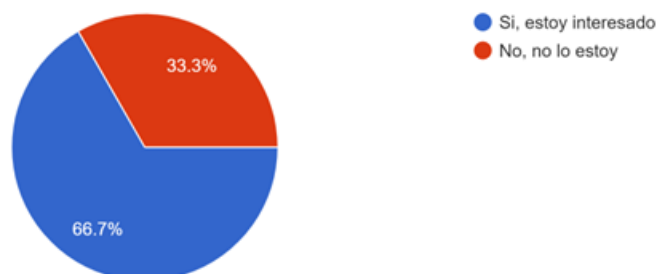
6.- ¿Qué atracciones le gustaría incluir en su itinerario?



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Gráfico 2-7. Lugares para recorrer en la Región Metropolitana y sus alrededores.

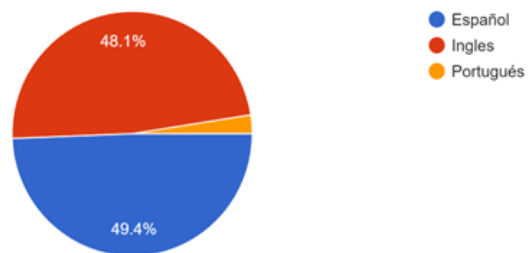
7.- ¿Está interesado en tours guiados o prefiere explorar por su cuenta?



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Gráfico 2-8. Preferencia en contratar tour.

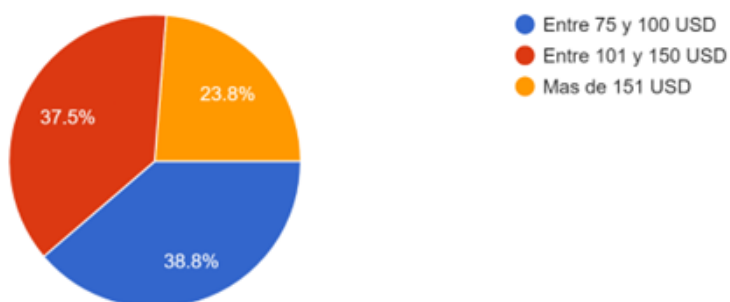
8.- ¿En qué idioma prefiere su tour?



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Gráfico 2-9. Preferencia en idioma del tour.

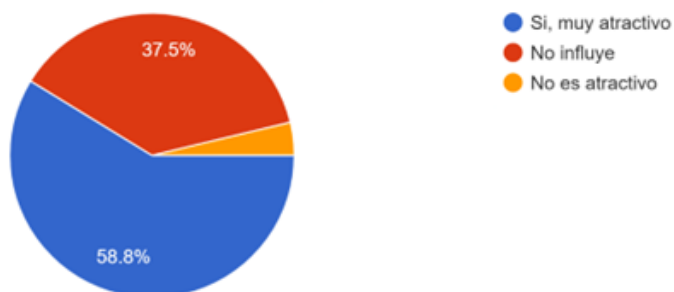
9.- ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por tour de recorrido full day que incluye comida?



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Gráfico 2-10. Preferencia en precio de tour.

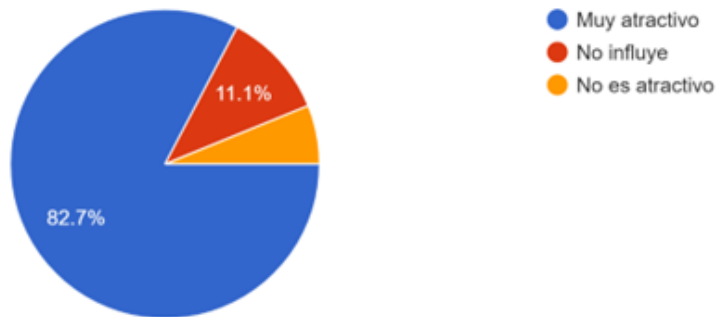
10.- ¿Le parece atractivo que el tour incluya servicio de fotografía digital y souvenirs?



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Gráfico 2-11. Servicio de fotografía digital y souvenirs.

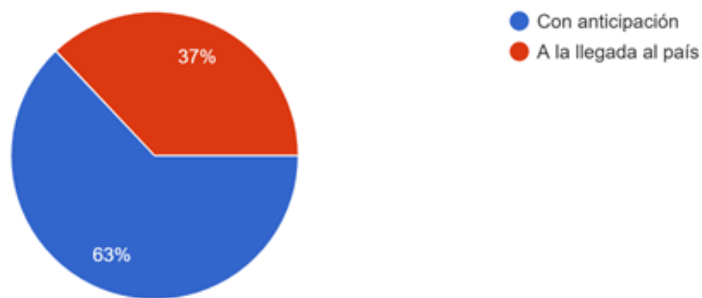
11.- ¿Cómo valora la inclusión de almuerzos en los recorridos full day?



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Gráfico 2-12. Inclusión de almuerzo en recorrido full day.

12.- ¿Cómo planifica sus actividades cuando viaja?



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Gráfico 2-13. Planificación en actividades.

Basándonos en el análisis de la encuesta, podemos obtener las siguientes conclusiones:

- País de origen: Los turistas provienen principalmente de América del Sur y Europa (35% cada uno), seguidos de América del Norte y Asia. El enfoque estará en estos mercados principales para maximizar la atracción turística.
- Rango de edad: La mayoría tiene entre 31 y 50 años, un grupo que tiende a valorar tanto la aventura como la cultura.
- Primera vez en Chile: Un 56% visita Chile por primera vez, lo cual resalta la importancia de ofrecer experiencias únicas para dejar una buena impresión.

- Tiempo de estancia en Chile: La mayoría planea quedarse entre 1 y 2 semanas, lo que permite organizar itinerarios variados que cubran distintas experiencias.
- Tipo de experiencias buscadas: Las experiencias culturales son las más demandadas (56%), seguidas de gastronómicas y de aventura. Por lo que es un buen análisis para considerar estas opciones en los paquetes turísticos.
- Atracciones preferidas: Santiago Centro, Valparaíso y las viñas son las atracciones más populares. Por lo que se confirma los itinerarios con una combinación de atracciones urbanas, naturales y culturales.
- Preferencia por tours guiados: Un 67% prefiere tours guiados, por lo que es clave ofrecer servicios profesionales de guía.
- Idioma preferido: El español y el inglés son los idiomas preferidos casi por igual, lo cual requiere guías y materiales bilingües.
- Disposición de pago: La mayoría está dispuesta a pagar entre 75 y 150 USD por un tour de día completo. Esto ofrece un rango claro para estructurar los precios de los paquetes.
- Atractivo del servicio de fotografía y souvenirs: Un 59% considera este servicio "muy atractivo", lo que sugiere incluirlo como valor agregado.
- Valoración de almuerzos en recorridos: La mayoría (83%) considera "muy atractiva" la inclusión de almuerzos, por lo que estos deben ser incluidos para mejorar la experiencia.
- Planificación de actividades: Un 63% planifica sus actividades con anticipación, lo que indica la necesidad de ofrecer opciones de reserva anticipada para mejorar la organización.

La encuesta sugiere que, para atraer a los turistas que visitan Chile, es clave ofrecer tours guiados en español e inglés, centrados en experiencias culturales, gastronómicas y de aventura. Incluir servicios adicionales como fotografía y almuerzos, y establecer precios en el rango de 75 a 150 USD. Además, es esencial facilitar la planificación anticipada de

actividades, permitiendo reservas previas para satisfacer la preferencia por una organización anticipada del viaje.

2.2.4 Proyección de la Demanda

La proyección de demanda para este proyecto de turismo se basa en el análisis de la Tabla 2-5: “Ingreso de turistas por paso fronterizo en la Región Metropolitana, año 2022 - agosto 2024”, donde se realiza un análisis comparativo llevando una sumatoria entre enero y agosto de cada año correspondiente, para que sea más equivalente, considerando que para este año tenemos registros hasta agosto del 2024. Se evaluaron estos datos específicos debido a que, después de la pandemia, a partir de 2022 y hasta la fecha, se observa una estabilización que permite obtener datos fidedignos sobre el ingreso de turistas. Esta proyección permitirá estimar el crecimiento esperado en la afluencia de visitantes, ajustando los servicios y experiencias ofrecidos para satisfacer sus expectativas y mejorar su experiencia en Chile.

- Regresión Lineal:

La proyección se realizará mediante un modelo de regresión lineal, que permitirá analizar la tendencia de crecimiento en el ingreso de turistas en años anteriores y estimar su comportamiento futuro. Este enfoque estadístico proporcionará una base sólida para anticipar la demanda, facilitando la planificación de recursos y optimización de servicios en el proyecto de turismo.

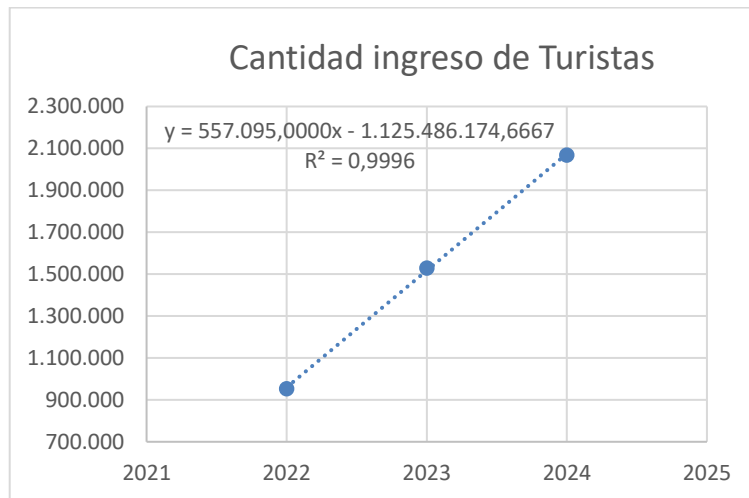
A continuación, tabla 2-6 con los datos a utilizar para realizar la proyección lineal:

Tabla 2-6. Sumatoria enero- noviembre por año en cantidad de ingreso de Turistas por paso fronterizo Región Metropolitana.

Año (Promedio ene- nov)	Cantidad de ingreso de Turistas
2022	953.829
2023	1.529.183
2024	2.068.019

Fuente: Elaboración propia en base al Estudio de Llegadas de Turistas Extranjeros al país, Subsecretaría de Turismo

Gráfico de índice de regresión lineal en la cantidad de ingresos de turistas por paso fronterizo Región Metropolitana.



Fuente: Elaboración propia en base a Estudios de Llegadas de turistas extranjeros al país, Subsecretaría de Turismo.

Gráfico 2-14. Cantidad de ingreso de Turistas al país.

El análisis de regresión lineal indica una tendencia de crecimiento en la sumatoria mensual de turistas (de enero a noviembre) con una pendiente de aproximadamente 557.095 turistas por año. Esto sugiere que el promedio de ingreso de turistas aumentará significativamente en los próximos años, lo que subraya una demanda en crecimiento que puede respaldar la planificación de nuevas infraestructuras y servicios turísticos para atender el flujo proyectado.

- Proyección para los próximos 5 años:

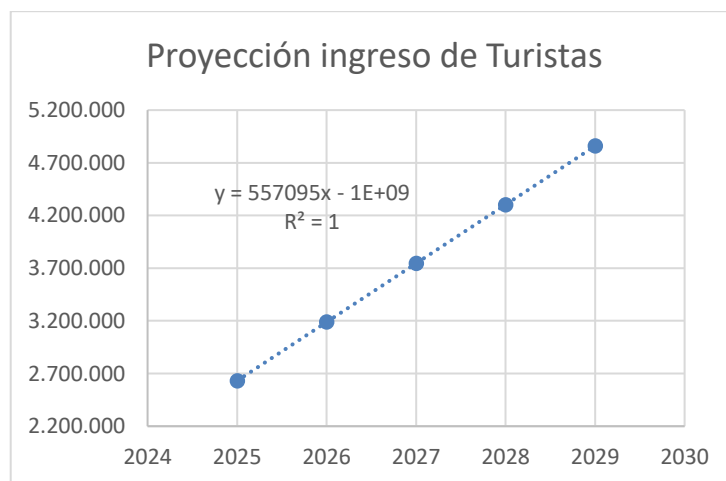
A continuación, se presentan las proyecciones de ingreso de turistas para los próximos cinco años, basadas en un modelo de regresión lineal. Estas estimaciones permiten anticipar el crecimiento de la demanda turística y facilitan la planificación estratégica en infraestructura y servicios, asegurando una respuesta adecuada a las expectativas del sector en el mediano plazo.

Tabla 2-7. Proyección en los próximos 5 años para el ingreso de Turistas por paso fronterizo Región Metropolitana.

Año	Proyección en el ingreso de Turistas
2025	2.631.200
2026	3.188.295
2027	3.745.390
2028	4.302.485
2029	4.859.580

Fuente: Elaboración propia en base al Estudio de Llegadas de Turistas Extranjeros al país, Subsecretaría de Turismo

Gráfico de proyección para los próximos 5 años en la cantidad de ingresos de turistas por paso fronterizo Región Metropolitana.



Fuente: Elaboración propia en base a Estudios de Llegadas de turistas extranjeros al país, Subsecretaría de Turismo.

Gráfico 2-15. Proyección para los próximos 5 años en ingreso de Turistas al país.

Analizando la proyección de los próximos cinco años muestra un aumento en el flujo de turistas hacia la Región Metropolitana, lo que representa una oportunidad significativa para el proyecto de turismo en esta área. Este crecimiento proyectado subraya la necesidad de fortalecer la oferta turística, mejorar los servicios y optimizar la infraestructura en la región para satisfacer la creciente demanda, posicionando así al proyecto como una opción atractiva y competitiva en el mercado.

- Demanda actual y futura:

Con los datos analizados y gráficos realizados, además de incluir en esta proyección de demanda, el dato de la actividad turística en la Región Metropolitana para el año 2023, según el estudio de “Principales indicadores de la actividad turística en la región metropolitana primer semestre 2023, realizada por la Subsecretaría de Turismo”. Podemos hacer un cálculo de demanda potencial:

-Población del área de influencia: 2.068.019 turistas en el ingreso al país por paso fronterizo Región Metropolitana hasta noviembre del 2024.

-Actividad turística para la región metropolitana para el año 2023: 22,6%

-Demanda Potencial = Población Total x Tasa de Participación

-Demanda Potencial= 2.068.019 turistas x 0.226
= 467.372 turistas.

Proyección para los próximos 5 años con una base de participación del 22,6% anual del ingreso de turistas por el paso fronterizo de la Región Metropolitana, según estudio de principales indicadores de la actividad turística en la región metropolitana primer semestre 2023, realizada por la Subsecretaría de Turismo.

Tabla 2-8. Demanda Actual y Futura para los próximos 5 años, en la participación de tours para el ingreso de Turistas por paso fronterizo Región Metropolitana.

Año	Proyección en el ingreso de Turistas	Participación de Turistas en tour de un 22,6%
2024	2.068.019	467.372
2025	2.631.200	594.651
2026	3.188.295	720.555
2027	3.745.390	846.458
2028	4.302.485	972.362
2029	4.859.580	1.098.265

Fuente: Elaboración propia.

La proyección de demanda para los próximos cinco años, enfocada en el proyecto de servicio turístico en la Región Metropolitana, evidencia un crecimiento sostenido en la participación de turistas en tours. Con un ingreso estimado de 467.372 turistas interesados en tours para 2024, y una capacidad inicial limitada a una van de 10

pasajeros operando 6 veces por semana, el proyecto tiene un mercado potencial significativo.

A medida que la demanda proyectada crece a 1.098.265 turistas en 2029, se hace evidente la necesidad de escalar operaciones y optimizar recursos para aprovechar el creciente interés por experiencias turísticas personalizadas. Este escenario brinda una oportunidad estratégica para consolidar la oferta inicial y planificar una expansión gradual que maximice la rentabilidad y la capacidad operativa del servicio.

2.2.5 Capacidad Productiva

Para determinar la capacidad productiva de este proyecto turístico, se analizará el uso de una van con 10 asientos disponible para dos tipos de recorridos: un tour de 5 horas y otro de 9 horas. Este cálculo permitirá evaluar el número máximo de servicios diarios que pueden ofrecerse en función de la duración de cada tour y el número de asientos disponibles

A continuación, en la tabla 2-3 se muestra la cantidad de prestaciones que puede realizar la empresa por día.

Tabla 2-9. Oferta de servicio en la cantidad de pasajeros por tour, diario y mensual.

OFERTA SERVICIO			
Tipo de Tour	Cantidad de horas	Cantidad de Turistas por día	Total Turistas mensual por tour
Tour 1	5	20	480
Tour2	9	10	240

Fuente: Elaboración propia

La tabla de capacidad productiva muestra que, con una van de 10 asientos, el proyecto puede atender hasta 480 turistas mensuales en el Tour 1 de 5 horas (considerando 2 tour por día) y 240 turistas en el Tour 2 de 9 horas. Esto indica un total por tour de turistas y que se puede optimizar el uso del vehículo, dependiendo de la demanda de cada tipo de tour, permitiendo un servicio eficiente y aprovechando la capacidad disponible para cubrir la demanda proyectada de ambos tours.

2.3 VARIABLES QUE AFECTAN A LA DEMANDA

En este proyecto de turismo en la Región Metropolitana, algunas de las principales variables que pueden afectar la demanda son:

2.3.1 Estacionalidad

La demanda turística suele variar con las estaciones, siendo más alta en verano y en periodos de vacaciones.

2.3.2 Factores económicos

Cambios en el poder adquisitivo de los turistas, tasas de cambio y costos de transporte pueden influir en la demanda. En particular, la inflación o variaciones en el tipo de cambio pueden impactar los precios y la disposición de los turistas a gastar.

2.3.3 Tendencias de viajes

La preferencia creciente por experiencias culturales y de aventura puede influir en la demanda de ciertos tipos de tours ofrecidos.

2.3.4 Factores externos y de seguridad

Situaciones como crisis sanitarias, inestabilidad política, o desastres naturales pueden reducir la cantidad de turistas interesados en visitar la región.

2.3.5 Competencia

La oferta de otros servicios turísticos en la región (otros operadores turísticos o destinos cercanos) puede afectar la demanda del proyecto.

2.3.6 Promoción y marketing

La eficacia de las campañas de publicidad y la presencia en redes sociales pueden atraer más clientes al proyecto.

2.3.7 Variedad y calidad del servicio

La percepción de la calidad del servicio, la oferta de tours variados, y la satisfacción de los clientes afectan la demanda futura, pues los turistas tienden a recomendar buenos servicios.

Las variables que afectan la demanda, como la estacionalidad, las tendencias de turismo, el poder adquisitivo de los turistas y las condiciones económicas globales, son factores clave a considerar. Comprender y anticipar estos elementos permitirá adaptar la oferta de servicios y maximizar el atractivo del proyecto turístico en la Región Metropolitana.

2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA

Existen diversas empresas de turismo en la Región Metropolitana que ofrecen servicios similares, permitiendo identificar la oferta actual y establecer un contexto competitivo. Analizar sus servicios y enfoques brinda una perspectiva valiosa para posicionar y diferenciar el proyecto en el mercado.

Las principales empresas de turismo son:

1. Turistik: Una de las empresas más conocidas en Santiago, ofrece tours a lugares icónicos como Valparaíso, Viña del Mar, Valle Nevado, Cajón del Maipo y visitas a viñedos. También opera el sistema de buses turísticos Hop-On Hop-Off en la ciudad.
2. Stamp's Tour: Especializada en tours hacia el Cajón del Maipo, Termas de Colina, Valle Nevado, y visitas a viñedos. Ofrece excursiones de día completo y medio día, además de experiencias personalizadas.
3. La Bicicleta Verde: Ofrece recorridos en bicicleta y a pie en Santiago, con enfoque en experiencias culturales, tours gastronómicos y visitas a viñedos en Maipo. Sus tours suelen ser temáticos, como el tour de grafitis o el recorrido por mercados locales.
4. AndoAndes: Esta empresa se especializa en turismo de aventura y naturaleza, con tours al Cajón del Maipo, la Cordillera de los Andes, y otros sitios naturales. Ofrece experiencias de senderismo, visitas a termas y excursiones para ver la nieve.
5. Chile Dream Tours: Ofrece tours en Santiago y alrededores, incluyendo visitas a viñedos, playas y la cordillera. Sus servicios incluyen traslados y excursiones personalizadas para grupos pequeños.

6. Gray Line Chile: Una empresa internacional con una sede en Santiago que ofrece excursiones a destinos turísticos populares como el Valle del Maipo, Valparaíso y Viña del Mar, y varios tours dentro de Santiago. También tiene paquetes de múltiples días para turistas.

La principal diferencia de este proyecto se centra en la personalización y exclusividad de los tours, ofreciendo grupos más pequeños y experiencias más enfocadas, recorridos nuevos que no están ofrecidos en ninguna de las empresas mencionadas y que puede resultar atractivo para turistas que buscan una atención más cercana. Además, el proyecto puede destacar por incluir servicios adicionales, como fotografía digital y souvenirs, así como una oferta gastronómica en los recorridos, creando un valor agregado en comparación con las opciones tradicionales de la competencia.

2.5 COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

El comportamiento del mercado turístico en la Región Metropolitana de Chile muestra un crecimiento en la demanda, impulsado principalmente por turistas que buscan experiencias culturales y naturales. Los visitantes valoran la posibilidad de tours personalizados, con opciones de distintos idiomas y servicios adicionales, como almuerzos y fotografía. La competencia en el sector es considerable, con varias empresas ya establecidas que ofrecen tours similares, pero existe una tendencia hacia la diferenciación en servicios más exclusivos y personalizados, lo que abre oportunidades para captar un segmento de turistas que buscan experiencias únicas y de calidad.

Para realizar un análisis de este sector, es preciso observar el medio interno con sus fortalezas y debilidades y el medio externo con las oportunidades y amenazas, captando los diferentes factores que afectan el comportamiento del mercado, por lo que se efectúa un análisis FODA.

2.5.1 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en

la industria. Para el presente trabajo, estos serían los factores internos y externos que influyen en la toma de decisiones:

2.5.1.1 Análisis interno

Fortalezas

- Experiencias únicas y personalizadas: El proyecto está diseñado para ofrecer una experiencia exclusiva, con atención en tours culturales, naturales y nuevos recorridos adaptados a las preferencias de los turistas.
- Servicios adicionales atractivos: Incluye opciones de fotografía y almuerzos, lo cual agrega valor y mejora la experiencia del cliente.
- Alta demanda por tours personalizados: Existe una tendencia creciente entre los turistas por servicios turísticos exclusivos y en su propio idioma.

Debilidades

- Capacidad limitada: Contar solo con un vehículo tipo van limita el número de turistas diarios y la cantidad de tours que se pueden realizar.
- Dependencia de la estacionalidad: La afluencia de turistas varía por temporadas, lo cual afecta la estabilidad de los ingresos.
- Escalabilidad restringida: La operación actual limita la expansión rápida, lo que podría dificultar competir con empresas que ya cuentan con mayores recursos y flota de vehículos.

2.5.1.2 Análisis externo

Oportunidades

- Crecimiento del turismo internacional en la Región Metropolitana: El aumento de turistas extranjeros crea una demanda sostenida para este tipo de servicios.
- Innovación en tecnología y marketing digital: Las plataformas digitales permiten una mayor visibilidad, segmentación y promoción a turistas de diferentes países.

- Tendencia de sostenibilidad: Crece la demanda por experiencias turísticas sostenibles y respetuosas del medio ambiente, una oportunidad para diferenciar el proyecto.

Amenazas

- Competencia en el mercado local: Existen empresas consolidadas que ofrecen tours similares, lo cual dificulta la captación de clientes.
- Fluctuaciones económicas y políticas: Factores como la inflación, tipo de cambio y posibles restricciones de viaje pueden afectar el flujo de turistas internacionales.
- Cambios en tendencias de viaje: Las preferencias de los turistas pueden cambiar, como ocurrió con la pandemia, lo que podría reducir la demanda por ciertos tipos de tours.

2.5.1.3 Estrategias FO (Fortalezas + Oportunidades)

- Posicionar el servicio como líder en experiencias personalizadas: Aprovechar la creciente demanda de turismo internacional y sostenible para destacar las características únicas del proyecto (experiencias personalizadas, sostenibilidad).
- Implementar marketing digital estratégico: Usar herramientas tecnológicas para promocionar los tours en redes sociales y plataformas turísticas, destacando servicios adicionales como fotografía y almuerzos.
- Ofrecer paquetes innovadores: Crear opciones combinadas que resalten el turismo cultural y natural, alineadas con las tendencias globales de sostenibilidad.

2.5.1.4 Estrategias DO (Debilidades + Oportunidades)

- Incrementar gradualmente la flota: Usar los ingresos generados en temporadas altas para financiar la adquisición de vehículos adicionales y reducir la capacidad limitada actual.

- Diversificar servicios para mitigar estacionalidad: Ofrecer tours temáticos en temporada baja (como experiencias indoor o gastronómicas) para atraer clientes todo el año.
- Aprovechar el marketing digital para captar más clientes: Compensar la capacidad limitada con estrategias de segmentación que enfoquen los esfuerzos en mercados específicos de alta rentabilidad.

2.5.1.5 Estrategias FA (Fortalezas + Amenazas)

- Diferenciarse de la competencia: Destacar la personalización, sostenibilidad y servicios adicionales en la promoción para competir con empresas consolidadas.
- Adaptar la oferta a tendencias de viaje: Diseñar recorridos flexibles y adaptables que respondan rápidamente a cambios en las preferencias de los turistas.
- Crear alianzas estratégicas: Colaborar con hoteles, restaurantes y otras empresas del sector para aumentar la captación de turistas y superar barreras de competencia.

2.5.1.6 Estrategias DA (Debilidades + Amenazas)

- Planificar financieramente para la estacionalidad: Crear un fondo de reserva con ingresos de temporadas altas para garantizar estabilidad durante los meses con menor afluencia de turistas.
- Optimizar operaciones: Reducir costos y aumentar la eficiencia operativa para mitigar los efectos de la fluctuación económica y política.
- Monitorear constantemente las tendencias del mercado: Realizar estudios periódicos que permitan adaptar los servicios a las nuevas demandas, reduciendo el impacto de cambios inesperados.

Este análisis FODA permite identificar las áreas en las que el proyecto puede enfocar esfuerzos, aprovechar oportunidades de mercado y estar preparado para enfrentar los desafíos del entorno competitivo y con las estrategias ayudarán al proyecto a maximizar su potencial de crecimiento y aprovechando sus fortalezas.

2.6 DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO Y PROYECCIONES

Este análisis se enfocará en la determinación de precios y proyecciones económicas de un proyecto de turismo en esta área, considerando factores clave como la oferta y demanda, la competencia en el mercado y las tendencias de consumo. Al evaluar estos elementos, se busca establecer una estrategia de precios competitiva que maximice la rentabilidad del proyecto, al tiempo que se asegura una experiencia atractiva para los turistas.

Para determinar el nivel de precios a cobrar por la prestación del servicio de tour se hizo una investigación de los precios que ofrece la competencia y junto con los resultados de la encuesta, la cual arrojó que los encuestados estaban dispuestos a pagar preferiblemente entre 75 y 150 USD.

Al contar con distintos tipos de tour son distintos tipos de precios, los cuales se reflejan en la tabla a continuación, realizando un comparativo con las empresas que ofrecen servicios similares.

Tabla 2-10. Comparativo de precios de tours de las empresas existentes.

Empresa/ Tipo de tour	Santiago centro	Viñas	Valparaíso
Turistik	60	80	80
Stamp's Tour	-	80	-
Bicicleta Verde	40	70	-
AndoAndes	-	80	90
Chile Dreaan Tours	30	80	-
Gray Line Chile	50	-	70

Fuente: Elaboración propia

Según los datos obtenidos de la tabla anterior, los resultados de la encuesta realizada y considerando que ninguno de las empresas ofrece servicio de almuerzo y fotografía, los precios que se ofrecerán por tipo de tour, son los siguientes:

- Santiago centro: 50 USD por tour.
- Valparaíso: 90 USD por tour.
- Viñas: 80 USD por tour.

2.7 ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN

La localización es crucial para el éxito del proyecto turístico. A continuación, se presentan los aspectos clave a considerar:

- **Accesibilidad y Conectividad:** La región cuenta con una buena infraestructura de transporte (Metro y autobuses) que facilita la llegada de turistas, especialmente cerca del aeropuerto.
- **Proximidad a Atractivos Turísticos:** Ubicarse cerca de lugares de interés como el Cerro San Cristóbal, la Plaza de Armas y barrios culturales puede enriquecer la oferta y atraer más visitantes.
- **Segmentación del Mercado:** Identificar al público objetivo ayudará a elegir áreas adecuadas; por ejemplo, zonas culturales para turistas interesados en arte o cercanía a la naturaleza para aventureros.
- **Competencia y Colaboración:** Analizar la competencia en la zona permite detectar oportunidades. Colaborar con empresas locales puede potenciar el atractivo del proyecto.
- **Aspectos Económicos y Sociales:** Considerar la rentabilidad de la ubicación y el entorno social es fundamental para garantizar el éxito a largo plazo.
- **Seguridad y Sostenibilidad:** Elegir un lugar seguro y con prácticas sostenibles mejora la experiencia del visitante y la aceptación del proyecto.

La selección de la localización debe basarse en un análisis de accesibilidad, atractivo turístico, mercado, competencia, aspectos económicos y seguridad. Un enfoque integral asegurará el potencial del proyecto y una experiencia positiva para los turistas.

2.7.1 Localización

Providencia representa una localización estratégica para el proyecto de turismo, gracias a su accesibilidad, variedad de atractivos, y potencial de mercado. Un análisis cuidadoso de estos factores contribuirá al éxito del proyecto y a una experiencia enriquecedora para los visitantes.

- Turistas nacionales e internacionales.
- Viajeros de negocios.
- Familias y grupos escolares.
- Parejas en busca de escapadas románticas.

2.8.3 Estrategia de precios

La fijación de precios debe ser competitiva y reflejar el valor percibido. Estrategias como precios promocionales, descuentos para grupos, y tarifas dinámicas según la temporada pueden ser efectivas.

2.8.4 Promoción y publicidad

Las actividades promocionales son clave para generar interés. Se pueden utilizar:

- Marketing digital: Anuncios en redes sociales, SEO, y marketing de contenido para atraer tráfico a la página web.
- Eventos y ferias: Participar en ferias de turismo y eventos locales para aumentar la visibilidad.
- Colaboraciones: Trabajar con influencers y bloggers de viaje para alcanzar audiencias más amplias.

2.8.5 Experiencia del cliente

La experiencia del cliente es fundamental para la fidelización. Garantizar un servicio de calidad, atención personalizada y actividades memorables ayudará a generar recomendaciones y reseñas positivas.

Las actividades promocionales son clave para generar interés. Se pueden utilizar:

- Marketing digital: Anuncios en redes sociales, SEO, y marketing de contenido para atraer tráfico a la página web.
- Eventos y ferias: Participar en ferias de turismo y eventos locales para aumentar la visibilidad.

- Colaboraciones: Trabajar con influencers y bloggers de viaje para alcanzar audiencias más amplias.

Un sistema de comercialización bien estructurado en Providencia debe centrarse en la segmentación del mercado, la diversificación de canales, estrategias de precios competitivas y actividades promocionales efectivas. La atención a la experiencia del cliente y la evaluación continua del rendimiento son elementos clave para asegurar el éxito del proyecto turístico.

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

El análisis de prefactibilidad técnica del proyecto turístico en la Región Metropolitana se centra en determinar la viabilidad operativa del servicio mediante la identificación de los recursos y requisitos necesarios para la operación del proyecto. Este análisis abarca los aspectos como requerimientos de equipos y herramientas, infraestructura necesaria, capacidad productiva, personal operacional, mantenimiento, logística y dimensionamiento de la inversión inicial.

3.1 DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS

Para implementar el proyecto turístico en la Región Metropolitana, se deben identificar, describir y seleccionar los procesos clave que aseguren el funcionamiento eficiente y alineado con los objetivos del negocio.

El proceso se orienta al análisis de la demanda y proyecciones de ésta, a objeto de cumplir con la oferta considerada en el estudio de mercado.

Los principales aspectos operacionales logísticos a considerar son:

3.1.1 Proceso de Planificación y Gestión Operativa

Este proceso se centra en la organización y supervisión de las actividades diarias, asegurando que las operaciones sean eficientes y estén alineadas con las expectativas de los clientes. Este proceso es prioritario porque establece la base para la experiencia del cliente y garantiza la organización interna del proyecto. Las actividades son:

- Diseño de itinerarios personalizados.
- Programación de recorridos, horarios y rutas.
- Gestión de reservas y atención al cliente

3.1.2 Proceso de Atención al Cliente

Abarca todas las interacciones con los clientes, desde la recepción de consultas hasta el feedback posterior al servicio. En este proceso se ve directamente la satisfacción y fidelización de los turistas, elemento clave para el éxito del negocio. Sus principales actividades son:

- Gestión de reservas (en línea y en oficina).
- Provisión de información sobre tours y experiencias.
- Resolución de problemas o quejas.

3.1.3 Proceso de Ejecución de Tours

Incluye todas las actividades relacionadas con la realización de los recorridos turísticos, asegurando una experiencia de alta calidad como:

- Preparación del vehículo y equipamiento.
- Recepción de turistas en el punto de partida.
- Guía durante los recorridos, incluyendo narraciones y explicaciones.
- Provisión de servicios adicionales como refrigerios y souvenirs.

3.1.4 Proceso de Logística y Mantenimiento

Este proceso se enfoca en garantizar que los recursos materiales y equipos estén disponibles y en óptimas condiciones. Este proceso es primordial por su impacto en la operatividad diaria y en la percepción de calidad del servicio. Las actividades son:

- Abastecimiento de alimentos, bebidas y souvenirs.
- Limpieza y mantenimiento preventivo del vehículo.
- Verificación del cumplimiento de estándares de seguridad.

3.1.5 Proceso de Marketing y Promoción

Orienta las acciones para atraer clientes y posicionar el servicio en el mercado turístico. Este proceso es clave para generar demanda y diferenciarse de la competencia, especialmente en una industria tan competitiva como el turismo. Las actividades son:

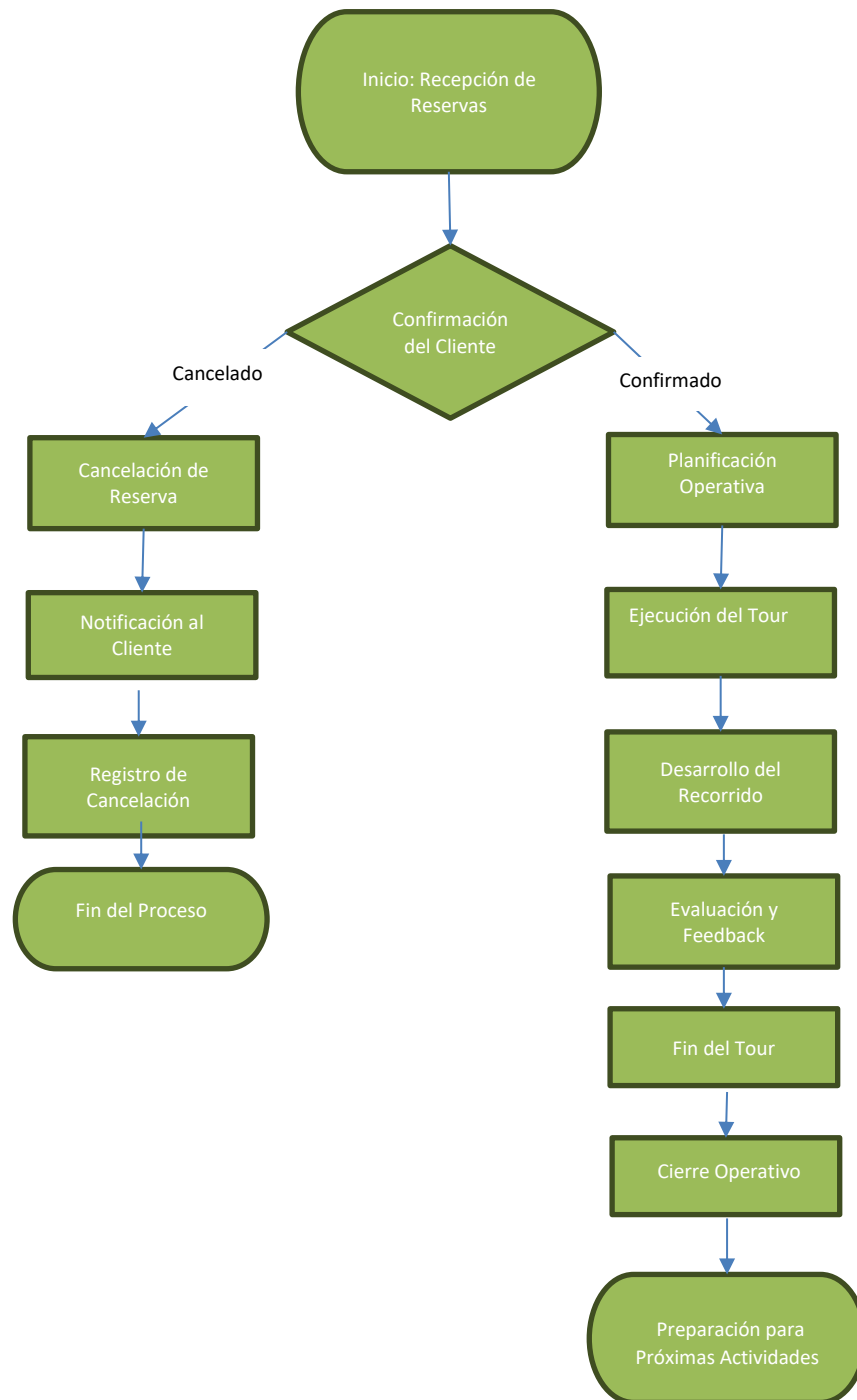
- Campañas digitales y presenciales para captar turistas.
- Alianzas estratégicas con agencias y operadores turísticos.
- Gestión de redes sociales y generación de contenido visual atractivo.

La selección de procesos está diseñada para asegurar una operación eficiente y

orientada al cliente. Estos procesos permiten ofrecer un servicio de alta calidad, fomentar la satisfacción del cliente y asegurar la viabilidad del proyecto en el tiempo.

3.2 DIAGRAMA DE FLUJO

En el diagrama de flujo 3-1, detalla las etapas principales del proyecto.



Fuente. Elaboración propia

Figura 3-1. Diagrama de flujo

3.3 SELECCIÓN DE EQUIPOS

La selección de equipos para el proyecto debe enfocarse en garantizar eficiencia operativa, comodidad para los turistas y cumplimiento de estándares de calidad.

3.3.1 Ponderación de Equipos

Para la elección del equipo que más conviene adquirir, se determinó darle un 40% de importancia a la calidad y características del equipo, un 30% a durabilidad y un 30% de importancia al precio.

Posteriormente se les califica con una puntuación entre 1 y 10, para luego determinar y calcular un valor ponderado. Dependiendo del total obtenido en la ponderación, es que se determina cual equipo se va a adquirir.

A continuación, en la Tabla 3-1 Comparativo para obtener la ponderación de estos equipos:

Tabla: 3-1 Ponderación de Equipos

Proveedor	Falabella / Foton					Ripley / Hyundai					Paris / Jac				
Equipo	Calidad	Durabilidad	Precio (%)	Nota%	Precio	Calidad	Durabilidad	Precio (%)	Nota%	Precio	Calidad	Durabilidad	Precio (%)	Nota%	Precio
Van	8	7	10	8,3	\$30.333.100	9	9	7	8,4	\$35.450.100	8	8	9	8,3	\$ 31.134.100
Cámara	8	8	9	8,3	\$ 474.990	7	8	6	7	\$ 409.990	9	9	5	7,8	\$ 944.900
GPS	8	7	9	8	\$ 129.990	8	8	8	8	\$ 179.990	7	7	10	7,9	\$ 82.990
Computador	8	8	8	8	\$ 479.990	8	8	8	8	\$ 489.990	8	8	9	8,3	\$ 429.990
Impresora	8	8	9	8,3	\$ 124.990	8	8	7	7,7	\$ 159.990	8	8	8	8	\$ 141.990
Escritorio	8	8	8	8	\$ 169.990	9	8	9	8,7	\$ 131.990	7	7	9	7,6	\$ 84.990
Sillas	8	8	8	8	\$ 59.990	8	8	7	7,7	\$ 79.990	8	8	9	8,3	\$ 41.990
Sofá	9	8	8	8,4	\$ 149.990	8	8	9	8,3	\$ 119.990	7	7	10	7,9	\$ 79.990
Estante	8	8	10	8,6	\$ 69.990	8	8	10	8,6	\$ 64.990	8	8	10	8,6	\$ 65.990
Refrigerador	8	8	8	8	\$ 219.990	8	8	9	8,3	\$ 189.990	8	8	9	8,3	\$ 189.990
Celular	8	8	7	7,7	\$ 249.990	8	8	8	8	\$ 209.990	8	8	9	8,3	\$ 189.990
Basureros	8	8	8	8	\$ 15.390	8	8	7	7,7	\$ 18.000	9	8	6	7,8	\$ 19.000

Fuente: Elaboración propia.

3.3.2 Selección de Equipos

Al analizar los datos de la tabla anterior, se pueden determinar los equipos necesarios con la mejor puntuación según los criterios de evaluación establecidos, que se van a considerar en la inversión inicial como “Activos Fijos”. Los valores utilizados fueron traspasados a UF, la cual tiene un valor de \$ 38.222,26 el día 28 de noviembre de 2024, obtenido del Servicio de Impuestos Internos (SII). El monto total de estos activos fijos son por un monto de 983,04 UF.

Resultados por proveedor para selección de equipos a continuación en la Tabla 3-2

Tabla: 3-2 Equipos seleccionados por proveedor.

Equipo	Proveedor	Cantidad	Precio en CLP	Precio en UF
Van	Hyundai	1	\$ 35.450.100	\$ 927,47
Cámara	Falabella	1	\$ 474.990	\$ 12,43
GPS	Falabella	1	\$ 129.900	\$ 3,40
Computador	Paris	1	\$ 429.990	\$ 11,25
Impresora	Falabella	1	\$ 124.990	\$ 3,27
Escritorio	Ripley	1	\$ 131.990	\$ 3,45
Sillas	Paris	3	\$ 125.970	\$ 3,30
Sofá	Falabella	1	\$ 149.990	\$ 3,92
Estante	Ripley	2	\$ 129.980	\$ 3,40
Refrigerador	Paris	1	\$ 189.990	\$ 4,97
Celular	Paris	1	\$ 189.990	\$ 4,97
Basureros	Falabella	3	\$ 46.170	\$ 1,21
		Total:	\$ 37.574.050	\$ 983,04

Fuente: Elaboración propia

3.3.3 Descripción de equipos seleccionados

A continuación, una descripción de los equipos seleccionados, mencionando sus características principales.

3.3.3.1 Van de Transporte

- Modelo: Hyundai Staria 2.2L 11P (2024)
- Características: Combustible: Diesel
Cilindrada: 2200 cc
Aire acondicionado
Cierre centralizado
Transmisión manual de 6 velocidades
6 Pasajeros
- Precio: \$ 35.450.100/ 927.47 UF



Fuente: <https://www.autocosmos.cl/>

Figura 3-1: Van de transporte

3.3.3.2 Cámara Fotográfica

- Modelo: Canon EOS 4000D Digital SLR Cámara Con 18-55 III Lente - Negro
- Características: Cámara posterior 18 MP
Sensor CMOS
Inalámbrico: Wifi
Tamaño Sensor: 22,3 mm x 14,9
Píxeles efectivos: 18 megapíxeles
- Precio: \$ 474.990 / 12.43 UF



Fuente: <https://www.falabella.com/>

Figura 3-2: Cámara fotográfica

3.3.3.3 GPS

- Modelo: GPS Garmin Nuvi
- Características: Tamaño pantalla 5''
Dimensiones 14cm x 8,6 cm x 1,8 cm
Funciona sin internet
Mapas Chile y Sudamérica
Píxeles efectivos: 10 megapíxeles
- Precio: \$ 129.990 / 3.40 UF



Fuente: <https://www.falabella.com/>

Figura 3-3: GPS rastreo y conducción.

3.3.3.4 Notebook

- Modelo: Notebook HP 240 G9 i5 I5-1235U 8GB SSD 256GB 14" Windows 11
- Características: Pulgadas: 14" HD
Procesador: Intel Core i5
Resolución: (1366x768)
Velocidad del procesador: 4,4 GHz
Sistema operativo: Windows
- Precio: \$ 429.990 / 11.25 UF



Fuente: <https://www.paris.cl/>

Figura 3-4: Notebook

3.3.3.5 Impresora

- Modelo: Multifuncional HP Smart Tank 520 Tanque de Tinta Color USB
- Características: Impresora multifuncion
Inyección a color
Resolución del scanner: Hardware: Hasta 1200 x 1200 dpi
Vel. de impresión: hasta 12 ppm; Borrador: hasta 22 ppm
Sin conexión a Wifi
- Precio: \$ 124.990 / 3.27 UF



Fuente: <https://www.falabella.com/>

Figura 3-5: Impresora

3.3.3.6 Escritorio

- Modelo: Escritorio Palermo esquinero 151,5X115X80 Olmo Alpino
- Características: Cantidad de repisas: 2
Material: Melamina/ Madera aglomerada
Largo: 151.5 cm
Marca: CIC
Sin ruedas
- Precio: \$ 131.990 / 3.45 UF



Fuente: <https://www.simple.ripley.com/>

Figura 3-6: Escritorio oficina

3.3.3.7 Sillas Oficina

- Modelo: Silla de escritorio acolchada giratoria Mariposa
- Características: Cantidad de piezas: 7
Material: Ecocuero
Peso máximo 100 kilos
Marca: Habita2 Chile
Altura 45-55 cm
- Precio: \$ 41.990 / 1.10 UF



Fuente: <https://www.paris.cl/>

Figura 3-7: Sillas oficina

3.3.3.8 Sofá Oficina

- Modelo: Futón Bonnie Negro
- Características: Cantidad de piezas: 7
Ancho: 182 cm
Alto: 84 cm
Profundidad: 84 cm
Marca: Just Home Collection
- Precio: \$ 149.990 / 3.92 UF



Fuente: <https://www.falabella.com/>

Figura 3-8: sillón para recepción

3.3.3.9 Estante

- Modelo: Estante Acero pintado
- Características: Material: Acero
Cantidad de repisas: 5
Dimensiones: 120x45x180 cm
Peso a resistir: 1250 kg
Marca: PROCHEF

- Precio: \$ 64.990 / 1.70 UF



Fuente: <https://www.simple.ripley.com/>

Figura 3-9: Estante

3.3.3.10 Refrigerador

- Modelo: Bottom Freezer 166Lts MED165S Mademsa
- Características: Capacidad útil del congelador: 45 litros
Capacidad útil del refrigerador: 121 litros
No frost
Peso producto: 30 kg
Consumo energético: 16,29 (kWh/mes)
- Precio: \$ 189.990 / 4.97 UF



Fuente: <https://www.paris.cl/>

Figura 3-10: Refrigerador

3.3.3.11 Celular

- Modelo: Smartphone Galaxy A25 5G 128GB 6.5"

- Características: Procesador: Octacore
Velocidad procesador: 2,4 GHz, 2GHz
Pantalla: 6,5"
Almacenamiento: 128GB
Memoria RAM: 6 GB
- Precio: \$ 189.990 / 4.97 UF



Fuente: <https://www.paris.cl/>

Figura 3-11: Celular

3.3.3.12 Basurero

- Modelo: Basurero de Acero Inoxidable
- Características: Capacidad: 12 litros
Material: Acero inoxidable, plástico
Mecanismo de acondicionamiento: Pedal
Diámetro: 25 cm
Color: Cromado tipo espejo
- Precio: \$ 15.390 / 0.40 UF



Fuente: <https://www.falabella.com/>

Figura 3-1: Basureros para oficina

3.4 LAY-OUT

El lugar para ocupar es una oficina comercial, el cual será arrendado y acondicionado para el uso de la empresa. Es una oficina que cuenta con recepción y un privado que se utilizará como bodega, el área de la oficina es de 18 m².

La oficina se ubica en una de las calles con mayor flujo vehicular y visibilidad de imagen de Providencia. A dos cuadras del metro Pedro de Valdivia, además con estacionamientos cercanos por todo el sector.

La figura 3-13 detalla la ubicación y en la figura 3-14 el lay-out de la oficina de Empresa de Turismo.

Ubicación:



Fuente: <https://www.google.com/maps/>

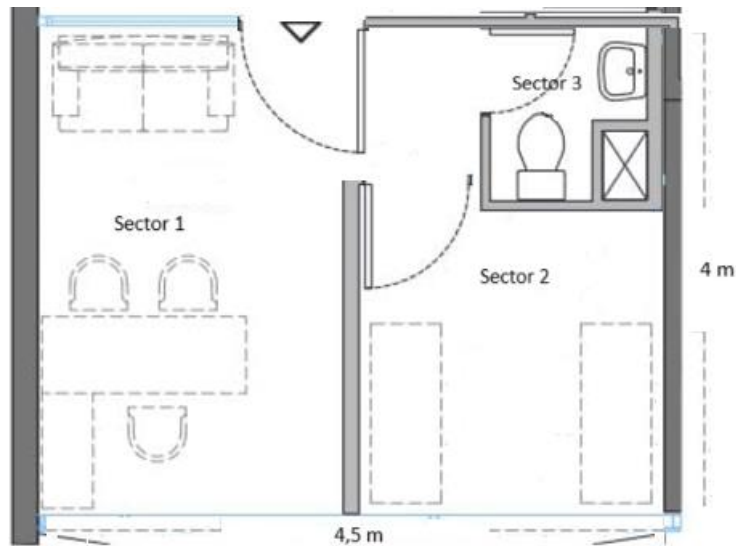
Figura 3-13: Ubicación oficina

Características:

La distribución de la oficina será de la siguiente manera:

- Sector 1 Hall de acceso y recepción
- Sector 2 privado que se utilizara como bodega
- Sector 3 baño

En la Figura 3-14. Lay-out se puede ver la distribución de las áreas de trabajo.



Fuente: [https:// https://www.portalinmobiliario.com/](https://www.portalinmobiliario.com/)

Figura 3-14: Lay- out oficina.

3.5 DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS.

Los insumos y materiales que se van a necesitar para la realización de las distintas actividades de la empresa, con la sumatoria de todos estos ítems con un costo mensual de 112,6 UF, son los siguientes:

3.5.1 Insumos administrativos

La empresa posee un área administrativa de coordinación, y para que esta área pueda cumplir con su trabajo, diversos son los insumos que se utilizan. Estos materiales serán adquiridos de forma mensual y generan un gasto de 3,84 UF, donde está incluido el programa de reservas online y la nube para subir las fotografías tomadas en los tours.

A continuación, tabla 3-3 se determina los insumos administrativos:

Tabla: 3-3 Insumos Administrativos

Insumo	Proveedor	Cantidad	Precio unitario	Total	Total UF
Papel fotocopia	Dimeiggs	1	\$ 3.890	\$ 3.890	\$ 0,10
Lapices	Dimeiggs	12	\$ 190	\$ 2.280	\$ 0,06
Insumos en general	Dimeiggs	1	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 0,26
Folletos y mapas	PrintBox	180	\$ 300	\$ 54.000	\$ 1,41
Sistema de pago transbank	Transbank	1	\$ 29.110	\$ 29.110	\$ 0,76
Software reserva online	Reservo.cl	1	\$ 47.600	\$ 47.600	\$ 1,25
				Total:	\$ 3,84

Fuente: Elaboración Propia

3.5.2 Insumos de limpieza

Estos insumos serán necesarios para mantener el local limpio tanto para clientes como para el personal. Estos materiales serán comprados de forma mensual y su valor total es de 2.05 UF.

A continuación, tabla 3-4 se determina los insumos de limpieza:

Tabla: 3-4 Insumos de limpieza

Insumo	Proveedor	Cantidad	Precio unitario	Total	Total UF
Papel Higienico	Oulet de aseo	12	\$ 1.690	\$ 20.280	\$ 0,53
Bolsas de basura	Oulet de aseo	4	\$ 590	\$ 2.360	\$ 0,06
Articulos de limpieza	Oulet de aseo	1	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 0,26
Desinfectante spray	Oulet de aseo	6	\$ 2.190	\$ 13.140	\$ 0,34
Bolsas ziploc	Oulet de aseo	12	\$ 790	\$ 9.480	\$ 0,25
Servilletas	Oulet de aseo	8	\$ 990	\$ 7.920	\$ 0,21
Desodorante ambiental	Oulet de aseo	8	\$ 1.890	\$ 15.120	\$ 0,40
Jabón liquido	Oulet de aseo	2	\$ 1.190	\$ 2.380	\$ 0,06
				Total:	\$ 2,05

Fuente: Elaboración propia

3.5.3 Insumos operacionales

Dentro de estos insumos se encuentra el consumo de combustible mensual que se calculó sacando un estimativo de 1 viaje por día por 6 días y tomando en consideración el promedio de kilometraje dentro del recorrido más corto con el más largo, calculado con un valor de \$1033 promedio por litro de Diesel al día 28 de noviembre del 2024, también se incluye el costo por TAG, servicio de mantención preventiva mensual y servicio de limpieza 2 veces por semana.

En la siguiente tabla 3-5 se observa el consumo mensual de los insumos operacionales:

Tabla: 3-5 Insumos operacionales

Insumo	Proveedor	Cantidad	Precio unitario	Total	Total UF
Combustible	Chile tur	24	\$ 19.766	\$ 474.384	\$ 12,41
TAG	Chile tur	24	\$ 9.286	\$ 222.864	\$ 5,83
Seguro	Mapfre	1	\$ 331.997	\$ 331.997	\$ 8,69
Servicio de mantención	Hyundai	1	\$ 55.833	\$ 55.833	\$ 1,46
Servicio de limpieza	Lavado de auto.cl	4	\$ 25.000	\$ 100.000	\$ 2,62
				Total:	\$ 26,93

Fuente: Elaboración propia

3.5.4 Insumos de alimentación y souvenir

En los insumos de alimentación y souvenir, se consideran los desayunos, almuerzos y recuerdos incluidos en los tours.

En la siguiente tabla 3-6 se observa el consumo mensual de los insumos de alimentación y souvenir:

Tabla: 3-6 Insumos de alimentación y souvenir

Insumo	Proveedor	Cantidad	Precio unitario	Total	Total UF
Jugo Botella	Booz	3	\$ 19.690	\$ 59.070	\$ 1,55
Agua mineral	Booz	15	\$ 5.590	\$ 83.850	\$ 2,19
Pastelitos Típicos	Mercado Libre	3	\$ 24.990	\$ 74.970	\$ 1,96
Sandwich	Migas Deli	240	\$ 940	\$ 225.600	\$ 5,90
Super Ocho	Dulces altiro	10	\$ 5.990	\$ 59.900	\$ 1,57
Almuerzo	Restaurante convenio	240	\$ 10.000	\$ 2.400.000	\$ 62,79
Souvenir	Soleio Mayor	240	\$ 600	\$ 144.000	\$ 3,77
Vinos	Booz	48	\$ 3.990	\$ 191.520	\$ 5,01
				Total:	\$ 79,73

Fuente: Elaboración propia

3.6 PROGRAMAS DE TRABAJO, TURNOS Y GASTOS EN PERSONAL

La carga laboral representa un punto importantísimo dentro del funcionamiento de la empresa de turismo, se considera personal fijo suficiente a fin de cubrir el área de administración, transporte y guía.

3.6.1 Programa de trabajo

Se realizarán tours a diario, la jornada laboral total quedará establecida de la siguiente manera:

- Tours de Lunes a Domingo de 09:00 a 20:00 horas dependiendo del tour.
- La oficina de atención al público de Lunes a Domingo de 09:00 a 14:00 y de 15:00 a 20:00 horas.

Completando las 40 horas semanales en sistema de turno de trabajo de 4x4.

3.6.2 Programa de Turnos

Para cumplir con el programa de trabajo establecido en el punto anterior se organizaron turnos de trabajo de 4x4 en el siguiente sistema:

Tabla: 3-7 Programación de Turnos

Profesional	Jornada Laboral	Horas de trabajo	Almuerzo	Horas efectivas de trabajo
Administrativo	11 horas	10	1	10
Chofer	11 horas	10	1	10
Guia	11 horas	10	1	10

Fuente: Elaboración propia

3.6.3 Gastos en Personal

Costo total para la empresa en la contratación del personal con contrato indefinido.

Tabla: 3-8 Costo para la empresa

Cargo	Costo por trabajador	Cantidad de trabajadores	Costo Empresa UF
Administrativo	\$ 23,87	2	\$ 47,74
Chofer	\$ 28,72	2	\$ 57,44
Guia	\$ 25,51	2	\$ 51,02
		Total:	\$ 156,20

Fuente: Elaboración propia

3.7 PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS.

En esta sección se detallan los perfiles de los trabajadores, con sus cargos y sueldos.

3.7.1 Administrativo

- Cargo: Se encarga de la administración general de la empresa de turismo, cuadrar boletas, recepción y mantención de stock de insumos, coordinación y programación de tours, atención al cliente, manejo de la página de reservas, responsable de las redes sociales.
- Perfil: Técnico en Administración o Marketing, con experiencia en manejo de público, marketing o redes sociales, manejo en Excel.
- Sueldo bruto: \$ 650.000 mensual.

3.7.2 Chofer

- Cargo: Se encarga de conducir las rutas establecidas, responsable de la mantener las condiciones mínimas del Van de transporte, como mantenimiento, combustible, limpieza.
- Perfil: Chofer con licencia Clase A2.
- Sueldo bruto: \$800.000 mensual.

3.7.3 Guía de Turismo

- Cargo: Encargado de realizar tour, explicando los lugares visitados en idioma español e inglés, guiando a los turistas por el recorrido establecido, además de tomar fotografías correspondientes.
- Perfil: Guía de Turismo o Técnico en Turismo.
- Sueldo bruto: \$700.000 mensual

3.8 INVERSIONES EN EQUIPOS Y EDIFICACIONES

Este ítem está destinado a determinar el total de las inversiones que se necesitará para que la Empresa de Turismo se encuentre operativa.

Para establecer los costos del equipamiento y de la infraestructura se solicitó cotizaciones, las que en gran medida aportaron a dilucidar la inversión del proyecto.

3.8.1 Inversión en equipos

Los equipos necesarios para la realización del servicio fueron detallados en la tabla 3-2 dentro del punto 3.3, donde se especifica la cantidad y el precio de cada uno. El monto total de estos equipos es de \$37.574.140, equivalente a 983,04 UF.

Tablas: 3-9 Costos de inversión total en equipos

Equipo	Proveedor	Cantidad	Precio en CLP	Precio en UF
Van	Hyundai	1	\$ 35.450.100	\$ 927,47
Cámara	Falabella	1	\$ 474.990	\$ 12,43
GPS	Falabella	1	\$ 129.900	\$ 3,40
Computador	Paris	1	\$ 429.990	\$ 11,25
Impresora	Falabella	1	\$ 124.990	\$ 3,27
Escritorio	Ripley	1	\$ 131.990	\$ 3,45
Sillas	Paris	3	\$ 125.970	\$ 3,30
Sofá	Falabella	1	\$ 149.990	\$ 3,92
Estante	Ripley	2	\$ 129.980	\$ 3,40
Refrigerador	Paris	1	\$ 189.990	\$ 4,97
Celular	Paris	1	\$ 189.990	\$ 4,97
Basureros	Falabella	3	\$ 46.170	\$ 1,21
		Total:	\$ 37.574.050	\$ 983,04

Fuente: Elaboración propia

3.8.2 Inversión en edificación

Este proyecto no contempla la inversión en edificaciones ya que se considera arriendo de una oficina comercial en un lugar estratégico de la comuna de providencia, para la iniciación de actividades.

El valor del arriendo es \$370.000 con gasto común incluido, es decir, 9,68 UF.

3.9 INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo forma parte de la estructura de la Inversión total y se define como el capital en liquidez que se reserva para solucionar problemas de funcionamiento normal de la empresa, financiando sus costos operacionales mientras ella no obtenga utilidades. Por este motivo, es fundamental calcular adecuadamente el capital de trabajo que necesita la sociedad. Se utiliza el método de déficit máximo acumulado, para esto se considera los doce primeros meses, en donde en el mes de septiembre se provoca el mayor déficit acumulado con un valor igual a 92,80 UF., estos valores se muestran en la tabla 3-10.

Tabla 3-10 Capital de Trabajo, Déficit máximo acumulado

Mes	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Cantidad de Pasajeros	168	156	144	120	120	96	168	120	144	192	216	240
Ingresos por tour	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83
Total Ingresos por Mes	307,67	285,70	263,72	219,77	219,77	175,81	307,67	219,77	263,72	351,63	395,58	439,53
Costos fijos	166,53	166,53	166,53	166,53	166,53	166,53	166,53	166,53	166,53	166,53	166,53	166,53
Costos variables	116,57	108,24	99,92	83,27	83,27	66,61	116,57	83,27	99,92	133,22	149,88	166,53
Saldo	24,57	10,92	-2,73	-30,03	-30,03	-57,33	24,57	-30,03	-2,73	51,87	79,17	106,47
Saldo acumulado	24,57	35,50	32,77	2,74	-27,29	-84,62	-60,04	-90,07	-92,80	-40,92	38,25	144,72
Capital de trabajo	-92,80											
Comprobación	117,37	128,29	125,57	95,54	65,51	8,18	32,76	3	-	51,87	131,05	237,52

Fuente: Elaboración propia

3.10 COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA

La puesta en marcha del proyecto requiere la inversión en gastos que son realizados sólo al inicio del proyecto y por una vez. Por lo tanto, el costo asociado a la puesta en marcha es de 63,11 UF.

Todos los costos de puesta en marcha se representan en la tabla 3-11:

Tabla 3-11. Puesta en marcha

Puesta en Marcha		
Servicio	Costo Total (\$)	UF
Mes de Garantía	\$ 740.000	\$ 19,36
Abogado	\$ 200.000	\$ 5,23
Notaria	\$ 30.000	\$ 0,78
Publicación diario oficial	\$ 67.294	\$ 1,76
Legalización escritura	\$ 125.000	\$ 3,27
Patente comercial	\$ 450.000	\$ 11,77
Marketing y página web	\$ 800.000	\$ 20,93
Total	\$ 2.412.294	\$ 63,11

Fuente: Elaboración Propia.

3.11 COSTOS DE IMPREVISTOS

Los costos de imprevistos son aquellos gastos inesperados y que no están considerados, éstos que pueden ocurrir en cualquier parte de la etapa de la implementación del proyecto (durante la construcción o puesta en marcha), se decide aplicar un costo de imprevistos de un 5% del valor total de inversión inicial por problemas fortuitos originados.

Los costos de imprevistos se representan en la tabla 3-12:

Tabla 3-12. Costos Imprevistos

Detalle	Monto (\$)	UF
	\$ 2.171.407	\$ 56,81

Fuente: Elaboración Propia en base al 5% recomendado de Inversión Inicial.

3.12 TABLA DE INVERSIÓN INICIAL

En conclusión, lo necesario para desarrollar el proyecto se refleja en la tabla 3-13:

Tabla 3-13. Resumen de Inversión inicial

Inversión Inicial		
Detalle	Costo total por ítems	UF
Activo Fijo	\$ 37.574.010	\$ 983,04
Capital de trabajo	\$ 3.547.026	\$ 92,80
Puesta en Marcha	\$ 2.412.207	\$ 63,11
Imprevisto	\$ 2.176.662	\$ 56,95
Total	\$ 45.709.905	\$ 1.195,90

Fuente: Elaboración Propia

**CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL,
SOCIETARIA, TRIBUTARIA FINANCIERA Y AMBIENTAL**

4. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL

En esta parte de la investigación se establecerá una definición de la estructura de la organización, se describirá al personal administrativo, sus cargos y perfiles necesarios, para dar una pauta y permitir un buen desarrollo de sus funciones respectivas.

Se mencionará los aspectos legales en cuanto a las obligaciones con el personal como aquellos relacionados directamente con la formación de la comercializadora.

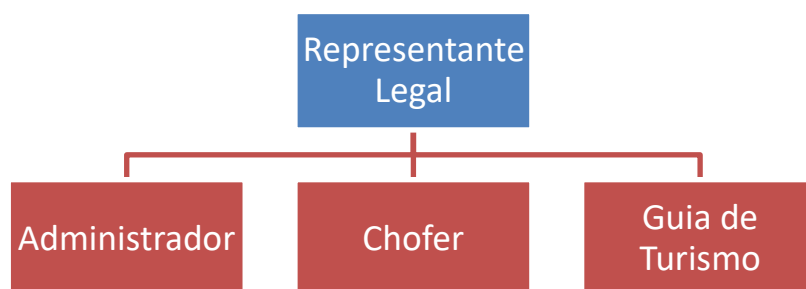
4.1 ADMINISTRATIVO

4.1.1 Personal

El personal que se requiere para el proyecto consta de tres personas: Administrativo, Chofer, Guía de Turismo. El personal se encuentra perfectamente alineados, con el fin de lograr que la empresa mejore cada día y aumente las contrataciones de tours.

4.1.2 Estructura organizacional

En este ítem está establecida la estructura necesaria a fin de que cada persona cumpla su labor según la función para la que fue contratado, reflejado en la figura 4-1.



Fuente: Elaboración propia

Figura 4-1. Estructura Organizacional

4.1.3 Sistemas de información administrativos

En relación con los sistemas, básicamente la administración de operaciones va a contar con un software de administración contratado mensualmente, el cual provee de la información necesaria para los controles de toda la operación logística, que principalmente son para el control de stock inventario, gestión, coordinación de reservas entre otros.

4.1.4 Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos

La descripción del personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos fue realizada en el punto 3.7 del pasado capítulo. A modo resumen se encuentra la siguiente tabla 4-1.

Tabla 4-1. Resumen descripción y deberes, cargos y perfiles

Personal	Cargo	Perfil	Sueldo bruto
Administrador	Coordinación y programación de tour, insumos y redes sociales	Tec. en administración o Marketing	\$ 650.000
Chofer	Conducir rutas establecidas, encargado de mantención y limpieza del Van de transporte	Licencia clase A2	\$ 800.000
Guía de turismo	Encargado de realizar los tour en español e inglés	Guía de turismo o Tec. en turismo	\$ 700.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4-2. Sueldo personal

CARGO	REMUNERACIÓN MENSUAL \$	REMUNERACIÓN ANUAL \$
Administrativo	\$ 47,74	\$ 572,88
Chofer	\$ 57,44	\$ 689,28
Guía	\$ 51,02	\$ 612,24
TOTAL	\$ 156,20	\$ 1.874,40

Fuente: <https://www.laborum.cl/salarios>.

4.2 LEGAL

El ordenamiento del país se basa en la constitución, leyes, reglamentos, decretos y costumbres, entre otros y determina diversas condiciones que se traducen en normativas permisivas o negativas que de alguna manera afecten el desarrollo del proyecto.

A través de este punto se estudiará la viabilidad legal, aludiendo al funcionamiento o desarrollo del proyecto, sin infringir la ley.

Por otra parte, se deberá considerar los aspectos legales que rigen a las a sociedades que se relacionan con el proyecto.

4.2.1. Marco legal vigente nacional

Para cumplir con las leyes y normas chilenas vigentes, el establecimiento del lugar del servicio y su funcionamiento, la empresa debe cumplir con la siguiente documentación legal:

- Código del trabajo
- Decreto Ley N°824 Ministerio de Hacienda. Ley sobre impuesto a la renta.
- Decreto Ley N°594 Ministerio de Salud. Reglamento sobre condiciones sanitarias y ambientales básicas en los lugares de trabajo.
- Ley N°19.300. Ley de bases del medio ambiente.

4.2.2 Políticas de desarrollo industrial

La sociedad que los inversionistas realizan para la implementación de este proyecto fija la repartición en partes iguales de las ganancias generadas en el mismo. Las inversiones que cada uno de los miembros genere en otros proyectos quedarán a criterio de cada uno de ellos.

4.2.3 Aspectos legales del giro del proyecto

Para la formación de una empresa, la municipalidad correspondiente debe otorgar una patente comercial. Para obtenerla se deben realizar una serie de trámites los cuales se van realizando por etapas.

- Constitución de una sociedad
- Iniciación de actividades y emisión de documentos del SII
- Permiso del servicio de salud
- Obtención de patente comercial

4.2.3.1 Constitución de una sociedad

Un abogado redacta un borrador de la escritura pública. Esta es llevada a notaría donde se realiza la escritura pública y se obtiene un extracto de la escritura. El extracto es llevado a bienes raíces e inscrito en el registro de comercio. Se publica en el diario oficial y se lleva a notaría un comprobante de la publicación a la notaría.

4.2.3.2 Iniciación de actividades

La iniciación de actividades se realiza en el SII (Servicio de Impuestos Internos), obteniendo el RUT y una clave con las cuales se ingresa a la plataforma para realizar las actividades comerciales. Junto con esto, se debe realizar una declaración en la cual se informa el monto del capital de la empresa, esta declaración se realiza en el formulario 4415 "Inscripción al rol único tributario y/o declaración jurada de inicio de actividades". Además, se debe adjuntar los siguientes documentos:

- Documento original o copia legalizada de la escritura y su constancia de inscripción en el registro mercantil.
- Acreditar su publicación en el diario oficial

Acreditar domicilio mediante el Rol de Avalúo de la propiedad, certificado de avalúo, último recibo de contribuciones de Bienes Raíces, o la inscripción en el Conservador de Bienes Raíces. En caso de no ser el propietario, se debe presentar un contrato de arriendo legalizado notarialmente.

4.2.3.3 Factibilidad para la utilización de emisión de documentos del SII

Al obtener el RUT para realizar el ingreso al SII, se deben realizar las siguientes tramitaciones:

- Confirmación de la inscripción en sistema de facturación gratuito SII
- Al ser aceptado se debe consultar por el resultado de la verificación de factibilidad de inscripción en el sistema de facturación gratuita del SII.
- Si no es aceptado por el SII, se debe adquirir en forma externa mediante empresas que prestan el servicio de facturación.

4.2.3.4 Patente comercial

Documentación para la obtención de la patente:

- Escritura de constitución de sociedad, protocolización del extracto y publicación en el diario oficial.
- Inicio de actividades en el SII.
- Documentación que acredite el título por el cual se ocupará la propiedad, contrato de arriendo y/o certificado de dominio.
- Informe de factibilidad, permiso de edificación, recepción final del inmueble donde se desarrollará el negocio, que es otorgado por la dirección de obras de la municipalidad.
- Informe sanitario del seremi de salud.
- Declaración jurada del capital propio tributario de la empresa.
- El pago de la patente se cancela de manera anual, con posibilidad de pago en dos cuotas, una cada semestre.

4.2.4 Incentivos

Inicialmente no serán establecidos en los contratos de trabajo, ningún tipo de incentivos al personal durante el periodo de puesta en marcha del proyecto, debido a contingencias o resultados poco favorables que puedan ser originados por la demanda real. Será solo regido por las normativas legales establecidas en el contrato de trabajo.

4.2.5 Aspectos laborales

El proyecto está enmarcado en la normativa Chilena del Código Laboral DFL N°1 (Fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del código del trabajo), donde son obligatoriamente requeridos los cumplimientos de las normativas de contratos laborales, protección del personal y capacitación laboral.

4.2.6 Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente

Los costos asociados a esta etapa son los siguientes:

- Pago patente comercial o municipal

- Gastos notariales
- Certificados (Zonificación, Informaciones previas, Calificación Técnica)
- Abogado

4.3 SOCIETARIA

El proyecto será iniciado por un único inversionista. Se considera que la estructura de Sociedad por Acciones (SpA) es la más apropiada. Este modelo permite al inversionista mantener el control absoluto del proyecto en su etapa inicial, ofreciendo además la flexibilidad de incluir nuevos socios o inversionistas en el futuro. La responsabilidad limitada y la gestión simplificada hacen de la SpA una opción óptima para los primeros años de operación, cuando el negocio se encuentra en una fase de desarrollo inicial.

A continuación, se describen los pasos necesarios para constituir una SpA:

4.3.1 Escritura Social

El primer paso consiste en elaborar la escritura de constitución de la sociedad, la cual debe incluir:

- Datos del accionista único: Nombre, RUT y monto del capital aportado.
- Objeto social: Especificar que la actividad principal de la empresa será la servicios de tour por la región Metropolitana.
- Administración: Determinar si la gestión será asumida directamente por el inversionista o delegada a un gerente general.
- Capital inicial: Establecer el monto de capital, que puede ser mínimo y definido según lo determine el inversionista.

4.3.2 Inscripción en el Registro de Comercio

Una vez completada la escritura, esta debe ser inscrita en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces correspondiente, lo que oficializa la existencia legal de la SpA.

4.3.3 Publicación en el Diario Oficial

Posteriormente, se debe publicar un extracto de la escritura en el Diario Oficial de Chile, cumpliendo con los requisitos legales para la formalización de la sociedad.

4.3.4 Obtención del RUT

El siguiente paso es obtener el Rol Único Tributario (RUT) de la sociedad en el Servicio de Impuestos Internos (SII). Este registro es esencial para operar de forma legal y cumplir con las obligaciones fiscales correspondientes.

4.3.5 Inicio de actividades

Finalmente, con el RUT obtenido, es necesario registrar el inicio de actividades ante el SII. Esto implica notificar que la empresa comenzará a realizar operaciones comerciales.

4.4 TRIBUTARIA

4.4.1 Sistema Tributario y Mecanismos de Determinación de Gasto en impuestos

En el Régimen de Renta Atribuida, las utilidades de la empresa se asignan directamente a los socios o accionistas, quienes tributan por ellas como ingresos personales. Por su parte, el Régimen de Renta Semi-Integrada aplica un impuesto del 27% sobre las utilidades a nivel corporativo, y los accionistas tributan nuevamente al recibir dividendos, aunque pueden acreditar parte del impuesto pagado por la empresa. Finalmente, el Régimen Pro Pyme está dirigido a pequeñas y medianas empresas con ingresos anuales inferiores a 100.000 UTM (aproximadamente 60 millones de pesos chilenos), ofreciendo beneficios fiscales e incentivos para su desarrollo.

4.4.2 Impuesto al valor agregado (IVA)

El impuesto al valor agregado o IVA, es una carga fiscal sobre el consumo, es decir, financiado por el consumidor como impuesto regresivo, aplicado en muchos países. En Chile corresponde a un recargo del 19% sobre las ventas y las compras que se realicen dentro del giro en el período de un mes. Se calcula como la diferencia entre el crédito fiscal y el débito fiscal, si esta diferencia fuera negativa el remanente se considera en el mes siguiente.

4.5 PREFACTIBILIDAD FINANCIERA

Se realiza un análisis financiero de las distintas fuentes de financiamiento con las que se puede contar para la realización del proyecto ya sea a través de financiamiento propio o por parte de créditos por medio de un banco.

4.5.1 Fuentes de financiamiento

Las opciones de financiamiento a las que se pueden optar constan: de aporte de los propios recursos del inversionista y solicitar financiamiento a instituciones financieras. Para este proyecto, estos recursos, serán los necesarios para realizar la inversión inicial del proyecto en que se incluye: capital de trabajo, puesta en marcha, inversión en equipos y un porcentaje el cual, es considerado para imprevistos. Para esta evaluación se considerarán cuatro escenarios:

- Proyecto puro: El inversionista realiza el aporte del 100% de los recursos para la realización del proyecto.
- Proyecto financiado en 25%: Se considera un aporte del 25% por medio de un crédito a través de una institución financiera y el 75% de aporte lo realiza inversionista con sus propios recursos.
- Proyecto financiado en 50%: Se considera un aporte del 50% por medio de un crédito a través de una institución financiera y el 50% de aporte lo realiza el inversionista con sus propios recursos.
- Proyecto financiado en 75%: Se considera un aporte del 75% por medio de un crédito a través de una institución financiera y el 25% de aporte lo realiza el inversionista con sus propios recursos.

4.5.2 Instituciones crediticias

Las instituciones crediticias corresponden a todos aquellos establecimientos que ofrecen créditos de consumo a las personas o empresas. En Chile son diversas compañías que realizan estos préstamos, hasta las distintas casas comerciales hoy en día prestan dinero a quien lo necesite y cumpla con los requerimientos.

En el presente informe, se solicitará un préstamo a una institución bancaria, donde, dependiendo del monto y plazo del préstamo, será la tasa de interés estipulada.

4.5.3 Leasing

El Leasing es un sistema de financiamiento que consiste en un contrato de arriendo, a un plazo previamente pactado, en el cual el arrendatario cancela cuotas mensuales que en su totalidad amortizan el valor de los bienes. Al finalizar el contrato, el arrendatario tiene la alternativa de adquirir el bien, cancelando la cuota de opción de compra, la cual, en la generalidad de los casos equivale a una cuota más del contrato.

4.5.4 Costos de financiamiento

La determinación de los costos del financiamiento, una vez decidida la forma de financiamiento del proyecto, ya sea como un proyecto puro, con 25%, con 50% o con 75% financiado a través de entidades financieras, se buscará la mejor tasa de interés a fin de poder generar el menor costo al pago de intereses asociados a la inversión.

Se escogerá un crédito de Banco Estado que presenta la mejor tasa de interés anual que es de un 9,48% en plazo de 5 años.

4.6 AMBIENTAL

Según lo investigado no se considera impacto ambiental asociado a la generación del proyecto debido a que no existe generación de desechos tóxicos, residuos peligrosos (químicos- biológicos ni radioactivos). Los desechos generados a lo largo del proyecto serán eliminados y retirados como basura doméstica.

CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA

En este capítulo se realizará la evaluación económica del proyecto haciendo un análisis de todos los factores económicos que intervienen en su desarrollo para establecer su factibilidad de ejecución.

5.1 CONSIDERACIONES A UTILIZAR

Para la evaluación económica, se tomarán en cuenta varias consideraciones clave, como el horizonte del proyecto, la tasa de descuento, la moneda a utilizar e impuestos, entre otros factores. Estas variables son fundamentales para calcular la rentabilidad y viabilidad del proyecto a lo largo del tiempo.

5.1.1 Horizonte del proyecto

Establecer el período de evaluación de un proyecto es crucial para realizar un análisis financiero adecuado y tomar decisiones informadas sobre su viabilidad a largo plazo. Este periodo se refiere al lapso durante el cual se evaluarán todos los costos y beneficios asociados al proyecto. En el caso del proyecto para la implementación de una empresa de servicios turísticos, se prevé una baja inversión inicial, lo que ha llevado a definir un horizonte de evaluación de 5 años. Este plazo permitirá analizar el desempeño financiero del proyecto, asegurando que los resultados sean sostenibles y rentables en el tiempo.

5.1.2 Tasa de descuento CAPM

La tasa de descuento representa el retorno mínimo exigido por el inversionista a la inversión del proyecto. Para calcular la tasa de descuento, se empleará el Modelo de Valoración del Precio de los activos Financieros o Capital Asset Pricing Model (también conocido como modelo CAPM). Este modelo es uno de los instrumentos más empleados en el sector financiero para establecer la tasa de retorno necesaria para un activo determinado.

Para el cálculo de esta tasa se utiliza la siguiente fórmula:

Ecuación 5-1: Fórmula tasa de descuento

$$R = R_f + (R_m - R_f) \beta$$

Fuente: <https://finacoteca.com/capm/>

Donde:

R: Tasa de descuento

R_f: Tasa libre de riesgo

R_m: Tasa de rentabilidad del mercado

β: Constante según tipo de negocio (relación entre el riesgo del proyecto respecto al riesgo de mercado)

5.1.2.1 Tasa libre de riesgo (R_f)

La Tasa libre de riesgo, se obtiene a través de un promedio que entregan los intereses de los bonos en UF a 5 años, entregados por el Banco Central.

A continuación, en la Imagen 5-1, se pueden ver las tasas de los últimos 5 años y el promedio calculado de 1.002 que será el utilizado para el cálculo de la tasa final.

Tasas de Interés

Fecha Inicio	Fecha Término	Frecuencia	Cálculo
2019	2024	Anual	Serie original

Tasas de interés mercado secundario, bonos, en UF (porcentaje) ⁱ						
Sel.	Serie	2019	2020	2021	2022	2023
☐	Bonos en UF a 1 año (BCU, BTU)	-0,52	-1,20	-2,34	0,91	
☐	Bonos en UF a 2 años (BCU, BTU)	0,15	-1,41	-1,19		3,47
☐	Bonos en UF a 5 años (BCU, BTU)	0,39	-0,50	0,40	1,85	2,87
☐	Bonos en UF a 10 años (BCU, BTU)	0,77	0,03	1,21	2,06	2,22
☐	Bonos en UF a 20 años (BCU, BTU)	1,18	0,63	1,89	2,18	2,14
☐	Bonos en UF a 30 años (BCU, BTU)	1,20	0,81	2,08	2,18	2,13

Fuente: <https://si3.bcentral.cl/>

Imagen 5-1: Bonos en UF a 5 años

5.1.2.2 Tasa de rentabilidad de mercado (Rm)

Para calcular la tasa de rentabilidad del mercado (Rm) se tomarán los valores del IPSA, utilizando la fórmula de rentabilidad promedio anual ecuación 5-2, que dará una aproximación del rendimiento promedio del mercado chileno durante el periodo de 2019 a 2023.

Ecuación 5-2: Fórmula de rentabilidad anual:

$$\text{CAGR} = \left(\frac{\text{Valor final}}{\text{Valor inicial}} \right)^{\frac{1}{n}} - 1$$

Fuente: <https://finacoteca.com/cagr/>

Principales Estadísticas Macro

Fecha Inicio	Fecha Término	Frecuencia	Cálculo
2019	2024	Anual	Serie original

Indicadores bursátiles						
Sel.	Serie	2019	2020	2021	2022	2023
☐	IPSA (índice enero 2003=1000)	4.669,9	4.177,2	4.308,4	5.261,9	6.197,8

Fuente: <https://si3.bcentral.cl/>

Imagen 5-2: IPSA a 5 años

Datos:

Valor final = 6.197,8 (IPSA 2023) (ver imagen 5-2)

Valor inicial = 4.669,9 (IPSA 2019) (ver imagen 5-2)

n = 5 años (de 2019 a 2023) (ver imagen 5-2)

Cálculo:

$\text{CAGR} = (6.197,8 / 4.669,9)^{1/5} - 1 = 1.327^{1/5} - 1$

$\text{CAGR} = 1.058 - 1 = 0.058$

$\text{CAGR} = 5.8\%$

La tasa de rentabilidad anual promedio del mercado chileno (R_m) entre 2019 y 2023 es aproximadamente 5.8%. Este valor será utilizado para calcular la tasa de descuento.

5.1.2.3 β (Beta del negocio)

Para la constante según tipo de negocio (B), se utilizará el valor de beta del rubro de entretenimiento que corresponde a un 0.99.

5.1.2.4 Cálculo de la tasa de descuento CAPM

Tomando los valores obtenidos anteriormente, la tasa de descuento sería la siguiente:

R_f : 1,002

R_m : 5,8

β : 0,99

$R = 1,002 + (5,8 - 1,002) * 0,99$

$R = 5.75\%$

A partir de lo anterior, se concluye que la tasa de descuento es del 5,75 %, la cual se aplicará a todos los flujos de caja que se evaluarán más adelante. No obstante, debido a que el valor obtenido para la tasa de descuento es relativamente bajo, se recurrirá a un método alternativo.

La "prima por riesgo porcentual", en el contexto de la evaluación de proyectos, hace referencia a una tasa adicional de rendimiento que se exige para compensar los riesgos inherentes al proyecto. Esta prima refleja la idea de que los inversionistas requieren una mayor rentabilidad cuando asumen un mayor riesgo. La tasa de prima por riesgo se puede integrar en la tasa de descuento utilizada para el análisis de la viabilidad del proyecto.

Nivel de Riesgo	Prima por riesgo(%)	Ejemplo de Proyectos
Alto	Sobre 20%	Desarrollo de nuevos productos Proyectos que usan conceptos muy novedosos Contratos internacionales
Mediano	10%-20%	Proyectos algo fuera del giro de la empresa Procesos nuevos que no han sido completamente investigados
Promedio	5%-10%	Incrementos en las capacidades de producción Implementación de una nueva tecnología conocida Proyectos con información de mercado incompleta
Bajo	1%-5%	Mejoramiento de la productividad Expansiones en un mercado en donde es líder y lo conoce bien
Muy Bajo	0%-1%	Reducción de costos Proyectos relativos de seguridad

Fuente: Proyecto de título, Sergio Fuentealba.

Imagen 5-3: Nivel de riesgo.

El cálculo de la tasa de descuento por el método alternativo, se consideró el nivel de riesgo Promedio, entre 5 y 10, ya que el proyecto no cuenta con toda información de mercado necesaria para establecer un criterio específico. Por lo que se realizó un promedio entre este rango y se utilizó el valor de 7,5% para el cálculo de la tasa de descuento.

$$CAPM = R_f + \text{prima por riesgo}$$

$$CAPM = 5,75 + 7,5$$

$$CAPM = 13,25$$

5.1.3 Moneda a utilizar

Los valores obtenidos en primer lugar son expresados en pesos chilenos, pero posteriormente fueron convertidos en UF (unidad de fomento) debido al reajuste que recibe diariamente. La UF se va actualizando, tomando en cuenta el principal factor que es la inflación.

El valor de la UF a considerar, corresponde a la de la fecha 28 de noviembre 2024, con un valor de \$ 38.222,26. Información obtenida del Servicio de Impuestos Internos (SII).

5.1.4 Impuesto

El impuesto a la renta corresponde a una parte de las utilidades de la empresa y se paga cada año. Para el año 2024 según el servicio de impuestos internos (SII), el impuesto a la renta corresponde a un 27%.

5.1.5 Valor residual

El valor residual del proyecto se refiere al valor que se asigna a los activos al final de su vida útil o al momento de su disposición. En el contexto específico mencionado, se establece que el valor residual para cada activo en el proyecto es equivalente a la cuarta parte de su valor de compra, que se venderá en el año 5 del proyecto.

Tabla 5-1: Valor residual

Activo	Proveedor	Valor residual
Van	\$ 927,47	\$ 231,87
Cámara	\$ 12,43	\$ 3,11
GPS	\$ 3,40	\$ 0,85
Computador	\$ 11,25	\$ 2,81
Impresora	\$ 3,27	\$ 0,82
Escritorio	\$ 3,45	\$ 0,86
Sillas	\$ 3,30	\$ 0,82
Sofá	\$ 3,92	\$ 0,98
Estante	\$ 3,40	\$ 0,85
Refrigerador	\$ 4,97	\$ 1,24
Celular	\$ 4,97	\$ 1,24
Basureros	\$ 1,21	\$ 0,30

Fuente: Elaboración propia

5.1.6 Depreciaciones

La depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo. Puede ser normal o acelerada. Para el caso del proyecto, la depreciación a utilizar será acelerada, que corresponde a reducir en un tercio de la vida útil del activo.

La depreciación acelerada se calcula de la siguiente manera:

Ecuación 5-3: Fórmula para la depreciación acelerada

$$D = \frac{I}{N/3}$$

Fuente: <https://economiadesdecasa.com/depreciacion/>

Donde:

D= Depreciación de cada año

I= Valor compra activo

N= Número de años de vida útil del activo

El número de años de vida útil del activo se obtiene de la nueva tabla de vida útil de los bienes físicos del activo inmovilizado del SII, en la tabla 5-1, se puede observar la depreciación normal y acelerada de los bienes de interés. Y en la tabla 5-2, se observa la depreciación de activos fijos del proyecto.

Tabla 5-2: Depreciación normal y acelerada.

BIEN	NÓMINA DE BIENES SEGÚN ACTIVIDADES	NUEVA VIDA ÚTIL NORMAL	DEPRECIACIÓN ACCELERADA
Van	12) Microbuses, taxibuses, furgones y similares.	7	2
Cámara	28) Equipo de audio y video.	6	2
GPS	23) Sistemas computacionales, computadores, periféricos, y similares (ejemplos: cajeros automáticos, cajas registradoras, etc.).	6	2
Computador	23) Sistemas computacionales, computadores, periféricos, y similares (ejemplos: cajeros automáticos, cajas registradoras, etc.).	6	2
Impresora	21) Útiles de oficina (ejemplos: máquina de escribir, fotocopidora, etc.).	3	1
Escritorio	22) Muebles y enseres.	7	2
Sillas	22) Muebles y enseres.	7	2
Sofá	22) Muebles y enseres.	7	2
Estante	22) Muebles y enseres.	7	2
Refrigerador	16) Balanzas, hornos microondas, refrigeradores, conservadoras, vitrinas refrigeradas y cocinas.	9	3
Celular	28) Equipo de audio y video.	6	2
Basureros	22) Muebles y enseres.	7	2

Fuente: https://www.sii.cl/valores_y_fechas/tabla_vida_util_activo_inmovilizado.html

Tabla 5-3: Depreciación de activos fijos.

Activos	Cantidad	Valor Individual UF	Valor Total UF	Vida Útil Normal (años)	Vida Útil Acelerada (años)	Tasa de Depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Van	1	927,47	927,47	7	2	464	463,74	463,74	-	-	-
Cámara	1	12,43	12,43	6	2	6	6,21	-	-	-	-
GPS	1	3,40	3,40	6	2	2	1,70	-	-	-	-
Computador	1	11,25	11,25	6	2	6	5,62	5,62	-	-	-
Impresora	1	3,27	3,27	3	1	3	3,27	3,27	-	-	-
Escritorio	1	3,45	3,45	7	2	2	1,73	1,73	-	-	-
Sillas	3	1,10	3,30	7	2	2	1,65	1,65	-	-	-
Sofá	1	3,92	3,92	7	2	2	1,96	-	-	-	-
Estante	2	1,70	3,40	7	2	2	1,70	1,70	1,70	-	-
Refrigerador	1	4,97	4,97	9	3	2	1,66	1,66	-	-	-
Celular	1	4,97	4,97	6	2	2	2,49	-	-	-	-
Basurero	3	0,40	1,21	7	2	1	0,60	0,60	-	-	-
TOTAL			983,04				492,33	479,97	1,70	-	-

Fuente: Elaboración propia

5.1.7 Ingresos del proyecto

Los ingresos del proyecto están netamente definidos por la venta de los servicios de tour por la región metropolitana, los cuales, tienen un costo promedio de \$70.000 cada uno (1,83 UF) considerando el valor de los 3 tipos de tour ofrecidos y una cantidad de 157 pasajeros mensuales aprox, calculado en base al promedio anual de pasajeros por mes, dependiendo de la temporada, lo que se observa en la tabla 5-4.

Tabla 5-4: Ingresos mensuales del proyecto

Valor promedio Tour	Cantidad de Turistas mensuales	Total ingreso mensual CPL	Total ingreso mensual UF
\$ 70.000	157	\$ 10.990.000	287

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 5-5 se proyecta un aumento de 2% en la cantidad de turistas, información obtenida de la subsecretaría de turismo, enero 2024.

Tabla 5-5: Proyección de ingreso para los próximos 5 años

INGRESOS CON UNA VARIACION DEL 0,59% EN EL VALOR UF					
Items	2025	2026	2027	2028	2029
Cantidad de Turistas Anuales con aumento de 2% anual	1884	1922	1960	1999	2039
Valor \$ con variación	\$38.222	\$40.477	\$42.866	\$45.395	\$48.073
Total \$	\$72.010.738	\$77.784.559	\$84.021.325	\$90.758.155	\$98.035.143
Total UF	1884	2035	2198	2374	2565

Fuente: Elaboración propia

5.1.8 Egresos del proyecto

Los egresos del proyecto corresponden a todos los gastos realizados anualmente tanto fijos como variables, es crucial determinar los egresos para la evaluación del proyecto, ya que en función de estos se establecerá si el proyecto es factible o no durante el periodo de evaluación.

5.1.8.1 Costos Fijos

Los costos fijos se refieren a aquellos gastos que se conservarán anualmente, sin importar el volumen de venta. Los costos fijos que tendrá el CMA se encuentran las remuneraciones, equipos operativos y equipos administrativos, arriendo, servicios

básicos, entre otros. En la tabla 5-6 se observa la proyección de los costos fijos para los próximos 5 años, con una tasa de crecimiento de 0.59%.

Tabla 5-6: Proyección de los costos fijos para los próximos 5 años

costo fijo	Items	2025	2026	2027	2028	2029
Insumos	Artículos de oficina	46,1	48,8	51,7	54,8	58,0
	Artículos de aseo	2,0	2,2	2,3	2,4	2,6
	Referido al Van de transporte	26,9	28,5	30,2	32,0	33,9
Servicios Básicos	Luz	31,0	32,8	34,8	36,8	39,0
	Agua	5,0	5,3	5,6	5,9	6,3
	Internet / Telefonía	26,0	27,5	29,2	30,9	32,7
Personal	Remuneraciones	1874,4	1985,0	2102,1	2226,1	2357,5
	Total UF	2011	2130	2256	2389	2530

Fuente: Elaboración Propia

5.1.8.2 Costos Variables

Los costos variables corresponden al gasto a realizar en función de los servicios entregados. En la tabla 5-7 se muestra con una tasa de crecimiento del 0.59% los costos variables asociados al proyecto.

Tabla 5-7: Proyección de los costos variables para los próximo 5 años

Costo variable	Items	2025	2026	2027	2028	2029
Comidas y souvenir	Desayuno	13,2	13,9	14,8	15,6	16,6
	Almuerzo	41,1	43,5	46,1	48,8	51,7
	Souvenir	7,5	7,9	8,4	8,9	9,4
	Total UF	62	65	69	73	78

Fuente: Elaboración propia

5.1.8.3 Costos totales

Los costos totales consideran la sumatoria de los costos fijos y de los costos variables. En la tabla 5-8 se observa la proyección para los próximo 5 años.

Tabla 5-8: Proyección para los próximo 5 años de los costos totales.

Costo	2025	2026	2027	2028	2029
Fijos	2011,5	2130,2	2255,8	2388,9	2529,9
Variables	61,7	65,4	69,2	73,3	77,6
Total UF	2073	2196	2325	2462	2608

Fuente: Elaboración propia

5.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA

El objetivo de esta evaluación es analizar el proyecto a través de cuatro flujos de caja, lo que permitirá determinar su rentabilidad. El primer flujo representará el escenario sin financiamiento externo, es decir, de manera completamente autónoma. Los otros tres flujos incorporarán un financiamiento externo de un 25%, 50% y 75%, respectivamente, proporcionado por una entidad financiera. A partir de los flujos generados, se calcularán los indicadores VAN, TIR y PRI, los cuales ayudarán a confirmar si el proyecto presenta una rentabilidad positiva o negativa. Económica

5.2.1 Flujo de Caja Puro

El proyecto puro contempla la evaluación del flujo de caja sin ningún crédito a largo plazo, esta opción de inversión considera que el inversionista aporte el 100% del capital requerido. En la tabla 5-9, se observa el flujo de caja puro.

Tabla 5-9: Flujo de caja Puro

	Año 0	1	2	3	4	5
Ingresos		1884,00	2035,06	2198,23	2374,48	2564,87
Costos Variables		61,72	65,36	69,22	73,30	77,63
Costos Fijos		2011,49	2130,17	2255,85	2388,94	2529,89
Utilidad Operacional		3957,21	4230,59	4523,30	4836,73	5172,39
Depreciación		-498,53	-486,17	-3,40	0,00	0,00
Intereses Crédito Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Crédito Corto Plazo		0	0	0	0	0
Pérdida Ejercicio Anterior		0	0	0	0	0
Venta de Activo		0	0	0	0	0
Valor Libro		0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos		3458,68	3744,42	4519,90	4836,73	5172,39
Impuestos		-933,84	-1010,99	-1220,37	-1306,92	-1396,54
Utilidad Despues de Impuestos		2524,84	2733,43	3299,52	3530,81	3775,84
Depreciación		498,53	486,17	3,40	0	0
Pérdida Ejercicio Anterior		0	0	0	0	0
Valor Libro		0	0	0	0	0
Amortización Crédito Largo Plazo		0	0	0	0	0
Amortización Crédito Corto Plazo		0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-983,04	0	0	0	0	0
Inversión en Intangibles, Puesta en Marcha e imprevistos	-120,06					
Inversión en Capital de Trabajo	-92,80					
Recuperación Capital de Trabajo						92,80
Valor de Desecho del proyecto						
Recuperación de IVA		17,63				
Flujo Antes de Financiamiento	-1195,90	3041,00	3219,60	3302,92	3530,81	3868,64
Crédito Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Crédito Corto Plazo	0	0	0	0	0	0
Flujo Despues de Financiamiento	-1195,90	3041,00	3219,60	3302,92	3530,81	3868,64
Flujo Despues de Financiamiento Actualizado	-1195,90	2685,16	2510,21	2273,84	2146,30	2076,49
Flujo Despues de Financiamiento Actualizado Acumulado	-1195,90	1489,26	3999,47	6273,32	8419,62	10496,10

Impuesto a la Renta	27%
% Financiamiento	0%
Monto Financiamiento	0
Interés LP	0%
Plazo	5
Cuota	0
Interés CP	0%
Tasa de descuento CAPM	13,25%
Tasa libre de riesgo (RF)	1,00%
Tasa de mercado (RM)	5,80%
Beta (B)	0,99
Indicador	Puro
VAN	10496,10
IVAN	8,78
TIR	259%
PRI (payback)	1

Fuente: Elaboración propia

5.2.2 Crédito para financiamiento en un 25%

Este flujo muestra el financiamiento de un 25% y la diferencia que será financiada por el inversionista. El 25 % financiado corresponde a 299 UF con una tasa anual de 3,51 % a 5 años.

Para desarrollar este flujo de caja, se tomó en consideración la siguiente cotización que se observa en la imagen 5-4.

CRÉDITOS PARA PEQUEÑAS EMPRESAS												9
CRÉDITOS COMERCIALES TASA NOMINAL												9.1
	Hasta 89 días				Desde 90 días hasta 24 meses				Desde 24 meses hasta 48 meses			
	Tasa de interés Mínima		Tasa de interés Máxima		Tasa de interés Mínima		Tasa de interés Máxima		Tasa de interés Mínima		Tasa de interés Máxima	
Monto del Préstamo	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual
Inferior \$15.000.000	17,4%	1,45%	17,4%	1,45%	11,88%	0,99%	6,48%	0,54%	0%	0%	3,51%	0,2925%
Desde \$15.000.000 inferior \$ 50.000.000	16,2%	1,35%	17,4%	1,45%	13,8%	1,15%	9,48%	0,79%	13,8%	1,15%	9,48%	0,79%
sobre \$50.000.000	16,2%	1,35%	17,4%	1,45%	13,98%	1,1650%	9,48%	0,79%	13,98%	1,1650%	9,48%	0,79%

Fuente: WEB; <https://www.bancoestado.cl/bancoestado/inteditorformularios/genera.asp?datos=152>

Imagen 5-4 Cotización crédito

Se realizan los cálculos correspondientes del financiamiento al 25% para el valor cuota, intereses, amortización entregando el siguiente resultado reflejado en la tabla 5-10, el cual posteriormente será ingresado al flujo financiado;

Tabla 5-10: amortización para financiamiento de 25%

Periodo	Capital	Interés	Amortización	Saldo
Año 1	298,98	10,49	55,74	243,23
Año 2	243,23	8,54	57,70	185,53
Año 3	185,53	6,51	59,72	125,81
Año 4	125,81	4,42	61,82	63,99
Año 5	63,99	2,25	63,99	-
Interes	3,51%			
Periodo	5			
Cuota	66,24			

Fuente: Elaboración propia

Con los datos proporcionados anteriormente se realiza el flujo de caja financiado al 25%, reflejado en la tabla 5-11.

Tabla 5-11: Flujo de caja con financiamiento del 25%

	Año 0	1	2	3	4	5
Ingresos		1884,00	2035,06	2198,23	2374,48	2564,87
Costos Variables		61,72	65,36	69,22	73,30	77,63
Costos Fijos		2011,49	2130,17	2255,85	2388,94	2529,89
Utilidad Operacional		3957,21	4230,59	4523,30	4836,73	5172,39
Depreciación		-498,53	-486,17	-3,40	0,00	0,00
Intereses Crédito Largo Plazo		-10,49	-8,54	-6,51	-4,42	-2,25
Intereses Crédito Corto Plazo		0	0	0	0	0
Pérdida Ejercicio Anterior		0	0	0	0	0
Venta de Activo		0	0	0	0	0
Valor Libro		0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos		3448,18	3735,88	4513,38	4832,31	5170,14
Impuestos		-931,01	-1008,69	-1218,61	-1304,72	-1395,94
Utilidad Despues de Impuestos		2517,17	2727,19	3294,77	3527,59	3774,20
Depreciación		498,53	486,17	3,40	0	0
Pérdida Ejercicio Anterior		0	0	0	0	0
Valor Libro		0	0	0	0	0
Amortización Crédito Largo Plazo		-55,74	-57,70	-59,72	-61,82	-63,99
Amortización Crédito Corto Plazo		0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-983,04	0	0	0	0	0
Inversión en Intangibles, Puesta en Marcha e Imprevistos	-120,06					
Inversión en Capital de Trabajo	-92,80					
Recuperación Capital de Trabajo						92,80
Valor de Desecho del proyecto						
Recuperación de IVA		17,63				
Flujo Antes de Financiamiento	-1195,90	2977,60	3155,67	3238,45	3465,77	3803,01
Crédito Largo Plazo	298,98	0	0	0	0	0
Crédito Corto Plazo	0	0	0	0	0	0
Flujo Despues de Financiamiento	-896,92	2977,60	3155,67	3238,45	3465,77	3803,01
Flujo Despues de Financiamiento Actualizado	-896,92	2629,18	2460,36	2229,46	2106,76	2041,26
Flujo Despues de Financiamiento Actualizado Acumulado	-896,92	1732,26	4192,62	6422,07	8528,84	10570,10

Impuesto a la Renta	27%
% Financiamiento	25%
Monlo Financiamiento	299
Interés LP	3,51%
Plazo	5
Cuota	66
Interés CP	0%
Tasa de descuento CAPM	13,25%
Tasa libre de riesgo (RF)	1,00%
Tasa de mercado (RM)	5,80%
Beta (B)	0,99
Indicador	25%
VAN	10570,10
IVAN	8,84
TIR	337%
PRI (payback)	1

Fuente: Elaboración propia

5.2.3 Crédito para un financiamiento de un 50%

Este flujo muestra el financiamiento de un 50% y la diferencia que será financiada por el inversionista. El 50 % financiado corresponde a 598 UF con una tasa anual de 9,48 % a 5 años. Los datos de tasa de interés a utilizar son los ya mencionados en imagen 5-1 “Cotización crédito”.

Se realizan los cálculos correspondientes del financiamiento al 50% para el valor cuota, intereses, amortización entregando el siguiente resultado reflejado en la tabla 5-10, el cual posteriormente será ingresado al flujo financiado;

Tabla 5-12: amortización para financiamiento de 50%

Periodo	Capital	Interés	Amortización	Saldo
Año 1	597,95	56,69	98,96	498,99
Año 2	498,99	47,30	108,34	390,64
Año 3	390,64	37,03	118,61	272,03
Año 4	272,03	25,79	129,86	142,17
Año 5	142,17	13,48	142,17	- 0,00
Interes	9,48%			
Periodo	5			
Cuota	155,65			

Fuente: Elaboración propia

Con los datos proporcionados anteriormente se realiza el flujo de caja financiado al 50%, reflejado en la tabla 5-13.

Tabla 5-13: Flujo de caja con financiamiento al 50%

	Año 0	1	2	3	4	5
Ingresos		1884,00	2035,06	2198,23	2374,48	2564,87
Costos Variables		61,72	65,36	69,22	73,30	77,63
Costos Fijos		2011,49	2130,17	2255,85	2388,94	2529,89
Utilidad Operacional		3957,21	4230,59	4523,30	4836,73	5172,39
Depreciación		-498,53	-486,17	-3,40	0,00	0,00
Intereses Crédito Largo Plazo		-56,69	-47,30	-37,03	-25,79	-13,48
Intereses Crédito Corto Plazo		0	0	0	0	0
Pérdida Ejercicio Anterior		0	0	0	0	0
Venta de Activo		0	0	0	0	0
Valor Libro		0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos		3401,99	3697,11	4482,86	4810,94	5158,91
Impuestos		-918,54	-998,22	-1210,37	-1298,95	-1392,91
Utilidad Despues de Impuestos		2483,45	2698,89	3272,49	3511,99	3766,00
Depreciación		498,53	486,17	3,40	0	0
Pérdida Ejercicio Anterior		0	0	0	0	0
Valor Libro		0	0	0	0	0
Amortización Crédito Largo Plazo		-98,96	-108,34	-118,61	-129,86	-142,17
Amortización Crédito Corto Plazo		0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos		-983,04	0	0	0	0
Inversión en Intangibles, Puesta en Marcha e imprevistos		-120,06				
Inversión en Capital de Trabajo		-92,80				
Recuperación Capital de Trabajo						92,80
Valor de Desecho del proyecto						
Recuperación de IVA		17,63				
Flujo Antes de Financiamiento	-1195,90	2900,66	3076,72	3157,28	3382,13	3716,63
Crédito Largo Plazo	597,95	0	0	0	0	0
Crédito Corto Plazo	0	0	0	0	0	0
Flujo Despues de Financiamiento	-597,95	2900,66	3076,72	3157,28	3382,13	3716,63
Flujo Despues de Financiamiento Actualizado	-597,95	2561,24	2398,81	2173,58	2055,92	1994,90
Flujo Despues de Financiamiento Actualizado Acumulado	-597,95	1963,29	4362,10	6535,68	8591,60	10586,50

Impuesto a la Renta	27%
% Financiamiento	50%
Monto Financiamiento	598
Interés LP	9,48%
Plazo	5
Cuota	156
Interés CP	0%
Tasa de descuento CAPM	13,25%
Tasa libre de riesgo (RF)	1,00%
Tasa de mercado (RM)	5,80%
Beta (B)	0,99
Indicador	50%
VAN	10586,50
IVAN	8,85
TIR	491%
PRI (payback)	1

Fuente: Elaboración propia

5.2.4 Crédito para un financiamiento de un 75%

Este flujo muestra el financiamiento de un 75% y la diferencia que será financiada por el inversionista. El 75 % financiado corresponde a 897 UF con una tasa anual de 9,48 % a 5 años. Los datos de tasa de interés a utilizar son los ya mencionados en imagen 5-1 “Cotización crédito”.

Se realizan los cálculos correspondientes del financiamiento al 75% para el valor cuota, intereses, amortización entregando el siguiente resultado reflejado en la tabla 5-14, el cual posteriormente será ingresado al flujo financiado;

Tabla 5-14: amortización para financiamiento de 75%

Principal		Interés	Amortización	Saldo
Año 1	896,93	85,03	148,44	748,48
Año 2	748,48	70,96	162,52	585,97
Año 3	585,97	55,55	177,92	408,04
Año 4	408,04	38,68	194,79	213,26
Año 5	213,26	20,22	213,26	-
Interes	9,48%			
Periodo	5			
Cuota	233,5			

Fuente: Elaboración propia

Con los datos proporcionados anteriormente se realiza el flujo de caja financiado al 75%, reflejado en la tabla 5-15.

Tabla 5-15: Flujo de caja con financiamiento al 75%

	Año 0	1	2	3	4	5
Ingresos		1884,00	2035,06	2198,23	2374,48	2564,87
Costos Variables		61,72	65,36	69,22	73,30	77,63
Costos Fijos		2011,49	2130,17	2255,85	2388,94	2529,89
Utilidad Operacional		3957,21	4230,59	4523,30	4836,73	5172,39
Depreciación		-498,53	-486,17	-3,40	0,00	0,00
Intereses Crédito Largo Plazo		-85,03	-70,96	-55,55	-38,68	-20,22
Intereses Crédito Corto Plazo		0	0	0	0	0
Pérdida Ejercicio Anterior		0	0	0	0	0
Venta de Activo		0	0	0	0	0
Valor Libro		0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos		3373,65	3673,46	4464,35	4798,05	5152,17
Impuestos		-910,89	-991,83	-1205,37	-1295,47	-1391,09
Utilidad Despues de Impuestos		2462,76	2681,63	3258,97	3502,57	3761,09
Depreciación		498,53	486,17	3,40	0	0
Pérdida Ejercicio Anterior		0	0	0	0	0
Valor Libro		0	0	0	0	0
Amortización Crédito Largo Plazo		-148,44	-162,52	-177,92	-194,79	-213,26
Amortización Crédito Corto Plazo		0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-983,04	0	0	0	0	0
Inversión en Intangibles, Puesta en Marcha e imprevistos	-120,06					
Inversión en Capital de Trabajo	-92,80					
Recuperación Capital de Trabajo						92,80
Valor de Desecho del proyecto						
Recuperación de IVA		17,63				
Flujo Antes de Financiamiento	-1195,90	2830,49	3005,28	3084,45	3307,79	3640,63
Crédito Largo Plazo	896,93	0	0	0	0	0
Crédito Corto Plazo	0	0	0	0	0	0
Flujo Despues de Financiamiento	-298,97	2830,49	3005,28	3084,45	3307,79	3640,63
Flujo Despues de Financiamiento Actualizado	-298,97	2499,28	2343,11	2123,44	2010,73	1954,10
Flujo Despues de Financiamiento Actualizado Acumulado	-298,97	2200,31	4543,42	6666,86	8677,59	10631,69

Impuesto a la Renta	27%
% Financiamiento	75%
Monfo Financiamiento	897
Interés LP	9,48%
Plazo	5
Cuota	233
Interés CP	0%
Tasa de descuento CAPM	13,25%
Tasa libre de riesgo (RF)	1,00%
Tasa de mercado (RM)	5,80%
Beta (B)	0,99
Indicador	75%
VAN	10631,69
IVAN	8,89
TIR	953%
PRI (payback)	1

Fuente: Elaboración propia

5.3 INDICADORES ECONOMICOS

De acuerdo con los flujos realizados se presenta en la tabla 5-16, un resumen comparativo de todos los indicadores.

Tabla 5-16: Resumen comparativo de los indicadores obtenidos.

Indicador	Puro	25%	50%	75%
VAN	10496,10	10570,10	10586,50	10631,69
IVAN	8,78	8,84	8,85	8,89
TIR	259%	337%	491%	953%
PRI (payback)	1	1	1	1

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran que el proyecto es altamente rentable en todos los escenarios de financiamiento analizados.

- El VAN (Valor Actual Neto) se mantiene positivo y muy similar en los niveles de financiamiento (puro, 25%, 50%, y 75%), lo que refleja que el proyecto genera valor económico en todas las condiciones evaluadas.
- IVAN (Índice Valor Actual Neto) se mantiene positivo y creciendo a medida que aumenta en nivel de financiamiento, por lo que indica que la inversión es mas eficiente a medida que va aumento el financiamiento del proyecto.
- La TIR (Tasa Interna de Retorno) crece significativamente con el aumento del nivel de financiamiento, alcanzando un impresionante 953% al 75%, lo que indica un gran potencial de rentabilidad. Este comportamiento es típico en proyectos con altos márgenes de ganancia cuando se incrementa el apalancamiento financiero.

- El PRI (Payback) se mantiene constante en 1 año, demostrando una rápida recuperación de la inversión inicial en todos los escenarios.

En resumen, el proyecto es financieramente atractivo y sólido, con alta rentabilidad y bajo tiempo de recuperación, independientemente del nivel de financiamiento. Esto lo posiciona como una excelente oportunidad tanto para inversores como para entidades financiadoras.

5.4 **SENSIBILIZACIÓN**

El análisis de sensibilidad tiene como finalidad medir el impacto de las variaciones en los egresos y los ingresos, con el propósito de comprender cómo estas fluctuaciones afectan la rentabilidad del proyecto, específicamente en relación con el VAN. Este análisis permitirá evaluar el comportamiento del proyecto en diversas situaciones posibles. Para llevar a cabo la sensibilización, se ha seleccionado el flujo de caja del proyecto con un 75% de financiamiento, ya que este escenario presenta el mayor valor del VAN.

5.4.3 **Sensibilización de la demanda**

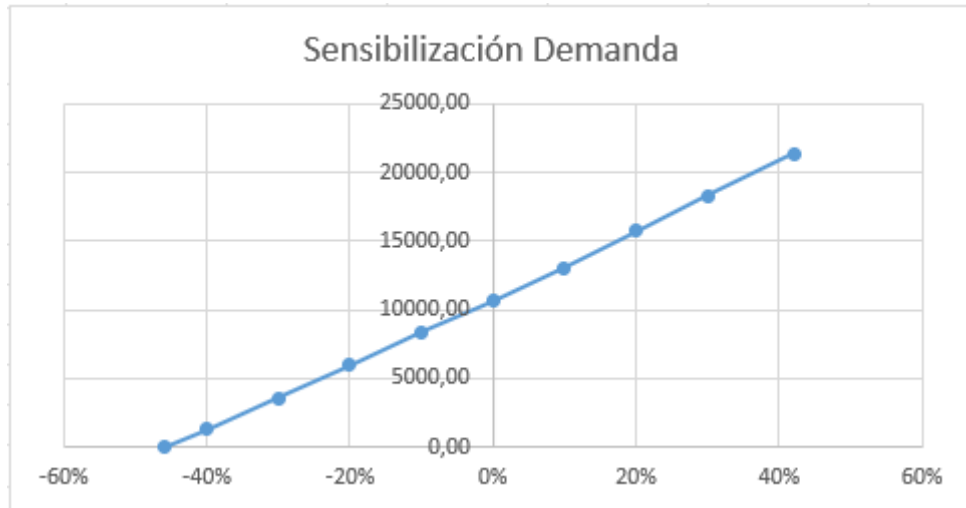
Para un proyecto de servicios turísticos en la región metropolitana, es fundamental realizar un análisis de sensibilización para evaluar la robustez del proyecto frente a distintos escenarios. Que para este tipo de proyecto es crucial el ingreso, por lo que se realizará en base a la demanda de los tours.

Tabla 5-17: Sensibilización de la demanda

% Variación Demanda	VAN (UF)
-46%	0,00
-40%	1342,65
-30%	3546,25
-20%	5993,61
-10%	8378,11
0%	10631,69
10%	13055,00
20%	15780,98
30%	18299,43
42%	21354,06

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente grafico 5-1 podemos observar la sensibilización y sus puntos de cortes:



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5-1: Sensibilización de la demanda.

En relación con el comportamiento del VAN, sujeto a variaciones de la demanda de tours, se puede destacar el punto de corte con el eje X ocurre cuando la demanda baja en un 46% respecto de la demanda inicial y que el VAN se duplica al subir en un 42% la demanda.

CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

El análisis integral realizado para el proyecto turístico en la Región Metropolitana de Chile confirma su viabilidad y rentabilidad, destacando las diversas fortalezas que lo posicionan favorablemente en el mercado. La creciente demanda por experiencias personalizadas y de calidad ha sido un factor clave en la proyección del servicio, permitiendo establecer una estrategia que no solo satisface las expectativas de los turistas, sino que también contribuye al desarrollo sostenible del sector turístico. A través de un análisis FODA, se identificaron las fortalezas y oportunidades del proyecto, al mismo tiempo que se definieron las estrategias necesarias para mitigar posibles amenazas. La localización estratégica en Providencia y la implementación de un sistema de comercialización efectivo refuerzan aún más las probabilidades de éxito, consolidando al proyecto como una propuesta atractiva y competitiva en el mercado.

Desde un enfoque técnico y administrativo, el proyecto ha sido diseñado con una estructura operativa eficiente y bien planificada. La correcta selección de procesos, equipos e insumos, junto con una inversión inicial adecuada, que incluye activos fijos y costos de instalación, contribuyen a minimizar los riesgos y garantizar una implementación exitosa. Además, la organización del personal y los programas de trabajo establecidos permiten una operación fluida y eficiente, mientras que la previsión de posibles imprevistos asegura la capacidad de respuesta ante cualquier eventualidad. En términos administrativos, se ha definido una estructura organizacional eficiente y un sistema de información robusto, garantizando el cumplimiento de las normativas legales pertinentes y asegurando flexibilidad y control a través de la elección de la Sociedad por Acciones (SpA). En cuanto al análisis ambiental, no se han identificado impactos negativos significativos, lo que subraya el compromiso del proyecto con los principios de sostenibilidad y responsabilidad social.

En términos financieros, el análisis económico ha confirmado que el proyecto es altamente rentable y financieramente viable en todos los escenarios de financiamiento analizados. El mejor porcentaje de financiamiento, según los indicadores financieros, es 75% de financiamiento externo, ya que maximiza tanto el VAN con un resultado de 1063,69, la IVAN con un índice de 8,89, la TIR con un resultado 953% y el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) que es de un año, respaldan la rentabilidad del

proyecto, mostrando un VAN positivo, un IVAN rentable, una TIR elevada y un PRI corto, lo que lo convierte en una opción atractiva para inversionistas y financiadores. Además, el análisis de sensibilidad ha demostrado que el proyecto es robusto frente a variaciones en la demanda, lo que le otorga estabilidad y minimiza riesgos ante posibles fluctuaciones del mercado. Estos resultados consolidan al proyecto como una inversión sólida, con una perspectiva de éxito a largo plazo, no solo para los inversionistas, sino también para el desarrollo del sector turístico en la Región Metropolitana.

En resumen, el proyecto turístico en la Región Metropolitana de Chile cuenta con una base sólida tanto a nivel técnico, administrativo, legal como financiero, lo que asegura su éxito y rentabilidad. Gracias a una planificación adecuada y un enfoque estratégico, el proyecto tiene el potencial de ser una inversión exitosa y contribuir al crecimiento sostenible del turismo en la región.

BIBLIOGRAFÍA

- 1.-Organización Mundial del Turismo. (2024). El turismo internacional 2024 superaría las cifras prepandemia. <https://chile.ladevi.info/organizacion-mundial-del-turismo/omt-turismo-internacional-2024-superaria-las-cifras-prepandemia-n61714>
- 2.-Subsecretaría de Turismo de Chile. (2024). Barómetro de turismo: enero 2024 <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2024/02/barometro-de-turismo-enero-2024.pdf>
- 3.-Subsecretaría de Turismo de Chile. (2024). Chile registra un aumento en llegada de turistas extranjeros durante el primer semestre de 2024. <https://www.subturismo.gob.cl/2024/08/20/chile-registra-un-aumento-en-llegada-de-turistas-extranjeros-durante-el-primer-semester-de-2024/>
- 3.-Vino y Turismo. (2024.). Casablanca. https://www.vinoyturismo.com/wine_region/casablanca
- 4.-Travelgrafía. (2024). Valparaíso. <https://travelgrafia.co/blog/valparaiso/>
- 5.-TripAdvisor. (2024). Atracciones en Valparaíso, Región de Valparaíso. https://www.tripadvisor.cl/Attractions-g294306-Activities-Valparaiso_Valparaiso_Region.html
- 6.-Subsecretaría de Turismo de Chile. (2024). Barómetro de turismo: junio 2024. <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2024/07/barometro-de-turismo-junio-2024.pdf>
- 7.-Subsecretaría de Turismo de Chile. (2024). Estadísticas de la demanda: Llegadas de turistas extranjeros al país. <https://www.subturismo.gob.cl/estadisticas-y-estudios/estadisticas-de-la-demanda/turismo-receptivo/llegadas-de-turistas-extranjeros-al-pais/>
- 8.-Corporación Regional Metropolitana. (2023). Barómetro de turismo. <https://corporacionrm.cl/wp-content/uploads/2023/09/BAROMETRO2-1.pdf>

- 9.- Editorial Kamar. (2024). Documento 1. Editorial Kamar.
<http://www.editorialkamar.com/et/doc01.html>
- 10.-Falabella. (2024). *Carrito de compras*. Falabella.
<https://www.falabella.com/falabella-cl/basket>
- 11.- Ripley. (2024). *Bolsa de compras*. Ripley. <https://simple.ripley.cl/bolsa>
- 12.- Paris. (2024). *Carrito*. Paris. <https://www.paris.cl/cart>
- 13.-Autocosmos. (2024). *Minivan*. Autocosmos.
<https://www.autocosmos.cl/catalogo/minivan>
- 14.- Portal Inmobiliario. (2024). *Arriendo oficina excelente estado, Metro Pedro de Valdivia*. Portal Inmobiliario. https://www.portalinmobiliario.com/MLC-1541670463-arriendo-oficina-excelente-estado-metro-pdevaldivia-JM#position=32&search_layout=grid&type=item&tracking_id=39b849e1-9c31-43c9-a41e-20e42e093b3a
- 15.- Printbox. (2024). *Flyers, volantes y afiches*. Printbox.
https://www.printbox.cl/materiales-de-marketing/flyer-volantes-y-afiches/flyers-volantes/?gad_source=1&gclid=EAIaIQobChMIlqyC1lqWigMVfFRIAB17ER8FEAAyAAEgl6cvD_BwE
- 16.- Dimeiggs. (2024). *Hojas y resmas*. Dimeiggs.
<https://www.dimeiggs.cl/hojas%20resmas? q=hojas%20resmas&map=ft>
- 17.- Reservo. (2024). *Citas y agendamiento online*. Reservo.
https://reservo.cl/landing/cl/saludagenda/?origen=google_ads_CL_CitasReservasAgendamiento&keyword=software%20de%20reservas%20online&matchtype=p&mobile=&paclement=&campaignid=8083020458&gad_source=1&gclid=EAIaIQobChMIlnpTwg6uWigMVG0FIAB2mMzTUEAAYAAEgl8b_D_BwE
- 18.- Outlet de Aseo. (2024). *Papel higiénico*. Outlet de Aseo.
<https://www.outletdeaseo.cl/search?q=papel+higienico>
- 18.- Autofact. (2024). *Precio bencina*. Autofact.
<https://www.autofact.cl/blog/noticias/autofact/precio-bencina>
- 20.- Calculatodo. (2024). *Calculadora de gasto de gasolina en viaje*. Calculatodo.
<https://calculatodo.com/calcular-gasto-gasolina-viaje>
- 21.- Transbank. (2024). *Tarifas*. Transbank. <https://publico.transbank.cl/tarifas>

- 22.- Bencina en Línea. (2024). *Reporte regional de bencina*. Bencina en Línea. https://www.bencinaenlinea.cl/#/reporte_regional
- 23.- Chile Tur. (2024). *Planeador de viajes*. Chile Tur. <https://chile.tur.com/planner?fuelType=95&fuelConsumption=16>
- 24.- Compara Online. (2024). *Seguro automotriz*. Compara Online. https://www.comparaonline.cl/seguro-automotriz/results/302e9fed-4bc2-401a-85e200375f5e08f7?_gl=1*ue3w71*_gcl_au*R0NMLjE3MzM2MTI2MjguRUFJYUIRb2JD_aE1JcmYzQW4tS1dpZ01WOW1OSUFCMVNPATk3RUFBWUFpQUFFZ0ILVIBEX0J3RQ..*_gcl_au*MzM3OTAzNTMuMTczMzYxMjYyNQ..
- 25.- Tienda Mantenciones Hyundai. (2024). *Staria US4*. Tienda Mantenciones Hyundai. <https://tiendamantenciones.hyundai.cl/modelos/staria-us4>
- 26.- 2x3. (2024). *Precios lavado de auto*. 2x3. <https://www.2x3.cl/p/precios-lavado-auto?srsId=AfmBOopNAhmwYMSvR7Xt6V5SGcklpB55NAhX4GXHCW20fPQwEHMOgXGO>
- 27.- Buk. (2024). *Calculadora de sueldo líquido*. Buk. <https://www.buk.cl/recursos/calculadora/calculadora-sueldo-liquido>
- 28.- Booz. (2024). *Búsqueda de agua mineral*. Booz. <https://www.booz.cl/busqueda?search=agua%20mineral>
- 29.- Migas deli. (2024). *Sandwiches*. Migas deli. <https://www.migasdeli.cl/category-grid.php?group=DIST%20SAND%20MM>
- 30.- <https://finacoteca.com/capm/>
- 31.- Dulces Altiro. (2024). *Caja de Súper 8 oblea bañada Nestlé*. Mercado Libre. https://www.dulcesaltiro.cl/MLC-1106746428-caja-de-super-8-oblea-banada-nestle-caja-con-24-uni-JM?gad_source=1&gclid=EAlaIQobChMIsmjQlaSXigMVM1RIAB0npBQ6EAQYASABEglmw_D_BwE
- 32.- Mercado Libre. (2024). *Dulces chilenos (80 unidades)*. Mercado Libre. https://articulo.mercadolibre.cl/MLC-2692383562-dulces-chilenos-80-unidades-JM?matt_tool=35115214&matt_word=&matt_source=google&matt_campaign_id=14572403968&matt_ad_group_id=126603518813&matt_match_type=&matt_network=g&matt_device=c&matt_creative=544459181489&matt_keyword=&matt_ad_position=&matt_ad_type=pla&matt_merchant_id=5085367014&matt_product_id=MLC269238

[3562&att_product_partition_id=1944229481410&att_target_id=pla1944229481410&cc_src=google_ads&cc_cmp=14572403968&cc_net=g&cc_plt=gp&cc_med=pla&gad_source=1&gclid=EAIaIQobChMIysLy0qWXigMV7V5IAB1nphvNEAQYBCABEgKOKPD_BwE](https://www.google.com/adsense/adsense?ad=3562&att_product_partition_id=1944229481410&att_target_id=pla1944229481410&cc_src=google_ads&cc_cmp=14572403968&cc_net=g&cc_plt=gp&cc_med=pla&gad_source=1&gclid=EAIaIQobChMIysLy0qWXigMV7V5IAB1nphvNEAQYBCABEgKOKPD_BwE)

33.- De Negocios. (2024). *Cómo crear una empresa de turismo en Chile*. De Negocios. <https://denegocios.cl/como-crear-una-empresa-de-turismo-en-chile/>

34.- Muni Cochamo. (2024). *Manual de formalización de empresas turísticas*. Muni Cochamo.

<https://municochamo.cl/turismo/archivos/ManualFormalizacioOnEmpTurIsticas.pdf>

35.- Finacoteca. (2024). *CAPM*. Finacoteca. Recuperado el 21 de diciembre de 2024, de <https://finacoteca.com/capm/>

36.- Banco Central de Chile. (2024). *Tasa de interés de referencia (TMS)*. Banco Central de Chile. Recuperado el 21 de diciembre de 2024, de https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP_TASA_INTERES/MN_TASA_INTERES_09/TMS_16/T312?cbFechaInicio=2019&cbFechaTermino=2024&cbFrecuencia=ANNUAL&cbCalculo=NONE&cbFechaBase=

37.- Servicio de Impuestos Internos (SII). (2024). *Tabla de vida útil de los activos inmovilizados*. SII. Recuperado el 21 de diciembre de 2024, de https://www.sii.cl/valores_y_fechas/tabla_vida_util_activo_inmovilizado.html

38.- Subsecretaría de Turismo de Chile. (2024, febrero). *Barómetro de turismo, enero 2024*. Subsecretaría de Turismo. Recuperado el 21 de diciembre de 2024, de <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2024/02/barometro-de-turismo-enero-2024.pdf>

ANEXO


Carro de compras

1

CAMARA CANON T7 - 18-55
SKU: 2000371425352

Internet \$409.990
T. Crédito (Ripley/Chek) \$389.990

1

BOTIQUIN PRIMEROS AUXILIOS 25P
SKU: 19155055

Internet \$23.450

1

COMUNICADOR GLOBAL GPS SATELITAL SPOT GEN 4
SKU: 18644462
COLOR NEGRO

Internet \$179.990

1

NOTEBOOK HP 240 G9 I5-1235U 8GB 512GB WITHHOME
SKU: 19359903
COLOR NEGRO

Internet \$489.990

Podrás utilizar códigos de descuento al escoger tu forma de pago

Resumen

Subtotal \$2.119.830
Total normal \$2.119.830
Total T. Crédito (Ripley/Chek) \$2.042.330

Continuar

Seguir comprando

Fuente. <http://www.simple.ripley.com>

Figura 0-1: Cotización

1

IMPRESORA HP MULTIFUNCIONAL SMART TANK 520 SMAR...
SKU: 18810291
COLOR BLANCO

Internet \$159.990

1

ESCRITORIO PALERMO ESQUINERO 151.5X115...
SKU: 12000395632914
COLOR CAFE

Internet \$131.990
T. Crédito (Ripley/Chek) \$118.990

3

SILLA DE OFICINA NIZE
SKU: 5543501
COLOR ROSADO

Internet \$91.490
T. Crédito (Ripley/Chek) \$79.990

1

FUTÓN SOFÁ CAMA MULTIFUNCIONAL SALA DE ESTAR - OFL...
SKU: 15409194
COLOR NEGRO

Internet \$119.990

2

ESTANTE ACERO PINTADO 120X45X180 CM 5 BAND. 1250 KG
SKU: 5338568
COLOR NEGRO

Internet \$64.990

Podrás utilizar códigos de descuento al escoger tu forma de pago

Resumen

Subtotal \$2.119.830
Total normal \$2.119.830
Total T. Crédito (Ripley/Chek) \$2.042.330

Continuar

Seguir comprando


Seguridad y Privacidad garantizada.
Comprar aquí es 100% seguro.

Fuente. <http://www.simple.ripley.com>

Figura 0-2: Cotización

1

REFRIGERADOR MADEMSA BOTTOM FREEZE...
SKU: 2000390575360
COLOR ACERO

Internet \$199.990
T. Crédito (Ripley/Chek) \$189.990

¡LLÉVALOS JUNTOS!

-61%

-62%

-50%

-57%

-13%



Podrás utilizar códigos de descuento al escoger tu forma de pago

Resumen

Subtotal \$2.119.830
Total normal \$2.119.830
Total T. Crédito (Ripley/Chek) \$2.042.330

Continuar

Fuente. <http://www.simple.ripley.com>

Figura 0-3: Cotización


Carro de compras

1


CELULAR SAMSUNG GALAXY A25 5G 128 GB ...
SKU: 1882922
COLOR AZUL

Internet **\$209.990**
T. Crédito (Ripley/Chek) **\$199.990**

✕

3


BASURERO DE ACERO INOXIDABLE CON PEDAL DE 8 LITROS
SKU: 19058701
COLOR GRIS

Internet **\$18.000**

✕

1 Podrás utilizar códigos de descuento al escoger tu forma de pago

Resumen

Subtotal

\$263.990

Total normal

\$263.990

Total T. Crédito (Ripley/Chek)

\$253.990

Continuar

[Seguir comprando](#)

Fuente. <http://www.simple.ripley.com>

Figura 0-4: Cotización

Tu Carro (16 productos)



Cámara Canon EOS Rebel SL3 (solo cuerpo)
SKU: MKGS17CUTX-1

Cantidad

- 1 +

♥ Favoritos

✕ Eliminar

🕒

Producto disponible para despacho a domicilio



Botiquín Primeros Auxilios 25 Personas
SKU: MKIOUQBQY-1

Cantidad

- 1 +

♥ Favoritos

✕ Eliminar

🕒

Producto disponible para despacho a domicilio

\$944.900

\$23.790

Resumen de compra

Costo de tus productos:

\$2.293.580

Total con Tarjeta Cencosud:

 \$2.278.580

Total con otros medios de pago:

\$2.293.580

Continuar con el pago

🔒

Pagar es 100% seguro

🚚

El costo de despacho se calculará en el siguiente paso

Medios de pago disponibles











¿Tienes un código promocional?

Código promocional

Fuente. <http://www.paris.cl>

Figura 0-5: Cotización

Gps Tracker Rastreo Y Localización Satelital - Puntostore
SKU: MKEAN4910S-1



Cantidad

- 1 +

♥ Favoritos

✕ Eliminar

🕒

Producto disponible para despacho a domicilio



Notebook HP 240 G9 I5 I5-1235U 8GB SSD 256GB 14"
Windows 11 Home
SKU: MKIBIBNZM4-1

Cantidad

- 1 +

♥ Favoritos

✕ Eliminar

🕒

Producto disponible para despacho a domicilio

\$82.990

39% \$429.990

~~\$699.990~~

Ingrésalo aquí

Aplicar

Cambios y devoluciones

Puedes cambiar tus productos en cualquier tienda Paris hasta 30 días después de la fecha de compra.

Fuente. <http://www.paris.cl>

Figura 0-6: Cotización

Impresora HP Multifuncional Smart Tank 520 Smart Tasks USB

SKU: MKN77Z0CBT-1



Cantidad

- 1 +

[Favoritos](#)

[Eliminar](#)

Producto disponible para despacho a domicilio

Escritorio Mesa 120*60*75cm By LuBabycas

SKU: MK4OLCARLX-1



Cantidad

- 1 +

[Favoritos](#)

[Eliminar](#)

Producto disponible para despacho a domicilio

Silla de escritorio acolchada giratoria Mariposa

SKU: MKN9FBEHMY-1



Color: Rosado

Cantidad

- 3 +

[Favoritos](#)

[Eliminar](#)

Fuente. <http://www.paris.cl>
Figura 0-7: Cotización

Futón Bash negro M+Design

SKU: EAQH7Y1ANS-1



Cantidad

- 1 +

[Favoritos](#)

[Eliminar](#)

Producto disponible para despacho a domicilio

Estante Acero Pintado 120x45x180 cm 5 Band. 1250 Kg

SKU: MKTS5560B7-1



Cantidad

- 2 +

[Favoritos](#)

[Eliminar](#)

Producto disponible para despacho a domicilio

Smartphone Galaxy A25 5G 128GB 6.5" Yellow Liberado

SKU: 623887999



Cantidad

- 1 +

[Favoritos](#)

[Eliminar](#)

Fuente. <http://www.paris.cl>
Figura 0-8: Cotización

Basurero Papelero Pedal 20 Lts Acero Inoxidable

SKU: MKRZTL4RHW-1



Cantidad

- 3 +

[Favoritos](#)

[Eliminar](#)

Producto disponible para despacho a domicilio

Fuente. <http://www.paris.cl>
Figura 0-9: Cotización

Carro (17 productos)

Vendido por **falabella**

☒ Seleccionar todos

	Refrigerador Bottom Freezer 166Lts MED1655 Mademsa MADEMSEA	\$ 219.990 -22% ~~\$ 299.990~~	1 Máx 50 unidades
---	---	---	----------------------

☒ **Llévate cualquiera de estos productos a \$9.990** Agregar

Garantía extendida: No, gracias

Servicios adicionales: Ninguno

	Multifuncional HP Smart Tank 520 Tanque de Tinta Color USB Alto Rendimiento 2... HP	\$ 124.990 -25% ~~\$ 159.990~~	1 Máx 50 unidades
---	--	---	----------------------

Garantía extendida: No, gracias

Resumen de la compra

Productos (17) **\$3.103.860**

Descuentos (9) **-\$715.830**

Total: **\$2.388.030**

Total tarjetas Falabella: **\$2.368.030**

Continuar compra

Fuente. <http://www.falabella.com>

Figura 0-10: Cotización

Vendido por **SODIMAC**

☒ Seleccionar todos

	Futón Bonnie Negro 182x84x84 cm JUST HOME COLLECTION	\$ 149.990	1 Máx 999 unidades
---	---	------------	-----------------------

Garantía extendida: No, gracias

	Sillón Ejecutivo Copito Blanco JUST HOME COLLECTION	\$ 59.990 -25% ~~\$ 79.990~~	3 Máx 999 unidades
---	--	---	-----------------------

Servicios adicionales: Ninguno

	Escritorio 76x160x104 cm café JUST HOME COLLECTION	\$ 149.990 -25% ~~\$ 169.990~~ ~~\$ 199.990~~	1 Máx 999 unidades
---	---	---	-----------------------

Garantía extendida: No, gracias

Servicios adicionales: Ninguno

Fuente. <http://www.falabella.com>

Figura 0-11: Cotización

	Botiquín profesional para faenas 105 piezas AEROKIT	\$ 21.990	1 Máx 999 unidades
---	--	-----------	-----------------------

Garantía extendida: No, gracias

Vendido por **Marketplace**

☒ Seleccionar todos

	Basurero de Acero Inoxidable - 12 litros GENÉRICO Vendido por: Aislay	\$ 15.390	3 Máx 20 unidades
---	---	-----------	----------------------

	Smartphone Galaxy A25 128GB6GB 5G LIBERADO SAMSUNG Vendido por: Tiendatb Envío gratis APP	\$ 249.990 -50% ~~\$ 499.990~~	1 Máx 20 unidades
---	---	---	----------------------

Fuente. <http://www.falabella.com>

Figura 0-12: Cotización

	Estante 120x45x180 cm Acero Pintado 5 Band. 1325 Kg PROCHEF Vendido por Prochef	\$ 69.990 ~~\$ 129.990~~ -46%	2 Máx 20 unidades
	NOTEBOOK HP 240 G9 i5-1235U 8GB SSD 12GB 14in W11Home HP Vendido por Integral Envío gratis APP	\$ 479.990 ~~\$ 519.990~~	1 Máx 20 unidades
	USADO GPS Garmin - Mapas Chile y Sudamérica Funciona Sin Internet GARMIN Vendido por Emulgratis Envío gratis APP	\$ 129.990 ~~\$ 200.000~~ -35%	1 Máx 20 unidades
	Canon EOS 4000D Digital SLR Cámara Con 18-55 III Lente - Negro CANON Vendido por Biotradings Compra Internacional Envío gratis APP	\$ 474.990 ~~\$ 615.990~~ -23%	1 Máx 5 unidades

Fuente: <http://www.falabella.com>

Figura 0-13: Cotización



Foton FT-Crew

Precio de lista desde:

\$30.333.100

Nuevos desde:

\$30.333.100

[Preguntar](#)

Reseña

Es la variante para pasajeros del FT-BOX, con capacidad para 14 ocupantes más el conductor, comparte el mismo bloque motor Cummins ISF de 2.8 litros, turbodiesel, además de la caja de seis velocidades. Su equipamiento de norma considera: aire acondicionado bizona, kit eléctrico, sensor de proximidad trasero, neblineros delanteros y traseros, dentro de su equipamiento más relevante.

Versión disponible

2.8L Diesel
\$30.333.100 →

Fuente: <https://www.autocosmos.cl/catalogo/minivan>

Figura 0-14: Cotización



Hyundai Staria

Precio de lista desde:

\$35.450.100

Nuevos desde:

\$35.450.100

[Preguntar](#)

Versiónes disponibles

2.2L 11P \$35.450.100 →	2.2L Aut 9P \$35.569.100 →	2.2L AWD 7P \$48.659.100 →	2.2L AWD 9P \$49.135.100 →
-----------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------

Fuente: <https://www.autocosmos.cl/catalogo/minivan>

Figura 0-15: Cotización



JAC Sunray Pasajeros

Precio de lista desde:

\$31.134.100

[Preguntar](#)

Reseña

El fabricante chino nos ofrece esta interesante solución para el transporte de personas. Sunray es un vehículo comercial ideal para aquellos que lo deseen usar como transfer, traslado de personal o usos con fines turísticos, sin olvidar el transporte escolar. Es por ello, que se ofrece en una variada gama de habitáculos o capacidad de ocupantes: 11+1, 13+1, 14+1, 16+1 y 17+1, sin olvidar las dos alternativas escolares: 21+1 y 28+1. Todas las versiones contemplan como equipamiento de norma: aire acondicionado, kit eléctrico, volante multifunción, sensor de proximidad trasero y neblineros delanteros y traseros, entre otros elementos. Todas las versiones son animadas por el motor turbodiésel Green Jet de 1.9 litros con 134 Hp y 310 Nm de par, unido a una caja manual de seis velocidades.

Versiones disponibles

2.7L Green Jet 13+1	2.7L Green Jet 14+1	2.7L Green Jet 16+1	2.7L Green Jet 17+1
\$31.134.100 →	\$32.543.100 →	\$36.632.100 →	\$37.108.100 →

Fuente: <https://www.autocosmos.cl/catalogo/minivan>

Figura 0-16: Cotización



Ordenar por: Mas Vendidos

1 PRODUCTO





DESPECHO NORMAL



RETIRO EN TIENDA

Set Perforadora + Cochetera + Sacacorchete Plastico Rosa Lavoro

DESDE 3 UN.

\$4.490 / Cada uno.

POR UNIDAD

\$4.990 / Por Unidad.

Fuente: <https://www.dimeiggs.cl>

Figura 0-17: Cotización





DESPECHO NORMAL



RETIRO EN TIENDA

Tijera Oficina 6 3/4 Pulgadas Plastico/Metal Negro En Punta Murano

DESDE 3 UN.

\$670 / Cada uno.

POR UNIDAD

\$1.090 / Por Unidad.

Fuente: <https://www.dimeiggs.cl>

Figura 0-18: Cotización



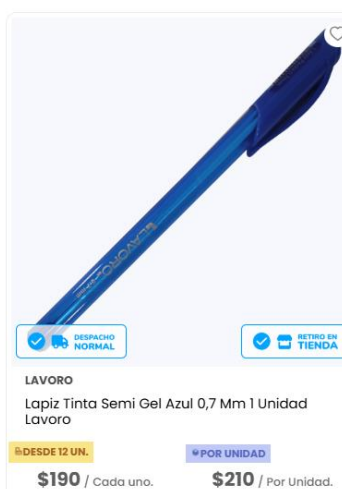
Fuente: <https://www.dimeiggs.cl>

Figura 0-19: Cotización



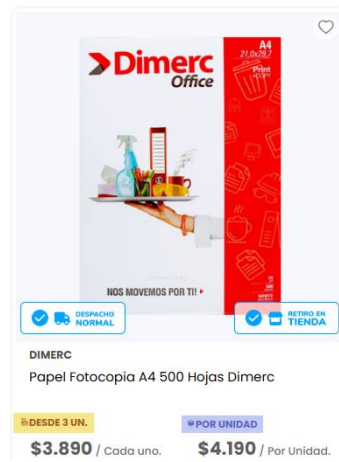
Fuente: <https://www.dimeiggs.cl>

Figura 0-20: Cotización



Fuente: <https://www.dimeiggs.cl>

Figura 0-21: Cotización



Fuente: <https://www.dimeiggs.cl>

Figura 0-22: Cotización

Calculadora de precios [Compartir](#)

Tamaño 15 X 21 Cm

Cantidad 300

Tipo de papel

- ☒ Couché Mate 170 gr.
- ☐ Couché Mate 200 gr.
- ☐ Couché Mate 250 gr.
- ☐ Couché Mate 300 gr.
- ☐ Opalina Lisa 250 gr.

Tipo de impresión

- ☐ Una cara
- ☒ Ambas caras

Plazo de entrega 3 a 5 Días Hábiles

Total : \$54.000
Precio unitario : \$180

Fuente: <https://www.printbox.cl>

Figura 0-23: Cotización

Conoce el valor de nuestros equipos

Puedes arrendar o adquirir nuestros equipos y despegar tu negocio con nosotros.

Para arrendar

Para comprar



Tarifa mensual servicio de red de adquisición

1 a 25 equipos	0,64 UF + IVA
26 a 50 equipos	0,62 UF + IVA
51 a 100 equipos	0,60 UF + IVA
101 a 200 equipos	0,58 UF + IVA
201 o más equipos	0,55 UF + IVA

Fuente: <https://publico.transbank.cl/tarifas>

Figura 0-24: Cotización

Básico

Para negocios que buscan tener visibilidad, gestionar su administración y unificar información.

Desde

\$40.000 + IVA

3 Capacidad de atención ?

\$10.000 + IVA Capacidad de atención extra

Cotizar Básico

- ✓ Agenda online
- ✓ Tu propia página web en miReservo
- ✓ Integración para pagos en la web
- ✓ Ficha clínica personalizable
- ✓ Módulo de ventas - Control de cajas
- ✓ Cálculo de comisiones
- ✓ Giftcards
- ✓ Reportería y estadísticas
- ✓ Saludos de cumpleaños y correos de bienvenida
- ✓ Encuestas de satisfacción
- ✓ Confirmación y recordatorios automáticos vía mail
- ✓ Control de inventario y alerta de quiebre de stock
- ✓ Usuarios ilimitados
- ✓ Almacenamiento de imágenes y archivos
- ✓ Telemedicina certificado por Fonasa sin límite de minutos
- ✓ Capacitaciones y soporte incluidos
- ✓ Ficha facial interactiva
- ✓ Gestión de planes
- ✓ Acceso a cursos y masterclass
- ✓ Integración de tu agenda a RRSS o Sitio Web

Fuente: <https://reservo.cl/>
 Figura 0-25: Cotización



TORK
 PAPEL HIGIÉNICO 50 M
 HOJA SIMPLE (4
 ROLLOS)
 \$1.690

Fuente: <https://www.outletdeaseo.cl/>
 Figura 0-26: Cotización



Fuente: <https://www.outletdeaseo.cl/>
 Figura 0-27: Cotización



Fuente: <https://www.outletdeaseo.cl/>
Figura 0-28: Cotización



Fuente: <https://www.outletdeaseo.cl/>
Figura 0-29: Cotización



Fuente: <https://www.outletdeaseo.cl/>
Figura 0-30: Cotización



Fuente: <https://www.outletdeaseo.cl/>
Figura 0-31: Cotización



BOLSAS MULTIUSO HERMÉTICAS M

\$790

SKU: AIL-0044

1 + -

AGREGAR AL CARRO

DESCRIPCIÓN

- Bolsa fácil de abrir y con cierre hermético.
- Diseñada para mantener la frescura de los alimentos.
- Ideales para organizar.
- Tamaño M 25 unidades por caja

Dimensiones: 6 × 18,8 × 4,9 cm

Fuente: <https://www.outletdeaseo.cl/>
Figura 0-32: Cotización



SERVILLETAS 23 X 22 CM HOJA SIMPLE (160 UNIDADES)

\$990

SKU: CAM-0069

1 + -

AGREGAR AL CARRO

DESCRIPCIÓN

Servilletas de papel Elite, 23x22 cm. 160 unidades por paquete.

COMPARTIR ESTE PRODUCTO



Fuente: <https://www.outletdeaseo.cl/>
Figura 0-33: Cotización



DESODORANTE AMBIENTAL AUTOMÁTICO LAVANDA (REPUESTO) 250ML

\$1.890

SKU: TED-0015

1

AGREGAR AL CARRO

DESCRIPCIÓN

Aromatiza tu hogar de manera continua por hasta 60 días con los Aerosoles Automáticos Teddy, gracias a la liberación gradual de agradables y variados aromas, podrás transformar tus espacios en lugares de inspiración y conquista. Podrás seleccionar el modo que más se ajuste a ti. Compatible con aparatos automáticos marca Glade. Aromatizantes de agradable fragancia para todo tipo de espacios.

COMPARTIR ESTE PRODUCTO



Fuente: <https://www.outletdeaseo.cl/>

Figura 0-34: Cotización

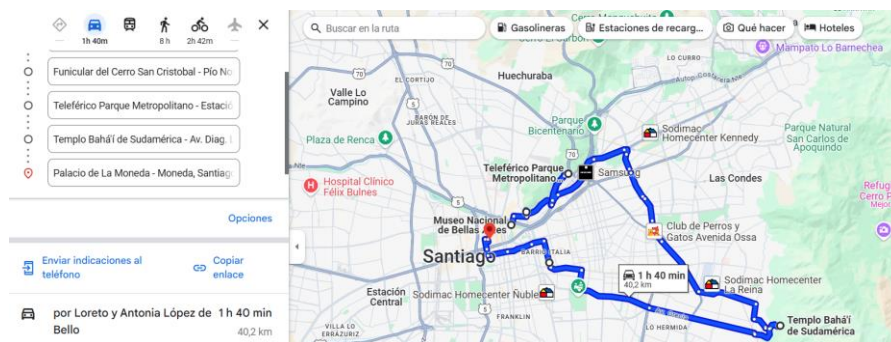


WINKLER
JABÓN LÍQUIDO
FANTASÍA 1 LITRO

\$1.190

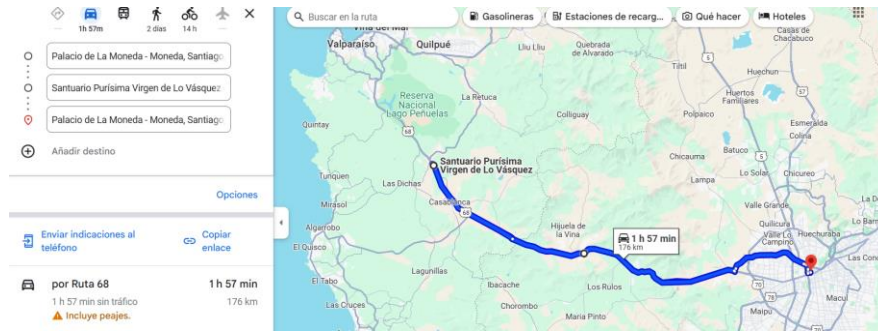
Fuente: <https://www.outletdeaseo.cl/>

Figura 0-35: Cotización



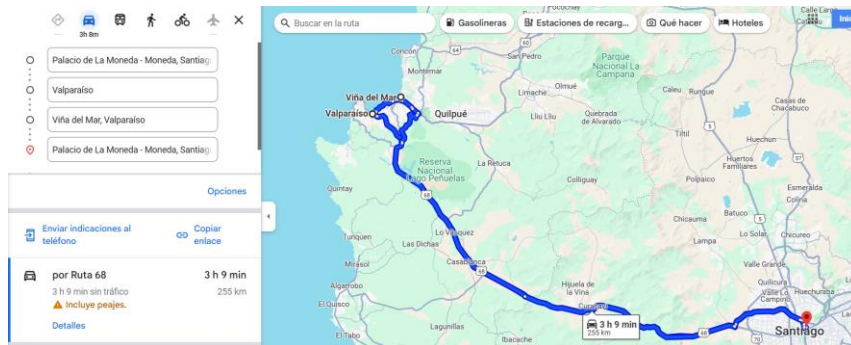
Fuente: <https://www.google.maps.cl/>

Figura 0-36: Recorridos



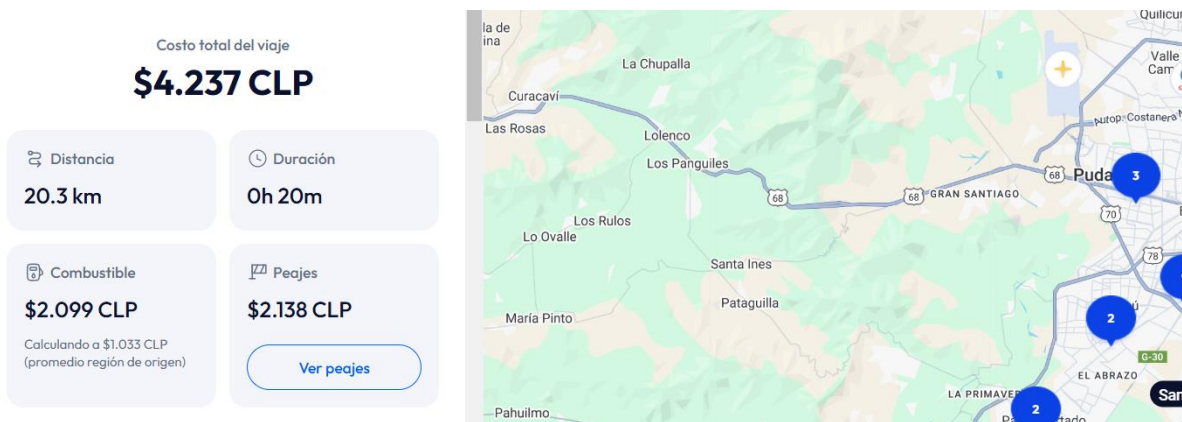
Fuente: <https://www.google.maps.cl/>

Figura 0-37: Recorridos



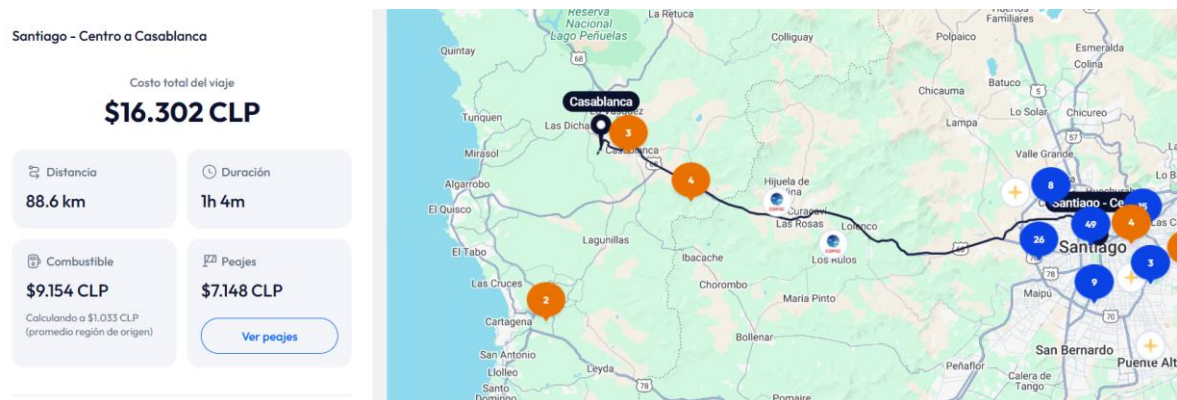
Fuente: <https://www.google.maps.cl/>

Figura 0-38: Recorridos

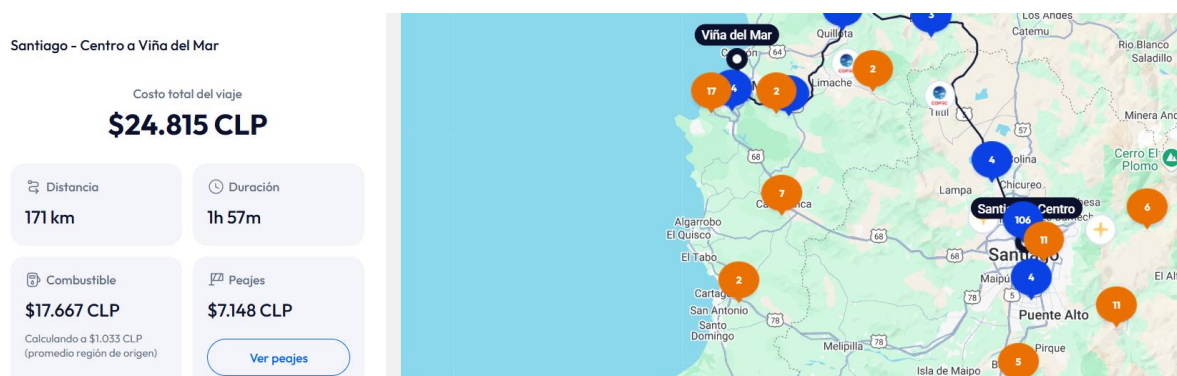


Fuente: <https://www.chile.copec.cl/>

Figura 0-39: Recorridos



Fuente: <https://www.chile.copec.cl/>
Figura 0-40: Recorridos



Fuente: <https://www.chile.copec.cl/>
Figura 0-41: Recorridos

Tabla: 0-1 consumo de combustible por viaje

Tour	Km por viaje	Viajes	Precio unitario	Precio Total	Total UF
1. Tour Santiago centro	20,3	2	2099	\$ 4.198	\$ 0,11
2. Ruta del Vino Casa Blanca	88,6	2	9154	\$ 18.308	\$ 0,48
3. Valparaíso- Viña del Mar	171	2	\$17.667	\$ 35.334	\$ 0,92
Promedio entre tour 1 y 3	96	2	\$9.883	\$ 19.766	\$ 0,52

Fuente: elaboración propia

Tabla: 0-2 consumo de combustible por viaje

Tour	Viajes	Peaje por viaje	Peaje Total	Total UF
1. Ruta de Santiago centro	2	\$2.138	\$ 4.276	\$ 0,11
2. Ruta del Vino Casa Blanca	2	\$7.148	\$ 14.296	\$ 0,37
3. Valparaíso- Viña del Mar	2	7148	\$ 14.296	\$ 0,37
Promedio entre tour 1 y 3	2	\$4.643	\$ 9.286	\$ 0,24

Fuente: elaboración propia

MAPFRE

Seguro automotriz Full Mapfre 5 UF
vehículo comercial

DEDUCIBLE 5 UF

- ✓ Robo del vehículo: Valor comercial ⓘ
- ✓ Pérdida total: Valor comercial en caso de daños mayores al 75% del valor ⓘ
- ✓ Daños a terceros: Emergentes 700 UF, morales 700 UF y lucro cesante 700 UF ⓘ
- ✓ Tipo de taller: Oficial de la marca ⓘ
- ✓ Auto de reemplazo: Limitado hasta 15 días ⓘ
- ✗ Reposición a nuevo: No incluido ⓘ

\$331.997
8.66 UF
Cuota mensual

Fuente: <https://www.comparaonline.cl/>
Figura 0-42: Cotización

Staria (US4)



¡Tu vehículo merece lo mejor!

Packs

Pack 10.000 y 20.000 kms.	Valor	\$478.000	Agregar
Revisa qué incluye			
Pack 10.000, 20.000 y 30.000 kms.	Valor	\$670.000	Agregar
Revisa qué incluye			

Por la compra de un Pack

Gratis el Club de Beneficios

Fuente: <https://www.comparaonline.cl/>
Figura 0-43: Cotización



Fuente: <https://www.comparaonline.cl/>
Figura 0-44: Cotización



-41%

12x Agua Mineral Vital Con Gas
Botella 600cc

~~\$9.480~~
\$5.590

Fuente: <https://www.booz.cl/>
Figura 0-45: Cotización



-45%

24x Jugo Jumex Coco-Piña 335cc

~~\$36.000~~
\$19.690

Fuente: <https://www.booz.cl/>
Figura 0-46: Cotización



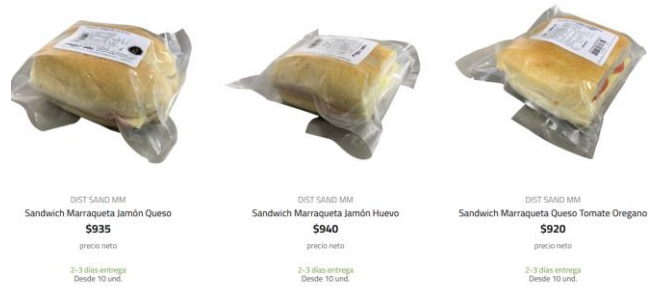
-51%

Vino Santa Ema Select Terroir Reserva Carmenere
75...

~~\$8.190~~
\$3.990

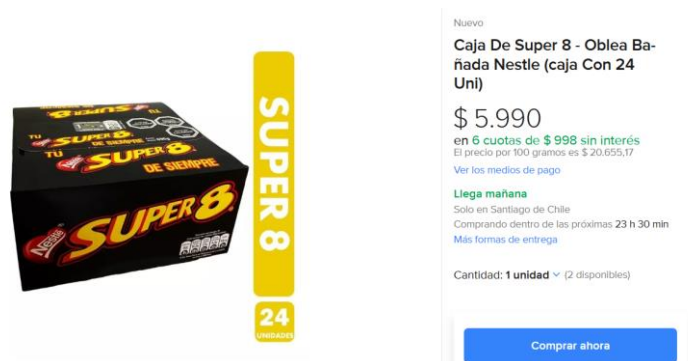
🕒 23h 09m 44s
+100 disponibles

Fuente: <https://www.booz.cl/>
Figura 0-47: Cotización



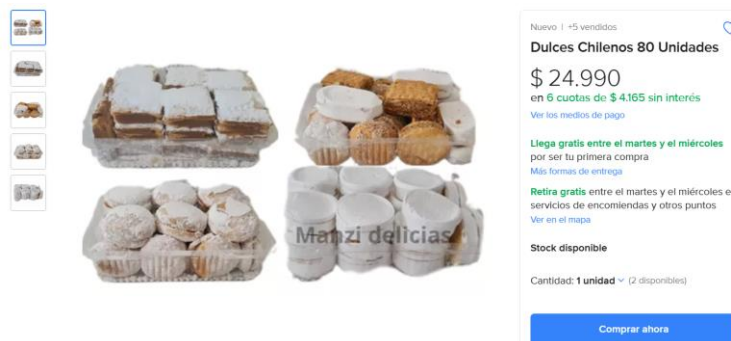
Fuente: <https://www.migasdeli.cl/>

Figura 0-48: Cotización



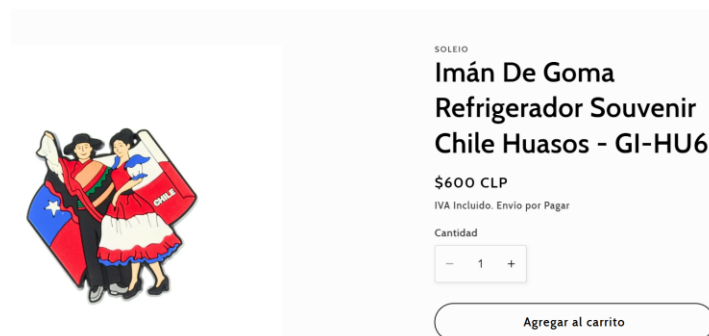
Fuente: <https://www.mercadolibre.cl/>

Figura 0-49: Cotización



Fuente: <https://www.mercadolibre.cl/>

Figura 0-50: Cotización



Fuente: <https://denegocios.cl/>

Figura 0-51: Cotización