

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL



EMPRESA HOTELERA: “ECONTAINER LODGE”

MÓDULO DE EMPRENDIMIENTO GERENCIAL III Y TITULACIÓN
PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

ALUMNOS

TOMÁS IGNACIO BARRIOS UBILLA
JAVIERA ANDREA CASTRO VILLALOBOS
JOSÉ JAVIER ALFOSO JERIA CERDA
CYNTIA CAMILA MARTÍNEZ MOYANO
ESTEBAN IGNACIO SAAVEDRA FLORIDO
MARIAFERNANDA SILVA CHAVALOS

VIÑA DEL MAR, JULIO 2018

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL



EMPRESA HOTELERA: “ECONTAINER LODGE”

MÓDULO DE EMPRENDIMIENTO GERENCIAL III Y TITULACIÓN
PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

ALUMNOS

TOMÁS IGNACIO BARRIOS UBILLA
JAVIERA ANDREA CASTRO VILLALOBOS
JOSÉ JAVIER ALFOSO JERIA CERDA
CYNTIA CAMILA MARTÍNEZ MOYANO
ESTEBAN IGNACIO SAAVEDRA FLORIDO
MARIAFERNANDA SILVA CHAVALOS

PROFESORES

Srta. Gloria del Real Fernández
Sr. Raúl Alvear Pérez
Sr. Néstor Pérez Poll
Sr. Abraham Martínez Sepúlveda

VIÑA DEL MAR, JULIO 2018

Quiero agradecer profundamente a mis padres, Beatriz y Renato, por ser mi pilar fundamental, por apoyarme siempre durante este proceso y durante toda mi vida, todo lo que soy hoy se los debo a ustedes.

A mis hermanos Gabriela y Eduardo por acompañarme siempre y creer en mí.

A mi fiel compañera perruna Matilda, que me acompañó durante 11 años quien nos enseñó lo que es el amor incondicional, vivirás por siempre en cada uno.

A mi pololo, Daniel que me ha apoyado en todo y me ha acompañado durante este lindo proceso.

A mi familia, mis amigos, compañeros de universidad y compañeros de grupo por hacer de este proceso un lindo recuerdo.

A todas las personas nombradas les quiero agradecer enormemente por formar parte de mi vida, por todos los momentos compartidos y los muchos que quedan aún por vivir. Ha sido un proceso con cosas buenas y malas, pero me llevo los mejores recuerdos de esta etapa, que sin duda no habría sido lo mismo sin ustedes. Gracias por estar siempre conmigo.

Javiera Castro Villalobos.

La etapa universitaria fue un momento en mi vida que atesoraré para siempre. Soy afortunada por estar rodeada de personas maravillosas día a día.

Agradezco a mi familia que se preocupa por mí en cada momento, a mi madre por enseñarme que con amor todo florece, sana y mejora.

A mi hermano, que también termina una etapa en su vida, espero que disfrutes cada momento porque el tiempo pasa muy rápido.

A mis amigos, con quienes llevamos compartiendo la vida hace muchos años y con los que ya somos hermanos y a los cabros, mi tribu en la universidad, ellos hicieron que los días fueran más felices, que la universidad fuera un poco más fácil y a que tenga los mejores recuerdos de estos 5 años.

Cyntia Martínez Moyano.

Quiero expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a:

A mis queridos padres Mauricio y Verónica, abuelos José y Belaisa que sin sus esfuerzos no hubiera podido iniciar este camino de ser profesional, sus consejos fueron esenciales para tomar la decisión correcta en cada paso que daba y su apoyo fue el motor principal para avanzar y alcanzar mis sueños y mis primeros logros de mi meta final.

A mis hermanos Guissella y Mauricio y hermanos de la vida que me orientaron y guiaron en cada momento, en cada paso, en cada decisión. Fueron unos de mis pilares fundamentales en los que me pude apoyar para avanzar y no decaer cuando sentía que el camino se hacía difícil e inalcanzable.

A mis compañeros de MEG III por la confianza que depositaron en mí y darme la oportunidad de trabajar junto a ellos y poder llegar juntos a esta etapa final.

A todas aquellas personas que, en algún punto de todo este proceso, me dieron apoyo, contención, alegrías y muchas otras cosas, que de alguna forma contribuyeron con su granito de arena en todo este proceso.

La lista de agradecimientos se me es eterna si lo hago uno en uno porque fueron muchas las personas que participaron de este proceso ya fuesen de forma parcial como algunos lo hicieron o de forma incondicional. Puedo decir que el camino que decidí tomar no fue el más fácil, pero con esfuerzo y perseverancia puede llegar al final.

Esteban Saavedra Florido

Quisiera agradecer a mis padres, Pilar y Fernando, por siempre apoyarme en cada decisión, confiar en mí y entregarme las herramientas necesarias para hoy estar aquí.

A mis hermanos y compañeros de vida, Pablo y Maite.

A Diego, quien ha sido parte fundamental en este proceso, entregando su apoyo incondicional.

A mi abuela, Pilar, quien estuvo y está siempre presente.

A mis compañeros, mis amigos y compañeros de grupo, quienes me dejan los mejores recuerdos e hicieron que mi paso por la Universidad sea inolvidable.

A todos los que compartieron conmigo en estos 5 años, en diferentes ámbitos, gracias por todos los momentos vividos.

Mariafernanda Silva Chavalos

Índice General

Introducción	xvii
0. Resumen ejecutivo	1
Resumen	1
Abstract	2
1. Presentación del Negocio	3
1.0 Descripción de la Idea del Negocio.....	3
1.1 Modelo de Negocio	3
1.2 Justificación del Proyecto	3
2. Plan Estratégico.....	5
2.0 Definición de la Visión	5
2.1 Definición de la Misión.....	5
2.2 Valores Corporativos.....	5
2.3 Análisis Estratégico Externo	6
2.3.1 Análisis Entorno remoto: Modelo PESTA.....	6
2.3.1.1 Análisis Político – Legal	6
2.3.1.2 Análisis Económico.....	6
2.3.1.3 Análisis Socio-Cultural	9
2.3.1.4 Análisis Tecnológico.....	9
2.3.1.5 Análisis Entorno Ambiental y sustentabilidad	10
2.3.2 Análisis de la Industria: Modelo 5 Fuerzas de Porter	11
2.3.2.1 Riesgo de entrada de nuevos competidores.....	11
2.3.2.2 Poder de negociación de los compradores	12
2.3.2.3 Amenazas de productos sustitutos.....	12
2.3.2.4 Poder de negociación de los proveedores	12
2.3.2.5 Intensidad de rivalidad entre empresas establecidas	12
2.3.2.6 Evaluación global de la industria	13
2.3.3 Diamante de Porter.....	14
2.3.3.1 Dotación de los factores	14

2.3.3.2 Condiciones de la demanda.....	15
2.3.3.3 Industrias relacionadas y de apoyo.....	15
2.3.3.4 Estrategia, estructura y rivalidad sólidas.....	16
2.3.4 Factores que afectan a la Demanda	17
2.4 Identificación de oportunidades y amenazas.....	18
2.4.1 Oportunidades	18
2.4.2 Amenazas	18
2.5 Análisis estratégico interno	20
2.5.1 Cadena de Valor	20
2.5.1.1 Actividades de Soporte.....	20
2.5.1.2 Actividades primarias	21
2.5.2 Identificación de las Fortalezas	23
2.5.3 Identificación de las Debilidades.....	23
2.6 Identificación de las ventajas competitivas.....	24
2.6.1 Ventaja Competitiva.....	24
2.6.2 Cadena de Valor Proyectada.....	26
2.6.2.1 Actividad de Soporte	27
2.6.2.2 Actividades Primarias.....	27
2.7 Objetivos estratégicos, competitivos y de crecimiento	27
2.7.1 Objetivos Estratégicos.....	27
2.7.2 Objetivos de Crecimiento	28
2.7.3 Objetivos Competitivos.....	28
2.8 Estrategia de crecimiento, competitiva y estrategias fuente de ventaja competitiva	28
2.8.1 Estrategia de Crecimiento	28
2.8.2 Estrategia Competitiva	30
2.8.3 Estrategias Fuente de Ventaja Competitiva	31
3. Plan de Marketing	32
3.0 Objetivos Plan de Marketing.....	32
3.1 Descripción general del producto.....	32
3.2 Marketing Estratégico	33

3.2.1 Propuesta de Valor de la Empresa.....	33
3.2.2 Segmentación De Mercado	33
3.2.2.1 Clasificación Geográfica.....	33
3.2.2.2 Clasificación Demográfica.....	34
3.2.2.2.1 Edad.....	34
3.2.2.2.2 Género	34
3.2.2.2.3 Gasto Promedio Diario.....	34
3.2.2.3 Clasificación Psicográfica.....	35
3.2.2.3.1 Motivos del viaje.....	35
3.2.3 Mercado Objetivo.....	35
3.2.3.1 Perfil Público Objetivo.....	36
3.2.3.1.1 Turistas Extranjeros.	36
3.2.3.1.2 Turistas Nacionales.	36
3.2.3.1.2.1 Adultos jóvenes y parejas.....	36
3.2.3.1.2.2 Adulto Mayor.	36
3.2.4 Posicionamiento	36
3.2.4.1 Declaración De Posicionamiento	37
3.2.5 Demanda Potencial.....	37
3.2.5.1 Medición De La Demanda	37
3.2.5.2 Pronóstico De Ventas	38
3.2.5.3 Participación De Mercado Y Cálculo De Cantidad Óptima	39
3.3 Marketing Operativo	39
3.3.1 Estrategia Del Producto.....	39
3.3.1.1 Descripción Del Producto	39
3.3.1.2 Niveles de producto.....	40
3.3.1.2.1 Producto esencial o beneficio central.....	40
3.3.1.2.2 Producto genérico.....	40
3.3.1.2.3 Producto esperado	41
3.3.1.2.4 Producto ampliado.....	41
3.3.1.2.5 Producto potencial.....	42
3.3.1.4 Marca.....	43

3.3.1.5 Plataforma de reclamos y sugerencias	43
3.3.2 Estrategia De Comunicación	44
3.3.2.1 Objetivo.....	44
3.3.2.2 Medios De Comunicación.....	44
3.3.2.2.1 Redes Sociales.....	44
3.3.2.2.2 Página Web	46
3.3.2.2.3 Portales Web	46
3.3.2.2.4 Radio Agricultura.....	47
3.3.2.2.5 Revista CARAS	47
3.3.2.2.6 Folletería.....	47
3.3.2.3 Relaciones Públicas.....	48
3.3.2.3.1 Objetivo.....	48
3.3.2.3.2 Presupuesto.....	48
3.3.2.3.3 Tipo de Relaciones Públicas	49
3.3.2.4 Promoción De Ventas.....	49
3.3.2.5 Calendarización Actividades De Marketing	49
3.3.3 Distribución.....	50
3.3.4 Estrategia De Fijación De Precios.....	50
3.3.4.1 Criterios Para La Fijación De Precios	50
3.3.4.1.1 Precio Óptimo	50
3.3.4.1.2 Criterios Aceptados Por El Cliente	51
3.3.4.1.2.1 Muestra Representativa Y Encuesta.....	51
3.3.4.1.2.2 Precios de la competencia	51
3.3.4.2 Fijación de Precios	53
3.3.4.2.1 Variación en la Demanda	53
3.3.4.3 Proyección de los ingresos por ventas.....	54
3.4 Presupuesto Plan De Marketing	54
4. Plan de Recursos Humanos.....	55
4.1 Objetivos Plan Organizacional y de Personal	55
4.2 Cultura de la Organización.....	55
4.3 Diseño de la Estructura Organizacional	56

4.4 Dotación del Personal.....	58
4.5 Descripción y Especificación de Cargos	62
4.6 Estrategia y Costo de reclutamiento, selección y contratación	62
4.6.1 Reclutamiento.....	62
4.6.2 Selección de personal	67
4.6.3 Contratación del personal.....	68
4.7 Estrategias y costos de socialización.....	69
4.8 Estrategia y costo de evaluación del desempeño	70
4.9 Estrategia y costo de capacitación.....	71
4.10 Estrategia y costo de Higiene y Seguridad Industrial	73
4.11 Estrategia de motivación y desarrollo personal.....	74
5. Plan de Operaciones.....	87
5.0 Objetivo general plan de operaciones	87
5.1 Descripción Técnica del Producto.....	88
5.1.1 Diseño e implementación del Proyecto	88
5.1.2 Viabilidad del Proyecto	88
5.1.3 Construcción del Inmueble.....	89
5.2 Aspectos Legales.....	95
5.3 Descripción Técnica del servicio	96
5.4 Descripción proceso de Producción, Tecnología, Layout, etc.	102
5.4.1 Innovación y Tecnología	102
5.4.2 Diseño y distribución Instalaciones.....	105
5.4.2.1 Medidas del Centro de Operaciones	110
5.4.3 Cadena de Suministros	111
5.4.3.1 Gestión de la Cadena de Suministro	111
5.4.3.2 Proveedores	111
5.4.3.3 Clientes	113
5.4.3.4 Estrategia Cadena Suministro.....	113
5.5 Tamaño del proyecto.....	114
5.5.1 Capacidad real de Producción.	115
5.6 Localización	115

5.7 Presupuesto de las Operaciones	116
5.7.1 Inversiones: Costos de terreno, Obras civiles, Equipos, otros.	116
5.7.2 Presupuesto Plan de Operaciones	122
5.7.2.1 Presupuesto de Operaciones. Estructura Costos Variables.	122
5.7.2.2 Presupuesto de Operaciones. Estructura Costos Fijos	123
5.8 Administración de Inventarios	124
5.9 Control de Calidad	125
5.10 Presupuesto Plan de Operaciones.....	129
6. Aspectos Legales	130
6.0 Objetivos Aspectos Legales	130
6.1 Estructura Legal de la Empresa.....	130
6.2 Leyes y Normas.....	130
6.2.1 Leyes y Normas Sectoriales, Regionales y Comunales.....	131
6.3 Leyes y Normas Específicas: Ambientales, Tributarias, Comerciales, Laborales	131
6.3.1 Ambientales	131
6.3.2 Tributarias.....	132
6.3.3 Comerciales	132
6.3.4 Laborales	132
6.4 Certificaciones.....	132
6.5 Presupuesto de gastos de organización y puesta en marcha.....	133
7. Plan Económico – Financiero	134
7.0 Objetivos Financieros.....	134
7.1.1 Inversión Inicial.....	134
7.1.2 Depreciación.....	136
7.1.3 Determinación del Capital de Trabajo	139
7.1.4 Desembolsos por Costos Operacionales	140
7.1.5 Flujo de caja proyecto puro para un horizonte de evaluación de 5 años.....	143
7.1.6 Valor de recupero al final del horizonte de evaluación.....	144
7.2 Evaluación económica.....	144
7.3 Fuentes de financiamiento.....	144

7.3.1 Fuentes de financiamiento y determinación del costo de capital	144
7.4 Costo capital	145
7.4.1 Determinación de la tasa de rentabilidad exigida.....	145
7.5 Evaluación Financiera	147
7.6 Análisis de Sensibilidad	147
7.7 Análisis de riesgo	149
Conclusiones	151
Bibliografía.....	153
Anexos.....	156

Índice de Tablas

Tabla 2.1: Posición chilena en diversos rankings	8
Tabla 2.2: Evaluación de la Industria.....	13
Tabla 2.3: Matriz Ventaja Competitiva.....	26
Tabla 2.4: Ponderación PEYEA.....	29
Tabla 3. 0: Demanda Estimada	38
Tabla 3. 1: Promoción de Ventas	49
Tabla 3. 2: Calendarización.....	50
Tabla 3.3: Precio óptimo	50
Tabla 3.4: Precio Competencia	52
Tabla 3.5: Precios por Habitación.....	53
Tabla 3.5: Presupuesto Plan de Marketing.....	54
Tabla 4. 1: Dotación del Personal	59
Tabla 4. 2: Horarios de Trabajadores	61
Tabla 4. 3: Actividades.....	62
Tabla 4.4: Costo reclutamiento	66
Tabla 4.5: Estimación de sueldos.....	77
Tabla 4.6: Sueldos brutos mensual- anual.....	78
Tabla 4.7: Cálculo gratificaciones.....	80
Tabla 4.8: Cálculo previsión social por cargo y total según dotación.	81
Tabla 5.1: Carta Gantt de los Planes de Implementación.	88
Tabla 5.2: Medidas Centro de Operaciones	110
Tabla 5.3: Presupuesto de Operaciones. Inversión: Terreno y adaptación centro de operaciones.....	117
Tabla 5.4: Presupuesto de Operaciones. Inversión: Construcción Centro de Operaciones.....	118
Tabla 5.5: Presupuesto de Operaciones. Inversión: Energías No Convencionales.....	118
Tabla 5.5: Presupuesto de Operaciones. Inversión: Equipamiento en Tecnología de la Información.	118
Tabla 5.6: Presupuesto de Operaciones. Inversión: Mobiliario.	119
Tabla 5.7: Presupuesto de Operaciones. Inversión: Aspectos Legales.	119

Tabla 5.8: Presupuesto de Operaciones. Inversión: Gastos de Organización y Puesta en Marcha.....	120
Tabla 5.9: Presupuesto de Operaciones. Total Inversión	121
Tabla 6.1: Presupuesto de gastos de organización y puesta en marcha	133
Tabla 7.1: Inversión inicial del proyecto: Equipamiento.	134
Tabla 7.2: Inversión agregada momento 0.	135
Tabla 7.3: Calculo de depreciación tributaria.	136
Tabla 7.4: Resumen del cálculo de depreciación tributaria.	139
Tabla 7.5: Cálculo Capital de trabajo.....	140
Tabla 7.6: Desembolso por costos variables	140
Tabla 7.7: Desembolso por costos fijos operacionales	141
Tabla 7.8: Desembolso por costos fijos de administración y venta	141
Tabla 7.9: Remuneraciones Brutas.....	142
Tabla 7.10: Flujo de caja periodo 5 años.	143
Tabla 7.11: Fuentes de financiamiento y rentabilidad exigida.....	145
Tabla 7.12: Fuentes de financiamiento, peso relativo y WACC.....	145
Tabla 7.13: Calculo CAPM.....	146
Tabla 7.14: Precio de habitaciones según tipo y temporada.	147
Tabla 7.15: Análisis de sensibilidad bidimensional. Variable precio de venta.....	147
Tabla 7.16: Análisis de sensibilidad bidimensional. Variable tasa de ocupación.....	148

Índice de Figuras

Figura 2.1: Matriz PEYEA.....	29
Figura 3. 1: Habitación.....	40
Figura 3. 2: zona comedor.....	41
Figura 3. 8: Folletería.....	48
Tabla 3.4: Precio Competencia	52
Figura 4. 1: Organigrama Econtainer Lodge.....	58
Figura 4. 2: Publicación sitio Web.....	66
Figura 5.1: Construcción Inmueble.....	90
Figura 5.2: Construcción Inmueble.....	91
Figura 5.3: Proceso Econtainer Logde	102
Figura 5.4: Simulación Econtainer Lodge	106
Figura 5.5: Emplazamiento Econtainer Lodge.....	107
Figura5.6: Primer Piso.....	107
Figura 5.7: Comedor y Cocina	108
Figura 5.8: Segundo Nivel	108
Figura 5.9: Terraza Segundo Nivel	109
Figura 5.10: Tercer Nivel	109
Figura 5.11: Terraza Tercer Nivel.....	110
Figura 5.12: Planilla de Inventarios con modalidad FIFO para control de inventarios.	124
Figura 5.13: Planilla KPI.....	128

Introducción

Este plan de negocio tiene como principal objetivo establecer los cursos de acción sobre el proyecto de un servicio de alojamiento turístico tipo lodge sustentable de nombre “Econtainer”, los principales objetivos específicos planteados por este plan de negocio son los siguientes:

- Mantener una tasa de ocupación del 65% de las habitaciones en temporada baja.
- Posicionar la marca dentro de la Provincia de Cordillera como el Ecolodge preferido por turistas aficionados a los deportes aventura dentro de los primeros cinco años de operación.
- Establecer los procesos adecuados para brindar un servicio íntegro y de calidad para alojamiento y actividades de turismo aventura.
- Establecer los estándares para desarrollar los procesos, respetando las normas de sustentabilidad exigida por el Gobierno de Chile para cumplir con el sello de Calidad Turística y Sustentabilidad.
- Implementar una estrategia eficiente de reclutamiento, selección y contratación de personal, para contar con el capital humano necesario para brindar un servicio de excelencia.
- Alinear a la dotación humana con los objetivos de la organización, misión, visión.
- Desarrollar un ambiente laboral óptimo para el normal funcionamiento de la organización, de esta manera alcanzar los objetivos comunes, con el capital humano desenvolviéndose en un ambiente cómodo, donde existe la posibilidad de ir mejorando cada vez. Posicionarse como la empresa líder en materia de turismo aventura sustentables en Chile
- Obtener ingresos mínimos por el 85% de la ocupación de las habitaciones al año 5.
- Lograr que el rendimiento sobre la inversión sea superior al costo de capital

Este plan de negocio comienza con la formulación del plan estratégico, el cual fue formulado por la siguiente forma; primeramente, se describe la idea de negocio planteándolo mediante la herramienta “lean canvas” para luego justificarla. La visión

misión y valores empresariales son quienes le preceden para luego realizar un análisis del entorno, el cual está compuesto primeramente por un análisis PESTA, por último establecer las cinco fuerzas de Porter y diamante de Porter, junto a las oportunidades y amenazas del entorno.

Por otra parte, el análisis interno está compuesto por la cadena de valor, la identificación de las fortalezas y debilidades, la ventaja competitiva expuesta mediante el análisis VRIO, por último, la justificación de las estrategias mediante la matriz PEYEA.

Finalizando con el establecimiento de objetivos estratégicos, competitivos y de crecimiento, con las respectivas estrategias de crecimiento, competitiva y las fuentes generadoras de ventaja competitiva expuesta mediante el reloj de posicionamiento de “Bowman”.

A este inicio de estructura le precede el plan estratégico el plan de marketing, el cual se ha constituido en base a; formulación de objetivos, segmentación de mercado, mercado objetivo, para luego establecer la estrategia de posicionamiento y declaración de este. Una vez terminado se procede a determinar la demanda de mercado y el precio óptimo a público, por último, se desarrollarán las estrategias de marketing operacional mediante la descripción de los productos y las estrategias de comunicación.

Por otra parte mediante el plan de operaciones establece los cursos de acción con relación a la metodología para la puesta en marcha del proyecto mediante; estableciendo los objetivos impuestos, describiendo las instalaciones y el proceso de construcción del lodge con todos sus componentes claves, para luego realizar una descripción técnica del servicio, así finalmente describir el tamaño del proyecto, cursograma, carta Gantt, localización de las instalaciones culminado con la entrega del presupuesto operacional con relación a la gerencia de recursos humanos y su plan, este comenzará con; establecimiento de los objetivos a cumplir, descripción del organigrama organizacional, dotación de personal y sus cargos, seguido de los mecanismos establecidos para la selección de personal, contratación del personal y desvinculación. Para luego se establecerán las distintas estrategias, entre ellas; estrategias y costos de socialización, estrategia y costo de evaluación del desempeño, estrategia y costo de capacitación, estrategia y costo de Higiene y Seguridad Industrial y por último la estrategia de motivación y desarrollo personal.

La gerencia de finanzas formulara un plan mediante el establecimiento de objetivos, además determina; la inversión inicial requerida, depreciación de activos, capital de trabajo y por último los costos operacionales, seguido de esto se establecerán los flujos de caja para un horizonte de 5 años bajos escenarios pesimistas, neutral y optimista, culminando con un análisis de sensibilidad.

0. Resumen ejecutivo

Resumen

La industria turística ha ido en alza tanto en Chile como en el mundo. La mejora progresiva en la calidad de vida ha provocado que parte de los ingresos familiares se destinen a actividades de ocio y vacaciones, aportando al crecimiento del turismo nacional. Evaluando el panorama internacional, existe un aumento en los gustos y preferencias por parte de los turistas en conocer nuevas localidades, ampliando la gama de oportunidades más allá de las playas paradisíacas. Es por esto que el turismo Aventura es una opción viable y atractiva para el turista moderno, el que además está preocupado por el efecto negativo que tiene su intervención en nuevos lugares y como las empresas se responsabilizan por sus actividades, el cual es el foco central y alma de nuestro negocio. Existe un contexto político ideal para llevar a cabo nuestra idea de negocios, ya que gracias al dinamismo de la industria se están tomando medidas gubernamentales para que Chile sea reconocido como el epicentro del turismo Aventura en Sudamérica.

Luego de realizar un análisis exhaustivo de la idea de negocios y ser sometido a distintos escenarios, estimamos que las proyecciones a cinco años entregan un VAN de \$441.355.086 y una TIR de 19.83%.

Abstract

The tourism industry is been growing in Chile and all over the world. The progressive improvement on life quality has made that a part of the family budget is destined to spend on free time activities and vacations, being part of the national tourism growth. Evaluating the international reality, tourists are preferring to know new locations, more than heavenly beaches. Because of this, adventure tourism is an attractive option for the modern tourist. Modern tourist is worried for the negative effect on places that are knowing and how tourism companies are responsible for their actions. The responsibility with the environment is Econtainer Lodge's soul. The national's politic context is perfect for carry out our idea of business, the dynamism of industry it's taken governmental measures for Chile to be recognized like a capital of adventure tourism in South America.

Evaluating the business idea the results in a five years assessment are VNA \$441.355.086 and IRR 19,83%.

1. Presentación del Negocio

1.0 Descripción de la Idea del Negocio

Econtainer Lodge es un servicio de alojamiento turístico de lujo especializado en ofrecer un servicio completo que incluye el hospedaje en una habitación de calidad Premium, comidas caseras, bebidas y actividades de deporte aventura. Edificado con containers reciclados, está ubicado a 5km del Embalse El Yeso, en el Cajón del Maipo. Las instalaciones cuentan con piscina, estacionamiento y muro de escalada y al tener un carácter sustentable generan el menor impacto posible en el ecosistema, además está empeñado impactar de forma positiva en la comunidad y ser responsables en materia social.

Buscamos ser el punto de encuentro para quienes disfruten de los deportes aventura y busquen un servicio de excelencia. El alma de nuestra empresa está en entregar la mejor calidad de servicio, bajo parámetros responsables con el medio ambiente, haciendo parte de esto a nuestros huéspedes, proveedores y la comunidad.

1.1 Modelo de Negocio

El modelo de negocio se basa en ofrecer servicio de hospedaje que incluyan actividades de deporte aventura en la localidad del Cajón del Maipo, trabajando con altos estándares de calidad y bajo parámetros sustentables, para turistas extranjeros y nacionales, estos últimos en su mayoría provenientes de Santiago. El servicio tiene una capacidad máxima de 36 huéspedes, las habitaciones ubicadas en el segundo y tercer piso del edificio, full equipadas además contamos con espacios compartidos como terrazas y salas comunes, piscina, estacionamiento, huerto, bares, comedor, muro de escalada interior y exterior. (Anexo 1.1)

1.2 Justificación del Proyecto

Econtainer Lodge es un proyecto que se adapta a las condiciones futuras a las que se enfrentará Chile los próximos años. Nuestro país ha sido reconocido internacionalmente como la capital sudamericana de los deportes aventura, destacando por su variedad de paisajes. El Cajón del Maipo es un polo turístico que atrae principalmente a aficionados del deporte aventura, amantes de la nieve y quienes busquen un lugar tranquilo cerca de la capital. El turismo es una fuente de ingresos que impacta directamente en la comunidad, ya que un turista consume directamente en los negocios locales.

Chile está en un momento favorable para invertir en la industria turística y los antecedentes lo abalan, ya que entre 2006 y 2016 la industria turística creció un 9,5% en promedio al año, lo que es favorable si comparamos con el crecimiento que ha tenido el país durante los mismos años. (El Mostrador, 2017)

En 2017 ingresaron cerca de 6,4 millones de turistas al país y según un informe de Imagen de Chile Santiago se destacó como el tercer destino turístico más popular de Sudamérica, aumentando 2,8 puntos respecto al análisis anterior y que fue superada por Río de Janeiro y Machu Picchu. Además Chile ha recibido premios internacionales que reconocen su calidad turística, ganó por segundo año consecutivo como Mejor Destino de Turismo Aventura de Sudamérica en los World Travel Awards. (Emol, 2018)

2. Plan Estratégico

2.0 Definición de la Visión

“Llegar a ser el ecolodge más sustentable de Chile, ofreciendo una amplia gama de servicios de alojamiento, turismo y aventura, de manera eficiente, responsable con el medio ambiente y con el entorno social”.

2.1 Definición de la Misión

“Entregar un servicio de hospedaje, turismo y aventura para visitantes del Cajón del Maipo, proporcionando una experiencia amigable con el medio ambiente, con trato personalizado por parte de un equipo altamente capacitado, ofreciendo diversas actividades en un ambiente natural, otorgando una experiencia única e inolvidable para cada huésped”.

2.2 Valores Corporativos

Los valores de Econtainer radican en

- **Sustentabilidad:** creemos fielmente que todos nuestros procesos deben buscar la excelencia en sustentabilidad económica, social y ambiental
- **Excelencia del servicio:** el buen trato y los estándares autoimpuestos generaran en nuestros clientes satisfacción y sentido de pertinencia, buscando satisfacer los estándares individuales de nuestros clientes.
- **Actor social relevante:** el apoyo a movimientos sociales y por sobre todo medioambientales que ayuden a mejorar a Chile como el mundo, generara el paso de ser partidarios a participes, generando una identidad en son de un mejor vivir.

Econtainer está comprometido en todos sus procesos a generar un mejor mundo, donde el trabajador tenga derecho a una negociación colectiva salvaguardando siempre su integridad, los vecinos vean en nosotros un apoyo para sus emprendimientos, donde el paradigma social económico de generar las mayores utilidades en desmedro de preservar el mundo y/o mejorarlo no tiene cabida en nuestros principios, donde primero esta nuestra casa, segundo nuestros hermanos, después nosotros.

2.3 Análisis Estratégico Externo

2.3.1 Análisis Entorno remoto: Modelo PESTA

2.3.1.1 Análisis Político – Legal

Chile actualmente se encuentra en el segundo mandato del presidente Sebastián Piñera quien asumió el pasado 11 de marzo y quien gobernará hasta el 2022. La postura del actual gobierno con relación al turismo es expuesta por la actual subsecretaria de Turismo Mónica Zalaquett, quien aseguró lo siguiente: “la convicción de que el turismo debe ser sustentable y tenemos que protegerlo, pero también hay que generar crecimiento en esta industria, que tiene una cadena muy virtuosa” (Hern & Nawrath, 2018).

Para esto existen diversas instituciones obligadas a incentivar el desarrollo turístico nacional. En 2010 fue promulgada y publicada la Ley N° 20.423 del Sistema institucional para el desarrollo del turismo. Dicho sistema, compuesto por el Comité de Ministros del Turismo; la Subsecretaría de Turismo; el Consejo Consultivo de Promoción Turística y el Servicio Nacional de Turismo, tiene por objeto el desarrollo y promoción de la actividad turística, por medio de mecanismos destinados para la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos. En el marco de este sistema, corresponde a la Subsecretaría de Turismo, velar por la coordinación en materia turística entre los ministerios, organismos y servicios. (Subsecretaría de Turismo, 2010) El rol principal de la subsecretaria apunta hacia el desarrollo de la industria de forma sustentable motivo por el cual se ha publicado y puesto en marcha el “Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable” para el periodo [2015; 2018].

Mientras que el escenario micro político para San José de Maipo es representado en la Cámara de Diputados del Congreso Nacional por los diputados Osvaldo Andrade Lara del (PS) y Leopoldo Pérez Lahsen de (RN). A su vez es representada en el Senado por los senadores Manuel José Ossandón Irrázaval de (RN) y Carlos Montes Cisternas del (PS), lo cual demuestra una tendencia “clásica” sin nuevos agentes políticos en la elección de sus representantes.

2.3.1.2 Análisis Económico

En las últimas décadas, Chile ha sido una de las economías de más rápido crecimiento en Latinoamérica. Esto le ha permitido una importante reducción de la pobreza,

entre 2000 y 2015, la proporción de la población considerada pobre (US\$4 por día) se redujo del 26% a 7,9%, sin embargo, el crecimiento se ha desacelerado de un máximo de 6,1% en 2011 a 1,5 % en 2017 debido a que la caída de los precios del cobre ha repercutido negativamente sobre la inversión privada y las exportaciones.

Respecto al balance del gobierno central; pasó de un superávit del 0,6 % del PIB en 2012 a un déficit del 2,8% en 2017. El bajo crecimiento económico y los menores precios del cobre afectaron negativamente los ingresos fiscales, neutralizando parcialmente los efectos de la reforma tributaria mientras que por el lado del gasto el gobierno expandió el gasto como resultado de la reforma educativa y la política fiscal contra-cíclica. En el frente externo, a pesar de la reducción del precio del cobre, el déficit en cuenta corriente se ha reducido de un máximo de 4,2% del PIB en 2013 a 1.5% en 2017.

Según los pronósticos, se espera que el crecimiento rebote en el periodo 2018-2020 a medida que las expectativas privadas mejoren y el precio del cobre aumente. Así mismo, se espera que el déficit fiscal se reduzca gradualmente consecuencia de ingresos fiscales favorecidos por la recuperación económica y la mejora del precio del cobre. Sin embargo, se espera que el déficit en cuenta corriente se amplíe ligeramente en los próximos años, ya que el incremento en las importaciones producto del aumento de las inversiones y del consumo se proyecta que será mayor que el aumento de las exportaciones debido a mejoras en los precios internacionales del cobre.(BANCO MUNDIAL, 2018).

En relación a la complejidad económica de la estructura de las exportaciones es similar a la de 1980. Cerca del 60% es cobre y otros minerales, y el resto, recursos naturales de bajo valor agregado. Por otra parte, se han diversificado los mercados, pero no se han aprovechado los Tratados de Libre Comercio para diversificar la exportación. Chile en los últimos 40 años ha venido reduciendo el grado de complejidad de sus exportaciones, aún en las décadas donde la carrera hacia la economía del conocimiento se hubo impuesto.(Hausmann, Hidalgo et al, 2014).

Para el 2017 50,1% fueron envíos no cobre, los que se incrementaron un 5% respecto del año precedente. “Diversas exportaciones de frutas chilenas marcaron un récord histórico, alcanzando su máximo valor exportado, las exportaciones chilenas totales de

bienes sumaron US\$ 68.306 millones, experimentando un crecimiento del 13% con respecto al año 2016, según un informe preparado por el Departamento Estudios Direcon - ProChile, con cifras del Banco Central de Chile.

Los embarques de cobre representaron el 49,1% el valor de las exportaciones de 2017, creciendo un 21% en comparación a lo registrado en 2016, alza impulsada principalmente por el 27% de aumento anual del precio de la libra del metal rojo. Existió un récord en las ventas al exterior de múltiples productos nacionales, donde destaca el vino, que superó por primera vez la barrera de los US\$ 2.000 millones en envíos.

Respecto de los principales socios comerciales, China continúa liderando el ranking del intercambio comercial, tras concentrar un 26% del comercio exterior, seguido por Estados Unidos, con un 16,2%, y la Unión Europea con una participación de 13,8%.(SERNATUR, 2016). Frente a este escenario las metas impuestas son en primer lugar aumentar la productividad y también “descomoditizar” las exportaciones, línea similar a lo ejecutado en países con características similares a Chile como Australia, Canadá y Nueva Zelanda, basado en (Tópicos de la economía internacional por Sebastián Herreros, 2015). Es de esta manera que el turismo como fuerza exportadora está en un plano ideal, en el cual se sitúa como un campo estratégico ideal tanto para la inversión privada como para el fomento público.

Según el ranking Doing Business 2018, el cual proporciona una medición objetiva de las regulaciones para hacer negocios y su aplicación en 190 economías y en algunas ciudades seleccionadas en el ámbito subnacional el país escaló desde el lugar 57 del mundo hasta el 55, siendo el segundo de Latinoamérica tras México (49)

Tabla 2.1: Posición chilena en diversos rankings

Ambiente de Negocios	Competitividad	Mejores países para hacer negocios	Facilidad para hacer negocios	PIB per cápita (PPP)
13° a nivel mundial – Ranking de Ambiente de Negocios Economist Intelligence Unit, 2014-2018	33° a nivel mundial – Ranking de Competitividad World Economic Forum, 2016-2017	36° a nivel mundial Revista Forbes, 2017	57° a nivel mundial, 5° en Latinoamérica Ranking "Doing Business" del Banco Mundial, 2017	US\$23.507, 1° en Latinoamérica Fondo Monetario Internacional, 2016

El débil crecimiento económico ha afectado los ingresos fiscales del país, ha contribuido a incrementos en el nivel de deuda del gobierno y ha desgastado su perfil macroeconómico. Lo cual resulta en un leve incremento en la vulnerabilidad de Chile ante shocks externos.

2.3.1.3 Análisis Socio-Cultural

Según el último informe del CENSO, Chile posee 17.574.003 habitantes, A través de los años la población ha envejecido, lo que se aprecia en los cambios en la distribución de los grupos de edad: hay una disminución de las personas entre 0-14 años y un incremento de las personas de 65 años o más. La población está alcanzando un mayor nivel educativo, muestra de esto, es el promedio de años de escolaridad de la población de 25 años o más, que aumentó de 8,23 en 1992 a 11,05 en 2017.

Con relación a al mejoramiento en los estándares de vida, han provocado cambios en el comportamiento de la gente y sobretodo en la manera en que la gente busca divertirse. Esto es la industria del ocio. “El mayor poder adquisitivo, las facilidades del crédito, la tecnología y hasta el aumento en la esperanza de vida están cambiando el modo y monto con que los chilenos se divierten. Si en los restrictivos 80’s las familias nacionales destinaban apenas el 3% de su ingreso a disfrutar su tiempo libre, para mientras que para el 2020 será del 20%” entrevista a Esteban Zárata en Revista Qué Pasa, Santiago de Chile en el año 2010. Si observamos el comportamiento de turismo emisor, el número de llegadas de chilenos al extranjero aumentó de 3.168.700 en 2014 a 3.552.900 en 2016, en solo dos años. (SERNATUR, 2016)

A nivel mundial la tendencia es la misma siendo para el 2016 un total de 1,245 mil millones la cantidad total de número de arribos, mientras que para el 2014 un total de 1,157 mil millones, lo que representa un alza de 7,1% en apenas dos años. (BANCO MUNDIAL, 2018)

2.3.1.4 Análisis Tecnológico

De igual forma en que la tecnología se ha manifestado en todas las industrias, lo ha hecho con el turismo incentivándolo con herramientas populares, entre ellas internet que a nivel mundial, el 48% de la población mundial tenía acceso en el 2017 (ITU, el organismo especializado en telecomunicaciones de la ONU). Internet es el recurso tecnológico más

usado por la generación de jóvenes entre 18 y 34 años, también denominados como "Millennials" alcanzando un uso de 38,5 horas semanales conectado a la red, (IMS mobile & in Latam study, 2016).

La masificación del internet, incide principalmente en el grado de información que maneja el consumidor, por ejemplo es común que en las compras online, el consumidor lea comentarios de otros usuarios sobre el producto o servicio que espera comprar. La tecnología permitió la creación de los GDS (Global Distribution Systems), los que permitieron establecer transacciones de forma dinámica y automática. Hoy por hoy el uso de GDP es masivo en la industria hotelera. (Global report on adventure tourism, 2014), sin embargo, el peso más significativo sobre la industria turismo es que según tripadvisor.com, internet es el segundo factor más importante de viajes de ocio, mientras que en primer lugar se encuentra las recomendaciones de conocidos, el grado de incidencia del internet en el comienzo de la planificación de un viaje de ocio es del 58%, mientras que para la búsqueda de información por medio de un teléfono móvil durante el viaje es de 42%, es por esto que las empresas deben entregar información de calidad y sintetizada ya que el uso de las tecnologías está arraigado en el comportamiento del consumidor de viajes por ocio (Global report on adventure tourism, 2014). El escenario nacional según la Subtel para el término del año 2017 Chile cerro con 90.4 conexiones móviles a Internet por cada 100 habitantes, 14 puntos porcentuales más que hace un año antes. De esta forma los smartphones representan 92.4 por ciento de los dispositivos utilizados para conexión a Internet móvil (Páez, 2018).

2.3.1.5 Análisis Entorno Ambiental y sustentabilidad

Para ejecutar una inversión en materia turística, es necesario realizar un estudio que mida el impacto medioambiental, si y solo si el impacto se cuantificó de buena manera y se encuadra dentro de las normas y leyes establecidas, el proyecto es publicado en el diario oficial, las cifras dictan que el 70% de los proyectos turísticos aprueban los estándares de impacto medio ambiental (Alejandra Ruiz-Dana Blanco, 2007), sin embargo, cumplir con los estándares mínimos para operar genera menos rentabilidad que poseer un mayor compromiso con el medioambiente, esto debido a que el público se preocupa cada vez más por una gestión responsable del medio ambiente y por la sostenibilidad de los lugares que

visita. El 38% dice considerar criterios de sustentabilidad ambiental al momento de elegir los destinos turísticos (Servicio nacional de turismo, 2012)

Con relación al compromiso país, se pueden apreciar los esfuerzos de las autoridades por preservar la naturaleza, creando la mayor reserva marina del continente “Parque Marino Nazca Desventuradas” ubicado en las islas desventuradas con una distancia de 297.000 km², la creación de un nuevo parque marino en Cabo de Hornos de 100.000 km², el ingreso de la ley para la eliminación de las bolsas plásticas en los municipios costeros, el fin de la pesca de arrastre en el 98% de la zona económica exclusiva, la construcción de la primera planta de generación solar de concentración en el país, el lanzamiento de nuevo Plan de Acción Nacional de Cambio Climático 2017-2022 (chilesustentable, 2017).

En materia sustentable, Chile ha realizado grandes avances, entre ellos el traspaso al pueblo Rapa Nui de la administración del Parque Rapa Nui en Isla de Pascua, lo cual es un avance en el camino al reconocimiento de los derechos de los pueblos indígenas. Dichas acciones han otorgado el reconocimiento de la organización mundial Green Destinations, de los Países Bajos, quien nombro a Chile como el territorio con más destinos sustentables en Latinoamérica.

2.3.2 Análisis de la Industria: Modelo 5 Fuerzas de Porter

Para obtener el resultado de cada una de las fuerzas, se utilizó el método implementado en “Desarrollo de un plan de negocios en la industria del turismo aventura en Chile bajo parámetros de sustentabilidad”. Con autoría de Francisco Bezanilla

2.3.2.1 Riesgo de entrada de nuevos competidores

El riesgo de entrada de nuevos competidores se puede decir que es más bien bajo, ya que la industria hotelera en general requiere de una inversión bastante alta y aún más cuando hablamos de un servicio de calidad de lujo. Es por esto que no es común la creación de servicios que compitan directamente en poco tiempo y que surjan nuevos constantemente, debido a lo mismo, la industria es liderada por quienes han permanecido en el tiempo sabiendo adaptarse a los cambios tecnológicos y demográficos, lo que requiere constante inversión para mejorar la calidad del servicio.

2.3.2.2 Poder de negociación de los compradores

El poder negociador de los compradores es alto debido a las características de un mercado competitivo influenciado en su gran medida por la gran cantidad de información, oferentes y el factor internet, el mercado ofrece una gama variada de precios y comodidades de acuerdo a las preferencias del consumidor, es por esto que es tan relevante el papel que toman los compradores en la industria, ya que está amoldada a los gustos y preferencias de ellos.

2.3.2.3 Amenazas de productos sustitutos

En el Cajón del Maipo, se encuentra una vasta variedad de servicios de hospedaje turístico como cabañas, hoteles, hostales, hosterías y refugios, los cuales serán clasificados más adelante como “competencia indirecta” ya que no apuntan a la misma segmentación de mercado pero la porción de mercado es limitada si consideramos el volumen de visitas a esta locación. Es por este motivo que consideramos a este factor con un poder de negociación alto.

2.3.2.4 Poder de negociación de los proveedores

Gracias a la amplia oferta de proveedores, no existe una clara tendencia de quien domine el mercado ya que es una industria manejada principalmente por pequeños y medianos empresarios locales. No existe mayor diferenciación en proveedores, es por esto que el nivel negociador alcanzado es bajo/medio.

2.3.2.5 Intensidad de rivalidad entre empresas establecidas

Existe competencia directa entre las empresas hoteleras presentes en el área geográfica del Cajón del Maipo, debido a que el commodity a explotar yace en su entorno natural, en el uso recreativo de ríos y montañas, por lo que el carácter diferenciador no está en lo que ofrecen, sino en cómo lo ofrecen al público. La rivalidad en las empresas establecidas existe, pero pueden coexistir sin problemas cuando su factor diferenciador es único en el mercado, cabe destacar que el uso de la tecnología es un aliado al momento de dar a conocer sus servicios a mundo y es una estrategia que la industria ha ido adoptando progresivamente.

2.3.2.6 Evaluación global de la industria

El crecimiento constante de la industria hotelera a nivel nacional y regional, más la amplia oferta de proveedores, la media rivalidad de los competidores hacen notar los atractivos del mercado hotelero en el cajón del Maipo, así también, factores como las medias barreras de salida junto con las altas de entrada dan cuenta de un mercado con rentabilidad estables pero no exuberantes.

Es por esto que nuestro proyecto apunta a una diferenciación sustentable, con precios competitivos, considerando en ellos los servicios de deporte aventuras y hospedajes completo. Buscamos acreditar nuestros niveles de calidad adjudicándonos los sellos Q y S otorgados por el SERNATUR, aumentando así la diferenciación del servicio respecto a la competencia sin acreditar.

Tabla 2.2: Evaluación de la Industria

Fuerza	Alta	Media	Baja	Explicación
Amenaza de los nuevos competidores.				La alta barrera de diferenciación , el bajo/medio capital de entrada y el panorama nacional generan que la nueva competencia puede instalarse con bajas inversiones, más las bajas barreras de publicidad otorgadas por el internet, generan una barrera media
Poder negociador de los proveedores.				Existe una amplia oferta de proveedores, no existe una clara tendencia de quien domine. No existe mayor diferenciación en proveedores.
Amenaza de los servicios sustitutos.				El mercado de servicios de hospedajes entrega una variada oferta de servicios sustitutos.
Poder negociador de los compradores.				La estandarización en la búsqueda de servicios, el factor internet crean un consumidor empoderado, sin embargo, la necesidad insatisfecha de una opción sustentable incide directamente en el poder de los consumidores.
Rivalidad entre los competidores existentes.				Si bien puede existir una diferenciación como también estrategias de costes ninguna logra una real diferenciación, La barrera emocional puede

			incidir en que el modelo de negocio siga ejecutándose alargando la prestación del servicio.
--	--	--	---

2.3.3 Diamante de Porter

2.3.3.1 Dotación de los factores

Econtainer Lodge posee capital humano capacitado en su totalidad en la atención al cliente, motivo por lo cual se creó la estrategia de calidad y atención al cliente. (Anexo 2.1)

Dentro de los factores más incidentes que influyen en materia laboral nacional se encuentran.

Salario mínimo: Actualmente el salario mínimo es de 276 mil pesos, seis mil pesos más que el año anterior, si comparamos características del capital humano nacional con relación a los principales destinos sudamericanos en materia de turismo aventura es posible apreciar.

Desempleo: Chile posee una tasa de desempleo menor que Argentina, Brasil, Colombia, Perú, Uruguay, mientras que para el primer trimestre del 2018 la tasa de desempleo nacional es ligeramente mayor que la ecuatoriana. (datosmacro.com, 2018). De acuerdo con el Censo 2017, la población está alcanzando un mayor nivel educativo, la proporción de personas de 25 años o más que ha aprobado al menos un curso de la educación superior se incrementó de 11,7% en el 2002 a un 29,8%.en el 2017, con relación al manejo de inglés dentro de Sudamérica, Chile se posiciona por debajo de Argentina y Brasil según el ranking elaborado por la consultora “education first”, mientras que según la plataforma “laborum.com” el 40% dice tener un nivel básico, mientras el 27% intermedio, el 8% avanzado y el 1% declara ser bilingüe.

Especialización de la mano de obra: existe más de 15 casas de estudios que imparten carreras afines al turismo, instituciones que anhela generar más vínculos con las distintas localidades.

Gran oferta de container en desuso debido a la gran cantidad de puertos en Chile, ayuda a abaratar los costos de una construcción si se utilizan como parte de su infraestructura.

La dotación de factores naturales existentes en el Cajón del Maipo son reconocidos a nivel mundial por su gran atractivo para la industria del turismo aventura.

2.3.3.2 Condiciones de la demanda

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), en los últimos sesenta años la actividad turística ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndola en uno de los sectores económicos de más rápido crecimiento a nivel global. En Chile el turismo constituye, directa e indirectamente, un 3,3% y 10,1% del Producto Interno Bruto (PIB) y genera 1 de cada 11 empleos (fedetur.cl) con relación a la demanda nacional.

La llegada de turistas extranjeros en 2017 registró un total de 6.449.883 visitantes, lo que representa un crecimiento del 14,3% con relación al 2016. Los gustos y preferencias del turista nacional e internacional han provocado el reconocimiento de Chile en materia de turismo aventura. Este mismo segmento, muestra una clara tendencia respecto a las preferencias por optar a productos sustentables sobretodo responsable en el ámbito medioambiental en desmedro de ofertas tradicionales.

La tendencia también muestra el interés por viajar y conocer otros lugares, lo que es cada vez más accesible e incide de manera significativa en que los turistas aumenten su nivel de exigencia en cuanto al valor real y los beneficios adicionales que esperan recibir, aumentando los “viajeros de menor presupuesto” lo cual se ha traducido en un auge de los viajes cortos. Al mismo tiempo se observa un gran crecimiento en la demanda por hoteles de lujo y de primera calidad. Los viajeros están buscando nuevos destinos, experiencias culturales y gastronómicas. La autenticidad se ha vuelto un factor de decisión clave y por esto varias regiones del mundo se están beneficiando con esta tendencia: América del Sur, Europa del Este y Oriente Medio.

2.3.3.3 Industrias relacionadas y de apoyo

Los mercados o industrias relacionales son hotelería, restaurantes, comercio y agencias de viaje, mientras quienes conforman las industrias de apoyo principalmente son las empresas de telecomunicaciones y transporte.

Actualmente Chile ofrece 207.885 servicios de alojamiento turístico, resulta difícil posicionar los servicios de hospedaje por el alto número de instituciones vinculadas, sin embargo, podemos diferenciar el escenario del cajón del Maipo, actualmente se encuentran dos grandes grupos servicios de hospedajes

Competencia indirecta (CI): Las seis empresas que conforman la competencia indirecta ofrecen tarifas estandarizadas, en otras palabras los huéspedes pueden hacer uso de cualquiera de los servicios ofrecidos sin la necesidad de pagar por ellos ya que están incluidos en el valor de la habitación. La relación precio/atributo no es directa, de forma que no existe una alta correlación entre ambas variables, por lo que los atributos de los servicios de hospedajes pueden estar presentes en otros servicios para así justificar el alto precio presente en servicios entregados por las empresas como por ejemplo Santuario del río.

Competencia directa (CD): la conforman tres empresas precio máximo determinado por la competencia: Si en un caso hipotético las empresas que conforman la C.D. se les demanda todas las actividades ofrecidas por solo una persona más el costo de hospedaje por día, estas generarían ingresos por: \$1.228.720 en el caso de Into the Andes, \$567.000 para Cascada de las animas, mientras que un el Hotel Altiplánico recibiría ingresos por \$409.000.

Si en el caso que las empresas se les demanda las actividades que coinciden en su oferta con las actividades que ECONTAINER ofrece considerando la tarifa de hospedaje diaria, estos recibirían ingresos de: \$269.000,00 para into the ande, \$220.000,00 para cascada de las ánimas Mientras que un ingreso de \$272.000 para el hotel altiplánico.

2.3.3.4 Estrategia, estructura y rivalidad sólidas

En 2017 se constituyeron 118.771 nuevas sociedades, cifra 8% superior a lo registrado en 2016, cuando se crearon casi 110 mil nuevas firmas. En este sentido, el 74% de las nuevas firmas creadas el año anterior, fueron a través del Registro de Empresas y Sociedades (RES), mientras que solo el 26% restante fueron inscritas a través del régimen general del Diario Oficial. En 2017 se crearon más de 87.500 empresas y sociedades. Esto demuestra el espíritu emprendedor del país y el avance en materia de digitalización de trámites. Mientras que a nivel regional, la Región Metropolitana concentró la mayoría de

constituciones del RES con un 41,1% del total, en segundo lugar se ubicó la Región de O'Higgins con un 11,1% y en tercer lugar la Región de Valparaíso con un 9,3%.

Para el 2016, sólo el 1,4% de las empresas son de exclusiva propiedad extranjera. No obstante, este porcentaje aumenta al 75% en las empresas grandes. Las pymes resultaron ser las de mayor participación porcentual dentro de la distribución de empresas alcanzando un 51,9%, le siguen de cerca las micro con un 44,9%, mientras que las grandes empresas representaron sólo un 3,2%. El carácter personal de las empresas en su constitución asciende al 49,1%, seguido por sociedades de responsabilidad limitada con un 33,4%. Con relación a la edad de las empresas un 90% de las empresas tiene 27 años o menos. El 39,8% de las grandes empresas son constituidas como familiares. La participación de las mujeres en empresas constituidas como personas naturales alcanzó un 39,2% y en las EIRL alcanzó un 22,9%, y en relación a los hombres la participación fue de un 60,7% y 77,1%, respectivamente. Con relación a los salarios del sector privado, para el 2016 según datos de la fundación sol la mediana de las remuneraciones líquidas de la gran empresa es de \$300.000, mientras de quienes poseen hasta 5 trabajadores es de \$250.000 líquidos.

2.3.4 Factores que afectan a la Demanda

La estación del año es uno de los factores que sin lugar a dudas afectan la demanda de nuestro servicio influenciando significativamente la demanda por parte del cliente nacional, siendo temporada baja desde 15 de marzo hasta 30 octubre, mientras que la temporada alta comienza 31 de octubre para terminar el 31 de marzo, dejando evidenciado que un clima cálido aumenta la demanda de los servicios turísticos del Cajón del Maipo. Otro factor importante es la publicidad, por medio de canales publicitarios es que nuestra demanda esperada con relación al cliente objetivo sea menor que la demanda real, es decir, una estrategia publicitaria capaz de llegar a más personas puede ampliar nuestro rango de cliente real, incluyendo nuevos clientes que escapen de los estratos socioeconómicos establecidos. Por último feriados y festivos, esto debido a la corta distancia entre Santiago y el embalse el yeso (105 Km y la duración aproximada del viaje de 2h 37 min) es que resulta la alternativa ideal para escapar del ruido de la urbe, es por esto que frente a festivos y feriados las tasas ocupacionales tiende al alza.

2.4 Identificación de oportunidades y amenazas

2.4.1 Oportunidades

El objetivo principal de Chile en materia de turismo es “Al 2020, ser reconocido como un destino turístico de clase mundial, siendo admirado y conocido por poseer una oferta atractiva, variada, sustentable y de alta calidad”. Para ello, en lo económico se ha propuesto una mayor diversificación de las exportaciones, incentivando al servicio turístico a tener una mayor importancia en la economía nacional. Por otra parte, el turismo ha experimentado mejoras constantes gracias al aumento en el gasto proveniente del cliente nacional asociado a un mayor ingreso de dinero destinado para actividades de ocio, este mismo escenario se repite con el cliente extranjero, el cual aumentó su llegada de turistas para el 2017 de 14,3%.

La tendencia mundial muestra que los viajeros están buscando nuevos destinos y experiencias culturales y gastronómicas, por lo que la autenticidad se ha vuelto un factor de decisión clave. La demanda de nuevos servicios sustentables ha hecho que el público se preocupe cada vez más por una gestión responsable del medio ambiente y por la sostenibilidad de los lugares que visita. Un 38% dice considerar criterios de sustentabilidad ambiental al momento de elegir los destinos turísticos mismo carácter sustentable el cual el mercado del Cajón del Maipo no ha sabido satisfacer.

Mientras que la tendencia mundial asigna gran valor a los servicios entregados recayendo principalmente los costos los consumidores, el 89% de los turistas dice que en condiciones equivalentes favorecerían al operador responsable (Air transat, 2009). El 34% está dispuesto a pagar más por una opción de viaje sustentable (PNUMA y OMT, 2011) y el 92% de los turistas piensan que su compañía turística debería ocuparse del cambio climático y de la ayuda a las comunidades. Concluyendo de esta forma que no existe actualmente una real ventaja competitiva con relación a la sustentabilidad de excelencia.

2.4.2 Amenazas

Dentro de las amenazas a la industria está el desarrollo del giro explotador del país, siendo la minería el mayor generador de ingresos para nuestra economía, estas acciones

provocan daños irreparables en el medioambiente y deteriorando las condiciones naturales de la zona, provocando un decaimiento paulatino en las visitas a estas localidades, provocando entonces un estancamiento en los atractivos turísticos del país. Una amenaza vigente es el nivel de destinos turísticos presentes en el sur de Chile el cual cuenta con innumerables atractivos naturales como también la zona norte nacional, ambas zonas potenciadas con relación al turismo aventura.

2.5 Análisis estratégico interno

2.5.1 Cadena de Valor

Con el fin de establecer la cadena de valor, se definirán las actividades de soporte; infraestructura; gestión de recursos humanos, desarrollo de tecnología, y las actividades primarias; logísticas de entrada, operaciones, servicio, marketing y ventas.

2.5.1.1 Actividades de Soporte

Infraestructura

El lodge cuenta con una capacidad máxima de 36 personas ofreciendo tres tipos de servicio, tres habitaciones para una persona, doce habitaciones para dos personas y tres habitaciones para tres personas, toda la infraestructura interna ha sido adquirida bajo la estrategia de sustentabilidad, reutilizando aguas grises, recaudando más del 50% de energía renovable, cuenta con instalaciones para el reciclaje de materiales. El lodge por otra parte cuenta con restaurant, sala de estar, piscina, muro de escalada, y terrazas que constantemente estarán en procesos de mantención y cuidado.

Gestión de Recursos Humanos

Dentro de la organización, en cuanto al proceso de reclutamiento y selección, el personal cumplirá con ciertos patrones tales como; amabilidad y cercanía con el cliente, proactividad, valores humanos y capacidad de desprenderse del criterio cultural buscando una multiculturalidad sin tapujos sociales. Con relación a la contratación, todo el personal se rige bajo la normativa vigente del Código del Trabajo.

Con relación a las remuneraciones; los sueldos establecidos parten con una base de \$410.000, con relación a la entrega de herramientas es que los trabajadores contarán con constantes capacitaciones. Finalmente y para alcanzar un grato clima laboral es que se realizarán al menos una vez al año una salida como empresa.

Desarrollo de Tecnología

Debido al carácter sustentable de la empresa es que debemos instruir a los huéspedes de nuestras políticas de calidad y sustentabilidad, para ello es que en nuestra página web podrá obtener mayor información en el idioma que el cliente estime

conveniente. Dentro de la información entregada se encuentra; información económica, social y medioambiental, por otra parte la página facilitara reservaciones y pedidos, de igual manera recordara los panoramas a los cuales el cliente puede optar dentro y fuera del lodge, sin embargo, la tecnología en nuestro modelo de negocio acompañara el cliente en las etapas o momentos que emplea la experiencia de hacer un viaje; antes, durante y después del viaje. Es que nuestra estrategia tecnología mantendrá contacto vía mail, Instagram, Facebook con nuestros clientes, debido a la importancia brindada a la tecnología es se formuló la estrategia tecnológica (Anexo 2.2)

Abastecimiento

Con el fin de mantener nuestros productos e insumos para las meriendas en buen estado, saludables, gourmet, frescos y en las mejores condiciones para los clientes, es que mediante ferias libres se adjudicaron los productos de agricultores de la zona, privilegiando productos orgánicos, en caso de urgencias o imprevistos de stock se formarán convenios con los mismo feriantes para poder hacer compras fuera de los horarios de feria, mismo mecanismo de compra tendrán cervezas, vinos y comida en general, privilegiando productos de la zona y vinculándose con la comunidad.

2.5.1.2 Actividades primarias

Logística de Entrada

Existe una relación directa con los proveedores, en caso de imprevistos de stock la empresa no depende de un solo proveedor, lo que permite un abastecimiento continuo capaz de blindar las falencias de stock.

Operaciones

Estrategias de operaciones

Econtainer Logde, se construye con un total de 26 contenedores reutilizados, 22 de ellos para la infraestructura del Logde, 2 para la piscina y 2 para el centro de operaciones internas (oficinas, lavandería y bodegas, la localización de las instalaciones crea espacios

compartidos como el comedor, las terrazas, espacios de relax al aire libre, entre otros, además las actividades ligadas al deporte aventuras son de nuestro dominio absoluto, sin embargo, el rafting, canopy, snowboard y montañismo por razones de seguros y permisos será realizado por empresas externas que ya poseen experiencia en dicha materia, con relación a tamaño del proyecto es local esto quiere decir que las instalaciones en su totalidad se encontraran en el cajón del Maipo. Econtainer Lodge posee un enfoque en el servicio al cliente, de la más alta calidad, aspirando a obtener al segundo año la certificación ISO 9001, 14001 consiguiendo un sistema de gestión integrado, adicionalmente se espera conseguir la ISO 22001, sello Q y sello S. con relación al check in tiene establecidos los horarios de check in a partir de las 15:00hrs y check out hasta las 11:30. La recepción del lodge funciona las 24 horas del día. Early check in y late check out se pueden otorgar bajo un costo adicional.

Marketing y ventas

Mediante la libre elección de realizar cualquier clase ofrecida es que el turista podrá disfrutar de los paisajes del cajón del Maipo y nuestra hospitalidad sustentable. El perfil del cliente o bien dicha nuestra segmentación está orientada a quienes poseen o provienen de países con altos ingresos, como el cliente nacional pertenecan al nivel socioeconómico ABC1 con gustos de realizar actividades al aire libre preocupados por conservar el entorno. Los canales para lograr nuestro posicionamiento deseado son; redes sociales, página web, radio agricultura, revista CARAS, folletería y movimiento de relaciones públicas por medio de un intermediario profesional.

Servicio

Los altos estándares de calidad y políticas están expuestas en el manual de calidad, la cual se dicta entre otras cosas Toma de decisiones: Las decisiones importantes que afecten a la empresa, en materia de personal, inversiones etc. Deberán siempre estar respaldadas por la firma o timbre de un abogado, para con ello respaldar que toda decisión importante estará ejecutada en base a derecho, Trato al cliente, Estándares sobre el trabajo, Comportamiento telefónico, Política de buenas prácticas, Recepción de turistas, Atención

de turistas en su llegada, Servicios de alimentos y comida, Servicios de habitación, Política de ventas (ver estrategia de calidad, anexo 2.2)

2.5.2 Identificación de las Fortalezas

La obtención del sello excelencia en sustentabilidad del cual seremos la cuarta empresa en conseguirlo y la primera en la región metropolitana es una de las tantas fortalezas (Anexo 2.1) Econtainer Lodge cuenta un espíritu innovador estando siempre atento a las nuevas tendencias, nuestro sitio web esta formulado para hacer reservaciones de forma didáctica a precios competitivos, mientras que el carácter sustentable permitirá crear alianzas únicas con SERNATUR a nivel regional, la gran oferta de actividades disminuye la sensibilidad estacional entregando servicios en todas las estaciones del año bajo un personal capacitado ya sea en nuestras instalaciones con salida el rio, como también fuera de nuestras instalaciones, nuestros valores comprometidos con el desarrollo del modelo de negocio creando mejores condiciones salariales respecto al mercado nacional y una alta preocupación por la satisfacción del cliente interno, para con ello captar el mejor capital humano. Con relación a la competencia se forjará un alto valor percibido por el cliente, para así aumentar nuestra cuota de mercado.

Existe una real concordancia desde la formulación estratégica hasta la misión, visión y objetivos con un enfoque pro sustentabilidad, con sinergia entre los servicios de deporte, naturaleza, sustentabilidad, turismo. Como último entendemos la gran importancia de la importancia de las plataformas de internet y tecnología.

2.5.3 Identificación de las Debilidades

Dentro de las debilidades detectadas se encuentran; pocos vínculos con empresas dedicadas al turismo receptivo, si bien poseemos vínculos con tres empresas no es suficientes para ser líderes de la industria, existe un desconocimiento de la cultura competitiva debido a la instancia lógica de ser una empresa nueva en el mercado. Los altos estándares de calidad y certificaciones propuestos, generan mayores costos en el corto plazo, con relación a la formulación del plan de negocio y su vinculación con el turismo aventura no deja de ser solo teórica en ambas. Respecto a nuestros servicios de turismo aventuras son fáciles de replicar y necesitan una inversión de capital baja, si bien nuestra capital humano recibe capacitaciones en el corto y mediano plazo solo una parte del

personal maneja el idioma inglés, con relación a las estacionalidad la oferta o parrilla posee actividades todas las estaciones del año, igualmente no existirá un blindado a la estacionalidad y más aún cuando solo poseemos una sucursal.

2.6 Identificación de las ventajas competitivas

2.6.1 Ventaja Competitiva

Ventajas competitivas mediante análisis VRIO

Ideado por millenials: El plan de negocios y modelo de negocio está pensado por personas que comparten objetivos y actividades, dentro de los cuales se destacan la gran importancia dada a la tecnología, tendencias y multiculturalidad en general y como esta contribuye al éxito de “llegar al cliente”. El equipo está integrado por licenciados en administración de empresas, todos con una perspectivas empresarial no tradicional anhelando nuevos enfoques como también es posible apreciar en este documento y propuesta de valor el grado de importancia otorgado a la multiculturalidad, la mayor fuerza laboral y de consumo a nivel mundial corresponden a la generación Y o millenials lo cual hacen de nuestras estrategias a seguir compatible en todas las aristas con los gustos y preferencias del público objetivo independiente del grupo etario.

Baja sensibilidad estacional; Econtainer Lodge presta servicios de actividades de turismo aventuras los cuales aprovechan las distintas estaciones vividas en Chile, trekking, muro de escalada, yoga ,paseos en bicicletas y canopy funcionan independiente de las estaciones del año, mientras que para la temporada invernal las caminatas con raquetas de nieve, montañismo, snowboard son la actividad principal en desmedro del rafting

Sustentabilidad: Los valores de la empresa muestran la importancia de la responsabilidad social, económica y ambiental que se ha comprometido la empresa,

Reutilización de container; el carácter innovador en lo arquitectónico como también será entendido que los procesos sustentables parten de los inicios, desde la infraestructura reciclada innovadora hasta el más mínimo servicio.

Alianzas con organizaciones: organizaciones como Chile Backcountry, EcoChile Travel y Let's go Chile harán poder ampliar nuestra oferta de servicios a todo el territorio.

Conocimiento del mercado: el cliente no valoriza el grado de conocimiento del mercado, entiende que una vez dentro de mercado el conocimiento de este es común en las empresas que lo componen.

Baja sensibilidad estacional: logramos diferenciarnos teniendo siempre productos que satisfagan la necesidad de aventura del cliente, si bien existen empresas como Into the andes, Hotel Altiplánico y Cascada de las Animas con quienes compartimos una gran variedad de servicios ofrecidos, la gran mayoría de los servicios de hospedaje poseen una alta sensibilidad estacional con relación a los servicios ofrecidos.

Sustentabilidad y calidad: la diferenciación es el enfoque de nuestra propuesta de valor, la sustentabilidad es reconocida y recompensada por los consumidores, es por esto que el sello S tipo 3 y el sello Q serán garantes de nuestras buenas prácticas y sin lugar a dudas líderes del mercado sustentable. Sin embargo, el reconocimiento no es una respuesta automática al obtener el sello S y Q sino más bien una respuesta a las ventajas generadas por las estrategias de calidad y sustentabilidad autoimpuestas, pensando siempre en la visión como nuestro perfil objetivo de la empresa.

Reutilización de containers: el cliente lo considera innovador debido al reciclaje como a la baja frecuencia de construcciones de esta naturaleza, con relación a la imitación; puede serlo debido a los bajos costos de compra, sin embargo, el diseño hecho en base a containers depende de una gran inversión.

Alianzas con organizaciones: internet se ha encargado de eliminar intermediarios en la entrega de servicios turísticos en general, sin embargo, organizaciones privadas como Chile Backcountry, Ecotravel Chile y Let's go Chile han sabido reinventarse gestionando servicios para clientes que no figurarían en nuestros registros, pero con ellos sí, por ejemplo; las empresas no forman parte de nuestros clientes, sin embargo, gracias a los vínculos con Chile Backcountry es que nuestro servicio llegara a más personas, como de igual forma los vínculos con organizaciones estatales o sin fines de lucro nos darán vitrinas

de excelencia acorde a lo que el mercado mundial demanda y que nuestros competidores ya sean directos o indirectos han hecho oídos sordos.

Tabla 2.3: Matriz Ventaja Competitiva

Recursos	El cliente lo considera de gran valor	Es frecuente en el mercado	Es fácil de imitar	La empresa puede capitalizar los recursos.
Acorde a las nuevas tendencias	SI	NO	NO	SI
Baja sensibilidad estacional	SI	NO	NO	SI
Carácter sustentable	SI	NO	NO	SI
Reutilización de containers para arquitectura	SI	NO	SI	SI
Alianzas con organizaciones	SI	SI	SI/NO	SI

Para Econtainer Lodge las bases de ventaja competitiva corresponden a servicios de alta calidad, diseño innovador y responsable con el medio ambiente, la realización de actividades aptas para cualquier tipo de turista y contar con espacios destinados al relax mientras aprecia las bondades de la naturaleza. Estos cuatro atributos son relevantes para los consumidores, por lo que la organización debe poner sus esfuerzos en ellos para destacarse en aquello que será valorado por el mercado. En cuanto al sentido de pertenencia de nuestros trabajadores, el reciclaje y la disminución en la huella de son atributos percibidos e importantes para los clientes.

2.6.2 Cadena de Valor Proyectada

La cadena de valor proyectada de Econtainer contara con actividades de desarrollo tecnológico como principal actividad de soporte, mientras que con relación a las actividades primarias es posible apreciar; actividades de marketing y ventas, calidad y por ultimo operacional.

2.6.2.1 Actividad de Soporte

Actividades tecnológicas: la creación de la página web, más los vínculos generados con cliente en las distintas etapas del viaje (antes, durante, después) mediante redes sociales y correos electrónicos, estas dos actividades estarán en constante revisión y perfeccionamiento

2.6.2.2 Actividades Primarias

Marketing y ventas: mediante una estrategia de diferenciación sin prima de precio ea que se espera aumentar la participación de mercado.

Calidad: con el fin de contar con servicios de excelencia en calidad, es que mediante la obtención del sello de calidad, más la estrategia de calidad es se cumplirán los altos estándares autoimpuestos.

Operacional: Econtainer estará en una búsqueda constante de diversificar nuestros productos, conseguir una mayor eficiencia energética.

2.7 Objetivos estratégicos, competitivos y de crecimiento

2.7.1 Objetivos Estratégicos

- i) Reducir el uso de servicios básicos (agua, luz, gas) en un 30% con respecto al primer año de funcionamiento.
- ii) Posicionar la marca dentro de la Provincia de Cordillera como el Ecolodge preferido por turistas aficionados a los deportes aventura con una tasa creciente de ocupabilidad del 4,5% anual
- iii) Obtener una satisfacción de los clientes internos de a lo menos el 95% al final del segundo año de operación.
- iv) Obtener una tasa interna de retorno mayor al 19%.
- v) Obtener sello Q y distinción tipo 3 para el sello S al segundo año.

2.7.2 Objetivos de Crecimiento

- Llevar a cabo una estrategia de encadenamiento hacia atrás, absorbiendo a la empresa proveedora de servicios de deporte aventura.
- Instalar una nueva sucursal en San Pedro de Atacama para el sexto año
- Instalar una nueva sucursal en Torres del Paine para el décimo tercer año

2.7.3 Objetivos Competitivos

- Generar autonomía con los de servicios de agencias de turismo a partir del quinto año
- Generar nuevos procesos tecnológicos de modo de incrementar nuestra ventaja competitiva.

2.8 Estrategia de crecimiento, competitiva y estrategias fuente de ventaja competitiva

2.8.1 Estrategia de Crecimiento

La estrategia de crecimiento utilizada en materia de integración es i) horizontal, en materia intensiva es ii) penetración de mercado y desarrollo de mercado, mientras que en materia de diversificación es iii) relacionada. En otras palabras la estrategia de crecimiento apunta a:

i) busca la propiedad o más control sobre los competidores, en gran medida el mercado hotelero del cajón del Maipo compiten través de la estandarización para la competencia indirecta mientras que en la competencia directa lo hacen por la mejor relación precio-calidad, es por esto que a través del desarrollo de una propuesta de valor diferenciada, las habilidades distintivas de nuestros colaboradores, el apoyo de nuestros socios clave y el carácter sustentable otorgado por el sello S tipo 3, se espera que Econtainer consiga tasas ocupacionales mayores a las del mercado local.

ii) busca aumentar la participación del servicio hotelero, para esto es que la estrategia del marketing directo, comunicación y publicidad debe ser efectiva en los canales utilizados, entre ellos encontramos; redes sociales, busca hoteles, pagina web, presencia radial, creación de alianzas estratégicas con agencias de turismo, empresas especializadas y SERNATUR serán fundamentales para alcanzar los objetivos estratégicos propuestos por la organización, sin embargo,

para una segunda instancia la Econtainer anhela modificar su estrategia a una de desarrollo de mercado para con ello abrir nuevas sucursales en San Pedro de Atacama y las Torres del Paine para el sexto y decimotercer año respectivamente.

iii) A medida que existan nuevas tendencias mundiales en actividades de turismo aventura se irán agregando a nuestros servicios, la diversificación relacionada apunta a replicar servicios existentes en otros países pioneros en servicios sustentables y/o deportes aventuras.

Justificación de la estrategia:

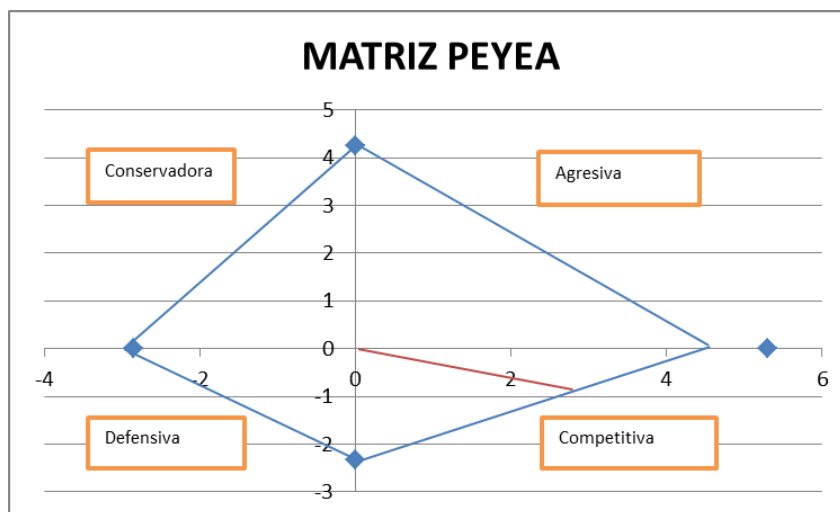
El siguiente grafico muestra la ponderación de cada cuadrante (véase anexo 2.4: formulación de matriz PEYEA).

Tabla 2.4: Ponderación PEYEA

Factores	Puntaje
Fuerzas financieras	4,25
Estabilidad de la industria	-2,33
Ventaja competitiva	-2,85
Fuerzas internas	5,3

Matriz de posición estratégica y la evaluación de la acción

Figura 2.1: Matriz PEYEA



De esta forma al situarse en el cuadrante competitivo se entiende que la empresa posee ventajas competitivas importantes en una industria con alto crecimiento, por tanto las sugerencias del modelo con relación a la estrategia de crecimiento es la ejecución de una estrategia de desarrollo de mercado y productos relacionados

Nota: aspiramos a que en la totalidad de los servicios ofrecidos no intervengan intermediarios, es por esto que las estrategias de crecimiento son el medio para alcanzar la independencia y el liderazgo deseado.

2.8.2 Estrategia Competitiva

La estrategia competitiva propuesta a seguir es en un inicio de enfoque tipo 4 para después del sexto año abrir paso a la estrategia de diferenciación tipo 5

Dentro de los motivos que justifican la estrategia de diferenciación enfocada se encuentran:

- i) Los consumidores están dispuestos a pagar más por servicios responsables con el medio ambiente.
- ii) los hoteles u hostales líderes del mercado no consideran que el consumidor responsable sea crucial para su propio éxito.
- iii) Implementar fuentes de energía no convencional requiere de un desembolso mayor que implementar fuentes de energía convencionales y por ende la inversión inicial es mayor, lo que repercute en el mercado hotelero como una inversión muy costosa para satisfacer las necesidades del consumidor responsable a la vez que atienden a sus clientes dominantes.
- iv) El mercado hotelero del Cajón del Maipo cuenta con diferentes nichos y segmentos (hostales, lodge, hoteles, camping, cabañas), permitiendo de este modo una especialización competitivamente atractiva y adecuada para nuestros objetivos.
- v) Existe solo una empresa que ofrece turismo aventura sustentable no existen empresas sustentables de excelencia o que posean el sello S tipo 3.

2.8.3 Estrategias Fuente de Ventaja Competitiva Posicionamiento de la competencia

Si bien existe una variedad conocida de servicios similares, estos buscan una diferenciación en relación precio-calidad y mayor cantidad de deportes aventuras, no existe una diversificación relacionada, como tampoco la oferta de todas las actividades a tarifa constante, las tres empresas que conforman la competencia directa han establecido sus estrategias de posicionamiento de la siguiente manera:

- Into the andes: diferenciación segmentada

Se entiende como un valor percibido en un segmento en concreto que permite una prima de precio.

- Cascada de las ánimas: estrategia de diferenciación sin prima de precio.
- Hotel Altiplánico: estrategia de diferenciación sin prima de precio.

Se entiende como un valor percibido por el usuario que permite obtener ventajas en la participación de mercado.

Cambio en el posicionamiento de mercado al irrumpir Econtainer Lodge.

El irrumpir un nuevo competidor en el mercado puede generar cambios en el posicionamiento dependiendo del grado de éxito del nuevo negocio de tal forma que las empresas “Cascada de las animas” y “hotel altiplánico” antes situadas en una estrategia de diferenciación muten a una estrategia de diferenciación con prima de precio, para con esto, Econtainer Lodge pueda situarse en una posición de diferenciación sin prima de precio permitiendo de esta forma aumentar la participación de mercado.

3. Plan de Marketing

3.0 Objetivos Plan de Marketing

- Mantener una tasa de ocupación del 65% de las habitaciones en temporada baja.
- Incrementar la tasa de ocupación estacional en un 3% anual a partir del segundo año de operación.
- Posicionar la marca dentro de la Provincia de Cordillera como el Ecolodge preferido por turistas aficionados a los deportes aventura dentro de los primeros cinco años de operación.
- Fidelizar al cliente a través de propuestas comunicacionales por redes sociales e internet al finalizar el quinto año.

3.1 Descripción general del producto

Econtainer Lodge es un servicio de hospedaje turístico de lujo, ubicado en las cercanías al Embalse El Yeso en la localidad de Cajón del Maipo, el cual está enfocado en los deportes aventura. Amoblado con equipos de alta gama, nuestro Lodge es responsable con el medio ambiente en todos sus procesos productivos y además funciona bajo un concepto de sustentabilidad por lo que todos aquellos insumos que luego son ofrecidos al cliente son y obtenidos y/o producidos en la zona.

Nuestro diseño es una reconstrucción de antiguos containers marítimos dados de baja como desecho y que nosotros adecuamos para edificar un Lodge de montaña resistente a temperaturas extremas y a las adversidades de la vida lejos de la ciudad. Basamos nuestra imagen en la simpleza y elegancia que el material noble y resistente como el acero entrega a primera vista, destacando la estética industrial en contraste con las comodidades albergadas en su interior en cada una de las 18 habitaciones disponibles.

Nuestros huéspedes podrán vivir una experiencia única realizando actividades de deporte aventura como trekking o rafting, tomando clases de yoga, escalada en muro o hidrogimnasia, pueden disfrutar de hermosos atardeceres en nuestras terrazas, jardines o tinajas calientes, todo mientras disfrutan deliciosas comidas gourmet recién preparadas.

3.2 Marketing Estratégico

3.2.1 Propuesta de Valor de la Empresa

Chile es considerado en el mundo como una de las capitales del deporte aventura, siendo reconocido por la variedad de paisajes que podemos encontrar entre cordilleras. La Región Metropolitana goza de recursos naturales como montañas y ríos idóneos para practicar este estilo de deportes. A demás del servicio de hospedaje, los huéspedes tienen derecho a tomar cualquiera de las clases disponibles de manera gratuita, siendo esta actividad uno de los factores que agrega valor adicional a nuestra propuesta.

3.2.2 Segmentación De Mercado

3.2.2.1 Clasificación Geográfica

La llegada de turistas extranjeros a diciembre 2017 registró un total de 6.449.883, lo que representa un crecimiento del +14,3% en relación al mismo periodo del año 2016, es decir, un aumento absoluto de 809.183 llegadas.

El aumento se explica en gran parte por las llegadas de turistas argentinos, quienes durante el 2017 tuvieron un crecimiento anual de 14,6%, alcanzando 3.323.771 llegadas, lo que representa un 51,5% de participación de mercado, manteniendo la alta participación del 2016.

En cuanto a los principales mercados de larga distancia destacan tanto Europa como América del Norte, con una participación de 7,4% y 4,6% respectivamente (variaciones anuales de +6,3% y +2,7%, respectivamente). De ellos, destaca la participación de EE.UU., con un 3,3% sobre el total de llegadas.

Estos mercados de larga distancia en conjunto suman 477.911 y 299.423 llegadas respectivamente, además de Australia y Nueva Zelanda con 62.398 llegadas

3.2.2.2 Clasificación Demográfica

3.2.2.2.1 Edad

Los turistas internacionales representan el 40% de las llegadas a la zona del Cajón del Maipo, dentro de los cuales cerca del 83.3% de los visitantes norteamericanos tienen sobre 30 años, así como en los turistas europeos quienes están dentro de ese rango es de un 80,6% de acuerdo con datos entregados por la subsecretaria de turismo en 2016.

3.2.2.2.2 Género

De los turistas ingresados por aeropuerto provenientes de América del norte, el 38,8% son mujeres, mientras que el 61,2% son varones, por otro lado, de los turistas provenientes de Europa el 41,2% son mujeres y el 58,8% son hombres, Australia por su parte, el 48,8% son mujeres y el 52,2% son hombre.

3.2.2.2.3 Gasto Promedio Diario

Más allá de las barreras por ingreso de un turista promedio, es necesario precisar las barreras de costos que los turistas definen en su consumo diario, es decir cuánto espera o está dispuesto a gastar un turista en servicios de alojamiento, comida, actividades a realizar, etc. La secretaría de turismo en su informe sobre las llegadas de extranjeros a Chile en 2016 estableció estos parámetros desde menos de 20 USD hasta más de 100 USD diarios, éste último es el rango de gasto al que apuntamos sabiendo que un 11,7% de los norteamericanos destina más de 100 dólares a gastos, el 2% de mexicanos e ingleses, el 3,2% de españoles, el 5% de europa oriental entre otros, por lo que nos segmentamos en un rango más exclusivo del mercado.

3.2.2.3 Clasificación Psicográfica

3.2.2.3.1 Motivos del viaje

Los principales motivos de viaje para un turista extranjero que visita Chile son sin duda los motivos personales, diferenciando los viajes de trabajo que representan un 34,2% de los viajes realizados por norteamericanos, un 28,1% de los europeos y un 9,9% de los australianos, dichos viajes son pagados por empresas principalmente en Santiago urbano por lo que es un segmento al que podemos llegar fácilmente y mucho menos competir con la oferta especializada y vigente. De las motivaciones personales, las vacaciones representan el 66,8% de los viajes realizados por australianos, un 44,4% de los europeos y un 40,4% de los norteamericanos.

3.2.3 Mercado Objetivo

La estrategia de segmentación está orientada a tres grupos de visitantes, los cuales, pertenecen al nivel Socioeconómico ABC1 y, que buscan un servicio personalizado y de calidad Premium.

El público objetivo está conformado por aquellos turistas que gusten del deporte y la vida al aire libre, preocupados por el cuidado del ecosistema y el impacto que sus acciones tienen en el medioambiente. Que buscan además, vivir las experiencias que ofrece el Cajón del Maipo como destino turístico idóneo para la práctica de deportes extremos y de aventura.

Este público se caracteriza por preferir productos y servicios que cuenten con sellos, certificaciones u otros que garanticen que son responsables con el medioambiente y que minimizan el impacto de sus actividades aunque esto signifique un costo superior a la competencia. Cercanos a la naturaleza, aventureros y amantes de la vida *outdoor*, son conscientes de las repercusiones que tiene el abuso de los recursos naturales en el planeta, el reciclaje es parte de su idiosincrasia.

3.2.3.1 Perfil Público Objetivo

3.2.3.1.1 Turistas Extranjeros.

El foco es el visitante extranjero que busca el contacto con la naturaleza bajo un sello sustentable y amigable con el medio ambiente, en donde pueda relacionarse con la belleza de su entorno bajo un servicio de calidad Premium y personalizado. Los servicios ofrecidos a los visitantes extranjeros son las visitas al río, escalada, cabalgatas por senderos y bosques, bicicletas, trekking, kayak, rafting y varias actividades disponibles en el mismo Lodge.

3.2.3.1.2 Turistas Nacionales.

3.2.3.1.2.1 Adultos jóvenes y parejas

Este segmento busca relajación y descanso en directo contacto con la naturaleza, bajo un sello sustentable y amigable con el medio ambiente además de salir de la rutina de la ciudad. Los servicios ofrecidos a los visitantes nacionales son las visitas al río, escalada, cabalgatas por senderos y bosques, bicicletas, trekking, kayak, rafting y varias actividades disponibles en el mismo Lodge.

3.2.3.1.2.2 Adulto Mayor.

Un segmento cada vez más relevante ya que crece cerca de 100.000 nuevos adultos cada año. El servicio ofrecido incluye caminatas por senderos y miradores, Spa y masajes, actividades de aprendizaje de escalada, actividades relacionadas con la música y baile. Además de disfrutar del descanso y tranquilidad acompañado de maravillosos

3.2.4 Posicionamiento

Sabemos que, para realizar un posicionamiento efectivo, debemos vencer a los diferentes competidores ya instalados, poseer los recursos de marketing necesarios para realizar esta labor y, además, que la estrategia utilizada sea creativa para poder diferenciarnos del resto de alojamientos existentes, es por esto que para poder realizar aquello, tomaremos en consideración los elementos más relevantes para la elección que hacen los clientes a la hora de escoger un Lodge. Algunos de los puntos más relevantes para los potenciales clientes son los siguientes:

- Gustan del turismo aventura

- Buscan destinos seguros y desafiantes
- Buscan una conexión con la naturaleza (montañas, lagos, ríos, parques y reservas, actividades al aire libre)
- Buscan alojamiento medio-alto y de lujo
- Buscan realizar tours guiados y ligados a la naturaleza y actividad física (Caminatas campestres, trekking, andinismo, entre otros).

La estrategia de posicionamiento que utilizaremos está basada en cualidades distintivas que tendrá nuestro servicio. Nuestro alojamiento tendrá como eje principal el ser responsable con el medio ambiente, la sustentabilidad y estar en constante mejora para que la operación tenga el mínimo impacto posible en el entorno en el cual estaremos inmersos, además de entregar un servicio de primera calidad, cercano a nuestros pasajeros, que le ofrezca actividades de turismo y aventura incluidos en el paquete de estadía para que puedan realizar todas sus actividades como punto de partida, nuestro Lodge.

El alojamiento busca tener una respuesta o una alternativa hacia cualquier petición que puedan tener nuestros clientes, sea satisfecha, logrando así que nuestros clientes queden conformes con la atención al servicio y la calidad de nuestras actividades, siempre y cuando esté dentro de nuestras posibilidades y de lo legal.

3.2.4.1 Declaración De Posicionamiento

“Para personas que gusten del aire libre, la comida local, del turismo y deporte aventura, que tienen una visión de vida sustentable y un compromiso con el medio ambiente. Econtainer Lodge es un lugar de lujo que ofrece paquetes de alojamiento y transporte ideal para el cliente, con actividades de recreación ligadas a la naturaleza, en un ambiente acogedor y con un especial enfoque en cuidar el entorno que nos rodea.”

3.2.5 Demanda Potencial

3.2.5.1 Medición De La Demanda

Según la División de Estudios de la Subsecretaría de Turismo, el año 2017 ingresaron 6.449.883 visitantes a nuestro país, un 14,3% más respecto al año anterior y se

estima que en 2018 el aumento en la llegada total de turistas será de un 8,5% respecto a 2017, rodeando los 7 millones de visitantes.

El Cajón del Maipo recibió 192140 llegadas anuales, según el INE en el informe anual EMAT 2016 de las cuales un 61% app correspondería a chilenos y de ellos solo un 10% equivaldría según el censo del 2016 al segmento ABC1, pero considerando que de los viajeros que realizan viajes a San José de Maipo y que puedan permanecer allá debe representar por lo menos un 20% de las llegadas totales.

Tabla 3. 1: Demanda Estimada

Demanda Estimada	
Visitas anuales Cajon del Maipo	192140
% chilenos	61%
% que puede consumir el producto	20%
	23561,1062
Visitas anuales Cajon del Maipo	192140
% extranjeros	38,69%
% que puede consumir el producto	39,70%
	29511,6727
Demanda Estimada Anual	53072,7789
Demanda Estimada Mensual	4422,73157
Demanda Estimada Diaria	147,424386

Fuente: Elaboración propia

3.2.5.2 Pronóstico De Ventas

El futuro de Econtainer Lodge, es prometedor en cada uno de los tres posibles escenarios a los que sometimos la evaluación de la estimación de los ingresos en los primeros 5 años del proyecto. (Anexo)

Respecto al turismo aventura en Chile, la tasa de crecimiento esperada hasta 2021 es de 7% anual (SERNATUR, 2016).

3.2.5.3 Participación De Mercado Y Cálculo De Cantidad Óptima

La participación de mercado y el cálculo de la cantidad óptima se llevó a cabo considerando la capacidad máxima completa, utilizando todos los servicios disponibles en el programa incluyendo en el cálculo del precio: el costo de la habitación mejor equipadas del Lodge, todas las comidas, todas las actividades y el traslado del aeropuerto al hotel, para 2 personas.

3.3 Marketing Operativo

3.3.1 Estrategia Del Producto

3.3.1.1 Descripción Del Producto

A minutos del Embalse El Yeso, junto a las montañas y a orillas del Río Maipo se encuentra Econtainer Lodge, el primer hotel aventura de lujo del Cajón del Maipo, una alternativa ideal al sur oriente de la capital.

Nuestro Lodge, construido con el objetivo de integrar el deporte aventura y la responsabilidad ecológica, como una opción sostenible fue edificado con contenedores marítimos adaptados y utiliza energías renovables y el reciclaje de residuos orgánicos en sus procesos productivos.

Econtainer Lodge ofrece a sus huéspedes hermosas habitaciones para dos personas, que cuentan con baño privado, cama King size, calefacción central, con opción a terraza con vista panorámica del valle y el Río Maipo.

El servicio incluye desayuno, almuerzo y cena, además de colación a medio día. El almuerzo y la cena cuentan con un menú diario con opciones de plato principal y postre que abarcan la gastronomía chilena en general.

Además de las comidas, los huéspedes tienen derecho a las clases que el Lodge pone a su disposición, entre las que se encuentran:

- Clase de escalada en muro (interno/externo)
- Yoga (lunes a domingo mañana y tarde, aire libre y en pieza)
- Trekking (4 veces a la semana)

- Rutas guiadas en bicicleta
- Hidrogimnasia con horario libre acceso
- Rafting
- Canopy
- Trekking con raqueta en nieve

Se ofrecen también espacios con tinajas al exterior y observatorio de estrellas con telescopios en las terrazas.

Econtainer Lodge ofrecerá un servicio de alta calidad, certificado por el servicio nacional de turismo bajo la normativa NCH 2670, mediante los sellos Q y S de calidad y sustentabilidad respectivamente. Trabjará con empresas de turismo aventura reconocidas por su calidad de servicio como, es el caso de Ruta Vertical Turismo Aventura Ltda.

3.3.1.2 Niveles de producto

3.3.1.2.1 Producto esencial o beneficio central

Econtainer Lodge atiende las necesidades de alojamiento turístico de lujo en el Cajón del Maipo.

3.3.1.2.2 Producto genérico

El producto genérico busca satisfacer las necesidades de alojamiento a través de la oferta de habitaciones principalmente para parejas que cuentan con cama King, cómoda o armario, calefacción central y con opción a terraza con vista panorámica al valle y al Río Maipo.

Junto con lo anterior, el Lodge cuenta con espacios comunes para la recreación de sus huéspedes como sala de estar, comedor, terrazas, muro de escalada, sala de televisión, tinajas al aire libre, observatorio de estrellas, estacionamiento, piscina al aire libre.



Figura 3. 1: Habitación

3.3.1.2.3 Producto esperado

Los huéspedes esperan recibir un servicio de primera calidad, con espacios amplios, cómodos y limpios, con un diseño vanguardista y rupturista que converja de una mixtura entre el exterior industrial del container y la elegancia de un estilo natural en todo su mobiliario.

Espacios silenciosos y relajados, donde puedan disfrutar de baños en tinas calientes al exterior o apreciar un cielo estrellado desde las terrazas. En el caso de las comidas, espera recibir un menú típico criollo, fresco, con buena presentación y sabor. Respecto al servicio por parte del personal, los huéspedes esperan un trato personalizado, cercano y cordial, quienes estarán capacitados para contestar a las inquietudes, sugerencias o comentario de cualquiera de los alojados.



Figura 3. 2: zona comedor

3.3.1.2.4 Producto ampliado

El producto ampliado que propone Econtainer Lodge se refiere a todos los servicios y productos adicionales que agregan valor al producto esencial, los cuales serían:

- **Actividades de Deporte Aventura:** Econtainer Lodge ofrece a sus huéspedes clases de deportes como trekking, rafting, canopy, escalada y yoga, las cuales se realizan durante todo el año en día y horario fijo.

- **Muro de Escalada:** Uno de los atractivos del Lodge es el contar con dos muros, uno en el exterior con capacidad para dos escaladores simultáneos y una sala de escalada al interior, la cual puede utilizarse en horario libre.
- **Tinajas calientes:** Los huéspedes podrán disfrutar del uso de tinajas calientes a leña en una de las terrazas del Lodge a libre disposición.
- **Telescopios:** En un espacio libre de contaminación lumínica, disponemos de un espacio ideal para la observación de estrellas con telescopios de la mejor calidad para observar los maravillosos cielos del Valle del Maipo.
- **Piscina:** Siguiendo con la estética, contamos con una piscina exterior hecha con containers reciclados, disponible las 24 hrs para el uso de los huéspedes, excepto en horarios restringidos para la mantención de la limpieza.
- **Van/ Minibus:** Contamos con transporte al aeropuerto, tour a viñas y traslado a actividades de deporte aventura para los huéspedes.

3.3.1.2.5 Producto potencial

Econtainer Lodge es un producto sumamente atractivo, el cual posee capacidades de adaptación a diferentes climas, por lo que las pretensiones de crecimiento indican a ampliar su actividad en lugares turísticos que posean un alto flujo de turistas que busquen alojamiento de lujo y sustentable, estos lugares en particular serían San Pedro de Atacama y Torres del Paine con proyección a realizarse a partir del sexto y décimo tercer año respectivamente.

3.3.1.4 Marca

Figura 3. 3: Marca



Fuente: Elaboración propia

El imagotipo de la empresa representa la esencia de lo que buscamos proyectar, combinar la imagen natural de la montaña con un estilo minimalista e industrial con líneas simples. El nombre de la empresa, en el centro rompe con lo delicado de la estética minimalista, buscando ser el foco de atención. La elección de una paleta monocromática yace en la simpleza que requiere la elegancia aludiendo a la clásica frase de la arquitectura minimalista “menos es más” del alemán Ludwig Mies van der Rohe.

Por lo demás, el eslogan de la empresa será “Aventura, bienestar y sostenibilidad”, refiriéndose así a los tres pilares esenciales a los que está dirigido el servicio.

Cabe destacar que este imagotipo fue, junto a otras 3 opciones, llevado a votación a través de encuesta y resultó como el más votado con un 61,5% de las preferencias.

3.3.1.5 Plataforma de reclamos y sugerencias

Esperando mejorar la calidad del servicio que entrega el equipo de Econtainer Lodge contamos con una plataforma para reclamos y sugerencias en nuestra página web donde el huésped puede ingresar de forma anónima y realizar los comentarios que estime pertinente o también de forma escrita en nuestro libro de reclamos y sugerencias disponible en la recepción del Lodge.

3.3.2 Estrategia De Comunicación

3.3.2.1 Objetivo

Informar a los posibles consumidores, sobre Econtainer Lodge, en su propuesta innovadora en el concepto de turismo y así posicionar a la marca en la mente del cliente como un referente en innovación y sustentabilidad, para que cuando busquen un lugar en donde puedan hacer turismo aventura, cerca de la cordillera y en un lugar de lujo, el nombre del Lodge sea lo primero que se le venga a la mente. Además, dar a conocer las promociones y actividades que realiza Econtainer Lodge en su afán de fidelizar al cliente.

3.3.2.2 Medios De Comunicación

Los medios que usaremos serán de índole ABOVE THE LINE y BELOW THE LINE (éstas últimas estarán presentes en las Relaciones Públicas), para que la estrategia que usaremos abarque distintos medios de comunicación, pudiendo abarcar una gran cantidad de clientes potenciales. Se utilizará internet como canal prioritario ya que el cliente objetivo está conectado con el mundo digital y además, la industria turística es una de las que más integra el uso de internet para mejorar su calidad de servicio.

3.3.2.2.1 Redes Sociales

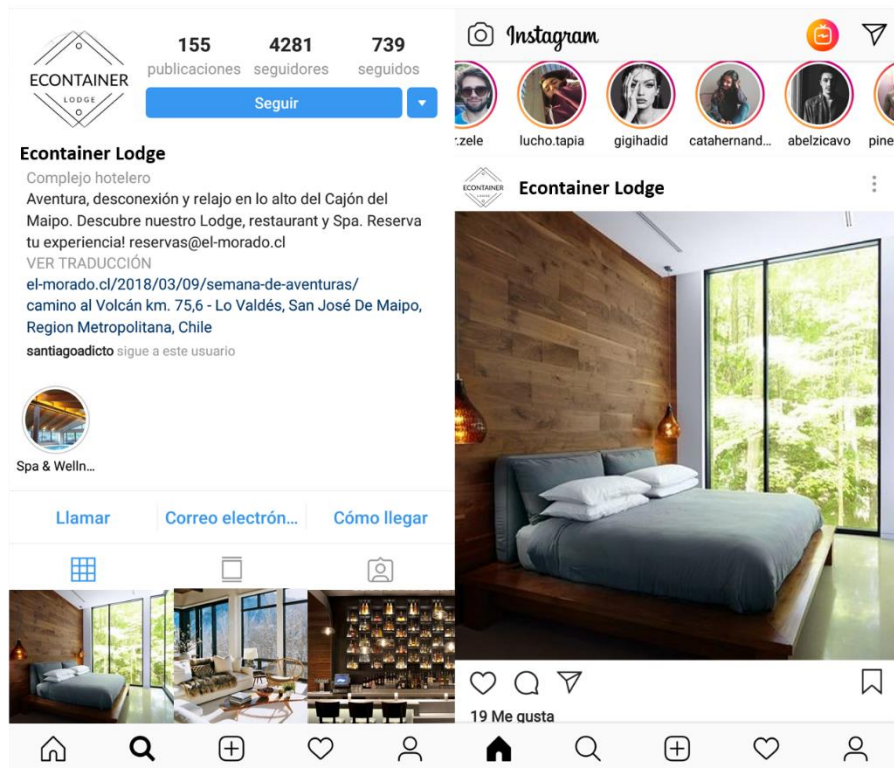
Utilización de Instagram y Facebook tanto con una página oficial de Econtainer Lodge como de un Fan Page, en donde se publicará información básica sobre el Lodge (la misma información que aparecerá en la Página web), además de publicitar las promociones, packs, y descuentos que se otorgaran dentro del año.

Figura 3. 4: Facebook



Fuente: Elaboración propia

Figura 3. 5: Instagram



Fuente: Elaboración propia

3.3.2.2.2 Página Web

Canal publicitario y de contacto, en dicho espacio el servicio ofrecido podrá ser revisado detalladamente como condiciones del lugar, servicios, habitaciones, galería de imágenes, experiencias y otras informaciones específicas

Figura 3. 6: Simulación Página web

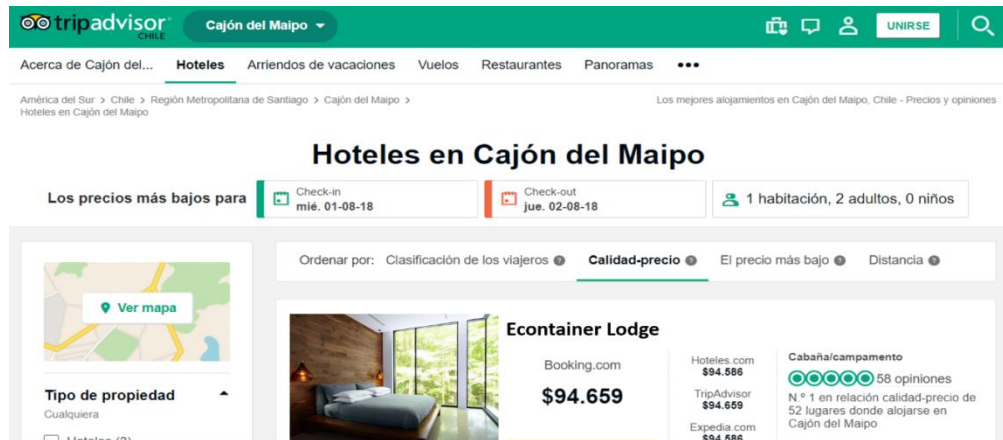


Fuente: Elaboración propia

3.3.2.2.3 Portales Web

Con el crecimiento incipiente de internet, uno de los sectores comerciales más afectados es la industria turística, ya que a través de internet la programación, planificación y reservas en general se llevan a cabo mediante plataformas digitales desde la compra de pasajes hasta la reserva del hotel y actividades a realizar. Es por esto que Econtainer Lodge cuenta con perfiles en portales hoteleros como Booking.com, TripAdvisor.com, Trivago.com, Hoteles.com, Despegar.com.

Figura 3. 7: Página Web



Fuente: Elaboración propia

3.3.2.2.4 Radio Agricultura

La elección de este medio de comunicación está ligado al público auditor de dicha señal radial, el cual abarca a segmentos comunes. Cumplirá principalmente el rasgo de informar y dar a conocer la existencia de Econtainer Lodge, junto con los servicios que se ofrecerán, además de dar la información de contacto.

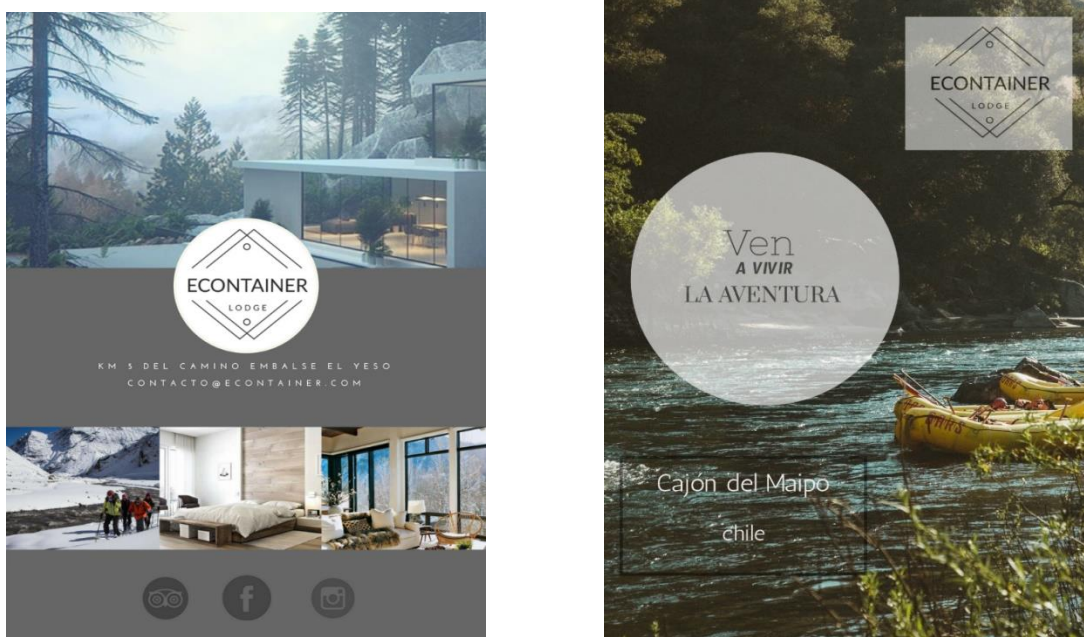
3.3.2.2.5 Revista CARAS

Se pondrá un anuncio publicitario en Revista CARAS ya que el perfil del lector compatibiliza con nuestro público objetivo, además su composición editorial apunta a temas de interés como: estilo de vida, arquitectura, viajes, entre otros. Los anuncios serán realizados entre los meses de marzo, septiembre, noviembre y diciembre el primer año desde el segundo solo septiembre, noviembre y diciembre. El anuncio contendrá información de contacto, y su diseño será llamativo para captar la atención.

3.3.2.2.6 Folletería

Serán un medio donde se informe de las características diferenciadoras del servicio, y presentar la razón para preferir Econtainer Lodge. También se dará a conocer información de contacto.

Figura 3. 8: Folletería



Fuente: Elaboración propia

3.3.2.3 Relaciones Públicas

3.3.2.3.1 Objetivo

Lograr aceptación e interés del público sobre el producto, además de evaluar la opinión pública y las actitudes hacia el servicio que se entregará.

3.3.2.3.2 Presupuesto

En cuanto a la contratación del relacionador público, se hará vía outsourcing, puesto que sus servicios sólo serán esenciales en etapas específicas, para mejorar el funcionamiento del negocio. (Anexo)

El primero año se contratará desde septiembre a diciembre, para que haya facilidad en cuanto a la comunicación de los servicios a los clientes potenciales, con el fin de generar el mayor interés de parte de estos, además de dar a conocer la marca. Los años siguientes la contratación se espera que sea por menos tiempo, ya que se contara con información del primero año de funcionamiento.

3.3.2.3.3 Tipo de Relaciones Públicas

Econtainer Lodge realizará convenios con instituciones ligadas a las actividades claves del Lodge, las cuales son:

- ATTA (Adventure Tourism Trade Association)
- UNWTO (United Nations World Tourism Organization)
- SERNATUR (Servicio Natural de Turismo)
- FEDETUR (Federación de Empresas de Turismo en Chile)
- GSTC (Global Sustainable Tourism Council)

3.3.2.4 Promoción De Ventas

Con el fin de incentivar las ventas durante temporada de baja afluencia de público o con motivo de celebración de festividades especiales como feriados religiosos o feriados comerciales se utilizarán los siguientes recursos para atraer nuevos clientes y fidelizar a quienes ya han disfrutado de nuestro servicio.

Tabla 3. 1: Promoción de Ventas

Promociones	Precio		Pensión Completa	Actividades Incluidas	Bebidas Incluidas
Noche de Sábado	\$ 200.000		si	Grupal	si
Fin de Semana	\$ 380.000		si	Grupal	si
Día de Semana	\$ 195.000		si	Grupal	si
Escapada Romántica (S)	\$ 245.000	Decoración en la habitación con pétalos de rosa + botella de champagne + frutillas o chocolates	si	Grupal	si
Escapada Romántica	\$ 200.000		si	Grupal	si
Mente, cuerpo y alma (S)	\$ 485.000	.Menú especial a base de productos orgánicos, para desintoxicación, uso exclusivo de tinaja	si	Individual	si
Mente, cuerpo y alma	\$ 400.000		si	Individual	si
Pareja durante el día	\$ 85.000	Uso de piscina y tinajas	si	Grupal	si

3.3.2.5 Calendarización Actividades De Marketing

Las actividades de marketing calendarizadas serán realizadas durante los mismos meses anualmente los primeros 5 años las cuales están establecidas en el calendario.

Tabla 3. 2: Calendarización

Calendarización Anual												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Radio												
Folleto												
CARAS												
Página web												
Community Manager												

3.3.3 Distribución

Econtainer Lodge se encuentra ubicado en el KM 5 del Camino Embalse el Yeso hacia el río, la parcela posee 18.000 m², equivalente a 1,80 HA. El camino para llegar al sector está pavimentado y es un sector habitual para los visitantes del sector San José de Maipo. Tiene vista privilegiada del Río y las montañas.

3.3.4 Estrategia De Fijación De Precios

3.3.4.1 Criterios Para La Fijación De Precios

3.3.4.1.1 Precio Óptimo

El criterio mediante el cual realizamos la búsqueda del precio óptimo fue el **Método Alvear**, donde se consideran los costos variables de cada habitación, costos fijos del hotel, precios de mercado de la competencia. Considerando que todos aquellos datos fueron asociados a la estimación de la cantidad óptima y la participación de mercado, los precios óptimos son los siguientes:

Tabla 3.3: Precio óptimo

Precio óptimo	
Deluxe	\$ 107.500
Familiar	\$ 90.350
Doble	\$ 91.500
Single	\$ 72.242

3.3.4.1.2 Criterios Aceptados Por El Cliente

3.3.4.1.2.1 Muestra Representativa Y Encuesta

Aplicamos una encuesta a una muestra de 96 personas, la cual es una muestra representativa de los 53.072 visitantes anuales de nuestro interés al Cajón del Maipo, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 10%. (Anexo 3.10)

Dicha encuesta arrojó que el 67% del público objetivo analizado está dispuesto a pagar desde \$140.000 a más de \$190.000 por hospedaje diario incluyendo comidas, pero que a la vez está dispuesto a pagar extra por las actividades de deporte aventura que el Lodge ofrece a sus huéspedes.

Las opciones de Trekking y Rafting fueron las más votadas bajo la categoría de deportes que realizaría en su estadía en el hotel, con más de 55 votos cada una y respecto a las comidas, la preferencia más solicitada fue comida típica chilena y vegana con 67 y 58 votos respectivamente.

3.3.4.1.2.2 Precios de la competencia

Es imperioso evaluar a la competencia establecida en el área geográfica cercana al Embalse El Yeso y al Cajón del Maipo en general, para conocer los niveles de precio que se ofertan en los servicios de alojamiento turístico. Es por esto que realizamos una evaluación comparativa de los servicios ofertados en tres establecimientos que poseen el mismo público objetivo:

- Into the Andes, un refugio de montaña pensado para aventureros que gusten de deportes de nieve, en la oferta de servicios incluye paseos en helicóptero.
- Cascada las Ánimas, es un servicio de hospedaje que incluye en su oferta de servicios adicionales tours guiados por el Cajón del Maipo y actividades ligadas al turismo aventura.
- Hotel Altiplánico, es un hotel de lujo con servicio exclusivo, comidas gourmet y amplias zonas al aire libre.
- Se hizo una evaluación considerando el precio de la habitación + pensión completa (todas las comidas) + actividades de deporte aventura, que en consolidado son el servicio que Econtainer Lodge ofrece a sus huéspedes y los resultados de esta evaluación (Anexo 3.11) se presentan en este cuadro resumen.

Tabla 3.4: Precio Competencia

	Competencia	P óptimo
A)I	Into the Andes	\$ 637.934,02
A)II	Cascada las Animas	\$ 307.074,02
A)III	Hotel Altiplánico	\$ 228.074,02
A)IV	Promedio	\$ 391.027,52
B)I	Into the Andes	\$1.275.868,05
B)II	Cascada las Animas	\$ 614.148,05
B)III	Hotel Altiplánico	\$ 456.148,05
B)IV	Promedio	\$ 782.055,05
C)I	Into the Andes	\$1.913.802,07
C)II	Cascada las Animas	\$ 921.222,07
C)III	Hotel Altiplánico	\$ 684.222,07
C)VIII	Promedio	\$1.173.082,07

3.3.4.2 Fijación de Precios

Nuestro método para la fijación de precios se estructuró sobre las tres evaluaciones a las que sometimos el servicio desde la perspectiva matemática mediante el Método Alvear, a través de la encuesta al cliente objetivo donde ellos emitieron juicio sobre los precios que estarían dispuestos a pagar por el servicio que ofrece completo que ofrece Econtainer Lodge (habitación + pensión completa de comidas y bebidas + actividades de deporte aventura incluidas) y agregando este análisis el valor que tendría el servicio completo si la competencia lo ofreciera.

En conjunto se concluye que los precios adecuados para el servicio ofertado en temporada alta y baja es el siguiente:

Tabla 3.5: Precios por Habitación

Habitación/ Temporada	Alta	Baja
Deluxe	\$ 240.000	\$ 200.000
Familiar	\$ 250.000	\$ 200.000
Doble	\$ 210.000	\$ 160.000
Single	\$ 120.000	\$ 100.000
Precio prom.	\$ 205.000	\$ 165.000

3.3.4.2.1 Variación en la Demanda

De acuerdo a las tasas de ocupación promedio del sector evaluadas en 2016 por el SERNATUR, existe una variación de la demanda agrupada en trimestres donde el flujo de turistas es mayor y queda establecido de la siguiente manera.

Siendo la temporada alta, la que abarca desde octubre a marzo y la temporada baja aquella temporada entre abril y septiembre. Es por esto que los precios serán flexibles de acuerdo a la demanda de turistas, bajándolos en un rango del 8% al 15% cuando se estime que sea necesario para estimular el consumo del servicio.

Las formas de pago de los huéspedes son mediante tarjeta de crédito o efectivo pudiendo ser tanto pesos chilenos como dólares americanos, pero privilegiando la moneda nacional.

3.3.4.3 Proyección de los ingresos por ventas

La proyección de los ingresos por venta está determinado por la tasa de ocupación a la que va a enfrentar el Lodge durante el año, considerando para ello los escenarios ya mencionados y sus tasas de ocupación que van desde un 80% en promedio para el optimista, 70% promedio neutral y 60% pesimista. Considerando los porcentajes como promedios anuales de tasas que fluctúan entre un 20% sobre el promedio y 20% bajo éste dependiendo del mes a evaluar según su tasa de ocupación promedio del mercado. (Anexo 3.12)

3.4 Presupuesto Plan De Marketing

El área de Marketing ha considerado que su presupuesto contará de las actividades de comunicaciones sin necesidad de incurrir en otros gastos adicionales, considerando el año inicial como el de mayor presupuesto para penetrar el mercado con una estrategia agresiva y la continuidad estática desde el segundo hasta el quinto año.

Tabla 3.5: Presupuesto Plan de Marketing

Servicio/año	2019	2020	2021	2022	2023
Radio agricultura	\$ 4.950.000	\$ 4.950.000	\$4.950.000	\$4.950.000	\$4.950.000
Folletería	\$ 145.000	\$ 145.000	\$ 145.000	\$145.000	\$145.000
Relacionador público	\$ 9.600.000	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000	\$3.200.000	\$3.200.000
Revista CARAS	\$ 2.850.000	\$ 2.850.000	\$ 2.850.000	\$ 2.850.000	\$ 2.850.000
Página Web	\$ 147.000	\$ 147.000	\$147.000	\$147.000	\$147.000
Community Manager	\$ 3.360.000	\$ 3.360.000	\$3.360.000	\$3.360.000	\$3.360.000
Total	\$25.202.000	\$17.052.000	\$17.052.000	\$17.052.000	\$17.052.000

4. Plan de Recursos Humanos

4.1 Objetivos Plan Organizacional y de Personal

- Implementar una estrategia eficiente de reclutamiento, selección y contratación de personal, para contar con el capital humano necesario para brindar un servicio de excelencia.
- Alinear a la dotación humana con los objetivos de la organización, misión, visión.
- Integrar en nuestro personal a individuos pertenecientes a la comunidad local (Cajón del Maipo), para hacerlos partícipes de este proyecto.
- Capacitar al personal, para que crezcan en materia profesional.
- Mantener motivados a los trabajadores a través de programas de desarrollo personal, de manera teórica e interactivo.
- Establecer un método de evaluación de desempeño de cada trabajador.
- Distribuir las remuneraciones de manera justa y “equitativa” dentro de la implementación de economía del bien común.
- Incentivar el desarrollo personal, con actividades extra programáticas, y coordinar horarios para que se pueda compatibilizar la relación trabajo/familia.
- Desarrollar un ambiente laboral óptimo para el normal funcionamiento de la organización, de esta manera alcanzar los objetivos comunes, con el capital humano desenvolviéndose en un ambiente cómodo, donde existe la posibilidad de ir mejorando cada vez.

4.2 Cultura de la Organización

Econtainer tiene como objetivo principal, el compromiso con el cuidado y preservación de la naturaleza, es por eso que se convertirá en uno de los hospedajes con mayor grado de sustentabilidad. Adoptando medidas de evolución ecológica, reciclaje, etc.

Todo lo anterior con la intención que los trabajadores y los huéspedes puedan aprender este estilo de vida que nuestro planeta necesita urgentemente, para que así poco a poco personas puedan implementarlo en su diario vivir, cuidando el ecosistema.

Por otra parte, el desarrollo social y la calidad humana es primordial para llevar a cabo lo anterior, es por eso que la empresa se preocupará de que todas y cada una de las personas que trabajen como las que disfruten del servicio, tengan una experiencia de vida, contando con las mismas comodidades que un lugar convencional, sólo que en un sistema amigable con el medio ambiente. Y un ambiente donde los trabajadores se encuentren a gusto para poder brindar un servicio de excelencia.

El clima laboral es un factor importante para que los trabajadores puedan desenvolverse de manera cómoda, y así poder realizar sus funciones, siempre con la colaboración de cada uno para que el objetivo de la organización pueda cumplirse a cabalidad.

Se mantendrá informado al Gerente General sobre todo lo que suceda en el recinto, siempre con el fin de ir mejorando el servicio, la realización de las actividades deportivas y las clases de la relajación. Siempre buscando soluciones a eventuales problemas, de manera anticipada.

Siempre teniendo en cuenta los valores que la organización considera primordiales: Apoyo a la comunidad, consciencia ambiental, compromiso, calidad, entre otros.

4.3 Diseño de la Estructura Organizacional

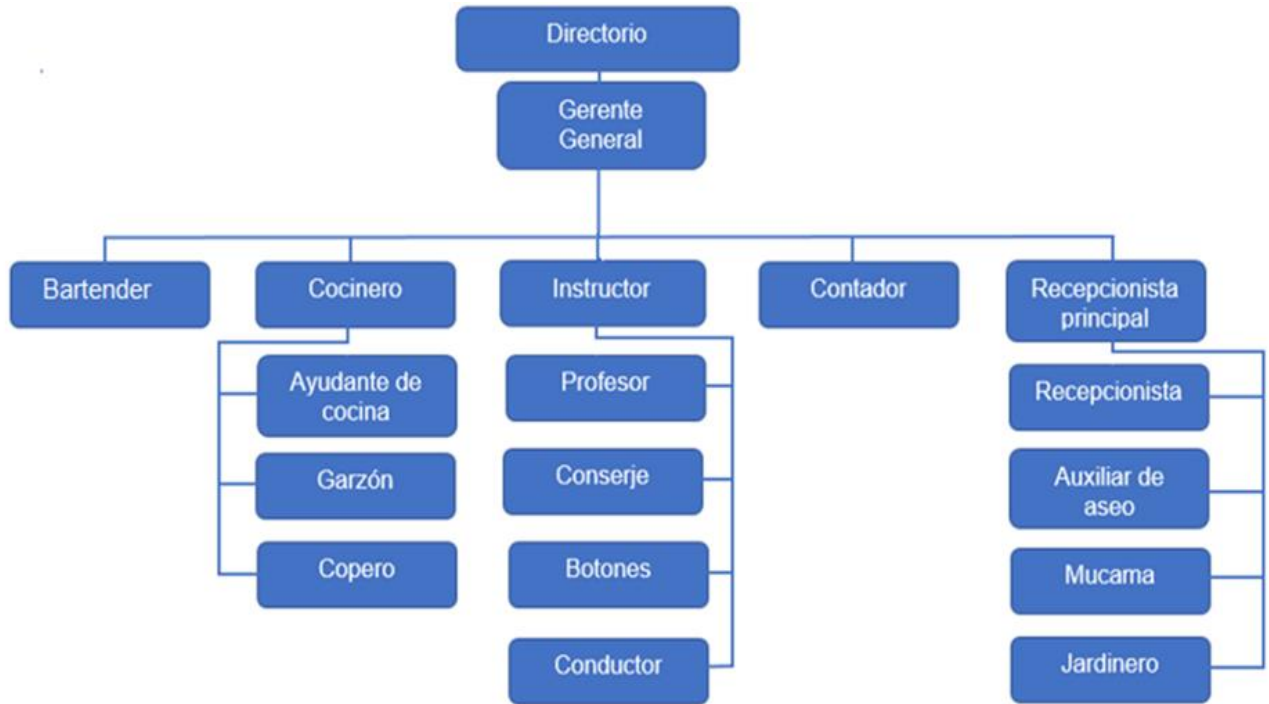
La estructura organizacional de Econtainer cuenta con cuatro niveles jerárquicos. Los cuales se desglosan de la siguiente manera:

- Gerente General o administrador: Es el encargado de administrar el lodge, dirige a cada uno de los empleados para brindar un servicio de excelencia.
- Instructor: Encargado de guiar las actividades de deporte aventura que ofrece el lodge, y mano derecha del gerente general.
- Profesor: Realiza actividades recreativas a huéspedes.
- Recepcionista principal: Da la bienvenida a huéspedes, y apoya directamente a la gerencia.
- Recepcionista: Encargada de dar la bienvenida a los huéspedes y asignar habitaciones según las preferencias de los clientes.

- Jardinero: La persona encargada del cuidado de las plantas, árboles y flores que decoran el lugar.
- Conserje: Encargado de velar por la seguridad tanto de huéspedes como de los trabajadores del lugar
- Conductor: Traslado de pasajeros y trabajadores.
- Cocinero: Encargado de elaborar alimentos, garantizando la calidad y, por lo tanto, la satisfacción del cliente.
- Ayudante de cocina: Asistente del cocinero, apoyo en todas las actividades culinarias necesarias.
- Copero: Encargado de limpiar utensilios de cocina.
- Garzón: Persona que realiza el servicio de entrega de alimentos.
- Barman: Encargado de realización de bebidas.
- Mucama: Persona encargada de mantener limpias y ordenadas las habitaciones del logde
- Auxiliar de aseo: Encargado de mantener la limpieza en los espacios comunes.
- Botones: Persona encargada de recibir el equipaje y trasladarlo
- Contador: Encargado de realizar la contabilidad del logde.
- Prevencionista de riesgos: Persona de apoyo.
- Empresa de marketing: Empresas externas de apoyo.
- Salvavidas: Encargado de mantener la seguridad en la piscina.

Nombrados los cargos necesarios para ECONTAINER; el organigrama sería el siguiente:

Figura 4. 1: Organigrama Econtainer Lodge



Fuente: Elaboración Propia.

4.4 Dotación del Personal

En un horizonte de cinco años se prevé que la organización deberá ir cubriendo cargos a medida que la demanda va en aumento, según la necesidad que ECONTAINER. Dentro de estas necesidades se encuentran tipos de contratos, entre los que encontramos, part time y full time. Para comenzar se necesitarán dos personas que son clave para el posterior desarrollo del negocio, que son el gerente general y el instructor. Posteriormente en el año 1 se cuenta con alrededor de 16 personas que contarán con un contrato full time, mientras que en el quinto año se esperan que exista un aumento de trabajadores, con el mismo tipo de contrato. Las personas contratadas a tiempo parcial en un comienzo son 27, haciendo un total de 45 trabajadores una vez que el proyecto se ponga en marcha.

Existen dos temporadas principales en el lodge, temporada alta y baja, sin embargo la dotación del personal es suficiente y está calificado para cubrir ese aumento de demanda.

Tabla 4. 1: Dotación del**Personal**

	Part time (S - D)	Full time (L-M-M-J-V)
Gerente general		1
Instructor		1
Cocinero	1	1
	1	1
Ayudante de cocina	1	1
	1	1
Copero	1	1
	1	1
Bartender	2	2
Auxiliar de aseo	2	
Mucama	2	
Conserje	1	
Conductor	1	1
	1	1
Jardinero	1	
Recepcionista	1	1
	1	1
	1	1
Botones	1	1
Profesor	1	

Profesor part time	1	
Profesor part time 2	1	
Profesor part time 3	1	
Garzón	1	1
	1	1
Contador	1	
Total	27	18
Total dotación	46	

Fuente: Elaboración propia

Principalmente los turnos correspondientes a los fines de semana, serán ocupados por personal contratado tiempo parcial o part time, cumpliendo como máximo 30 horas semanales con este tipo de contrato. Cabe destacar, que el dictamen n°2598/032 del código del trabajo dice que aquellos colaboradores a tiempo parcial gozarán de todos los demás derechos que contempla el código para los trabajadores a tiempo completo. Sin embargo, se concluyó que “la norma contenida en el inciso 3° del artículo 38 del código del trabajo, sobre descanso compensatorio de los días domingo y festivos laborados, es aplicable los trabajadores contratados con jornada a tiempo parcia, en la medida que la jornada pactada se distribuya en cinco o seis días. Por lo tanto, aquellos empleados contratados exclusivamente para prestar servicios los días correspondientes al fin de semana, no cuentan con los descansos dominicales.

En el siguiente cuadro quedan especificados los turnos correspondientes a los colaboradores full time y aquellos part time:

Tabla 4. 2: Horarios de Trabajadores

	Part Time (S - D)	Full time (L - M - M - J - V)
Gerente general		08:30 - 17:30
Instructor		10:00 - 19:00
Cocinero	07:00 -16:00	07:00 - 15:00
	16:00 - 24:00	16:00 - 24:00
Ayudante de cocina	07:00 -16:00	07:00 -15:00
	16:00 - 24:00	16:00 - 24:00
Copero	07:00 -16:00	07:00 -15:00
	16:00 - 24:00	16:00 - 24:00
Bartener	16:00 - 24:00	16:00 - 24:00
Auxiliar de aseo	08:00 - 17:00	08:00 - 17:00
Mucama	08:00 - 17:00	08:00 - 17:00
Conserje	23:00 - 07:00	23:00 - 07:00
Conductor	07:00 -16:00	07:00 -16:00
	16:00 - 24:00	16:00 - 24:00
Jardinero	08:00 -17:00	L - M -V
Recepcionista	07:00 - 15:00	07:00 - 15:00
	15:00 - 23:00	15:00 - 23:00
	23:00 - 07:00	23:00 - 07:00
Botones	08:00 - 17:00	08:00 - 17:00
Profesor		08:00 - 13:00 (Part time)
Profesor part time	08:00 - 13:00	
Profesor part time 2	10:00 - 18:00	
Profesor part time 3	09:30 - 14:30	
Garzón	07:00 -16:00	07:00 -16:00
	16:00 - 24:00	16:00 - 24:00
Contador	08:00 -17:00	L - M -V

Fuente: Elaboración propia.

El horario de actividades realizadas en el lodge, quedan especificadas en la tabla4.3, junto a la persona que está encargada de desarrollarla.

Tabla 4. 3: Actividades

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
8:00 - 9:00	Yoga	Yoga	Yoga	Yoga	Yoga	Yoga	Yoga
	(Profesor)	(Profesor)	(Profesor)	(Profesor)	(Profesor)	(Profesor part time)	(Profesor part time)
09:30 - 11:30	Hidrogimnasia	Hidrogimnasia	Hidrogimnasia	Hidrogimnasia	Hidrogimnasia	Hidrogimnasia	Hidrogimnasia
	(Profesor)	(Profesor)	(Profesor)	(Profesor)	(Profesor)	(Profesor part time)	(Profesor part time)
10:00 - 15:00	Ruta bicicleta	Ruta bicicleta	Ruta bicicleta	Ruta bicicleta	Ruta bicicleta	Ruta bicicleta	Ruta bicicleta
	(Instructor)	(Instructor)	(Instructor)	(Instructor)	(Instructor)	(Profesor part time 2)	(Profesor part time 2)
10:00 - 14:00	Trekking		Trekking			Trekking	Trekking
	(Profesor part time 3)		(Profesor part time 3)			(Profesor part time 3)	(Profesor part time 3)
12:00 - 13:00	Escalada	Escalada	Escalada	Escalada	Escalada	Escalada	Escalada
	(Profesor)	(Profesor)	(Profesor)	(Profesor)	(Profesor)	(Profesor part time)	(Profesor part time)
16:30 - 18:00	Escalada	Escalada	Escalada	Escalada	Escalada	Escalada	Escalada
	(Instructor)	(Instructor)	(Instructor)	(Instructor)	(Instructor)	(Profesor part time 2)	(Profesor part time 2)

Fuente: Elaboración propia

4.5 Descripción y Especificación de Cargos

ECONTAINER requerirá una dotación de personal de veintitrés trabajadores internos para operar, dentro de los cuales se encuentran: desde El Gerente General, hasta personas para la limpieza. Por lo anterior, los cargos de ECONTAINER se describen y especifican en el Anexo (4.1)

4.6 Estrategia y Costo de reclutamiento, selección y contratación

4.6.1 Reclutamiento

La incorporación de persona en la organización se centrará en encontrar los mejores candidatos, con características y competencias personales específicas que cumplan con el perfil que ECONTAINER quiere imponer.

- Año 0 -1:

Una vez que se inicien las actividades del proyecto, y durante el primer año operativo, se utilizará un método de reclutamiento de fuente externa, donde se segmentará el mercado

para encontrar al personal adecuado.

En el proceso de reclutamiento se relaciona directamente la empresa con el mercado, según las necesidades de la misma, por ejemplo, los cargos que se requieren a corto plazo, es por esto que se aplicaran distintas metodologías que faciliten el desarrollo de esta etapa.

Al momento de dar por iniciadas las operaciones, el directorio procederá al reclutamiento, selección y posterior contratación de un Gerente General, quien será el encargado posteriormente de reclutar, seleccionar y contratar a los demás trabajadores que la organización necesita para funcionar de la mejor manera.

Para el reclutamiento del cargo directivo (Gerencia general), se anunciará en portales de empleo vía internet como: Trabajando.com, Laborum.com, LinkedIn.com, Indeed.cl, bolsa nacional de empleo, económicos del mercurio, entre otras.

Así como se necesita un gerente general al momento de iniciar las actividades, se hace imprescindible la presencia del instructor para que trabaje en conjunto con el gerente. Debido al giro del proyecto, el instructor toma cierto protagonismo al momento de identificar cargos necesarios, implementos, seguridad, capacitaciones, instalaciones, entre otros. Debido a esto, el directorio será responsable del reclutamiento de estos dos cargos.

Para el reclutamiento del instructor, se utilizarán los mismos portales de empleo vía internet, nombrados anteriormente, relaciones empresariales, avisos en el periódico.

Se habilitará un correo propio de la empresa, se donde recibirán los respectivos Curriculum Vitae de los postulantes a ambos cargos.

Una vez que el Gerente General y el instructor estén contratados, son estos mismos los encargados del reclutamiento, selección y posterior contratación. Por ejemplo, para los cargos administrativos se realizará un reclutamiento a través de postulaciones vía plataformas virtuales anteriormente nombradas. Así mismo, anuncios en radios locales, y periódicos formales, y otro tipo de medios locales, como ECONTAINER es un proyecto sustentable, brindar apoyo y contratar gente del sector donde se desarrollará es parte fundamental para poder tener ese sello.

Lo anterior aplica, para recepcionistas, cocineros, ayudantes de cocina, copero, bartender, jardineros, conserjes, botones, auxiliar de aseo, mucama, garzón y conductor, entre otros.

Cabe destacar que para aquellos cargos más especializados la búsqueda se hará el mercado, además de las plataformas virtuales ya nombradas.

- Año 6 en adelante:

Considerando el incremento en la demanda, y el aumento en la participación de mercado, la dotación de personal también aumentará para poder cubrir y satisfacer a cabalidad las necesidades de los huéspedes. Incluso debido a lo anterior la oferta por parte del lodge podría aumentar incluyendo más actividades de las ya estipuladas en este plan de negocios.

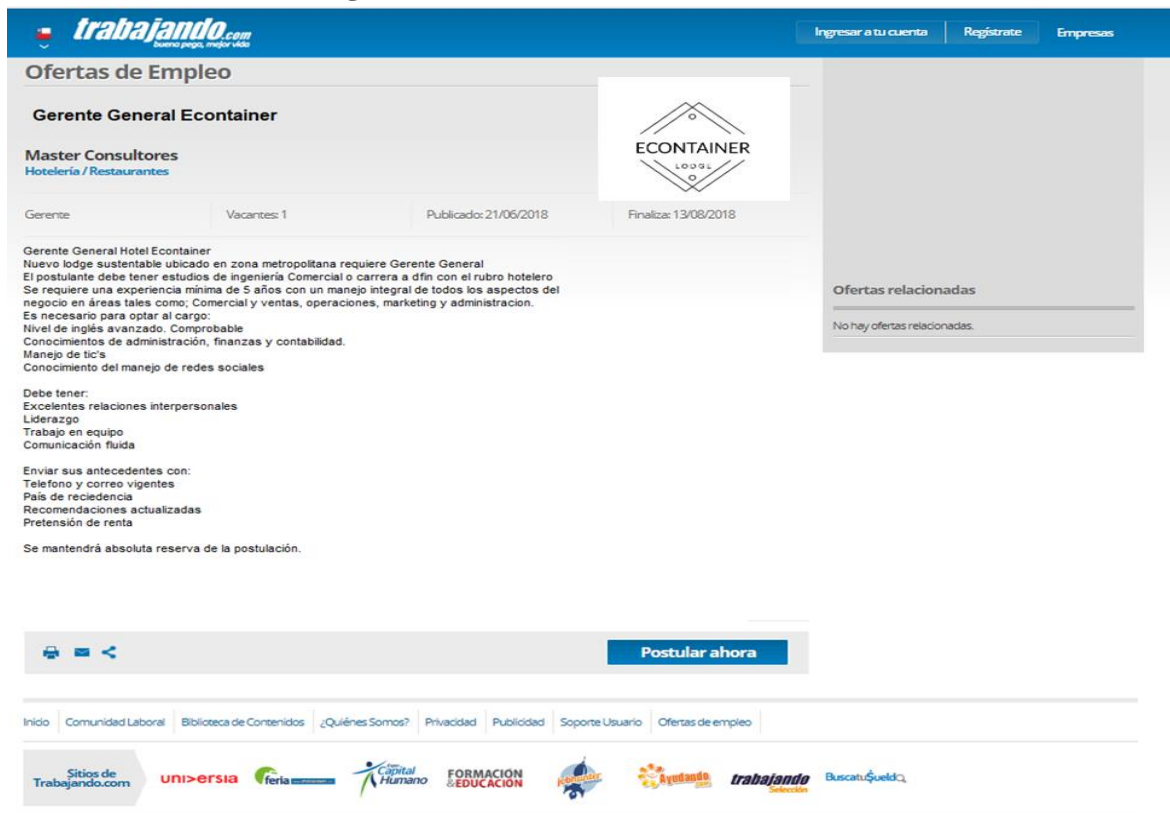
Para los cargos que necesitan menos especialización, se tomarán en cuenta las recomendaciones de los mismos trabajadores, lo que permitirá que colaboren con el crecimiento de la empresa y desarrollo de esta misma, incluso disminuyendo costos del proceso de reclutamiento, agilizando el proceso. Los principales costos asociados a dicho proceso se encuentran en el pago de la publicación en las plataformas virtuales. Al publicar un empleo en LinkedIn se establece un presupuesto diario y se cobrará por el número de veces que se haga click en el anuncio o se fija un precio mensual, este costo asociado será de aproximadamente de \$69.990 + IVA, contando incluso con un ejecutivo que ayude a asesorar la publicación. El costo de un anuncio en la radio local, radio San José de Maipo 105.9 oscila dependiendo de los segundos del anuncio, sacando un promedio sería de \$125.990 + IVA. Las otras plataformas nombradas como afiches, publicaciones en medios locales o recomendaciones no existe un monto cuantificable.

El proceso de reclutamiento se resume a los siguientes cuatro puntos principales:

1. Emisión de requisición de personal.
2. Buscar e identificar candidatos a través de los medios utilizados para el reclutamiento.
3. Atraer y captar candidatos utilizando dichas fuentes.
4. Recepción de solicitudes de empleo.

En la figura 4.2 está representada la publicación a utilizar al momento de reclutar a un gerente general para ECONTAINER, haciendo uso de los portales de empleo ya nombrados anteriormente. Los cuáles serán utilizados para el reclutamiento de los cargos que necesitan más especialización.

Figura 4. 2: Publicación sitio Web



Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 4.4, se identifican los costos de esta etapa, específicamente del anuncio radial, y anuncios en portales de empleo.

Tabla 4.4: Costo reclutamiento

	Precio Unitario	Total
Publicación portal internet	\$ 69.990	\$ 69.9900
Publicación radio	\$ 115.000	\$ 115 000

Fuente: Elaboración Propia

4.6.2 Selección de personal

Para los procesos de selección del personal de la empresa, es importante identificar a aquellos candidatos que parecen contar con las capacidades, y actitud que la organización necesita. Una vez ya contratados, el Gerente General y el instructor deben tener la capacidad de identificar en los candidatos aquello que se busca para los trabajadores de ECONCONTAINER, tomando en consideración todos los datos recopilados en la etapa anterior como un marco de referencia.

Después del análisis de los CV provenientes de la etapa anterior, se procederá a tener contacto con los postulantes que cumplan con el perfil que la organización quiere imponer, para esto, se comunicará vía correo electrónico y vía telefónica para agendar una entrevista.

- Cargos especializados:

Entrevista dirigida: Para los cargos que requieren mayor especialización, conocimiento y tengan una mayor responsabilidad en la empresa, se realizará una entrevista de selección, incorporando preguntas que evalúen la capacidad comunicacional, espontaneidad, aspectos generales de la personalidad.

Pruebas de conocimientos: Una vez hecha la comparación entre los postulantes, a aquellos que se considere que son más idóneos para el cargo, se les aplicará una prueba de conocimientos oral para evaluar las competencias más específicas adquiridas durante los años de estudio, con el fin de evaluar, por ejemplo, la capacidad de solucionar problemas.

En el caso del cocinero, se realizará una prueba práctica para evaluar, por ejemplo, la capacidad de crear un menú con los implementos que serán dados en el momento.

Pruebas psicométricas: Será preciso contar con los servicios de un psicólogo para la selección del personal, si bien el directorio cuenta con las habilidades necesarias para proceder a realizar esta labor e identificar al candidato que representa más el perfil empresa, es necesario, al menos para el cargo de Gerente General e Instructor, identificar las habilidades que serán primordiales para el cargo, por lo anterior, la certeza de esto sólo lo puede brindar un experto en el tema como lo sería en este caso el psicólogo.

La entrevista pondrá en situaciones poco convencionales al candidato para que así demuestre sus aptitudes, como manejo del estrés, comportamientos sociales, entre otros.

Dependiendo de lo anterior, será fácil concluir si posiblemente el candidato esté apto para el cargo postulado.

- Cargos no especializados:

Entrevista dirigida: Ahora bien, para aquellos cargos no especializados la entrevista será un tanto estandarizada, para contar con una visión general del comportamiento y pensamiento de los candidatos, evaluando como se desenvuelven en distintas situaciones de sociabilización, el manejo comunicacional y las competencias blandas necesarias para el puesto requerido.

Pruebas de conocimiento: Existe una prueba de conocimientos un tanto general con preguntas sobre materia social y sustentable, poniendo a prueba la información que se tiene respecto a la utilización de energías renovables, reciclaje, etc. Se considera que este tipo de cargo no necesitan procesos tan estrictos, debido a la responsabilidad que cuentan, pero es importante poder identificar aquellas capacidades como el trabajo en equipo, entonces, como una manera de agilizar el proceso, bastaría con la entrevista y este tipo de prueba.

Los costos asociados al proceso de selección son principalmente, la asesoría que realiza el psicólogo para poder evaluar a los cargos con mayor responsabilidad dentro de la empresa.

El costo correspondiente a una evaluación laboral corresponde a \$120.000 el cual incluye como parte del conjunto un test (Rorschach, Zulliger, TRO, CAT-A, TAT) + Informe + Retroalimentación de la persona evaluada y todas las sesiones respectivas. Según lo pactado, se realiza un descuento del 60% cuando son entrevistas grupales, específicamente más de 3 personas por cargo.

Véase especificación de costos en Anexo (4.2).

4.6.3 Contratación del personal

Se utilizarán dos tipos de contratos a plazo fijo en un comienzo con la posibilidad de renovación, posteriormente se transformará en un contrato indefinido si la persona rinde

como el directorio espera, con todas las competencias necesarias para el desarrollo del cargo, existe del mismo modo, el contrato parcial permanente o part time. Es de suma importancia que los trabajadores de la organización cuenten con un contrato para dar formalidad a su trabajo y mantenerlos comprometidos.

En un comienzo, será el directorio el encargado de confeccionar los contratos tipo que incluirán: la jornada laboral, remuneración, vigencia, incumplimientos, las normas de conducta internas, las cuales deberán ser conocidas y aceptadas por cada uno de los trabajadores. Una vez finalizada la etapa de la realización de contratos, será el Gerente General el encargado de llevar a cabo estas contrataciones y verificar el cumplimiento de estos.

Ver contratos tipos a utilizar por la organización en Anexo 4.3 y 4.4

4.7 Estrategias y costos de socialización

El desarrollo de una estrategia de socialización se enfoca principalmente en planes de inducción, donde en este caso para el Gerente General e instructor será una inducción exhaustiva donde se explica el modelo de negocio, objetivos de este, misión, visión, políticas propias del lodge. Con una semana de inducción, en horario laboral. Posteriormente será el mismo gerente general con apoyo del instructor quien se encargue de realizar este proceso con los demás trabajadores.

El trabajo colaborativo, el manejo del estrés y el servicio al cliente serán los principales temas a trabajar en dicho proceso, existirán tutorías y clases para llevar a cabo y poner en práctica lo aprendido, esto es una manera de definir y detallar las funciones que cada uno debe desarrollar en la unidad de negocio.

Para el resto de los cargos se hará una inducción de 5 horas aproximadamente, durante 4 días a la semana, explicando todo lo nombrado anteriormente y además, explicando los proceso de reciclaje, reutilización, creando una consciencia ambiental en los trabajadores de ECONTAINER, para que no solamente desarrollen estas prácticas en el lodge, si no que sea una manera de cambiar los estilos de vida e implementar estas mismas en las costumbres de cada uno de los integrantes del personal, de este modo ir aportando un cambio de paradigma y de conducta a favor del medioambiente.

Es en este proceso donde las obligaciones, funciones, lineamientos estratégicos y políticas de la empresa se dan a conocer. Todo lo anterior ayuda a ir desarrollando una cultura organizacional que sea apta para el desarrollo del proyecto, fomentando las relaciones interpersonales formales y por sobre todo informales.

4.8 Estrategia y costo de evaluación del desempeño

Es necesario que la empresa sea capaz de formar trabajadores que se adecuen a las políticas de esta misma, introduciéndolos en materias de sustentabilidad y de conciencia medioambiental, comprometidos con todos los aspectos que el proyecto quiere abarcar.

Dado lo anterior la implementación de una evaluación, que compare lo realizado con los objetivos previamente acordados entre el Gerente General y los demás trabajadores, como una manera de generar medidas o indicadores, de todos los integrantes de la organización.

El método de evaluación no necesariamente es una manera de buscar los errores de los trabajadores, al contrario, busca identificar aquellas tareas que están siendo bien realizadas, por lo que se hará un reconocimiento, ahora bien, del mismo modo ayudará a identificar aquellas tareas que tienen un rendimiento débil, así se podrá mejorar continuamente.

Se realiza la evaluación con respecto a las tareas principales que se deben cumplir en cierto plazo estipulado como objetivos de la empresa. Para esto se tomarán en cuenta las actividades fundamentales del cargo para evaluar el desempeño.

Los puntos principales a evaluar son:

- Relaciones interpersonales
 - Indicadores de satisfacción al cliente
1. Para realizar esta evaluación la jefatura, instructor y supervisor directo evalúan el desempeño de los trabajadores, de acuerdo si es más satisfactorio, satisfactorio o menos satisfactorio.
 2. Se realiza un plan de acción, respecto a lo obtenido en la etapa anterior. Posteriormente se define lo que se necesita para cumplir estos objetivos, instrumentos para realizar las tareas, capacitaciones, etc. Mientras el evaluador se

compromete a brindar todo lo necesario para que puedan realizar sus labores, el trabajador se compromete a realizar bien sus actividades.

3. Constantemente se realiza un control y monitoreo, para asegurar el cumplimiento de los objetivos y que de este modo los trabajadores estén comprometidos a realizar lo que más puedan. La etapa de seguimiento.

Se implementa este tipo de evaluación de desempeño, Método de investigación de campo, porque es uno de los más efectivos. Debido a que permite realizar una evaluación imparcial de cada trabajador.

Este método se realizará de forma semestral y durante los primeros años, será implementado por el gerente general, que cuenta con las competencias necesarias para poder evaluar el desempeño de los trabajadores, de manera imparcial. Siempre buscando el logro de los objetivos.

Cómo toda empresa que entrega un servicio, existirá un instrumento para que los clientes puedan hacer sus sugerencias y agradecimientos, de manera, de tener un feedback directo en el lodge.

El método de investigación de campo se especifica en el anexo 4.5.

4.9 Estrategia y costo de capacitación

Para el funcionamiento de la empresa, se necesita que los trabajadores conozcan la dirección y el enfoque que se desea para esta misma, por ello, a modo introductorio se debe realizar ciertas capacitaciones que fomenten la información, habilidades básicas de seguridad en la primera etapa. Posteriormente, estas capacitaciones se enfocarán en la formación de habilidades blandas, conducta, con el propósito de un mejoramiento continuo a nivel organizacional.

Considerando las actividades deportivas que el proyecto ofrece, a ubicación del mismo, es de suma importancia que los integrantes de la organización, conozcan las zonas seguras en caso de alguna eventualidad, por seguridad de ellos mismos y también, de los huéspedes. Incluir también una capacitación de primeros auxilios.

-

- **Primera etapa:**

Para la jefatura y los demás cargos se formulará una capacitación enfocada a la calidad laboral, seguridad y cuidado personal. Como parte de la primera etapa estas capacitaciones estarán encargadas de una empresa externa que brinde los conocimientos necesarios. La duración del curso de primeros auxilios y seguridad se realizará en dos jornadas de 8 horas, donde todos los participantes de la organización deben estar presentes.

Para que todos aquellos que sean parte del proyecto conozcan a cabalidad cual es el enfoque de este, es necesario realizar capacitaciones de acuerdo a la sustentabilidad, reciclaje, etc. Donde encontraremos cursos que explican leyes, modalidades, y conceptos. Con el fin de alinear a los trabajadores con el plan estratégico y la sustentabilidad del proyecto. Los cursos en los que se trabajará son los siguientes:

- Gestión sostenible en la empresa. (Para la jefatura)
- Desarrollo de la sustentabilidad en la organización. (Todos participan)
- Buenas prácticas de cuidado del ambiente en mi empresa y hogar. (Todos participan)
- Responsabilidad social empresarial: lineamientos e interpretación de la norma ISO 26.000. (Jefatura)

Estos son algunos de los cursos que la empresa brindará, incluso en ocasiones separados por área. Ahora bien, es importante que todos participen, y cuando esto suceda serán clases presenciales. Para aquellos cursos que solo corresponden a la jefatura, existirá la opción de que sea e-learning a través de plataformas virtuales.

- **Fase empresa en marcha (año 6):**

Se realizarán constantes capacitaciones respecto a las habilidades que se quiere desarrollar como empresa, para mejorar el ambiente laboral. Lo anterior se puede identificar con la evaluación del desempeño, para reforzar aquello que se reconoce como alguna debilidad del tipo organizacional. El perfeccionamiento es una oportunidad que se brindará a los trabajadores de todo tipo de rango. De esta manera las competencias organizacionales, calidad laboral, desarrollo de relaciones laborales, ayudaran a una constante mejora en el servicio. Posteriormente se procederá a control y evaluación respectiva.

Cursos de mejoramiento de servicio, serán necesarios una vez que la demanda vaya aumentando. La organización tendrá entre otros, una ventaja competitiva en la calidad de servicio, por lo que se debe reforzar siempre.

La evaluación y control de los resultados estará a cargo de la jefatura, donde se generarán informes de acuerdo a los objetivos logrados.

Los cursos nombrados anteriormente tienen un costo promedio de 142.000 pesos por persona que participe en las clases, debido a esto es que aparece una pequeña especificación de quienes forman parte en los distintos temas a abordar. Véase Anexo 4.6 Costo capacitaciones

4.10 Estrategia y costo de Higiene y Seguridad Industrial

El programa de higiene y seguridad abarcará todas las áreas de la organización, basándose en el cuidado y resguardo de los trabajadores de acuerdo a las normas legales. A continuación, algunos de los principales puntos:

- Ambiente de trabajo: Se identifican los implementos de trabajo, necesarios para la protección tanto de los trabajadores como de los huéspedes. La ley 16.744 sobre accidentes de trabajo y enfermedades profesionales. Se entregarán protectores solares para aquellos que realicen su trabajo en el exterior del logde, la iluminación será la óptima para los trabajos de oficinas, en la cocina contarán con todos los implementos.

Se identificarán las áreas de seguridad en caso de terremoto, aluviones, incendios, formando un plan de contingencia interno. Las medidas adoptadas se evaluarán constantemente.

- Ambiente psicológico: Una mejora entre las relaciones de trabajo, es el objetivo, y para ello la jefatura toma un rol fundamental, velar por el desarrollo de estas relaciones interpersonales. Por eso las capacitaciones relacionadas al liderazgo, trabajo en equipo y clima laboral, serán implementadas.

Los implementos utilizados, sillas, camas, etc. Serán de alta calidad para asegurar que tanto huéspedes como trabajadores cuenten con excelentes parámetros en la calidad de este tipo de material y así desarrollen sus tareas de manera óptima.

Se hará uso del cuestionario SUSESO/ISTAS 21, que mide las condiciones organizacionales que pueden afectar a las personas. En general tiene relación con los factores de riesgos psicosociales que pueden presentarse en la organización.

Los principales ítems que evalúa son los siguientes:

1. Exigencias psicológicas en el trabajo.
2. Trabajo activo y desarrollo de habilidades.
3. Apoyo social en la empresa y calidad del liderazgo.
4. Compensaciones.
5. Doble presencia

Será implementado por el gerente general con la ayuda del instructor, durante horario de trabajo, se cuenta con un máximo de 30 minutos para realizar el cuestionario. Una vez finalizado, se hará una reunión para dar a conocer los resultados, con la retroalimentación correspondiente.

Véase en anexo 4.7: cuestionario.

4.11 Estrategia de motivación y desarrollo personal

Según Herzberg, existen dos factores, los factores higiénicos (insatisfacción) y los factores motivacionales (satisfacción).

Dentro de los factores higiénicos tenemos el contexto del cargo de la persona, como se siente el individuo en relación a la empresa, las condiciones de trabajo, el salario, relaciones interpersonales, y beneficios sociales. Cuyos factores si no están en la organización producen una insatisfacción. Por el contrario, dentro de los factores motivacionales, se encuentra el cargo en sí, la relación que tiene el individuo con su cargo, el reconocimiento, progreso profesional y la responsabilidad.

Dado a lo anterior, tomando en cuenta la teoría de Herzberg, dentro de ECONTAINER podemos identificar ambos tipos de factores.

El proceso de desarrollo del personal y de motivación estará conformado por instancias dedicadas a los cargos más bajos de la estructura organizacional y también, un trabajo en conjunto.

Como organización se deben tomar en cuenta las opiniones de los mismos trabajadores, sobre todo porque están en constante contacto con los huéspedes, por lo que podrían identificar aquellas debilidades. Para eso las reuniones de personal se harán dos veces al mes, así las instancias para colaborar con el desarrollo de la organización serán más formales.

Este es un tipo de estrategia para que los cargos que se podrían considerar como sólo subordinados, puedan sentir que su opinión es escuchada por los altos cargos y que generan cierto aporte a la organización, por lo que se espera que la participación siempre sea activa en estas instancias. Identificando esto como factores de satisfacción, pero que es de suma importancia la presencia en la organización.

Otra manera de mantener a los empleados motivados y alineados con las estrategias a utilizar como organización, como factores motivacionales, se detallan en los siguientes puntos:

- Sueldos justos.
- Buen ambiente laboral.
- Reconocimiento de logros.
- Participación en toma de decisiones.
- Capacitaciones y desarrollo personal.
- Actividades extraordinarias.
- Baja rotación del personal

Se realizarán actividades para los colaboradores de la organización como manera de afianzar las relaciones interpersonales, mejorar el clima laboral, incluso habrá paseos de fin de año, donde pueden incluir a las familias. Para ECONTAINER es importante que el

tiempo trabajo-familia sea bien repartido y se puedan aprovechar ambas instancias, para que de este modo la participación de los trabajadores sea activa siempre.

4.12 Estrategias y costo de compensaciones

El salario mensual estipulado para cada trabajador de ECONTAINER será definido entre el salario promedio del mercado y lo que, según la fundación Sol debiese ser el salario mínimo para todos los trabajadores.

Según datos de Fundación Sol, Chile, actualmente, ha fijado una línea de la pobreza por ingresos para un hogar promedio de 4 personas en \$412.369. Esta cifra supera con creces el valor del salario mínimo líquido.

Para la determinación de cargos, la utilización de portales de empleos tales como, indeed, neuvoo, entre otros, que cuentan con la participación de miles de usuarios, lo que ayuda a actualizar la información.

El cálculo salarial para cargos de medio tiempo implementado por el lodge, se explica de la siguiente manera:

Si el sueldo promedio de mercado de una mucama es de \$320.000 según estos portales. Como organización existe el compromiso de contar con salarios justos, por lo que el salario mínimo para una persona que este tiempo completo cumpliendo su rol es lo expresado anteriormente por la fundación sol, en este caso se fijó que el salario a recibir para el cargo de mucama es de \$415.000.

Entonces, para el cálculo de remuneración de la mucama del lodge, quien trabaja horario parcial, específicamente 25 horas semanales, se calcula en base al sueldo fijado anteriormente.

En conclusión, el cálculo realizado es el siguiente:

El sueldo del lodge es de \$415.000 pesos, se consideran las 8 horas diarias, 40 horas semanales y las 160 horas al mes, para calcular el valor de una hora de trabajo del cargo.

En este caso sería de \$2593,75 por hora. Considerando que diariamente la mucama trabaja 5 horas, 25 horas semanales y 100 horas mensuales, el cálculo sería $\$2593,75 \times 100 = 259.375$ al mes.

De esta manera se calculan las remuneraciones de la mayoría de los trabajadores de ECONTAINER, así mismo el sueldo de la jefatura, en este caso Gerente general e Instructor, fueron también, sacados de portales de empleo, y ajustándose a lo que la empresa considera justo. No debe existir una brecha salarial muy grande entre aquellos que ganan mas con aquellos que ganan menos.

La tabla 4.5 contiene la estimación de sueldos de la organización, comparando con sueldos de mercado y con el cálculo de los trabajadores de tiempo parcial, según lo nombrado anteriormente.

Tabla 4.5: Estimación de sueldos.

	Sueldo promedio	Mínimo	Fundación	Sueldo full time	Sueldo part time
		Sol full time			
Gerente general	2100000	413000		1500000	-
Instructor	636430	413000		1200000	-
Cocinero	534712	413000		600000	240000
		413000		600000	240000
Ayudante de cocina	303287	413000		510000	204000
		413000		510000	204000
Copero	294968	413000		420000	168000
		413000		420000	168000
Bartender	320000	413000		450670	180268
		413000		450670	180268
Auxiliar de aseo	308399	413000		415000	259375
		413000			103750
Mucama	320000	413000		415000	259375
					103750
Conserje	395000	413000		430000	172000

Conductor	404943	413000	450000	180000
			450000	180000
Jardinero	323250	413000	435500	261300
Recepcionista P	500000	413000	510000	198000
Recepcionista	500000	413000	495000	198000
			495000	198000
Botones	349918	413000	437000	174800
Profesor	636430	413000	610980	381863
Profesor part time	636430	413000	610980	152745
Profesor part time 2	636430	413000	610980	244392
Profesor part time 3	636430	413000	610980	305490
Garzón	333508	413000	437000	174800
	333508	413000	437000	174800
Contador	881658	413000	800000	480000
Salvavidas	400000	413000	415000	311250
		413000	415000	124500
		Total	15311760	6222726
Total - referencia			11602340	
		Total remuneraciones mensuales	17825066	
Total Anual			213900786	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4.6: Sueldos brutos mensual- anual.

	Cantidad	Sueldo mensual	Total mensual	Total anual
Gerente General	1	1.500.000	1.500.000	18.000.000
Instructor	1	1.200.000	1.200.000	14.400.000
Cocinero	2	600.000	1.200.000	14.400.000
Cocinero part time	2	240.000	480.000	5.760.000
Ay. Cocina	2	510.000	1.020.000	12.240.000
Ay. Cocina part time	2	204.000	408.000	4.896.000
Copero	2	420.000	840.000	10.080.000

Copero part time	2	168.000	336.000	4.032.000
Bartender	2	450.670	901.340	10.816.080
Bartender part time	2	180.268	360.536	4.326.432
Aux aseo L - V	1	259.375	259.375	3.112.500
Aux aseo S - D	1	103.750	103.750	1.245.000
Mucama L-V	1	259.375	259.375	3.112.500
Mucama S-D	1	103.750	103.750	1.245.000
Conserje L-V	1	430.000	430.000	5.160.000
Conserje S-D	1	172.000	172.000	2.064.000
Conductor	2	450.000	900.000	10.800.000
Conductor part time	2	180.000	360.000	4.320.000
Jardinero	1	261.300	261.300	3.135.600
Recepcionista principal	1	510.000	510.000	6.120.000
Recepcionista	2	495.000	990.000	11.880.000
Recepcionista part time	3	198.000	594.000	7.128.000
Botones	1	437.000	437.000	5.244.000
Botones part time	1	174.800	174.800	2.097.600
Profesor	1	381.863	381.863	4.582.350
Profesor part time 1	1	152.745	152.745	1.832.940
Profesor part time 2	1	244.392	244.392	2.932.704
Profesor part time 3	1	305.490	305.490	3.665.880
Garzón	2	437.000	874.000	10.488.000
Garzón part time	2	174.800	349.600	4.195.200
Contador	1	480.000	480.000	5.760.000
Salvavidas part time L-V	1	311.250	311.250	1.556.250
Salvavidas part time S-D	1	124.500	124.500	622.500
			Total bruto anual	168850536

Fuente: elaboración propia.

Como organización, ECONTAINER entregará a sus trabajadores una asignación por colación, calculada en base a \$3000 por almuerzo, esto multiplicado por los 5 días semanales, 20 días trabajados al mes, o los 2 días trabajados (sábado-domingo), 8 días al mes.

No hay asignación por transporte o movilización, ya que la misma empresa cuenta con vehículos para la movilización de sus trabajadores, cuando se realizan los cambios de turno.

Se calculan también, las gratificaciones Legales de cada trabajador según el sueldo bruto determinado para cada cargo y los descuentos correspondientes previsionales, tanto social como de salud, del seguro de cesantía y del impuesto único de segunda categoría. Las cotizaciones para todos los trabajadores se realizarán en la AFP Plan Vital y Fonasa.

Tabla 4.7: Cálculo gratificaciones.

Gratificaciones	1609250	1309250	709250	709250	300000	300000	619250	619250	255000	255000
	Gerente General	Instructor	Cocinero turno 1	Cocinero turno 2	Cocinero part time 1	Conicero part time 2	Ay cocina turno 1	Ay cocina turno 2	Ay cocina part time 1	Ay cocina part time 2
Sueldo base	1.500.000	1.200.000	600.000	600.000	240.000	240.000	510.000	510.000	204.000	204.000
25% del sueldo	375000	300000	150000	150000	60000	60000	127500	127500	51000	51000
4,75 x sueldo mínimo	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250
MIN	109250	109250	109250	109250	60000	60000	109250	109250	51000	51000
Gratificaciones	525.000	525.000	210.000	210.000	559.920	559.920	225.335	225.335	325.516	129688
	Copero turno 1	Copero turno 2	Copero part time 1	Copero part time 2	Bartender barra 1	Bartender barra 2	Bartender part time 1	Bartender part time 2	Aux de aseo semana	Aux aseo fin de semana
Sueldo base	420.000	420.000	168.000	168.000	450.670	450.670	180.268	180.268	259.375	103.750
25% del sueldo	105000	105000	42000	42000	112668	112668	45067	45067	66141	25938
4,75 x sueldo mínimo	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250
MIN	109000	105000	42000	42000	109250	109250	45067	45067	66141	25938
Gratificaciones	324219	129688	537500	215000	559250	559250	225000	225000	326625	619250
	Mucama semana	Mucama fin de semana	Conserje semana	Conserje fin de semana	Conductor turno 1	Conductor turno 2	Conductor part time 1	Conductor part time 2	Jardinero	Recepcionista principal
Sueldo base	259375	103750	430000	172000	450000	450000	180000	180000	261300	510000
25% del sueldo	64844	25938	107500	43000	112500	112500	45000	45000	65325	127500
4,75 x sueldo mínimo	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250
MIN	64844	25938	107500	43000	109250	109250	45000	45000	65325	109250
Gratificaciones	604250	604250	247500	247500	247500	546250	218500	477329	190931	305490
	Recepcionista turno 2	Recepcionista turno 3	Recepcionista part time 1	Recepcionista part time 2	Recepcionista part time 3	Botones turno semana	Botones turno fds	Profesor	Profesor part time	Profesor part time 2
Sueldo base	495000	495000	198000	198000	198000	437000	174800	381863	152745	244392
25% del sueldo	123750	123750	49500	49500	49500	109250	43700	95466	38186	61098
4,75 x sueldo mínimo	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250
MIN	109250	109250	49500	49500	49500	109250	43700	95466	38186	61098
Gratificaciones	381863	546250	546250	218500	218500	589250				
	Profesor part time 3	Garzon turno 1	Garzón turno 2	Garzón part time 1	Garzón part time 2	Contador	Salvavidas L-V	Salvavidas S-D		
Sueldo base	305490	437000	437000	174800	174800	480000	311250	124500		
25% del sueldo	76373	109250	109250	43700	43700	120000	77813	31125		
4,75 x sueldo mínimo	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250	109250		
MIN	76373	109250	109250	43700	43700	109250	77813	31125		

Fuente: elaboración propia

Tabla 4.8: Cálculo previsión social por cargo y total según dotación.

AFP				2	2	2
	Gerente General	Instructor	Cocinero	Cocinero part time	Ay. Cocina	
Total imponible	1609250	1309250	709250	300000	619250	
10% del total imponible	160925	130925	70925	30000	61925	
0,41% de comisión	6598	5368	2908	1230	2539	
Total	167523	136293	73833	31230	64464	
		Total dotación	147666	62460	128928	

	2	2	2	2	2	2
Ay. Cocina part time	Copero	Copero part time	Bartender	Bartender part time	Aux aseo L - V	
255000	525000	210000	559920	225335	325516	
25500	52500	21000	55992	22534	32551,6	
1046	2153	861	2296	924	1335	
26546	54653	21861	58288	23457	33886	
53091	109305	43722	116575	46915		

					2	2
Aux aseo S - D	Mucama L-V	Mucama S-D	Conserje L-V	Conserje S-D	Conductor	Conductor part time
129688	324219	129688	537500	215000	559250	225000
12969	32422	12969	53750	21500	55925	22500
532	1329	532	2204	882	2293	923
13501	33751	13501	55954	22382	58218	23423
					116436	46845

			2	3		
Jardinero	Recepcionista principal	Recepcionista	Recepcionista part time	Botones	Botones part time	
326625	619250	604250	247500	546250	218500	
32662,5	61925	60425	24750	54625	21850	
1339	2539	2477	1014,75	2240	896	
34002	64464	62902	25764,75	56865	22746	
		125805	77294,25			

				2	2
Profesor	Profesor part time 1	Profesor part time 2	Profesor part time 3	Garzón	Garzón part time
477329	190931	305490	381863	546250	218500
47733	19093	30549	38186	54625	21850
1957	783	1253	1566	2240	896
49690	19876	31802	39752	56865	22746
				113729,25	45492

Contador	Salvavidas L-V	Salvavidas S-D
589250	389063	155625
58925	38906	15563
2416	1595	638
61341	40501	16201

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4.9: Cálculo previsión de salud por cargo y total según dotación. (Con un valor de UF 26.808,5)

FONASA				2	2	2
	Gerente General	Instructor	Cocinero	Cocinero part time	Ay. Cocina	
Total imponible	1609250	1309250	709250	300000	619250	
7% total imponible	112648	91648	49648	21000	43348	
7% de 78,3 UF	146937	146937	146937	146937	146937	
Mínimo	112648	91648	49648	21000	43348	
			99295	42000		86695

	2	2	2	2	2	
Ay. Cocina part time	Copero	Copero part time	Bartender	Bartender part time	Aux aseo L - V	
255000	525000	210000	559920	225335	325516	
17850	36750	14700	39194	15773	22786	
146937	146937	146937	146937	146937	146937	
17850	36750	14700	39194	15773	22786	
35700	73500	29400	78388,8	31546,9		

					2	2
Aux aseo S - D	Mucama L-V	Mucama S-D	Conserje L-V	Conserje S-D	Conductor	Conductor part time
129688	324219	129688	537500	215000	559250	225000
9078	22695	9078	37625	15050	39148	15750
146937	146937	146937	146937	146937	146937	146937
9078	22695	9078	37625	15050	39148	15750
					78295	31500

		2	3		
Jardinero	Recepcionista principal	Recepcionista	Recepcionista part time	Botones	Botones part time
326625	619250	604250	247500	546250	218500
22864	43348	42298	17325	38238	15295
146937	146937	146937	146937	146937	146937
22864	43348	42298	17325	38238	15295
		84595	51975		

				2	2
Profesor	Profesor part time 1	Profesor part time 2	Profesor part time 3	Garzón	Garzón part time
477329	190931	305490	381863	546250	218500
33413	13365	21384	26730	38238	15295
146937	146937	146937	146937	146937	146937
33413	13365	21384	26730	38238	15295
				76475	30590

Contador	Salvavidas L-V	Salvavidas S-D
589250	389063	155625
41248	27234	10894
146937	146937	146937
41248	27234	10894

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4.10: Cálculo seguro de cesantía por cargo y total según dotación.

Seguro Cesantía	2		2		2
	Gerente General	Instructor	Cocinero	Cocinero part time	Ay. Cocina
Total imponible	1609250	1309250	709250	300000	619250
0,6% del total imponible	9655,5	7855,5	4255,5	1800	3715,5
TOTAL	9655,5	7855,5	4255,5	1800	3715,5
		Total dotacion	8511	3600	7431

2		2		2		2	
Ay. Cocina part time	Copero	Copero part time	Bartender	Bartender part time	Aux aseo L - V		
255000	525000	210000	559920	225335	325516		
1530	3150	1260	3360	1352	1953		
1530	3150	1260	3360	1352	1953		
3060	6300	2520	6719	2704			

				2		2
Aux aseo S - D	Mucama L-V	Mucama S-D	Conserje L-V	Conserje S-D	Conductor	Conductor part time
129688	324219	129688	537500	215000	559250	225000
778	1945	778	3225	1290	3356	1350
778	1945	778	3225	1290	3356	1350
					6711	2700

		2		3	
Jardinero	Recepcionista principal	Recepcionista	Recepcionista part time	Botones	Botones part time
326625	619250	604250	247500	546250	218500
1959,75	3715,5	3625,5	1485	3278	1311
1959,75	3715,5	3625,5	1485	3278	1311
		7251	4455		

				2		2
Profesor	Profesor part time 1	Profesor part time 2	Profesor part time 3	Garzón	Garzón part time	
477329	190931	305490	381863	546250	218500	
2864	1146	1833	2291	3278	1311	
2864	1146	1833	2291	3278	1311	
				6555	2622	

Contador	Salvavidas L-V	Salvavidas S-D
589250	389063	155625
3535,5	2334	934
3535,5	2334	934

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.11: Cálculo impuesto único de segunda categoría por cargo.

Imp segunda categoría		
	Gerente General	Instructor
Base tributable	1319424	1073454
Tramo	2	2
Factor	4%	4%
Imp. Determinado	52777	42938
Rebaja	25748	25748
Impuesto único	27029	17190

Fuente: elaboración propia.

Monto de cálculo del impuesto único de segunda categoría según julio de 2018.

Julio 2018

Monto de Cálculo del Impuesto Único de Segunda Categoría					
Períodos	Monto de la renta líquida imponible		Factor	Cantidad a rebajar	Tasa de Impuesto Efectiva, máxima por cada tramo de Renta
	Desde	Hasta			
MENSUAL	--	\$ 643.693,50	Exento	--	Exento
	\$ 643.693,51	\$ 1.430.430,00	0,04	\$ 25.747,74	2,20%
	\$ 1.430.430,01	\$ 2.384.050,00	0,08	\$ 82.964,94	4,52%
	\$ 2.384.050,01	\$ 3.337.670,00	0,135	\$ 214.087,69	7,09%
	\$ 3.337.670,01	\$ 4.291.290,00	0,23	\$ 531.166,34	10,62%
	\$ 4.291.290,01	\$ 5.721.720,00	0,304	\$ 848.721,80	15,57%
	\$ 5.721.720,01	Y MÁS	0,35	\$ 1.111.920,92	MÁS DE 15,57%

Fuente: http://www.sii.cl/valores_y_fechas/impuesto_2da_categoria/impuesto2018.htm

Tabla 4.12: Cálculo de remuneraciones líquidas mensuales y total mensual según dotación

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	4.037.185	16.238.741	16.238.741	16.238.741	16.238.741	16.238.741
Instructor	3.348.792	13.395.167	13.395.167	13.395.167	13.395.167	13.395.167
Cocinero	-	15.396.338	15.396.338	15.396.338	15.396.338	15.396.338
Cocinero part time	-	6.479.280	6.479.280	6.479.280	6.479.280	6.479.280
Ay. Cocina	-	13.625.354	13.625.354	13.625.354	13.625.354	13.625.354
Ay. Cocina part time	-	5.993.788	5.993.788	5.993.788	5.993.788	5.993.788
Copero	-	11.770.740	11.770.740	11.770.740	11.770.740	11.770.740
Copero part time	-	4.708.296	4.708.296	4.708.296	4.708.296	4.708.296
Barrendero	-	12.457.882	12.457.882	12.457.882	12.457.882	12.457.882
Bartender part time	-	5.010.052	5.010.052	5.010.052	5.010.052	5.010.052
Aux.aseo L-V	-	3.922.687	3.922.687	3.922.687	3.922.687	3.922.687
Aux.aseo S-D	-	1.563.974	1.563.974	1.563.974	1.563.974	1.563.974
Mucama L-V	-	3.909.526	3.909.526	3.909.526	3.909.526	3.909.526
Mucama S-D	-	1.563.974	1.563.974	1.563.974	1.563.974	1.563.974
Consejero L-V	-	6.008.355	6.008.355	6.008.355	6.008.355	6.008.355
Consejero S-D	-	2.403.342	2.403.342	2.403.342	2.403.342	2.403.342
Conductor	-	12.444.098	12.444.098	12.444.098	12.444.098	12.444.098
Conductor part time	-	5.003.460	5.003.460	5.003.460	5.003.460	5.003.460
Jardinero	-	3.645.598	3.645.598	3.645.598	3.645.598	3.645.598
Recepcionista principal	-	6.812.677	6.812.677	6.812.677	6.812.677	6.812.677
Recepcionista part time	-	13.330.190	13.330.190	13.330.190	13.330.190	13.330.190
Botones	-	8.169.309	8.169.309	8.169.309	8.169.309	8.169.309
Botones part time	-	6.135.955	6.135.955	6.135.955	6.135.955	6.135.955
Profesor	-	2.437.778	2.437.778	2.437.778	2.437.778	2.437.778
Profesor part time 1	-	3.416.345	3.416.345	3.416.345	3.416.345	3.416.345
Profesor part time 2	-	2.156.532	2.156.532	2.156.532	2.156.532	2.156.532
Profesor part time 3	-	3.293.655	3.293.655	3.293.655	3.293.655	3.293.655
Garrón	-	4.333.074	4.333.074	4.333.074	4.333.074	4.333.074
Garrón part time	-	12.188.889	12.188.889	12.188.889	12.188.889	12.188.889
Contador	-	4.875.536	4.875.536	4.875.536	4.875.536	4.875.536
Subavidas part time L-V	-	6.229.513	6.229.513	6.229.513	6.229.513	6.229.513
Subavidas part time S-D	-	1.515.969	1.515.969	1.515.969	1.515.969	1.515.969
TOTAL REMUNERACIONES	7.490.977	222.623.480	222.623.480	222.623.480	222.623.480	222.623.480
Gerente General	\$802.585	\$2.010.275	\$2.010.275	\$2.010.275	\$2.010.275	\$2.010.275
Instructor	\$408.879	\$1.635.515	\$1.635.515	\$1.635.515	\$1.635.515	\$1.635.515
Cocinero	-	\$1.771.990	\$1.771.990	\$1.771.990	\$1.771.990	\$1.771.990
Cocinero part time	-	\$749.520	\$749.520	\$749.520	\$749.520	\$749.520
Ay. Cocina	-	\$1.547.134	\$1.547.134	\$1.547.134	\$1.547.134	\$1.547.134
Ay. Cocina part time	-	\$637.092	\$637.092	\$637.092	\$637.092	\$637.092
Copero	-	\$1.311.660	\$1.311.660	\$1.311.660	\$1.311.660	\$1.311.660
Copero part time	-	\$524.664	\$524.664	\$524.664	\$524.664	\$524.664
Barrendero	-	\$1.398.904	\$1.398.904	\$1.398.904	\$1.398.904	\$1.398.904
Bartender part time	-	\$562.977	\$562.977	\$562.977	\$562.977	\$562.977
Aux.aseo L-V	-	\$406.635	\$406.635	\$406.635	\$406.635	\$406.635
Aux.aseo S-D	-	\$162.006	\$162.006	\$162.006	\$162.006	\$162.006
Mucama L-V	-	\$405.014	\$405.014	\$405.014	\$405.014	\$405.014
Mucama S-D	-	\$162.006	\$162.006	\$162.006	\$162.006	\$162.006
Consejero L-V	-	\$671.445	\$671.445	\$671.445	\$671.445	\$671.445
Consejero S-D	-	\$268.578	\$268.578	\$268.578	\$268.578	\$268.578
Conductor	-	\$1.397.230	\$1.397.230	\$1.397.230	\$1.397.230	\$1.397.230
Conductor part time	-	\$562.140	\$562.140	\$562.140	\$562.140	\$562.140
Jardinero	-	\$408.020	\$408.020	\$408.020	\$408.020	\$408.020
Recepcionista principal	-	\$773.567	\$773.567	\$773.567	\$773.567	\$773.567
Recepcionista	-	\$1.509.628	\$1.509.628	\$1.509.628	\$1.509.628	\$1.509.628
Recepcionista part time	-	\$927.531	\$927.531	\$927.531	\$927.531	\$927.531
Botones	-	\$682.176	\$682.176	\$682.176	\$682.176	\$682.176
Botones part time	-	\$272.950	\$272.950	\$272.950	\$272.950	\$272.950
Profesor	-	\$596.279	\$596.279	\$596.279	\$596.279	\$596.279
Profesor part time 1	-	\$238.511	\$238.511	\$238.511	\$238.511	\$238.511
Profesor part time 2	-	\$381.618	\$381.618	\$381.618	\$381.618	\$381.618
Profesor part time 3	-	\$477.023	\$477.023	\$477.023	\$477.023	\$477.023
Garrón	-	\$1.364.751	\$1.364.751	\$1.364.751	\$1.364.751	\$1.364.751
Garrón part time	-	\$545.900	\$545.900	\$545.900	\$545.900	\$545.900
Contador	-	\$718.091	\$718.091	\$718.091	\$718.091	\$718.091
Subavidas part time L-V	-	\$162.006	\$162.006	\$162.006	\$162.006	\$162.006
Subavidas part time S-D	-	\$64.802	\$64.802	\$64.802	\$64.802	\$64.802
TOTAL DESCUENTO AFP	\$911.448	\$26.325.870	\$26.325.870	\$26.325.870	\$26.325.870	\$26.325.870
Gerente General	\$17.944	\$1.353.770	\$1.353.770	\$1.353.770	\$1.353.770	\$1.353.770
Instructor	\$74.941	\$1.099.770	\$1.099.770	\$1.099.770	\$1.099.770	\$1.099.770
Cocinero	-	\$1.191.540	\$1.191.540	\$1.191.540	\$1.191.540	\$1.191.540
Cocinero part time	-	\$504.000	\$504.000	\$504.000	\$504.000	\$504.000
Ay. Cocina	-	\$1.040.340	\$1.040.340	\$1.040.340	\$1.040.340	\$1.040.340
Ay. Cocina part time	-	\$428.400	\$428.400	\$428.400	\$428.400	\$428.400
Copero	-	\$882.000	\$882.000	\$882.000	\$882.000	\$882.000
Copero part time	-	\$352.800	\$352.800	\$352.800	\$352.800	\$352.800
Barrendero	-	\$940.666	\$940.666	\$940.666	\$940.666	\$940.666
Bartender part time	-	\$378.563	\$378.563	\$378.563	\$378.563	\$378.563
Aux.aseo L-V	-	\$273.433	\$273.433	\$273.433	\$273.433	\$273.433
Aux.aseo S-D	-	\$108.938	\$108.938	\$108.938	\$108.938	\$108.938
Mucama L-V	-	\$272.344	\$272.344	\$272.344	\$272.344	\$272.344
Mucama S-D	-	\$108.938	\$108.938	\$108.938	\$108.938	\$108.938
Consejero L-V	-	\$451.500	\$451.500	\$451.500	\$451.500	\$451.500
Consejero S-D	-	\$160.600	\$160.600	\$160.600	\$160.600	\$160.600
Conductor	-	\$939.540	\$939.540	\$939.540	\$939.540	\$939.540
Conductor part time	-	\$378.000	\$378.000	\$378.000	\$378.000	\$378.000
Jardinero	-	\$274.365	\$274.365	\$274.365	\$274.365	\$274.365
Recepcionista principal	-	\$520.170	\$520.170	\$520.170	\$520.170	\$520.170
Recepcionista	-	\$1.015.140	\$1.015.140	\$1.015.140	\$1.015.140	\$1.015.140
Recepcionista part time	-	\$623.700	\$623.700	\$623.700	\$623.700	\$623.700
Botones	-	\$438.850	\$438.850	\$438.850	\$438.850	\$438.850
Botones part time	-	\$183.540	\$183.540	\$183.540	\$183.540	\$183.540
Profesor	-	\$400.956	\$400.956	\$400.956	\$400.956	\$400.956
Profesor part time 1	-	\$160.382	\$160.382	\$160.382	\$160.382	\$160.382
Profesor part time 2	-	\$256.612	\$256.612	\$256.612	\$256.612	\$256.612
Profesor part time 3	-	\$320.765	\$320.765	\$320.765	\$320.765	\$320.765
Garrón	-	\$917.700	\$917.700	\$917.700	\$917.700	\$917.700
Garrón part time	-	\$367.080	\$367.080	\$367.080	\$367.080	\$367.080
Contador	-	\$494.970	\$494.970	\$494.970	\$494.970	\$494.970
Subavidas part time L-V	-	\$108.938	\$108.938	\$108.938	\$108.938	\$108.938
Subavidas part time S-D	-	\$43.575	\$43.575	\$43.575	\$43.575	\$43.575
TOTAL DESCUENTO FONASA	\$612.885	\$17.029.884	\$17.029.884	\$17.029.884	\$17.029.884	\$17.029.884
Gerente General	\$28.967	\$115.866	\$115.866	\$115.866	\$115.866	\$115.866
Instructor	\$23.067	\$94.266	\$94.266	\$94.266	\$94.266	\$94.266
Cocinero	-	\$102.132	\$102.132	\$102.132	\$102.132	\$102.132
Cocinero part time	-	\$43.200	\$43.200	\$43.200	\$43.200	\$43.200
Ay. Cocina	-	\$89.172	\$89.172	\$89.172	\$89.172	\$89.172
Ay. Cocina part time	-	\$36.720	\$36.720	\$36.720	\$36.720	\$36.720
Copero	-	\$75.600	\$75.600	\$75.600	\$75.600	\$75.600
Copero part time	-	\$30.240	\$30.240	\$30.240	\$30.240	\$30.240
Barrendero	-	\$80.628	\$80.628	\$80.628	\$80.628	\$80.628
Bartender part time	-	\$32.448	\$32.448	\$32.448	\$32.448	\$32.448
Aux.aseo L-V	-	\$23.437	\$23.437	\$23.437	\$23.437	\$23.437
Aux.aseo S-D	-	\$9.338	\$9.338	\$9.338	\$9.338	\$9.338
Mucama L-V	-	\$23.344	\$23.344	\$23.344	\$23.344	\$23.344
Mucama S-D	-	\$9.338	\$9.338	\$9.338	\$9.338	\$9.338
Consejero L-V	-	\$38.700	\$38.700	\$38.700	\$38.700	\$38.700
Consejero S-D	-	\$15.480	\$15.480	\$15.480	\$15.480	\$15.480
Conductor	-	\$80.532	\$80.532	\$80.532	\$80.532	\$80.532
Conductor part time	-	\$32.400	\$32.400	\$32.400	\$32.400	\$32.400
Jardinero	-	\$23.517	\$23.517	\$23.517	\$23.517	\$23.517
Recepcionista principal	-	\$44.586	\$44.586	\$44.586	\$44.586	\$44.586
Recepcionista	-	\$87.012	\$87.012	\$87.012	\$87.012	\$87.012
Recepcionista part time	-	\$53.460	\$53.460	\$53.460	\$53.460	\$53.460
Botones	-	\$17.850	\$17.850	\$17.850	\$17.850	\$17.850
Botones part time	-	\$15.732	\$15.732	\$15.732	\$15.732	\$15.732
Profesor	-	\$34.368	\$34.368	\$34.368	\$34.368	\$34.368
Profesor part time 1	-	\$13.747	\$13.747	\$13.747	\$13.747	\$13.747
Profesor part time 2	-	\$21.995	\$21.995	\$21.995	\$21.995	\$21.995
Profesor part time 3	-	\$27.484	\$27.484	\$27.484	\$27.484	\$27.484
Garrón	-	\$78.660	\$78.660	\$78.660	\$78.660	\$78.660
Garrón part time	-	\$31.464	\$31.464	\$31.464	\$31.464	\$31.464
Contador	-	\$42.426	\$42.426	\$42.426	\$42.426	\$42.426
Subavidas part time L-V	-	\$9.338	\$9.338	\$9.338	\$9.338	\$9.338
Subavidas part time S-D	-	\$3.735	\$3.735	\$3.735	\$3.735	\$3.735
DESCUENTO SEGURO DE CESANTIA	\$62.933	\$1.438.104	\$1.438.104	\$1.438.104	\$1.438.104	\$1.438.104
Gerente General	\$81.087	\$324.348	\$324.348	\$324.348	\$324.348	\$324.348
Instructor	\$11.701	\$206.282	\$206.282	\$206.282	\$206.282	\$206.282
IMPUESTO DE SEGUNDA CATEGORIA	\$132.652	\$530.630	\$530.630	\$530.630	\$530.630	\$530.630
Selección personal	\$4.000.000	\$15.230.000	-	-	-	-
Capacitaciones	-	\$4.900.000	\$4.900.000	-	-	-
TOTAL OTROS	\$8	\$19.538.000	\$19.538.000	\$19.538.000	\$19.538.000	\$19.538.000
TOTAL PRESUPUESTO	\$8	\$266.948.052	\$266.948.052	\$266.948.052	\$266.948.052	\$266.948.052

Tabla 4.13 Presupuesto del plan organizacional y de personal

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	\$4.500.000	\$18.000.000	\$18.000.000	\$18.000.000	\$18.000.000	\$18.000.000
Instructor	\$3.600.000	\$14.400.000	\$14.400.000	\$14.400.000	\$14.400.000	\$14.400.000
Cocinero	-	\$14.400.000	\$14.400.000	\$14.400.000	\$14.400.000	\$14.400.000
Cocinero part time	-	\$5.760.000	\$5.760.000	\$5.760.000	\$5.760.000	\$5.760.000
Ay. Cocina	-	\$12.240.000	\$12.240.000	\$12.240.000	\$12.240.000	\$12.240.000
Ay. Cocina part time	-	\$4.896.000	\$4.896.000	\$4.896.000	\$4.896.000	\$4.896.000
Copero	-	\$10.080.000	\$10.080.000	\$10.080.000	\$10.080.000	\$10.080.000
Copero part time	-	\$4.032.000	\$4.032.000	\$4.032.000	\$4.032.000	\$4.032.000
Bartender	-	\$10.816.080	\$10.816.080	\$10.816.080	\$10.816.080	\$10.816.080
Bartender part time	-	\$4.326.432	\$4.326.432	\$4.326.432	\$4.326.432	\$4.326.432
Aux aseo L - V	-	\$3.112.500	\$3.112.500	\$3.112.500	\$3.112.500	\$3.112.500
Aux aseo S - D	-	\$1.245.000	\$1.245.000	\$1.245.000	\$1.245.000	\$1.245.000
Mucama L-V	-	\$3.112.500	\$3.112.500	\$3.112.500	\$3.112.500	\$3.112.500
Mucama S-D	-	\$1.245.000	\$1.245.000	\$1.245.000	\$1.245.000	\$1.245.000
Conserje L-V	-	\$5.160.000	\$5.160.000	\$5.160.000	\$5.160.000	\$5.160.000
Conserje S-D	-	\$2.064.000	\$2.064.000	\$2.064.000	\$2.064.000	\$2.064.000
Conductor	-	\$10.800.000	\$10.800.000	\$10.800.000	\$10.800.000	\$10.800.000
Conductor part time	-	\$4.320.000	\$4.320.000	\$4.320.000	\$4.320.000	\$4.320.000
Jardinero	-	\$3.135.600	\$3.135.600	\$3.135.600	\$3.135.600	\$3.135.600
Recepcionista principal	-	\$6.120.000	\$6.120.000	\$6.120.000	\$6.120.000	\$6.120.000
Recepcionista	-	\$11.880.000	\$11.880.000	\$11.880.000	\$11.880.000	\$11.880.000
Recepcionista part time	-	\$7.128.000	\$7.128.000	\$7.128.000	\$7.128.000	\$7.128.000
Botones	-	\$5.244.000	\$5.244.000	\$5.244.000	\$5.244.000	\$5.244.000
Botones part time	-	\$2.097.600	\$2.097.600	\$2.097.600	\$2.097.600	\$2.097.600
Profesor	-	\$4.582.350	\$4.582.350	\$4.582.350	\$4.582.350	\$4.582.350
Profesor part time 1	-	\$1.832.940	\$1.832.940	\$1.832.940	\$1.832.940	\$1.832.940
Profesor part time 2	-	\$2.932.704	\$2.932.704	\$2.932.704	\$2.932.704	\$2.932.704
Profesor part time 3	-	\$3.665.880	\$3.665.880	\$3.665.880	\$3.665.880	\$3.665.880
Garzón	-	\$10.488.000	\$10.488.000	\$10.488.000	\$10.488.000	\$10.488.000
Garzón part time	-	\$4.195.200	\$4.195.200	\$4.195.200	\$4.195.200	\$4.195.200
Contador	-	\$5.760.000	\$5.760.000	\$5.760.000	\$5.760.000	\$5.760.000
Salvavidas part time L-V	-	\$1.245.000	\$1.245.000	\$1.245.000	\$1.245.000	\$1.245.000
Salvavidas part time S-D	-	\$498.000	\$498.000	\$498.000	\$498.000	\$498.000
REMUNERACIONES TOTALES	\$8.100.000	\$200.814.786	\$200.814.786	\$200.814.786	\$200.814.786	\$200.814.786
Gerente General	\$327.750	\$1.311.000	\$1.311.000	\$1.311.000	\$1.311.000	\$1.311.000
Instructor	\$327.750	\$1.311.000	\$1.311.000	\$1.311.000	\$1.311.000	\$1.311.000
Cocinero	-	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000
Cocinero part time	-	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000
Ay. Cocina	-	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000
Ay. Cocina part time	-	\$1.224.000	\$1.224.000	\$1.224.000	\$1.224.000	\$1.224.000
Copero	-	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000
Copero part time	-	\$1.008.000	\$1.008.000	\$1.008.000	\$1.008.000	\$1.008.000
Bartender	-	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000
Bartender part time	-	\$1.081.608	\$1.081.608	\$1.081.608	\$1.081.608	\$1.081.608
Aux aseo L - V	-	\$793.692	\$793.692	\$793.692	\$793.692	\$793.692
Aux aseo S - D	-	\$311.256	\$311.256	\$311.256	\$311.256	\$311.256
Mucama L-V	-	\$778.128	\$778.128	\$778.128	\$778.128	\$778.128
Mucama S-D	-	\$311.256	\$311.256	\$311.256	\$311.256	\$311.256
Conserje L-V	-	\$1.290.000	\$1.290.000	\$1.290.000	\$1.290.000	\$1.290.000
Conserje S-D	-	\$516.000	\$516.000	\$516.000	\$516.000	\$516.000
Conductor	-	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000
Conductor part time	-	\$1.080.000	\$1.080.000	\$1.080.000	\$1.080.000	\$1.080.000
Jardinero	-	\$783.900	\$783.900	\$783.900	\$783.900	\$783.900
Recepcionista principal	-	\$1.311.000	\$1.311.000	\$1.311.000	\$1.311.000	\$1.311.000
Recepcionista	-	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000
Recepcionista part time	-	\$1.782.000	\$1.782.000	\$1.782.000	\$1.782.000	\$1.782.000
Botones	-	\$1.311.000	\$1.311.000	\$1.311.000	\$1.311.000	\$1.311.000
Botones part time	-	\$524.400	\$524.400	\$524.400	\$524.400	\$524.400
Profesor	-	\$1.145.592	\$1.145.592	\$1.145.592	\$1.145.592	\$1.145.592
Profesor part time 1	-	\$458.232	\$458.232	\$458.232	\$458.232	\$458.232
Profesor part time 2	-	\$733.176	\$733.176	\$733.176	\$733.176	\$733.176
Profesor part time 3	-	\$916.476	\$916.476	\$916.476	\$916.476	\$916.476
Garzón	-	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000	\$2.622.000
Garzón part time	-	\$1.048.800	\$1.048.800	\$1.048.800	\$1.048.800	\$1.048.800
Contador	-	\$1.311.000	\$1.311.000	\$1.311.000	\$1.311.000	\$1.311.000
Salvavidas part time L-V	-	\$311.250	\$311.250	\$311.250	\$311.250	\$311.250
Salvavidas part time S-D	-	\$124.500	\$124.500	\$124.500	\$124.500	\$124.500
TOTAL GRATIFICACIONES	\$655.500	\$42.469.266	\$42.469.266	\$42.469.266	\$42.469.266	\$42.469.266
Gerente General	\$180.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000
Instructor	\$180.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000
Cocinero	-	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000
Cocinero part time	-	\$576.000	\$576.000	\$576.000	\$576.000	\$576.000
Ay. Cocina	-	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000
Ay. Cocina part time	-	\$576.000	\$576.000	\$576.000	\$576.000	\$576.000
Copero	-	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000
Copero part time	-	\$576.000	\$576.000	\$576.000	\$576.000	\$576.000
Bartender	-	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000
Bartender part time	-	\$576.000	\$576.000	\$576.000	\$576.000	\$576.000
Aux aseo L - V	-	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000
Aux aseo S - D	-	\$288.000	\$288.000	\$288.000	\$288.000	\$288.000
Mucama L-V	-	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000
Mucama S-D	-	\$288.000	\$288.000	\$288.000	\$288.000	\$288.000
Conserje L-V	-	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000
Conserje S-D	-	\$288.000	\$288.000	\$288.000	\$288.000	\$288.000
Conductor	-	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000
Conductor part time	-	\$576.000	\$576.000	\$576.000	\$576.000	\$576.000
Jardinero	-	\$432.000	\$432.000	\$432.000	\$432.000	\$432.000
Recepcionista principal	-	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000
Recepcionista	-	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000
Recepcionista part time	-	\$864.000	\$864.000	\$864.000	\$864.000	\$864.000
Botones	-	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000
Botones part time	-	\$288.000	\$288.000	\$288.000	\$288.000	\$288.000
Profesor	-	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000
Profesor part time 1	-	\$288.000	\$288.000	\$288.000	\$288.000	\$288.000
Profesor part time 2	-	\$288.000	\$288.000	\$288.000	\$288.000	\$288.000
Profesor part time 3	-	\$288.000	\$288.000	\$288.000	\$288.000	\$288.000
Garzón	-	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000	\$1.440.000
Garzón part time	-	\$576.000	\$576.000	\$576.000	\$576.000	\$576.000
Contador	-	\$432.000	\$432.000	\$432.000	\$432.000	\$432.000
Salvavidas part time L-V	-	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000
Salvavidas part time S-D	-	\$96.000	\$96.000	\$96.000	\$96.000	\$96.000
TOTAL COLACIONES	\$360.000	\$23.664.000	\$23.664.000	\$23.664.000	\$23.664.000	\$23.664.000
Selección personal	\$4.003.000	-	-	-	-	-
Capacitaciones	\$400.000	\$15.230.000	-	-	-	-
TOTAL OTROS	\$4.403.000	\$15.230.000	-	-	-	-
TOTAL PRESUPUESTO	\$13.518.500	\$282.178.052	\$266.948.052	\$266.948.052	\$266.948.052	\$266.948.052

5. Plan de Operaciones.

El plan de operaciones de este proyecto, a través de sus objetivos operacionales provenientes de la planificación de los objetivos estratégicos, ha sido formulado para encargarse del diseño del Econtainer Lodge, la dirección y el control sistemático de los procesos que transformen los insumos en el servicio que se ofrecerá, teniendo como prioridad el cuidado del medio ambiente y respetando las normas chilenas de calidad y sustentabilidad.

Para esto, se elaborará un plan detallado donde se contemplarán todos los aspectos técnicos que conciernen a la prestación de los servicios de Econtainer Lodge.

5.0 Objetivo general plan de operaciones

Obtener al año 5 de funcionamiento, la distinción de turismo sustentable, Sello S, en el Nivel 3.

Objetivos específicos plan operaciones

- Establecer los procesos adecuados para brindar un servicio íntegro y de calidad para alojamiento y actividades de turismo aventura.
- Definir los recursos materiales y humanos para llevar a cabo los procesos establecidos.
- Establecer los estándares para desarrollar los procesos, respetando las normas de sustentabilidad exigida por el Gobierno de Chile para cumplir con el sello de Calidad Turística y Sustentabilidad.
- Lograr un funcionamiento con un 51% de la energía, por fuentes renovables al primer año durante el primer año.
- Desarrollar el presupuesto de inversión para la definición de la puesta en marcha al año cero.
- Determinar la metodología de satisfacción del cliente.

5.1 Descripción Técnica del Producto

5.1.1 Diseño e implementación del Proyecto

En búsqueda de lograr un diseño y prueba efectivos para el desarrollo del proyecto se ha definido trabajar con las siguientes dimensiones:

1. Evaluación de la viabilidad del proyecto
2. Construcción del inmueble y equipamiento
3. Revisión aspectos legales
4. Requerimientos personal centro de operaciones

Cada una de estas dimensiones se encuentra contemplada bajo el plan de implementación, el cual está en función de Personas por parte de la gestión del personal del proyecto, Marketing por la estrategia de promoción y Operaciones por parte de la construcción del centro de operaciones, lo cual se evidencia en la tabla 5.1

Tabla 5.1: Carta Gantt de los Planes de Implementación.

Plan de Implementación	mar - A0	abr - A0	may - A0	jun - A0	jul - A0	ago - A0	sep - A0	oct - A0	nov - A0	dic - A0	ene - A1	feb - A1	mar - A1
Recursos Humanos													
Reclutamiento y Selección													
Contratación Personal													
Inducción y Capacitación													
Puesta en Marcha													
Operaciones													
Compra terreno													
Compra Container													
Construcción Inmueble													
Acondicionamiento Inmueble													
Compra Equipamiento													
Equipamiento													
Marketing													
Radio agricultura													
Folletería													
Revista Caras													
Página Web													
Community Manager													

Fuente: Elaboración propia

5.1.2 Viabilidad del Proyecto

Los contenedores marítimos son la opción sostenible y ecológica que contamos hoy en día para la construcción amigable con el medio ambiente, poseen durabilidad y robustez, entre otros de sus factores que hacen que la arquitectura de contenedores cumpla con el concepto de diseño de las “4R”: *Reducir, reciclar, reutilizar y rediseñar*.

Actualmente es sumamente fácil adquirir un contenedor usado, que ya se dio de baja para materias de transporte marítimo pero que puede ser reacondicionado para un uso doméstico.

Siendo de suma importancia para Econtainer Lodge ser sustentable desde sus inicios que se decide construir con 22 contenedores, considerando 3 niveles de altura y que cada estructura de contenedor posee las siguientes dimensiones:

LARGO EXTERIOR	40 pies (12,19 Mts)
ANCHO EXTERIOR	8 pies (2,44 Mts.)
ALTURA EXTERIOR	8,5 pies (2,59 Mts.)

Econtainer Logde se construirá en un terreno que está ubicado en el KM 5 del Camino Embalse el Yeso hacia el río, es rocoso y con pendiente de 45° desde la orilla del camino y plana bordeando el río. Cuenta con la posibilidad de gestionar empalme eléctrico y de encausar agua de vertiente y el Camino Embalse el Yeso, está asfaltado, en perfectas condiciones hasta la misma parcela. Véase ubicación en Anexo 5.1

El terreno se compra con los Derechos inscritos en el Conservador de Bienes Raíces de Puente Alto. El sector entre abril y agosto posee un clima extremo con nieve y viento y la vegetación está protegida por ser escasa, predominando el Olivillo. Posee 18.000 mt², equivalente a 1,80 HA.

Previo a la construcción del hotel, es necesario acondicionar el espacio, lo que consiste en la limpieza de éste y aplanar sectores que lo requieran. La superficie a mejorar total es de 500 mt² y del terreno para la arquitectura propia del Logde, es de 300 mt², cuenta con tres niveles de construcción, lo que nos da una superficie habitable de 840 mt².

5.1.3 Construcción del Inmueble

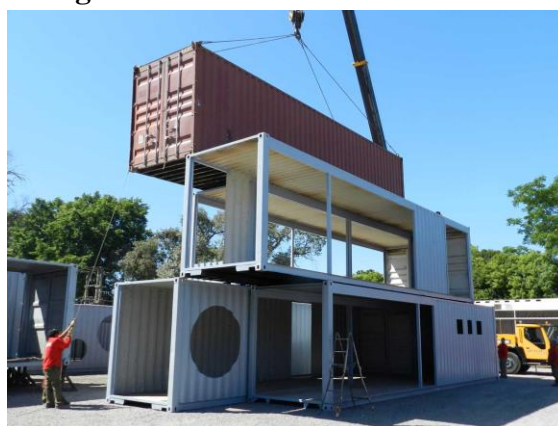
Los contenedores poseen buenas cualidades de aislamiento como coraza exterior frente al frío y la lluvia, acondicionando el interior con una capa de madera para mejorar su

aislamiento y calidez. Estas estructuras marítimas vienen en bruto por lo que es necesario acondicionarlas para uso doméstico, a continuación se detalla dicho proceso:

En primer lugar, se procede a la compra de los contenedores, como ya se mencionó, se requiere un total de 26 contenedores, 22 para la infraestructura propia del Logde, 2 para oficinas administrativas y lavandería y 2 para la piscina.

Luego, se ubican según el previo diseño de éste, los espacios vacíos que quedan entre las uniones se rellena con espuma de poliestireno extruido, y se soldán entre sí para lograr mayor firmeza y conexión entre sí.

Figura 5.1: Construcción Inmueble



Una vez lista la estructura exterior se prepara la estructura interior del hotel, para ello se analizan las conexiones que debe tener para ir a los niveles superiores, se levantan las escaleras necesarias para dicha conexión, se realiza el cableado eléctrico y las conexiones de agua.

Finalmente se comienza a forrar las paredes con placas de yeso laminado y madera, para luego proceder a pintarlas, ubicar las puertas y ventanas. Además se procede a forrar todo el suelo con madera reciclada.

Figura 5.2: Construcción Inmueble



Econtainer tendrá todo su centro de operaciones en el mismo recinto, por lo que es necesario contar con 1 bodega de almacenaje de insumos de limpieza y desinfección, 1 bodega para alimentos no perecibles, una cocina con un cuarto frío para alimentos perecibles y un cuarto caliente, 2 mesones de acero inoxidable, 1 horno industrial, 1 cocina industrial, un lavaplatos doble (agua fría y caliente) y un lavavajillas, además una lavandería con su respectiva bodega para abastecer de sábanas y toallas a los huéspedes, una enfermería y una oficina para la administración.

Respecto a la infraestructura del Logde, contará con 18 habitaciones, para un máximo de 36 huéspedes, de las cuales 4 son habitaciones deluxe, 4 tradicionales, 4 dobles, 3 familiares y 3 privadas, todas las habitaciones incluyen baño privado. Econtainer posee en todas sus habitaciones el “Código de Conducta del Turista”.

Además se contará con espacios comunes de alimentación, relajación y recreación, los cuales se detallan a continuación:



Recepción y Hall para realizar check in y check out, solicitar servicios a la habitación, inscripción a las clases, entre otros.



Comedor, cuenta con 2 mesas de comedor grandes para 8 personas cada una, 8 mesas para 2 o 3 personas, una barra para 10 personas.



Terrazas, una terraza está ubicada en el segundo nivel del Logde y la otra en el tercer nivel. Estarán equipadas con 2 juegos de Living, 2 sofás, 3 mesas grandes y 4 mesas pequeñas. Además contara con braseros, parrilla, un bar, una mesa de bar y una tina cipres con capacidad para 10 personas.



Bares, el logde contará con dos bares, uno en la terraza del segundo nivel y otro para la del tercer nivel.



Sector de tinajas al aire libre, considerando que son la opción ideal para relajarse y disfrutar de una espectacular vista de la cordillera y del Rio Maipo. Además provee de variados beneficios para la salud como la eliminación de toxinas, limpieza e hidratación de la piel, estimula el sistema inmunológico, calma el sistema nervioso, combate el stress y promueve un sueño más natural y profundo.



Muros de escalada, se cuenta con un muro de escalada al aire libre, dónde los turistas podrán asistir a clases de escalada o bien practicar de dicho deporte a cualquier hora del día, para la temporada de invierno contaremos con un muro indoor para que los huéspedes no dependan de las condiciones climáticas para realizar dicha actividad.





La **piscina** está confeccionada sobre dos contenedores de 40 pies cada uno, lo que nos da una superficie de 63 mt³, cuenta con iluminación y filtro ionizador, ambos de bajo consumo, y la limpieza es de una hora al día.



La **huerta orgánica**, es un espacio de tierra en donde se realiza un cultivo de hortalizas, legumbres, plantas medicinales y árboles frutales. Estas huertas reciben el nombre de "orgánica", porque allí se lleva a cabo un tipo de cultivo, que se basa en el respeto de los procesos naturales de los alimentos que sembramos. Esto significa que, durante la época de primavera, verano, se siembran especies vegetales que naturalmente se desarrollan en esa estación del año, lo mismo ocurre para el otoño y el invierno.



Sala clase yoga y meditación, incluye tapetes de yoga, pelotas, bloques, columpios de aero-yoga y tiras de yoga. Estantería para guardar equipo.



Zona de relaxo al aire libre y multiespacio, equipados con futones, puff, una televisión Led, mesa de ping pong, una mesa de pool y un librero de madera.

Dentro de las instalaciones del lodge existirán espacios ofrecidos de forma gratuita para quienes quieran ofrecer sus productos, realizar eventos, exposiciones y otras actividades, con el fin de incentivar la cultura local o de pueblos originarios y promoviendo el patrimonio zonal.

Cabe mencionar que dentro de la decoración de Econtainer Logde se busca rescatar la cultura local, exhibiendo réplicas de artefactos característicos de los siguientes pueblos: Aymara, Quechua, Atacameño, Colla, Diaguita, Rapanui, Mapuche, Yagán, Kawésqar, Caucahué, Chango, Picunche, Cunco, Chono, Aónikenk, Selk'nam.

5.2 Aspectos Legales

Para comenzar con las operaciones de Econtainer Logde es necesario obtener la patente comercial, la patente municipal para actividades productivas de alimentos, patente de alcoholes, además se debe contar con la autorización de la Autoridad Sanitaria regional, la cual fiscaliza las disposiciones expuestas por el Código Sanitario. Adicionalmente, este negocio se debe regular por el Reglamento Sanitario de los Alimentos debido a que éste se encarga de establecer las condiciones sanitarias a las cuales se debe ceñir la producción, importación, elaboración, envase, almacenamiento, distribución y venta de alimentos para uso humano, con el objeto de proteger la salud y nutrición de la población y garantizar el suministro de alimentos sanos e inoctrinos (Ministerio de Salud, 2015). Ver patentes y resolución sanitaria en Anexo 5.2

Por otro lado, para el funcionamiento con energía solar como fuente principal de energía eléctrica, se considera utilizar la Generación Ciudadana, establecida mediante la Ley 20.571, es un sistema que permite la autogeneración de energía en base a Energías Renovables No Convencionales (ERNC) y cogeneración eficiente. Todo sistema de generación eléctrica que busque acogerse a esta ley, debe ser declarado ante la Superintendencia de Electricidad y Combustibles, SEC, que desde el año 2015 cuenta con una Unidad Técnica Especializada en ERNC para atender los requerimientos de la ciudadanía. Esta Declaración Eléctrica debe ser realizada por un Instalador Autorizado, y debe contener además los detalles técnicos de la instalación, así como de los productos a utilizar. Posteriormente, la SEC fiscaliza la Instalación y si ésta cumple con los

requerimientos técnicos, autoriza su funcionamiento, tras lo cual, el propietario deberá notificar su conexión a la red de la Empresa de distribución eléctrica. Véase Anexo 5.3

5.3 Descripción Técnica del servicio

El servicio consiste en brindar un lugar de relajó en medio de la naturaleza donde los potenciales huéspedes logren encontrar una variada oferta de turismo aventura, gastronómica y de un alto estándar de hospedaje, todo esto en un espacio verde y amigable con el medioambiente, en un entorno alejado de la ciudad como lo es el Cajón del Maipo.

Los huéspedes podrán ingresar al Lodge en la fecha y hora estipulada en la reserva, contando con un recepcionista las 24 horas del día, todos los días de la semana, para poder reservar en cualquier momento, teniendo especial consideración con que hay turistas que llegan de madrugada al país. El check in a las habitaciones es a las 14:00 hrs y el check out a las 12:00 hrs.

El servicio de alimentación, funciona al estilo casino, dónde existe un menú establecido, mensual, con opciones vegetariana, vegana y celiaca (en caso de ser requerida), rescatando la esencia de los productos nacionales como internacionales, con el fin de que los comensales disfruten de una gastronomía de primer nivel en nuestro Lodge. Para conocer la minuta mensual véase anexo 5.4

El horario comienza con el desayuno desde las 6:30 a 8:30 am, la colación de 11:00 a 12:30 pm, el almuerzo desde las 13:00 a las 16:00 pm, la once de 17:00 a 19:00 pm, y la cena desde las 20:00 a 22:00 pm.

Adicionalmente contamos con políticas de reciclaje tanto para nuestros procesos como para incentivar a los huéspedes, es por esto que existen puntos de reciclaje, que consideran 5 contenedores cada uno: Vidrio, Plástico, Papel/cartón, Latas y Desechos orgánicos (restos de comida). Los cuatro primeros materiales serán retirados mensualmente por una empresa colaboradora para su posterior venta, mientras que los residuos orgánicos se utilizarán para la elaboración de un compost que sustente la flora y vegetación del huerto.

Se ofrecerán clases de yoga, trekking, rutas guiadas en bicicletas, escaladas, hidro gimnasia rafting, snowboard y montañismo, todas con un profesional especializado en el área a cargo del grupo, el cual no debiese superar a las 10 personas por clases.

A continuación se detallan los horarios y lugar donde se realizara cada actividad:

YOGA



El yoga es una actividad que produce efectos relajantes al mismo tiempo que contribuye a mejorar la elasticidad, la flexibilidad y los movimientos corporales. De lunes a domingo, en las mañanas de 8:00 AM a 9:00 AM. Al aire libre desde Octubre a Marzo y en espacio cerrado desde Abril a Septiembre.

TREKKING/ NIEVE (depende de la temporada)



El trekking es una actividad que se practica en todo tipo de terrenos, y no tiene restricciones de edad, sexo o condición física. Las rutas se dividen en cuatro tipos de dificultad: leve, media, moderada y difícil. Esta actividad se realiza los días lunes, miércoles, sábado y domingo de 10:00 AM a 14:00 PM. Los huéspedes que participan de la

actividad deben inscribirse el día antes para contar con una colación compuesta de un jugo, un sándwich y una barra de cereal. La actividad se realiza en los alrededores del Lodge.

RUTAS GUIADAS EN BICICLETAS



Entre en el mundo de las dos ruedas y conozca todos los secretos del mountain bike para recorrer la montaña de la forma más segura. Se planifica la salida, revisando minuciosamente cada parte de la bicicleta, en especial la cadena, los cambios de marcha y la presión de las ruedas. Los días martes, jueves, viernes y sábado de 10:00 AM a 15:00 PM. Los huéspedes que participan de la actividad deben inscribirse el día antes para contar con una colación compuesta de un jugo, un sándwich y una barra de cereal.

ESCALADA



La escalada es una práctica deportiva que, en su modalidad clásica, consiste en subir o recorrer paredes de roca, laderas escarpadas u otros relieves naturales caracterizados por su verticalidad, empleando medios de aseguramiento recuperables en casi su totalidad y la posibilidad en su progresión de utilizar medios artificiales. De lunes a domingo, en las mañanas de 12:0 AM a 13:30 AM y en las tardes de 16:30 a 18:00 PM. Al aire libre desde Octubre a Marzo y en espacio cerrado desde Abril a Septiembre. Los muros de escalada

están a libre disposición de los huéspedes para que puedan ser usados en cualquier otro horario, diferente al de la clase.

HIDROGIMNASIA



Una gran cantidad de beneficios hacen de la Hidrogimnasia una actividad recomendable para ser realizadas por todos y en especial para quienes no pueden hacer ejercicios en tierra por diversos problemas como el impacto, lesiones, sobrepeso y personas de la tercera edad. De martes a domingo de 9:30 AM a 11:30 AM. Al aire libre desde Octubre a Marzo. La piscina está a libre disposición de los huéspedes para que puedan ser usados en cualquier otro horario, diferente al de la clase.

CANOPY



El canopy es un nuevo deporte de aventura que tiene como objetivo principal ofrecer una actividad única, y una experiencia ecológica muy diferente, que consiste en no alterar el hábitat. La sensación de recorrer la selva paranaense o el bosque andino patagónico desde lo alto de los árboles, balanceándose o suspendido en medio de la nada, es tan divertida como apasionante. El equipo consiste en arneses, eslabones y poleas, con

cuerdas que proporcionan la seguridad necesaria durante todo el recorrido. Los guías que acompañan a los aventureros a lo largo de toda la travesía. Ellos se encargan de indicar todo lo relativo a la seguridad y al buen funcionamiento del canopy. De lunes a domingo de 12:00 a 15:00 PM y de 15:00 a 18:00 PM. Al aire libre desde Octubre a Marzo. Alianza con empresa externa que realiza la actividad, por motivos de trayectoria, permisos y seguros.

RAFTING



El rafting es un deporte de equipo, donde todos los tripulantes de la balsa reman y orientan su peso de manera coordinada para recorrer los rápidos de los ríos y mantenerse a flote. El número estándar de personas que sube a una barca es de seis a ocho tripulantes según su tamaño. El guía, que debe conocer al detalle cada parte del río, es quien dirige los movimientos de la embarcación. Alianza con empresa externa que realiza la actividad, por motivos de trayectoria, permisos y seguros.

SNOWBOARD



Los que desean descubrir nuevas sensaciones divirtiéndose en la nieve polvo, pueden incursionar en el snowboard. Para efectuar esta actividad no es necesario saber

esquiar, esta especialidad requiere de movimientos completamente distintos, sencillos y fáciles de aprender.

Alianza con empresa externa que realiza la actividad, por motivos de trayectoria, permisos y seguros.

MONTAÑISMO

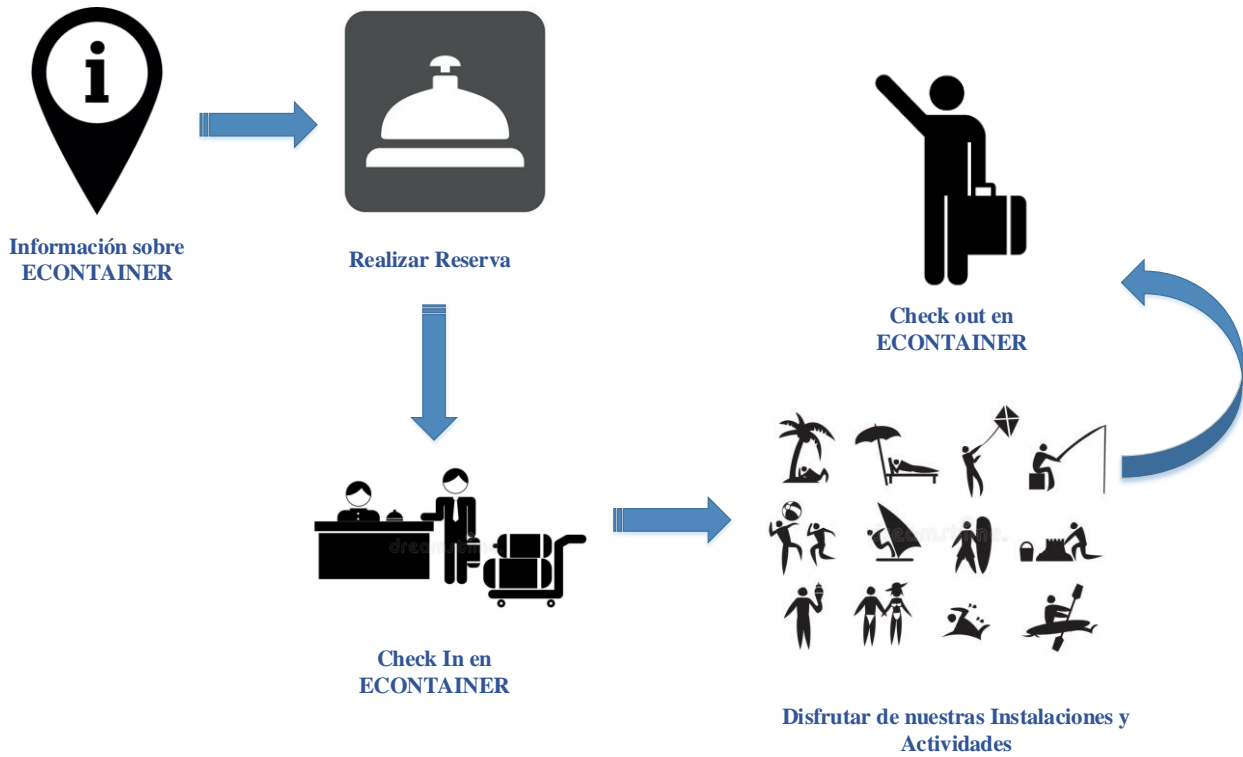


El montañismo es una disciplina deportiva que consiste en realizar ascensiones a las montañas. Es también el conjunto de técnicas, conocimientos y habilidades orientadas a la realización de este objetivo. Es imprescindible la utilización de la indumentaria adecuada para efectuar esta especialidad. Básicamente consiste en un arnés de cintura, mosquetones de seguridad y “pies de gato” que es el calzado específico, muy flexible y con suela de goma cocida de gran adherencia, además de la resina de magnesio que evita que las manos suden y pierdan agarre. Alianza con empresa externa que realiza la actividad, por motivos de trayectoria, permisos y seguros.

5.4 Descripción proceso de Producción, Tecnología, Layout, etc.

Para la descripción del proceso de producción, logística y servicio se han creado distintos diagramas de flujo que explican cada uno de los procesos productivos presentados en los Anexos 5.5, 5.6, 5.7 y 5.8.

Figura 5.3: Proceso Econtainer Logde



Fuente: Elaboración propia

5.4.1 Innovación y Tecnología

Uno de los aspectos más importantes de la construcción es que cumple con el concepto de sustentabilidad, es decir, que cuide el medio ambiente por medio del uso de energías renovables. Para cumplir dicho objetivo, Econtainer considera dentro de su funcionamiento diversas tecnologías para un uso eficiente de dichas energías, a continuación se detalla cada una de estas instalaciones:

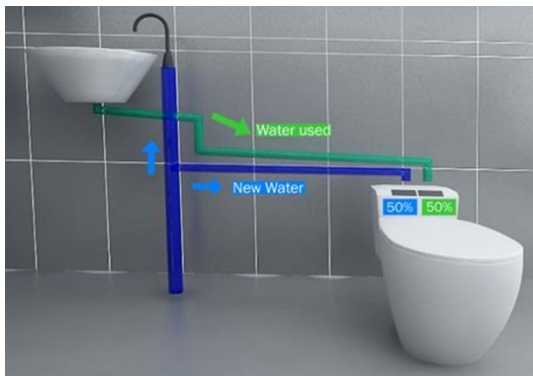
Los paneles solares son módulos que nos permitirán aprovechar



la energía de la radiación solar, este panel incluye colectores solares que se utilizarán para producir agua caliente, y los paneles fotovoltaicos se utilizarán para generar electricidad, esto nos permitirá ahorrar un 50% de energía eléctrica. Se contará con 15 módulos de paneles, cada uno con una potencia de 5 Kw, por lo que nos permite una autonomía de 75 Kw por día.



Los calentadores de agua solares son «modelos compactos» ideales para el Logde, pues al tener paneles solares aprovechamos el calor solar para obtener agua caliente. Esta agua es caliente y se almacena aunque no brille el sol. El calentador consiste en un colector modular TiSUN FM (horizontal o vertical), con el acumulador solar de agua caliente sanitaria BE-SSP(K) y con el mezclador de agua industrial de TiSUN BMV.



El uso de lavamanos con taza de baño integrada para la reutilización del agua y así economizar en este ítem.



El huerto está bajo un cultivo de regadío, con un sistema de riego por goteo, muy apropiado este tipo de negocios, pues permite ahorrar una enorme cantidad de agua y dinero, permitiéndonos obtener frutas, verduras y especias desde el propio jardín. Como el terreno nos da la facilidad de encausar agua de vertiente, será esta misma la que riegue los sectores.



El compost es una técnica que consiste en fermentar una mezcla de residuos orgánicos vegetales y animales, los que serán desechados del Logde. Con esto se obtiene un producto homogéneo de estructura granulada, que puede ser incorporado al suelo para mejorar sus características y estructura, acrecentando los elementos fertilizantes, permitiéndonos obtener una mejor tierra para el huerto.



Pesa industrial, para monitorear el gramajes de los desechos sólidos generados

5.4.2 Diseño y distribución Instalaciones

La compra del terreno se realizará en el mes de marzo del año 0. La construcción del inmueble tendrá una duración aproximada de 4 meses. Para contar con el inmueble terminado por completo, considerando mobiliario, se espera recibir el centro de operaciones a principios de diciembre del año 0, para su puesta en marcha para año nuevo y enero del año 1.

Una vez finalizada la obra, los insumos serán trasladados al centro de operaciones. La responsabilidad de llevar a cabo el equipamiento recaerá sobre el supervisor del centro y del resto del personal contratado.

El centro de operaciones se dividirá en tres partes. La primera parte es el Logde propiamente tal, donde se ubican la recepción, el hall, el comedor, las habitaciones con baños y terrazas. La segunda parte serán las áreas de recreación al aire libre con la que cuenta el recinto, ya mencionadas anteriormente, el estacionamiento y para finalizar el centro de operaciones internas, lo que incluye una oficina para el gerente general, el centro de lavandería y las bodegas, una bodega para guardar los insumos congelados, una bodega para guardar los demás insumos y elementos a temperatura ambiente y finalmente contará con un cuarto para recepción de los proveedores y carga/descarga de productos.

El emplazamiento consta de un total de 18.000 m², de los cuales 12.000 m² se encuentran construidos. La inversión inicial considera el mejoramiento de terreno de 500 m², para la infraestructura que será utilizada para la disposición de habitaciones con servicios higiénicos, preparación de comidas, conservación de insumos, bodegas, barra de atención terrazas, además se cuenta con un espacio independiente para oficina administrativa, lavandería y bodegas, quedando habilitado para recibir a un máximo de 36 huéspedes por día.

Además se cuenta con estacionamientos para los huéspedes y el personal que trabaja en el logde, un muro de escalada que tiene varias zonas de bloque, dos muros de altura, uno para escalada en punta y el otro para la escalada en yo/yo, está compuesto por extra plomos, techos, aristas, diedros, placas, zona de campus y peg board. En su punto más alto mide 10

metros, e entrega zona de escalada con cuerda y zona de bloque. La pared principal ofrece desafíos más aptos para los escaladores experimentados, mientras que en otro espacio cuenta con una zona de iniciación de 7 metros de alto, que cuenta con sistema yo/yo para la seguridad de los principiantes. Uno de los detalles más característicos de este rocódromo es que todo está integrado, pudiendo un escalador hacer largas travesías. Con todo lo mencionado la superficie escalable total excede los 350m².

Además se cuenta con una piscina confeccionada de contenedores, la cual posee las siguientes medidas 10,2x3,90x1,40 m, entregando un volumen 61 m³.

La simulación de Econtainer Logde se realizó mediante el juego “Los Sims 3”, en donde posee la opción de construcción a tamaño escala y para amoblar toda la instalación con los objetos que sean necesarios. A continuación se muestran capturas realizadas desde el mismo programa.

Figura 5.4: Simulación Econtainer Lodge



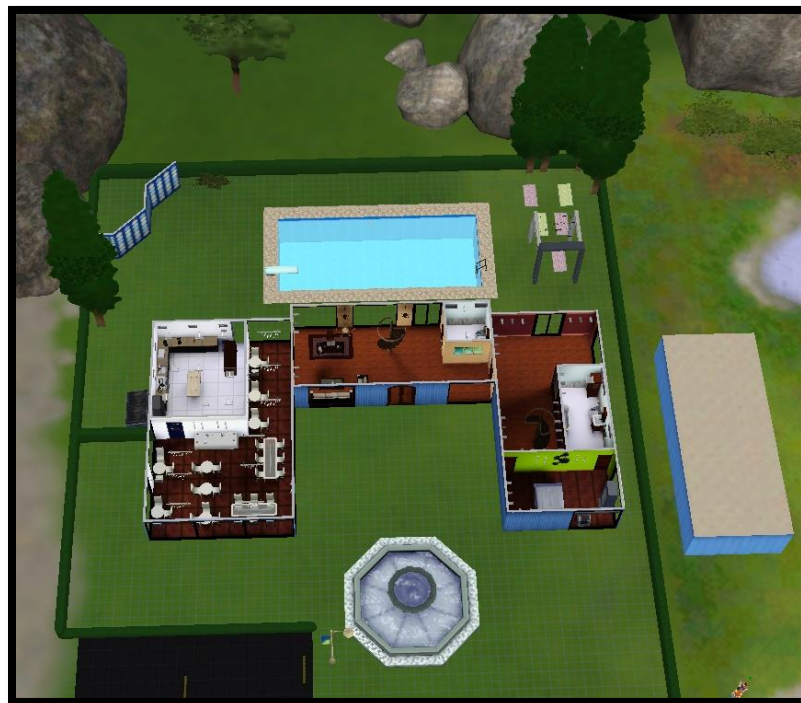
Fuente: Elaboración propia

Figura 5.5: Emplazamiento Econtainer Lodge



Fuente: Elaboración propia

Figura5.6: Primer Piso



Fuente: Elaboración propia

Figura 5.7: Comedor y Cocina



Fuente: Elaboración propia

Figura 5.8: Segundo Nivel



Fuente: Elaboración propia

Figura 5.9: Terraza Segundo Nivel



Fuente: Elaboración propia

Figura 5.10: Tercer Nivel



Fuente: Elaboración propia

Figura 5.11: Terraza Tercer Nivel



Fuente: Elaboración propia

5.4.2.1 Medidas del Centro de Operaciones

Tabla 5.2: Medidas Centro de Operaciones

Niveles y Ambientes Centro de Operaciones	Medidas (En mt2)
Nivel 1	196
Recepción	46,4
Baño recepción	9,6
Cocina	28,8
Comedor	55,2
1 Habitación con baño	34,4
Nivel 2	224
4 Habitaciones con baño y terraza	32
4 Habitaciones con baño	28
Terraza	9

Nivel 3	224
9 Habitaciones con baño	24
Terraza Superior	224
Estacionamientos	600
Muro de Escalada	350
Áreas Verdes	10.000
Piscina	63 mt3

Fuente: Elaboración propia

5.4.3 Cadena de Suministros

La cadena de suministro de nuestro negocio está fundada en proveer efectivamente y brindar el apoyo necesario a los vendedores para que puedan cumplir con sus metas y objetivos estratégicos.

5.4.3.1 Gestión de la Cadena de Suministro



Fuente: Elaboración propia

5.4.3.2 Proveedores

Las empresas de servicios cuentan con cadenas de suministros muy cortas, quienes responderán a proveedores de mercadería, mantenimiento, utensilios de primeros auxilios y compra de activos fijos para Econtainer Logde.

Econtainer realiza sus prácticas de compra y ventas en una relación de intercambio comercial basada en la búsqueda de una mayor equidad, asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores, dicho de otra forma mediante la actividad comercial

llamada “comercio justo”. Además se busca establecer una estrecha relación con proveedores de la comunidad siendo uno de los mayores anhelos ser abastecidos en su totalidad por productos o servicios hechos en la zona de san José de Maipo.

También Econtainer busca estar a la vanguardia con productos agradables con el medio ambiente, saludables y que provoquen un bajo impacto ambiental, buscando promover con los proveedores relaciones basadas en la sustentabilidad y cuidado con el medio ambiente, impulsando el cumplimiento riguroso por ambas partes.

Los proveedores para la puesta en marcha de Econtainer serán:

- Icontainer: Compra de contenedores.
- Homecenter Sodimac: Proveerá los materiales de construcción y activos fijos.
- Pantanopallet: Proveerá los activos fijos del Lodge.
- Vivero las brujas: Arboles, frutas, verduras, arbustos, hortalizas.
- Descalada: Muro de escalada
- Habitissimo: Piscina de Contenedores
- Camillas Chile: Equipamiento de enfermería
- Telescopios Chile: Telescopios

Además se cuentan con proveedores fijos de mercadería, materias primas e insumos de limpieza, los cuales cumplen las condiciones mencionadas anteriormente, como lo son:

- Rumbo verde: Artículos de aseo, limpieza y desinfección
- Cerveza Palestra: Cerveza artesanal del Cajón del Maipo
- Viña Cavas del Maipo: Vinos Chilenos
- Punto Saludable: Mercadería y abarrotes.

El administrador será el encargado de controlar semanalmente el inventario de mercadería, como también de utensilios de mantenimiento, primeros auxilios, insumos de las habitaciones y cocina, mediante el ERP de control de inventarios. Mientras que el de activos fijos se realizará sólo con el propósito para mantener un control de los aparatos, muebles y equipos que posee la empresa.

Quincenalmente, se estima que se deberá contactar, vía electrónica o telefónica, a los proveedores de la organización, haciendo el encargo de productos faltantes y emitiendo una orden de compra, la cual no debe exceder los 5 días hábiles para la entrega del pedido. Ante problemas con los niveles del inventario, se podrán realizar pedidos en periodos más cortos de tiempo.

Econtainer responderá por medio de factura, proceso que estará a cargo del Gerente General, siendo éste quien coordine y supervise el pago a proveedores con plazo máximo de 30 días, y la recepción de mercaderías se realizara mediante guías de despacho, teniendo especial cuidado sobre el registro presupuestario y contable de los movimientos financieros entregados por el contador para así resguardar las finanzas de la organización.

5.4.3.3 Clientes

Al igual que con sus proveedores, Econtainer Lodge promoverá relaciones basadas en la sustentabilidad y cuidado con el medio ambiente, impulsando el cumplimiento riguroso de los acuerdos entre las partes.

Las reservas se pueden hacer mediante página web o vía telefónica, realizando un pago con tarjeta de crédito/debito del 50% de la reserva. En caso de no tener reserva el cliente puede solicitar una habitación disponible y hacer pago del monto total de días a hospedarse, en efectivo o cualquiera de las modalidades de pago que ofrecemos.

Cabe destacar que los usuarios de internet podrán, además de conocer el Lodge mediante su página web, hacer reservas y consultas de actividades.

5.4.3.4 Estrategia Cadena Suministro

La cadena de suministro de este proyecto deberá reaccionar con rapidez a fin de protegerse contra incertidumbre en la demanda. Asimismo, al ofrecer una amplia gama de servicios, sus prioridades competitivas típicas son la velocidad del desarrollo, velocidad en los tiempos de entrega, variedad, flexibilidad y, sobre todo, la calidad superior, razón por la cual se ha decidido por una estrategia de cadena de suministro con capacidad de respuesta.

Para tener éxito no basta sólo con mejorar las operaciones ni integrar las funciones internas, sino que es necesario iniciar relaciones de intercambio de información, materiales

y recursos con proveedores y clientes en una coordinada, utilizando enfoques innovadores como la gestión de la cadena de suministro.

La cadena de suministro actual será controlada por nuevas tecnologías, permitiendo a los clientes gestionar gran parte del proceso de prestación, aumentar la coordinación y conectividad entre los socios de suministro y ayudar a reducir los costos operativos.

Por esta razón, se utilizará el internet como herramienta central, ya que ha demostrado ser la más efectiva en la transformación de las cadenas de suministro, provocando que todos los entes que componen la cadena (proveedores, distribuidores, fabricantes y vendedores) trabajen de manera vinculada y coordinada.

5.5 Tamaño del proyecto.

La idea de negocio se considera como un proyecto local, es decir, solo operará en la ciudad de San José de Maipo, particularmente en el Cajón del Maipo, respaldándose en el análisis del entorno que permitió estimar esta urbe como conveniente para desarrollar la propuesta.

También tiene un carácter internacional, ya que nuestros principales huéspedes son extranjeros. Además, considerando los elevados costos, tanto en la compra del terreno como en la remodelación y el acondicionamiento de los container, el mobiliario adecuado para la afluencia de público con la que se espera contar diariamente, la ornamentación del entorno y la tecnología adecuada, entre un sin número de desembolsos en lo que se debe incurrir para materializar el proyecto, no se dispone del capital necesario para pensar en establecerse en otro punto dentro de la región o del país de manera paralela.

Sin embargo, Econtainer Lodge es un producto sumamente atractivo, el cual posee capacidades de adaptación a diferentes climas, por lo que las pretensiones de crecimiento indican a ampliar su actividad en lugares turísticos que posean un alto flujo de turistas que busquen alojamiento de lujo y sustentable, estos lugares en particular serían San Pedro de Atacama y Torres del Paine con proyección a realizarse a partir del sexto y décimo tercer año respectivamente.

5.5.1 Capacidad real de Producción.

Una de las ventajas competitivas que posee el modelo de negocio es la flota total con la que se cuenta para la entrega del servicio a los clientes. Tal como se aprecia en la siguiente tabla, el Logde tiene una capacidad máxima de producción, sin embargo, se han estimado las cantidades óptimas de producción según el método Alvear de acuerdo a tres escenarios; Normal, Optimista y Pesimista.

	Optimista	Neutral	Pesimista
Ocupación	80,14%	69,67%	59,50%
Habitaciones	15	13	11

Siendo el escenario pesimista el punto de equilibrio de Econtainer Logde y su capacidad mínima de producción.

5.6 Localización

El método de elección que se utilizó para establecer la ubicación, es el Método Delphi, el cual brinda mediante la opinión de distintos expertos, el emplazamiento más idóneo para el funcionamiento del negocio.

Primeramente se realizó una comparación de lugares potencialmente atractivos, donde las alternativas predominantes fueron: San Pedro de Atacama, Pucón y Torres del Paine.

Se descartó San Pedro de Atacama debido a los altos costos que poseen los terrenos que existen a disposición de compra, llegando alcanzar al 90% de la inversión estimada, por lo que se hace inviable un proyecto de tal magnitud con un costo tan alto en terrenos.

Pucón, es considerada una óptima ubicación debido al alto flujo de turistas que se presentan en temporada de verano. Sin embargo esa afluencia de turistas se concentra sólo en esa temporada, por lo que no se justifica una inversión de tal magnitud para funcionar solo en esta estacionalidad.

Se descartó Torres del Paine debido al difícil acceso y altos costos en transportes a los que se debían incurrir, además del impacto visual que puede producir el proyecto en dicha zona.

San José de Maipo en cambio posee terrenos con buenos accesos, cercano a la ciudad de Santiago, lugar dónde llega la afluencia más alta de turistas durante todo el año. Además el terreno encontrado cumple con todas las características necesarias para llevar a cabo el proyecto a un costo bajo.

5.7 Presupuesto de las Operaciones

5.7.1 Inversiones: Costos de terreno, Obras civiles, Equipos, otros.

En la finalidad de lograr llevar a cabo la implementación efectiva y eficiente del negocio, el presupuesto de las operaciones deberá contemplar los siguientes aspectos, que se mencionan a continuación:

Primeramente será necesario realizar por parte de las inversiones la compra de un terreno para poder edificar el centro de operaciones, por el cual se deberá pagar un valor de \$36.000.000 + IVA. Adicionalmente, se deben sumar los costes complementarios a la obra como demolición, cierre perimetral, remodelación y acondicionamiento.

Además hay que considerar el valor de los contenedores, cada uno a un valor de \$1.432.000, requerimos 26, los cuales están distribuidos de la siguiente manera, 22 para la construcción del hotel, 2 para la construcción de la piscina y 2 para construcción de enfermería y bodegas, por los cuales se pagará un total de \$37.232.000.

Para calcular los valores que en promedio se incurriría para materializar estos cambios, se trabajó con un portal online denominado Chile Generador de Precios, el cual proporciona información detallada por metro cúbico o cuadrado, de cualquier intervención que se relacione a la construcción, considerando materiales, mano de obra, herramientas y otros detalles que requiere la ejecución. Además en las inversiones se considera todo el equipamiento necesario para la operación del proyecto durante los primeros 5 años.

En cuanto a los costos, se ha estimado la estructura de los costos variables operacionales, que incluyen principalmente los principales insumos para ofrecer el servicio y el CIF

variable correspondiente a cada uno de ellos. Se encuentra el cálculo del costo de la minuta diaria en el anexo 5.9.

El consumo de agua se realizó a través del sitio web esval.cl, que ofrece un simulador de consumo de agua potable gratuito para cada localidad en particular. Para estimar el consumo promedio en litros se trabajó con los siguientes supuestos: Frecuencia y tiempo, los cálculos se encuentran en el anexo 5.10, además existe un consumo de agua fijo el cual se trabaja con el sistema de regadío propio del recinto, por lo que no se incurren en costos monetarios. Mientras que el cálculo del consumo de luz, insumos de limpieza general e insumos de limpieza por habitación se pueden apreciar en los anexos 5.11, 5.12 y 5.13.

Por otro lado, la estructura de costos fijos está estimada en base a los elementos necesarios para la operación óptima del proyecto.

Tabla 5.3: Presupuesto de Operaciones. Inversión: Terreno y adaptación centro de operaciones.

	MT2	Costo	Neto	Bruto
Terreno	1	\$36.355.647	\$ 36.355.647	\$ 36.355.647
Radier	360	\$ 8.737	\$ 3.145.320	\$ 3.742.931
Mejoramiento Terreno	500	\$ 120.000	\$ 60.000.000	\$ 71.400.000
Infraestructura	840	\$ 270.000	\$226.800.000	\$269.892.000
Césped	1000	\$ 3.933	\$ 3.933.000	\$ 4.680.270
Cierre Perimetral	1800	\$ 12.692	\$ 22.845.600	\$ 27.186.264
Costo Total Terreno				\$413.257.112

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.4: Presupuesto de Operaciones. Inversión: Construcción Centro de Operaciones

	Cantidad	Costo	Neto	Bruto
Contenedores	26	\$ 1.432.000	\$ 37.232.000	\$ 44.306.080
Manipuleo Cotenedores	100	\$ 50.000	\$ 5.000.000	\$ 5.950.000
Transporte Contenedores	26	\$ 175.000	\$ 4.550.000	\$ 5.414.500
Grúa	3	\$ 643.580	\$ 1.930.740	\$ 2.297.581
Arquitecto	8	\$ 81.100	\$ 648.800	\$ 772.072
Ingeniero	20	\$ 100.000	\$ 2.000.000	\$ 2.380.000
Muro de Escalada	1	\$35.000.000	\$ 35.000.000	\$ 41.650.000
Piscina 10,2x3,90x1,40 m (volumen 61 m³).	1	\$ 8.136.836	\$ 8.136.836	\$ 9.682.835
Estacionamientos	60	\$ 41.052	\$ 2.463.120	\$ 2.931.113
Costo Total Infraestructura			\$ 96.961.496	\$115.384.180

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.5: Presupuesto de Operaciones. Inversión: Energías No Convencionales

	Cantidad	Precio	Neto	Bruto
Módulos Fotovoltaicos 5 Kw	15	\$ 3.334.827	\$ 50.022.405	\$ 59.526.662
Sistema termo Solar 300 lts	6	\$ 2.436.739	\$ 14.620.434	\$ 17.398.316
Costo Total Energias No Convencionales			\$ 64.642.839	\$ 76.924.978

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.5: Presupuesto de Operaciones. Inversión: Equipamiento en Tecnología de la Información.

	Cantidad	Precio	Neto	Bruto
Software de administración	2	\$ 3.000.000	\$ 6.000.000	\$ 7.140.000
Software de Inventarios	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.547.000
Pagina web	1	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 238.000
Total Tecnologia			\$ 7.500.000	\$ 8.925.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.6: Presupuesto de Operaciones. Inversión: Mobiliario.

	Costo Bruto
Total equipamiento Hall	\$ 5.619.961
Total equipamiento Habitación	\$ 35.657.928
Total equipamiento Cocina	\$ 2.397.609
Total equipamiento Comedor	\$ 2.256.902
Total equipamiento Terraza	\$ 9.754.190
Total equipamiento Lavanderia	\$ 1.025.946
Total equipamiento Aseo	\$ 290.079
Total equipamiento Multiespacio	\$ 2.274.882
Total equipamiento Oficinas	\$ 2.987.865
Total equipamiento Enfermeria	\$ 119.990
Total equipamiento Actividades	\$ 16.539.462
Total equipamiento Vehiculos	\$ 83.231.822
Total equipamiento Astronómico	\$ 11.999.200
Total equipamiento Huerto	\$ 867.980
Total equipamiento Arboles	\$ 384.900
Total Equipamiento	\$ 175.408.716

Tabla 5.7: Presupuesto de Operaciones. Inversión: Aspectos Legales.

Total aspectos Legales	Cantidad	Neto
Patentes, permisos y tramites varios	1	\$ 34.832.859

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.8: Presupuesto de Operaciones. Inversión: Gastos de Organización y Puesta en Marcha.

Costo Reclutamiento	
Gerente General	\$ 120.000
Instructor	\$ 120.000
Cocinero	\$ 288.000
Ayudante de cocina	\$ 288.000
Copero	\$ 288.000
Bartender	\$ 288.000
Auxiliar de Aseo	\$ 240.000
Mucama	\$ 240.000
Conserje	\$ 240.000
Conductor	\$ 288.000
Jardinero	\$ 120.000
Recepcionista	\$ 432.000
Botones	\$ 240.000
Profesor	\$ 288.000
Garzón	\$ 288.000
Contador	\$ 120.000
Total	\$ 3.888.000

Fuente: Elaboración propia

Costo total Capacitaciones	
Gestión sostenible empresa	\$ 400.000
Desarrollo sustentable de la organización	\$ 5.280.000
Responsabilidad social empresarial	\$ 360.000
Buenas prácticas de cuidado del medio ambiente en mi trabajo y hogar	\$ 6.440.000
Primeros auxilios	\$ 3.150.000
Total Capacitaciones	\$ 15.630.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.9: Presupuesto de Operaciones. Total Inversión

Denominación	Bruto	Neto
Terreno y adaptación centro de operaciones	\$ 413.257.112	\$ 353.079.567
Construcción Centro de Operaciones	\$ 115.384.180	\$ 96.961.496
Energías No Convencionales	\$ 76.924.978	\$ 64.642.839
Equipamiento en Tecnología de la Información	\$ 8.925.000	\$ 7.500.000
Aspectos Legales	\$ 34.832.859	\$ 29.271.310
Capacitación	\$ 15.630.000	\$ 13.134.454
Aplicación	\$ 5.000.000	\$ 4.201.681
Gastos de Organización y Puesta en Marcha	\$ 5.000.000	\$ 4.201.681
Capital de Trabajo	\$ 22.014.943	\$ 22.014.943
Equipamiento	\$ 175.408.716	\$ 147.402.282
Total Inversión	\$ 872.377.788	\$ 742.410.253

Fuente: Elaboración propia

5.7.2 Presupuesto Plan de Operaciones

Se consideran las tasas de ocupación del año 1 para los cálculos, con un escenario Neutral.

	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
total habitaciones	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
ocupacion	72%	80%	72%	60%	65%	60%	70%	65%	70%	70%	71%	72%
habitaciones ocupadas	14	15	13	11	12	11	13	12	13	13	13	13

5.7.2.1 Presupuesto de Operaciones. Estructura Costos Variables.

Costos Variables	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Agua	\$ -655.225	\$ -702.027	\$ -608.423	\$ -514.820	\$ -561.622	\$ -514.820	\$ -608.423	\$ -561.622	\$ -608.423	\$ -608.423	\$ -608.423	\$ -608.423
Luz	\$ -256.940	\$ -284.501	\$ -254.273	\$ -213.376	\$ -231.157	\$ -213.376	\$ -248.938	\$ -231.157	\$ -248.938	\$ -248.938	\$ -251.605	\$ -254.273
Servicios de alimentacion	\$-10.193.400	\$-10.921.500	\$ -9.465.300	\$ -8.009.100	\$ -8.737.200	\$ -8.009.100	\$ -9.465.300	\$ -8.737.200	\$ -9.465.300	\$ -9.465.300	\$ -9.465.300	\$ -9.465.300
Comision transbank (4%?)	\$ -1.463.490	\$ -1.568.025	\$ -1.358.955	\$ -1.149.885	\$ -1.254.420	\$ -1.149.885	\$ -1.358.955	\$ -1.254.420	\$ -1.358.955	\$ -1.358.955	\$ -1.358.955	\$ -1.358.955
Deportes externalizados	\$-12.600.000	\$-13.500.000	\$-11.700.000	\$ -9.900.000	\$-10.800.000	\$ -9.900.000	\$-11.700.000	\$-10.800.000	\$-11.700.000	\$-11.700.000	\$-11.700.000	\$-11.700.000
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$-25.169.055	\$-26.976.053	\$-23.386.951	\$-19.787.180	\$-21.584.399	\$-19.787.180	\$-23.381.617	\$-21.584.399	\$-23.381.617	\$-23.381.617	\$-23.384.284	\$-23.386.951

Fuente: Elaboración propia

5.7.2.2 Presupuesto de Operaciones. Estructura Costos Fijos

Costos Fijos Operacionales	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Telefonia - Internet - TV	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990
Telefonia Movil	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991
Insumos de aseo	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500
Insumos de oficina	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000
Gas	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000
Mantencion Paneles												\$ -500.000
Mancencion Muro												\$ -2.000.000
Mantencion Furgon												\$ -1.000.000
Mantencion Piscina												\$ -100.000
Sistema de camaras	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000
Sistema de alarmas	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000
Retiro reciclaje	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000
combustible	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000
recepion	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884
botones	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567
mucama	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776
jardinero part-time	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000
guias	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000
cheff	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258
barman	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450
ayudante de cocina	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693
copero	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259
garzon	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000
conductor	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814
auxiliar de aseo	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357
conserje	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621
Profesor	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362
Profesor part-time1	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544
Profesor part-time2	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471
Profesor part-time3	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089
Imprevistos Mantención	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -17.068.626

5.8 Administración de Inventarios

Econtainer Logde considera un inventario “just in time”, para toallas, insumos y componentes del servicio, el sistema de inventarios se trata de entregar materias primas o componentes a la línea de fabricación de forma que lleguen “justo a tiempo” a medida que son necesarios. Por tanto es el sistema que más se acomoda para trabajar este tipo de insumos, evitando así grandes volúmenes de existencias o componentes comprados, manteniendo la filosofía de producción que se orienta a la demanda.

El inventario de materias primas con las que trabaja el casino y la coctelería de la barra, se trabajará con el sistema FIFO o PEPS, el cual propone que los primeros insumos en entrar a bodega serán los primeros en ser ocupados para la elaboración del producto, y aquellos que ingresen en último lugar serán utilizados con posterioridad. Esto debido básicamente a la fecha de caducidad de las materias primas, trabajando con ingredientes frescos y minimizando la posibilidad de entregar preparaciones con ingredientes en malas condiciones, esto con el propósito de velar en todo momento por la excelente calidad del producto final.

Figura 5.12: Planilla de Inventarios con modalidad FIFO para control de inventarios.

Código	Proveedor	Fecha	Detalle	Entradas			Salidas			Saldos		
				Cantidad	Costo un.	Subtotal	Cantidad	Costo un.	Subtotal	Cantidad	Costo un.	Subtotal
			INVENTARIO INICIAL									
x00000xx		xx/xx/xx	Ingresos	X	X	X						
			Egresos				X	X	X			
			Saldos							X	X	X

Fuente: Elaboración propia

Para el inventario de activos fijos, que considera la inversión inicial en mobiliario, se ha determinado llevar el control del inventario bajo un software de administración de inventarios llamado CBZI.

5.9 Control de Calidad

Econtainer Logde, busca mantener su estándar en otorgar servicios de la más alta calidad, se verá regido mediante la metodología de la certificación ISO 9001, establecida por la Organización Internacional de Normalización, que permite avances y mejoras continuas en cuanto a los sistemas de gestión de calidad, además de producir una percepción de confiabilidad por parte del usuario, lo que añade mayor valor al negocio y ayuda a aumentar los beneficios producto de la rentabilidad. Dicha norma especifica la manera en que deben operar los estándares de calidad dentro de una organización, los tiempos de entrega y niveles de servicios, y no sólo brinda el contenido mínimo como las guías, sino que además las herramientas necesarias para la implementación y los métodos de auditoría.

La norma ISO 9001 se sustenta en base a 8 principios: Enfoque al cliente, liderazgo, participación del personal, enfoque basado en procesos, mejora continua, enfoque de sistemas para la gestión, enfoque basado en hechos para la toma de decisiones y relaciones mutuamente beneficiosas con proveedores.

Algunas de las ventajas de su implementación son la estandarización de las actividades del personal mediante documentación, asegurar calidad del servicio en la percepción del usuario a través de la normalización de procedimientos y actividades, monitorear y evaluar el desempeño de los procesos, aumentar la eficiencia y eficacia del negocio en el logro de objetivos y reducir las incidencias negativas en el proceso productivo.

Además, el Lodge pretende certificarse con la norma ISO 14001 que es la norma internacional de sistemas de gestión ambiental (SGA), ayuda a la organización a identificar, priorizar y gestionar los riesgos ambientales, como parte de sus prácticas de negocios habituales, ha sido diseñada para poder ser implementada en cualquier organización independientemente de su tamaño, sector y ubicación geográfica.

Con esta norma se busca, reducir los costos, gestión del cumplimiento de la legislación, reducir la duplicación de esfuerzos, gestionar su reputación, ser el proveedor elegido y aumentar su ventaja competitiva: le permite trabajar con las empresas que valoran las organizaciones que son respetuosas con el medio ambiente, facilidad de integración con

otras normas de sistemas de gestión con la norma ISO 9001(Calidad), OHSAS 18001 (Seguridad y Salud laboral), ISO 50001 (Energía), y otras normas basadas en sistemas de gestión.

La empresa al implantar la norma ISO 9001 y 14001 juntas consigue el denominado sistema de gestión integrado. Uno de los más completos que existen y muy recomendable en el mercado turístico. Combina la satisfacción del cliente con la integración en el medioambiente y la sostenibilidad.

Adicionalmente como contamos con un casino, pretendemos contar con la norma ISO 22001 de Gestión alimentaria, siendo altamente recomendable poder implantar sistemas basados en APPCC (Análisis de Puntos Críticos). El APPCC es un sistema de control que garantiza la vigilancia de los peligros de tipo microbiológico, físico o químico.

Por otro lado, Econtainer Logde apuntando siempre a entregar un servicio de calidad, se pretende certificar al segundo año de funcionamiento con el Sello de Calidad Turística.

El Sistema de Certificación de Calidad para los servicios turísticos en Chile, es único en su tipo a nivel mundial y busca aumentar la satisfacción de los y las visitantes a nuestro país, asegurándoles un servicio de calidad, óptimo y transparente, acorde a sus expectativas, aumentando el flujo de visitantes al servicio certificado.

La importancia del Sello de Calidad Turística se debe a que acredita que las y los prestadores(as) cumplen con los requisitos que fijan los estándares de calidad y esto sirve como estrategia de diferenciación y competitividad respecto de los demás servicios turísticos. Además, el sello otorga las calificaciones para los servicios de alojamiento turístico. El beneficio que otorga a las y los prestadores(as), es el orden y organización que genera dentro de la empresa, además de reducir costos y entregar un servicio de calidad que atrae un mayor flujo de turistas. Un servicio certificado se asegura de cumplir con las expectativas de los y las turistas, que por medio del boca a boca, promueve el servicio turístico con otras personas. Por último, el Sello de Calidad Turística es un requisito que deben cumplir los prestadores que quieran participar en los programas que desarrolla SERNATUR como son Vacaciones de Tercera Edad y Gira de Estudio.

La Distinción en Turismo Sustentable, reconocida gráficamente con el Sello S, garantiza al visitante que el servicio turístico que cuenta con este distintivo, cumple con criterios globales de sustentabilidad turística, en los ámbitos socio-cultural, medioambientales y económicos.

- Reconocer los esfuerzos de los servicios de alojamiento turístico que hayan desarrollado avances en cualquier ámbito de la sustentabilidad.
- Diferenciar estas empresas frente a sus competidores.
- Garantizar a los turistas, el compromiso de la empresa con los pilares de la sustentabilidad.

Para Alojamientos turísticos: considera 57 criterios de evaluación y 3 niveles de distinción, siendo el Nivel 3 el que refleja la excelencia en sustentabilidad. Los criterios de evaluación están ordenados según los 3 ámbitos de la sustentabilidad universalmente conocidos (Económico, Sociocultural y Medioambiental)

El turismo puede influir en el bienestar de la comunidad tanto de manera positiva como negativa. Por esta razón, es importante que el turismo contribuya a mantener y fortalecer la calidad de vida de las comunidades y evite la degradación o explotación social o medioambiental. Bajo este contexto, mediante la metodología de mejora continua es menester determinar indicadores que permitan regular de manera efectiva cada proceso y etapa, lo cual se realizará mediante “Key Performance Management” o conocido en sus siglas en inglés KPI en la calidad del servicio como en la satisfacción de los clientes. Como se aprecia en la siguiente tabla los principales KPI serán supervisados directamente por el jefe de operaciones, los cuales con el fin de mantener el estándar de calidad aceptable deben ser mayores o iguales a los indicados en la tabla.

Figura 5.13: Planilla KPI

KPI	Descripción	Valor Aceptable
De entrada	Tasa de visitantes que realizan reservas	
	Tasa de stock Inventarios	
	Tasa de Mermas y Castigos	2%
De proceso	Tasa de cancelación de servicio	5%
	Tasa pago servicio RedCompra	68%
	Tasa pago servicio Efectivo	32%
	Tasa de Atención = $\frac{\text{Tiempo Atención}}{\text{Tiempo Permanencia Lodge}}$	
De Salida	Tasa Satisfacción Cliente = $\frac{\text{Total clientes con reclamos}}{\text{Total de Clientes}}$	
	Tasa de Circulación = Total de Huespedes	Cantidades Mínimas Escenario Pesimista
	Promedio de Ingreso de Clientes por Web	

Fuente: Elaboración propia

5.10 Presupuesto Plan de Operaciones

Detalle	AÑO 0	AÑO 1											
		enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Costos Variables													
Agua		\$ -655.225	\$ -702.027	\$ -608.423	\$ -514.820	\$ -561.622	\$ -514.820	\$ -608.423	\$ -561.622	\$ -608.423	\$ -608.423	\$ -608.423	\$ -608.423
Luz		\$ -256.940	\$ -284.501	\$ -254.273	\$ -213.376	\$ -231.157	\$ -213.376	\$ -248.938	\$ -231.157	\$ -248.938	\$ -248.938	\$ -251.605	\$ -254.273
Servicios de alimentacion		\$ -10.193.400	\$ -10.921.500	\$ -9.465.300	\$ -8.009.100	\$ -8.737.200	\$ -8.009.100	\$ -9.465.300	\$ -8.737.200	\$ -9.465.300	\$ -9.465.300	\$ -9.465.300	\$ -9.465.300
Comision transbank (4%)		\$ -1.463.490	\$ -1.568.025	\$ -1.358.955	\$ -1.149.885	\$ -1.254.420	\$ -1.149.885	\$ -1.358.955	\$ -1.254.420	\$ -1.358.955	\$ -1.358.955	\$ -1.358.955	\$ -1.358.955
Deportes externalizados		\$ -12.600.000	\$ -13.500.000	\$ -11.700.000	\$ -9.900.000	\$ -10.800.000	\$ -9.900.000	\$ -11.700.000	\$ -10.800.000	\$ -11.700.000	\$ -11.700.000	\$ -11.700.000	\$ -11.700.000
TOTAL COSTOS VARIABLES		\$ -25.169.055	\$ -26.976.053	\$ -23.386.951	\$ -19.787.180	\$ -21.584.399	\$ -19.787.180	\$ -23.381.617	\$ -21.584.399	\$ -23.381.617	\$ -23.381.617	\$ -23.384.284	\$ -23.386.951
Costos Fijos Operacionales													
Telefonia - Internet - TV		\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990	\$ -46.990
Telefonia Movil		\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991	\$ -26.991
Insumos de aseo		\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500	\$ -400.500
Insumos de oficina		\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000
Gas		\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000
Mantencion Paneles													\$ -500.000
Mancencion Muro													\$ -2.000.000
Mantencion Furgon													\$ -1.000.000
Mantencion Piscina													\$ -100.000
Sistema de camaras		\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000
Sistema de alarmas		\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000	\$ -70.000
Retiro reciclaje		\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000	\$ -100.000
combustible		\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000	\$ -900.000
recepcion		\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884	\$ -757.884
botones		\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567	\$ -596.567
mucama		\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776	\$ -555.776
jardinero part-time		\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000
guias		\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000	\$ -600.000
cheff		\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258	\$ -870.258
barman		\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450	\$ -1.277.450
ayudante de cocina		\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693	\$ -636.693
copero		\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259	\$ -565.259
garzon		\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000	\$ -400.000
conductor		\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814	\$ -1.239.814
auxiliar de aseo		\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357	\$ -540.357
conserje		\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621	\$ -546.621
Profesor		\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362	\$ -451.362
Profesor part-time1		\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544	\$ -180.544
Profesor part-time2		\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471	\$ -274.471
Profesor part-time3		\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089	\$ -361.089
Imprevistos Mantención		\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000	\$ -1.000.000
TOTAL COSTOS FIJOS		\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -13.468.626	\$ -17.068.626
Inversiones													
Terreno y adaptación centro de operaciones		\$ -353.079.567											
Construcción Centro de Operaciones		\$ -96.961.496											
Energías No Convencionales		\$ -64.642.839											
Equipamiento en Tecnología de la Información		\$ -7.500.000											
Aspectos Legales		\$ -29.271.310											
Gastos de Organización y Puesta en Marcha		\$ -4.201.681											
Capital de Trabajo		\$ -6.000.000											
Equipamiento		\$ -145.805.652											
TOTAL EGRESOS		\$ -707.462.545	\$ -38.637.681	\$ -40.444.679	\$ -36.855.577	\$ -33.255.806	\$ -35.053.025	\$ -33.255.806	\$ -36.850.243	\$ -35.053.025	\$ -36.850.243	\$ -36.850.243	\$ -40.455.577

6. Aspectos Legales

6.0 Objetivos Aspectos Legales

Los objetivos de los aspectos legales relacionados al plan de negocio presentado es determinar cuáles serán las implicaciones económicas y técnicas derivadas de la normativa legal chilena que regulen la operación e instalación del proyecto en la ciudad de Santiago, Comuna de San José de Maipo.

6.1 Estructura Legal de la Empresa

Para este plan de negocios la empresa se constituirá en una Sociedad de Responsabilidad Limitada, debido a que, en primer lugar, su constitución no requiere de un monto mínimo, su administración es menos compleja que las otras sociedades ya que las decisiones se toman en base a lo que los socios estimen conveniente (no es necesario crear un directorio) y por último, los socios responderán en relación al monto aportado, es decir, de forma limitada.

Para el proceso de constitución de ésta sociedad, se realizará mediante el sitio web de “Tu empresa en un día”, la cual es sin costo y solo se debe completar un formulario electrónico con los datos de la sociedad y la información de los socios que la integran (Ministerio de Economía Fomento y Turismo, 2017). Para finalizar el proceso de constitución de la sociedad, se procede a suscribir las firmas de los socios en la notaría. Como resultado de éste trámite, se obtiene el RUT de la empresa y se puede proceder a realizar trámites en el Servicio de Impuestos Internos y comenzar la tramitación de los permisos pertinentes para comenzar con la edificación del centro de distribución en relación a la Dirección de Obras de la Municipalidad de Huechuraba, comuna en la cual se encuentra ubicado el centro.

6.2 Leyes y Normas

En cuanto al funcionamiento de Econtainer Logde existe una ley que regulariza los servicios entregados bajo el concepto de alojamiento turístico, la normativa que la rige es la NCh3009.n2012 - Alojamiento Turístico Lodge, la cual establece los requisitos para establecerse como tal.

6.2.1 Leyes y Normas Sectoriales, Regionales y Comunales

En primer lugar, se deben realizar ciertos trámites previos relacionados a la construcción del centro de operaciones, como lo son: certificado de informaciones previas, certificado municipal de zonificación, permiso de edificación, permiso para obra nueva, permiso de obras preliminares, permiso percible bodegaje, permiso de instalación sanitaria y permiso para instalación de gas/electricidad, permiso de pavimentación, declaración eléctrica interior y la recepción definitiva de obras(ChileAtiende Pymes, 2014). Una vez finalizada la obra, se comienzan con los trámites asociados a la obtención de la patente municipal en la comuna de San José de Maipo.

Para comenzar con las operaciones de Econtainer Logde es necesario obtener las patentes comerciales, la declaración de trabajadores y/o sucursales, las patentes municipales para, alojamiento turístico, actividades productivas de alimentos y la patente de alcohol. Se debe contar con la autorización de la Autoridad Sanitaria regional, la cual fiscaliza las disposiciones expuestas por el Código Sanitario. Adicionalmente, este negocio se debe regular por el Reglamento Sanitario de los Alimentos debido a que éste se encarga de establecer las condiciones sanitarias a las cuales se debe ceñir la producción, importación, elaboración, envase, almacenamiento, distribución y venta de alimentos para uso humano, con el objeto de proteger la salud y nutrición de la población y garantizar el suministro de alimentos sanos e inocuos(Ministerio de Salud, 2015).

6.3 Leyes y Normas Específicas: Ambientales, Tributarias, Comerciales, Laborales

6.3.1 Ambientales

Para el funcionamiento con energía solar como fuente principal de energía eléctrica, se considera utilizar la Generación Ciudadana, establecida mediante la Ley 20.571, es un sistema que permite la autogeneración de energía en base a Energías Renovables No Convencionales (ERNC) y cogeneración eficiente. Todo sistema de generación eléctrica que busque acogerse a esta ley, debe ser declarado ante la Superintendencia de Electricidad y Combustibles, SEC. Esta Declaración Eléctrica debe ser realizada por un Instalador Autorizado, y debe contener además los detalles técnicos de la instalación, así como de los productos a utilizar. Posteriormente, la SEC fiscaliza la Instalación y si ésta cumple con los

requerimientos técnicos, autoriza su funcionamiento, tras lo cual, el propietario deberá notificar su conexión a la red de la Empresa de distribución eléctrica.

6.3.2 Tributarias

La empresa Econtainer Logde debe trabajar bajo las normativas del Código tributario, el cual rige las relaciones jurídicas originadas por los impuestos. Las leyes que influyen en el ámbito financiero de la empresa, son las siguientes:

- Ley sobre impuesto a la Renta
- Ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios

6.3.3 Comerciales

Para el inicio de las actividades comerciales, la empresa debe realizar las inscripciones correspondientes al Registro de Comercio y obtener las patentes comerciales en cada municipalidad en donde estará presente.

Con respecto las leyes que influyen los productos a comercializar, la empresa debe tener en cuenta las siguientes leyes:

- Ley 20.089, Certificación de Productos Orgánicos (Odepa , 2015)
- Ley 20.606, Ley sobre el Etiquetado de los Alimentos (Gobierno de Chile, 2016)

La patente comercial cuya función es autorizar las actividades lucrativas dentro de san José del Maipo, tiene un valor anual de entre el 0,25% y un 0,5% del capital inicial declarado por la empresa, mientras que el costo con referencia a la patente de venta de alcoholes.

6.3.4 Laborales

Es importante que la empresa cumpla con la normativa laboral correspondiente al Código del Trabajo para un correcto funcionamiento con los empleados.

6.4 Certificaciones

- Certificación de informaciones previas: documento cuyo rol es garantizar el uso para fines comerciales del domicilio.
- Certificación de calificación técnica con el fin de obtener permiso para la edificación, para con ello calificar los riesgos para trabajadores y el entorno entre otros.
- Certificado municipal de zonificación, este certificado se obtiene con el fin de obtener una patente comercial.

- Certificado municipal de zonificación
- Certificado de numeración domiciliar municipal
- Certificado de recepción final
- Certificado digital
- Certificado de distribución de capital
- Certificado de pago de patentes
- certificación de sanidad: requerido por servicios de entrega de colisiones, este formulario es requerido por las municipalidades, la tardanza máxima para la autorización del funcionamiento es de 3 días.
- Certificado de dominio

6.5 Presupuesto de gastos de organización y puesta en marcha

Tabla 6.1: Presupuesto de gastos de organización y puesta en marcha

Detalle	Costo
Legalización de la escritura	\$ 15.000
Certificado de informaciones previas	\$ 16.342
Inscripción de la propiedad	\$ 262.200
Permiso para obra nueva	\$ 4.492.696
Permiso de edificación	\$ 2.292.696
Recepción definitiva de obras	\$ 2.335
Permisos sanitarios	\$ 4.486.824
Patente comercial	\$ 22.510.188
Autorización Sanitaria para elaborar, almacenar,	\$ 611.700
INAPI: Registro de marca	\$ 140.076
Certificado de pago de patentes	\$ 2.802
TOTAL	\$ 34.832.859

7. Plan Económico – Financiero

7.0 Objetivos Financieros

- Obtener ingresos mínimos por el 85% de la ocupación de las habitaciones al año 5.
- Generar UAII anual mayor que \$ 0 desde el final del año 1.
- Lograr que el rendimiento sobre la inversión sea superior al costo de capital
- Determinar una estructura de capital óptima para la empresa

7.1 Construcción flujos de caja proyecto puro

7.1.1 Inversión Inicial

Tabla 7.1: Inversión inicial del proyecto: Equipamiento.

	Costo Bruto
Total equipamiento Hall	\$ 5.619.961
Total equipamiento Habitación	\$ 35.657.928
Total equipamiento Cocina	\$ 2.397.609
Total equipamiento Comedor	\$ 2.256.902
Total equipamiento Terraza	\$ 9.754.190
Total equipamiento Lavandería	\$ 1.025.946
Total equipamiento Aseo	\$ 290.079
Total equipamiento Multiespacio	\$ 2.274.882
Total equipamiento Oficinas	\$ 2.987.865
Total equipamiento Enfermería	\$ 119.990
Total equipamiento Actividades	\$ 16.539.462
Total equipamiento Vehículos	\$ 83.231.822
Total equipamiento Astronómico	\$ 11.999.200
Total equipamiento Huerto	\$ 867.980
Total equipamiento Árboles	\$ 384.900
Total Equipamiento	\$ 175.408.716

Fuente: Elaboración propia.

El monto total a invertir en equipos para la puesta en marcha del proyecto “Econtainer” llega a \$175.408.716 brutos. El detalle se encuentra en **anexo 7.1**

Tabla 7.2: Inversión agregada momento 0.

Denominación	Bruto	Neto
Terreno y adaptación centro de operaciones	\$ 413.257.112	\$ 353.079.567
Construcción Centro de Operaciones	\$ 115.384.180	\$ 96.961.496
Energías No Convencionales	\$ 76.924.978	\$ 64.642.839
Equipamiento en Tecnología de la Información	\$ 8.925.000	\$ 7.500.000
Aspectos Legales	\$ 34.832.859	\$ 29.271.310
Capacitación	\$ 15.630.000	\$ 13.134.454
Aplicación	\$ 5.000.000	\$ 4.201.681
Gastos de Organización y Puesta en Marcha	\$ 5.000.000	\$ 4.201.681
Capital de Trabajo	\$ 22.014.943	\$ 22.014.943
Equipamiento	\$ 175.408.716	\$ 147.402.282
Total Inversión	\$ 872.377.788	\$ 742.410.253

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se presentan los activos fijos tangibles e intangibles que se deben adquirir para poder generar los ingresos futuros antes de la puesta en marcha del proyecto y durante la operación de este.

El monto inicial de inversión para el proyecto “Econtainer” alcanza la suma de \$742.410.410.253 Netos. Se utilizó el valor neto en aquellos activos que deben ser cancelados más IVA.

7.1.2 Depreciación

Tabla 7.3: Calculo de depreciación tributaria.

Detalle	Costo Neto	Vida útil años	Vida útil meses	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Edificacion	\$ 226.800.000	40	480	\$ 5.670.000	\$ 472.500
HALL					
Mostrador para resepción Quadrifoglio Z2	\$ 1.680.672	7	84	\$ 240.096	\$ 20.008
Silla para PC 59x56x89	\$ 17.387	5	60	\$ 3.477	\$ 290
Computador Asus® AIO V221IDUK-WA044T	\$ 285.286	6	72	\$ 47.548	\$ 3.962
Sillon Modular Bollén II - Dmob	\$ 605.025	7	84	\$ 86.432	\$ 7.203
Tablet Galaxy Tab E 9.6 T560	\$ 1.966.235	6	72	\$ 327.706	\$ 27.309
Mesa de centro Marley	\$ 168.050	7	84	\$ 24.007	\$ 2.001
HABITACIONES					
Cama king brown	\$ 6.125.914	7	84	\$ 875.131	\$ 72.928
Cama 2 plazas	\$ 5.377.175	7	84		\$ 64.014
Funda de plumon 180 hilos king blanco	\$ 1.034.077	3	72	\$ 344.692	\$ 14.362
Juego de sábanas 140hilos King lavanda	\$ 925.170	3	72	\$ 308.390	\$ 12.850
Pack de 2 almohadas 50x70cm	\$ 435.630	3	72	\$ 145.210	\$ 6.050
Frazada King Verde	\$ 1.034.077	3	36	\$ 344.692	\$ 28.724
Cortina Tela BlackOut Blanco	\$ 2.673.000	3	36	\$ 891.000	\$ 74.250
Set de papeleros 2 unidades Gris	\$ 169.291	3	36	\$ 56.430	\$ 4.703
Closet 2 cajones 6 puertas	\$ 993.645	7	84	\$ 141.949	\$ 11.829
Lampara colgante 28cm 60W	\$ 271.997	3	36	\$ 90.666	\$ 7.555
WC One Piece 6L Blanco	\$ 2.722.417	5	60	\$ 544.483	\$ 45.374
Secador de cabello 2100}W	\$ 326.450	7	84	\$ 46.636	\$ 3.886
Kit mueble para lavamanos espejo flotante	\$ 3.024.908	5	60	\$ 604.982	\$ 50.415
Panel ducha 120x25cm	\$ 3.176.168	5	60	\$ 635.234	\$ 52.936
Kit de accesorios para baño 3 piezas	\$ 353.677	3	36	\$ 117.892	\$ 9.824
Lavamanos 10 lts belair	\$ 994.871	3	36	\$ 331.624	\$ 27.635
Juego de toallas de baño y mano	\$ 326.178	3	36	\$ 108.726	\$ 9.061

Fuente: Elaboración propia.

COCINA					
Cocina a gas 4 quemadores	\$ 486.227	9	108	\$ 54.025	\$ 4.502
Meson acero inoxidable	\$ 73.571	7	84	\$ 10.510	\$ 876
Lavafondo tachó secador	\$ 108.929	7	84	\$ 15.561	\$ 1.297
Campana acero inoxidable	\$ 155.454	7	84	\$ 22.208	\$ 1.851
Basurero con tapa 660 litros	\$ 204.194	3	36	\$ 68.065	\$ 5.672
Refrigerador Visicooler 370 litros blanco	\$ 181.505	9	108	\$ 20.167	\$ 1.681
Freezer horizontal 300 litros blanco	\$ 128.564	9	108	\$ 14.285	\$ 1.190
licuadora	\$ 7.555	7	84	\$ 1.079	\$ 90
Plato redondo 15cm blanco	\$ 90.000	3	36	\$ 30.000	\$ 2.500
Horno microondas digital 20 litros	\$ 37.808	9	108	\$ 4.201	\$ 350
Dispensador de agua pedestal	\$ 95.279	7	84	\$ 13.611	\$ 1.134
Juego de 5 Piezas Cuchillos Riviera	\$ 128.564	3	36	\$ 42.855	\$ 3.571
Hervidor eléctrico 17 litros	\$ 50.665	7	84	\$ 7.238	\$ 603
Wok antiadherente aluminio	\$ 16.631	3	36	\$ 5.544	\$ 462
Juego de 2 sartenes+paila	\$ 9.824	3	36	\$ 3.275	\$ 273
Juego de ollas 5 piezas acero inoxidable	\$ 143.690	3	36	\$ 47.897	\$ 3.991
Basurero redondo metal pedal	\$ 22.674	3	36	\$ 7.558	\$ 630
Bandeja redonda	\$ 30.214	3	36	\$ 10.071	\$ 839
Set coctelera 3 piezas	\$ 43.450	3	36	\$ 14.483	\$ 1.207
COMEDOR					
Mesa comedor Felipe	\$ 386.538	7	84	\$ 55.220	\$ 4.602
Mesa comedor Donato	\$ 672.202	7	84	\$ 96.029	\$ 8.002
Silla madera 85x39cm	\$ 483.792	7	84	\$ 69.113	\$ 5.759
Piso bar 76x40x40cm	\$ 226.815	7	84	\$ 32.402	\$ 2.700
Vaso para cerveza 250cc	\$ 29.874	3	36	\$ 9.958	\$ 830
Set vaso de vidrio 6u 525cc	\$ 36.983	3	36	\$ 12.328	\$ 1.027
Set vaso de vidrio 6u 244cc	\$ 11.231	3	36	\$ 3.744	\$ 312
Juego 12 copas vino tinto y blanco	\$ 49.122	3	36	\$ 16.374	\$ 1.364

TERRAZA					
Juego living Susan	\$ 1.006.723	7	84	\$ 143.818	\$ 11.985
Sofa Tommy	\$ 336.118	7	84	\$ 48.017	\$ 4.001
Mesa grandes Zurich	\$ 340.311	7	84	\$ 48.616	\$ 4.051
Mesa chica lateral Cloé	\$ 151.227	7	84	\$ 21.604	\$ 1.800
Brasero a carbon de metal	\$ 181.497	7	84	\$ 25.928	\$ 2.161
Parrilla a carbon	\$ 884.647	7	84	\$ 126.378	\$ 10.532
Mesa bar Polo	\$ 226.876	7	84	\$ 32.411	\$ 2.701
Tina Cipres de 2.40 mts	\$ 2.940.000	7	84	\$ 420.000	\$ 35.000
Sistema Filtrado	\$ 735.000	5	60	\$ 147.000	\$ 12.250
Calefactor a leña especial	\$ 945.000	5	60	\$ 189.000	\$ 15.750
Ionizador	\$ 449.400	5	60	\$ 89.880	\$ 7.490
PISCINA					
Piscina	\$ 8.403.361	20	240	\$ 420.168	\$ 35.014
Luces piscina	\$ 699.773	20	240	\$ 34.989	\$ 2.916
LAVADERO					
Lavadora secadora frontal	\$ 847.029	15	180	\$ 56.469	\$ 4.706
Plancha para ropa	\$ 15.111	7	84	\$ 2.159	\$ 180
ASEO					
Aspiradora de arrastre	\$ 105.852	7	84	\$ 15.122	\$ 1.260
Escoba de rama	\$ 24.542	5	60	\$ 4.908	\$ 409
Pala	\$ 18.870	5	60	\$ 3.774	\$ 314
Basurero	\$ 94.500	5	60	\$ 18.900	\$ 1.575
MULTIESPACIO					
Futon	\$ 453.751	7	84	\$ 64.822	\$ 5.402
Puff	\$ 90.726	7	84	\$ 12.961	\$ 1.080
Led 43 LJ5500 FHDSmart TV	\$ 302.506	6	72	\$ 50.418	\$ 4.201
Mesa de ping-pong Durastar	\$ 134.445	7	84	\$ 19.206	\$ 1.601
Mesa de pool sharp shooter imperial	\$ 839.496	7	84	\$ 119.928	\$ 9.994
Librero 90x29,5x180 madera aglomerada	\$ 90.741	7	84	\$ 12.963	\$ 1.080

Tabla 7.4: Resumen del cálculo de depreciación tributaria.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciación anual	\$ 35.907.364	\$ 35.907.364	\$ 35.907.364	\$ 35.907.364	\$ 35.907.364
Depreciación mensual	\$ 3.023.032	\$ 3.023.032	\$ 3.023.032	\$ 3.023.032	\$ 3.023.032
Depreciación acumulada	\$ 35.907.364	\$ 71.814.727	\$ 107.722.091	\$ 143.629.455	\$ 179.536.818
Reinversion			\$ 9.353.445		

Fuente: Elaboración propia

La depreciación tributaria considera el valor residual igual a cero, por lo que al tercer año del proyecto, se necesita una reinversión para todos los activos depreciados en 3 años (**véase anexo 7.5**).

En este plan de negocios la depreciación económica coincidirá con la depreciación tributaria, es decir, los activos serán reemplazados según la cantidad de años que recomienda el SII.

7.1.3 Determinación del Capital de Trabajo

Para determinar el capital de trabajo, primero se elaboró un presupuesto de caja para el primer año de operación (**véase anexo 7.2**), luego se utilizó el método del déficit acumulado máximo. El resultado arrojó que el Hotel requiere la incorporación de capital de trabajo, esto porque no es capaz de generar los recursos suficientes que le permitirán trabajar el primer mes de trabajo, ya que se produce un desfase por los ingresos a crédito. En concreto, se llegó a que el Hotel “Econtainer” necesitara un monto de Capital de Trabajo de \$22.014.943.

Tabla 7.5: Cálculo Capital de trabajo

	Año 1											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos	\$ 43.800.000	\$ 77.430.000	\$ 92.010.000	\$ 75.540.000	\$ 63.600.000	\$ 57.600.000	\$ 64.500.000	\$ 61.740.000	\$ 67.260.000	\$ 68.640.000	\$ 71.400.000	\$ 71.400.000
Egresos	-\$ 65.814.943	-\$ 67.601.091	-\$ 65.305.926	-\$ 56.706.420	-\$ 58.906.588	-\$ 58.056.420	-\$ 61.682.755	-\$ 59.044.588	-\$ 64.532.755	-\$ 61.820.755	-\$ 64.816.841	-\$ 67.072.926
Ganancia o pérdida	\$ 22.014.943	\$ 9.828.909	\$ 26.704.074	\$ 18.833.580	\$ 4.693.412	-\$ 456.420	\$ 2.817.245	\$ 2.695.412	\$ 2.727.245	\$ 6.819.245	\$ 6.583.159	\$ 4.327.074
Acumulado	-\$ 22.014.943	-\$ 12.186.034	\$ 14.518.040	\$ 33.351.620	\$ 38.045.032	\$ 37.588.612	\$ 40.405.856	\$ 43.101.269	\$ 45.828.513	\$ 52.647.758	\$ 59.230.917	\$ 63.557.990

Fuente: Elaboración propia.

7.1.4 Desembolsos por Costos Operacionales

La estructura de costos del proyecto se conforma básicamente por 3 grupos principales, los cuales son “costos variables”, “costos fijos operacionales” y “costos fijos de administración y venta”, los cuales se detallan en las siguientes tablas

Tabla 7.6: Desembolso por costos variables

Costos Variables Brutos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	\$ 8.186.724	\$ 8.771.490	\$ 9.439.794	\$ 9.857.484	\$ 10.191.636
Luz	\$ 1.195.511	\$ 1.273.667	\$ 1.351.824	\$ 1.429.981	\$ 1.508.138
Servicios de alimentacion	\$ 127.366.533	\$ 136.464.143	\$ 146.861.411	\$ 153.359.703	\$ 158.558.337
Comision transbank (4%)	\$ 17.298.000	\$ 17.850.000	\$ 20.334.000	\$ 20.814.000	\$ 21.900.000
Deportes externalizados	\$ 157.437.000	\$ 168.682.500	\$ 181.534.500	\$ 189.567.000	\$ 195.993.000
Bebestibles	\$ 73.470.600	\$ 78.718.500	\$ 84.716.100	\$ 88.464.600	\$ 91.463.400

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7.7: Desembolso por costos fijos operacionales

Costos Fijos Brutos Operacionales (anuales)	
Telefonia - Internet - TV	\$ 563.880
Telefonia Movil	\$ 323.892
Insumos de aseo	\$ 4.806.000
Insumos de oficina	\$ 1.200.000
Mantencion Paneles	\$ 500.000
Mancencion Muro	\$ 2.000.000
Mantencion Furgon	\$ 1.000.000
Mantencion Piscina	\$ 100.000
Sistema de camaras	\$ 840.000
Sistema de alarmas	\$ 840.000
Retiro reciclaje	\$ 1.200.000
Combustible	\$ 10.800.000
Gas y Calefaccion	\$ 4.800.000
Imprevistos	\$ 12.000.000
Remuneraciones	\$ 228.012.558

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7.8: Desembolso por costos fijos de administración y venta

Costos Fijos de Administracion y Ventas Brutos (anuales)	
Radio	\$ 4.950.000
Folletería	\$ 145.000
Revistas	\$ 8.550.000
Página Web	\$ 238.000
Agencia Publicidad	\$ 3.360.000
Gerente General	\$ 20.031.000
Instructor	\$ 16.431.000
Contador	\$ 7.503.000
Gratificaciones	\$ 28.278.312

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de los costos variables destaca n los gastos asociados a los servicios de alimentación, los deportes externalizados y los bebestibles de los huéspedes, además de los costos por servicios básicos asociados a la utilización de cada habitación.

En cuanto a los costos fijos de operación, gran parte de estos son remuneraciones, que se muestran a continuación.

Tabla 7.9: Remuneraciones Brutas.

	Sueldo Bruto
Gerente General	\$ 1.669.250
Instructor	\$ 1.369.250
Contador	\$ 625.250
Cocinero	\$ 1.538.500
Cocinero part time	\$ 648.000
Ay. Cocina	\$ 1.358.500
Ay. Cocina part time	\$ 558.000
Copero	\$ 1.170.000
Copero part time	\$ 468.000
Bartender	\$ 1.239.840
Bartender part time	\$ 498.670
Aux aseo L - V	\$ 385.516
Aux aseo S - D	\$ 153.688
Mucama L-V	\$ 384.219
Mucama S-D	\$ 153.688
Conserje L-V	\$ 597.500
Conserje S-D	\$ 239.000
Conductor	\$ 1.238.500
Conductor part time	\$ 498.000
Jardinero	\$ 362.625
Recepcionista principal	\$ 679.250
Recepcionista	\$ 1.328.500
Recepcionista part time	\$ 814.500
Botones	\$ 606.250
Botones part time	\$ 242.500
Profesor	\$ 537.329
Profesor part time 1	\$ 214.931
Profesor part time 2	\$ 329.490
Profesor part time 3	\$ 429.863
Garzón	\$ 1.212.500
Garzón part time	\$ 485.000
Salvavidas part time L-V	\$ 449.063
Salvavidas part time S-D	\$ 179.625

Fuente: Elaboración propia.

7.1.5 Flujo de caja proyecto puro para un horizonte de evaluación de 5 años

El flujo de caja fue elaborado en su estado puro con el objetivo de apreciar el proyecto en su estado más íntegro. Se tomó un horizonte de evaluación de cinco años. Dentro del flujo de caja se puede apreciar las fuentes de ingreso por las habitaciones y egresos del proyecto, además de las inversiones que se llevaron a cabo para poner en marcha el plan de negocios.

La depreciación tributaria por su parte se encuentra en la tabla “Cálculo de depreciación tributaria” y las inversiones presentan su respectivo detalle en la tabla “Inversión agregada momento 0.” presentadas anteriormente.

Como se puede apreciar en el flujo de caja puro, durante los 5 años de evaluación se arrojan valores positivos lo que refleja el excedente neto de caja que arroja el proyecto.

Tabla 7.10: Flujo de caja periodo 5 años.

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas		\$ 726.806.723	\$ 750.000.000	\$ 854.369.748	\$ 874.537.815	\$ 920.168.067
Total ingresos		\$ 726.806.723	\$ 750.000.000	\$ 854.369.748	\$ 874.537.815	\$ 920.168.067
Costos Variables		\$ -326.252.931	\$ -348.867.059	\$ -376.555.537	\$ -392.812.965	\$ -406.534.043
Costos Fijos		\$ -333.771.742	\$ -333.771.742	\$ -333.771.742	\$ -333.771.742	\$ -333.771.742
Depreciación tributaria		\$ -35.907.364	\$ -35.907.364	\$ -35.907.364	\$ -35.907.364	\$ -35.907.364
UAII	\$ -	\$ 30.874.686	\$ 31.453.836	\$ 108.135.105	\$ 112.045.745	\$ 143.954.919
Impuesto a la renta (25,5%)	\$ -	\$ -7.873.045	\$ -8.020.728	\$ -27.574.452	\$ -28.571.665	\$ -36.708.504
UAIDI	\$ -	\$ 23.001.641	\$ 23.433.107	\$ 80.560.654	\$ 83.474.080	\$ 107.246.414
Depreciación tributaria		\$ 35.907.364	\$ 35.907.364	\$ 35.907.364	\$ 35.907.364	\$ 35.907.364
Inversiones						
Terreno y adaptación centro	\$ -353.079.567					
Construcción Centro de Ope	\$ -96.961.496					
Energías No Convencionales	\$ -64.642.839					
Equipamiento en Tecnología	\$ -7.500.000					
Aspectos Legales	\$ -29.271.310					
Capacitación	\$ -13.134.454					
Aplicación	\$ -4.201.681					
Gastos de Organización y Pu	\$ -4.201.681					
Capital de Trabajo	\$ -22.014.943					
Equipamiento	\$ -147.402.282					
Reinversión				\$ -9.353.445		
						\$ 1.170.424.892
	\$ -742.410.253	\$ 58.909.005	\$ 59.340.471	\$ 107.114.573	\$ 119.381.443	\$ 1.313.578.670
VAN	\$ 441.355.086					
TIR	19,83%					

Fuente: Elaboración propia.

7.1.6 Valor de recuperó al final del horizonte de evaluación

Para sacar el valor de recuperó se utilizó el método económico, por lo cual se incluirá al final del año 5 un valor equivalente a lo que generara en el futuro el Hotel.

$$VRe = (FC - RR) / i\%$$

Donde VRe = Valor de recuperó.

FC= flujo perpetuo futuro, en este caso se ocupó el flujo del año 4.

RR= Reserva para reposición, que en este caso es igual a la depreciación de los activos.

i% = tasa de rentabilidad exigida .

Valor de recuperó	\$ 119.381.443	\$ 35.907.364	\$ 1.170.424.892
	7,13%		

7.2 Evaluación económica

La tasa de rentabilidad esperada promedio anual (TIR) del proyecto “Econtainer” es superior a la tasa de costo capital promedio ponderado del mismo (WACC) 19,83% > 7,13%. Esto significa que el proyecto otorgara retornos superiores a los exigidos.

7.3 Fuentes de financiamiento

7.3.1 Fuentes de financiamiento y determinación del costo de capital

El proyecto se financiara a través de tres métodos, el primero estará compuesto por un crédito hipotecario simulado en Banco de Chile con una tasa del 3,87% con un plazo de 10 años de pago, que representa un 5% del total de la inversión, el segundo un préstamo CORFO de \$200.000.000 millones con una tasa del 9,07%, que representa un 27% del total de la inversión. El otro 68% se obtendrá mediante el aporte de socios con un total de \$506.054.606.

Tabla 7.11: Fuentes de financiamiento y rentabilidad exigida

Financiamiento		Monto	Ponderación	Tasa Exigida (%)		
Deuda	Terreno	\$ 36.355.647	4,90%	3,87%	0,745	0,001411871
	Prestamo	\$ 200.000.000	26,94%	9,07%	0,745	0,018203278
Capital	Inversionistas	\$ 506.054.606	68,16%	7,59%		0,051704318
	Total	\$ 742.410.253	100%			

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7.12: Fuentes de financiamiento, peso relativo y WACC

Financiamiento	Peso relativo	Calculo
Terreno	4,90%	(36.355.647/566.298.666)
Prestamo	26,94%	(300.000.000/566.298.666)
Inversionistas	68,16%	(299.943.019/566.298.666)
Total	100,00%	
WACC	7,131947%	

Fuente: Elaboración propia.

$$WACC = (4,90\% * 3,87\% * (1-25,5\%)) + (26,94\% * 9,07\% * (1-25,5\%)) + (68,16\% * 7,64\%)$$

$$WACC = 7,131947\%$$

La tasa de costo promedio ponderado de capital, considerando los tres tipos de financiamiento que tendrá el proyecto, corresponderá a 7,131947%

7.4 Costo capital

7.4.1 Determinación de la tasa de rentabilidad exigida

Para determinar la rentabilidad exigida por los inversionistas se utilizó el modelo CAPM simple (Capital Asset Pricing Model):

$$RCAPM = r_f + \beta(r_m - r_f)$$

Dónde:

r_m: Rendimiento del mercado, en este caso el rendimiento del IGPA (principal índice bursátil del mercado chileno).

β: Beta, riesgo del proyecto o portafolio.

rf: Rendimiento de un activo libre de riesgo. En el mercado chileno, el Banco Central y la Tesorería General de la República emiten bonos libres de riesgo, tanto en pesos como en UF. Para este cálculo se utilizaron las tasas del BCP a 10 años del mes de abril (en CLP).

La rentabilidad del mercado se obtuvo a través del cálculo del rendimiento nominal del IGPA (véase anexo 7.4). Para ello, se descargó de la Bolsa de Comercio de Santiago los datos correspondientes a los valores de los últimos diez años de éste índice, y luego se calculó el rendimiento promedio mensual y anual alcanzado 0,64% y 7,66%, respectivamente.

Beta se calculó por el método Hamada, tomando un beta de una empresa extranjera de 0,94, con un apalancamiento financiero de 0,3991. Según la fórmula de Hamada el beta ax dio 0,724565348, con un apalancamiento de 0,467055619, y al ajustarlo, el beta final dio 0,976682524, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 7.13: Calculo CAPM

Calculo CAPM		
	Beta USA	0,94
	apalancamiento Usa	0,3991
	Beta ax	0,724565348
	apalancamiento empresa	0,467055619
	Beta pe	0,976682524
	Rf	4,42%
	Rm	7,66%
CAPM	Ka	7,59%

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la rentabilidad libre de riesgo (Rf), alcanzó la cifra de 4,42% durante el mes de abril del 2018. Se proyectará esta cifra, como representación del activo libre de riesgo.

$$RCAPM=4,42\%+0,97(7,66\%-4,42\%)$$

$$RCAPM= 7,59\%$$

7.5 Evaluación Financiera

Si los flujos de caja neto de los 5 años del horizonte de evaluación se descuentan a la tasa de costo capital promedio ponderado alcanzada de 7,13% se obtiene un VAN= \$441.355.086, esto significa que “Econtainer” es capaz de recuperar la inversión, otorgar los retornos exigidos a sus inversionistas y aun así generar excedentes por la suma mencionada.

7.6 Análisis de Sensibilidad

Se identificaron las siguientes variables críticas del proyecto:

1. Precios. Existen precios en temporada alta y temporada baja para distintas habitaciones.

Tabla7.14: Precio de habitaciones según tipo y temporada.

Tipo de Habitación	Precio	
	T. Alta	T. Baja
Deluxe	\$ 240.000	\$ 200.000
Doble	\$ 210.000	\$ 160.000
Familiar	\$ 250.000	\$ 200.000
Privada	\$ 120.000	\$ 100.000

Fuente: Elaboración propia.

2. Ocupación

- Temporada Alta (Enero a Marzo)
- Temporada Baja (Abril a Diciembre)

Tabla 7.15: Análisis de sensibilidad bidimensional. Variable precio de venta.

Precio T. Alta/ Precio T. Baja	menos30%	menos20%	menos10%	180.000-140.000-175.000-80.000	mas10%
menos30%	-\$ 2.008.991.075	-\$ 1.440.663.344	-\$ 872.335.613	-\$ 304.007.882	\$ 264.319.849
menos20%	-\$ 1.760.536.752	-\$ 1.192.209.021	-\$ 623.881.290	-\$ 55.553.559	\$ 512.774.171
menos10%	-\$ 1.512.082.429	-\$ 943.754.699	-\$ 375.426.968	\$ 192.900.763	\$ 761.228.494
220.000-190.000-225.000-100.000	-\$ 1.263.628.107	-\$ 695.300.376	-\$ 126.972.645	\$ 441.355.086	\$ 1.009.682.817
mas10%	-\$ 1.015.173.784	-\$ 446.846.053	\$ 121.481.677	\$ 689.809.408	\$ 1.258.137.139

Fuente: Elaboración propia.

Se efectuó un análisis de sensibilidad bidimensional para cada una de las variables definidas. En la primera columna de la tabla se muestran los rangos de precios para las habitaciones en la temporada alta (de enero a marzo) y en la parte superior, los precios de la temporada baja (de abril a diciembre), para cada tipo de habitación, la tabla muestra como estas combinaciones de precios afectan al VAN. La combinación de precios propuesta en este Plan de Negocios logra un VAN= \$441.355.086

Si los precios de las habitaciones disminuyen un 30% tanto en temporada alta como en temporada baja, que sería el peor de los casos analizados, el VAN se torna negativo y llega a -\$2.008.991.075. Por el contrario, si los precios de las habitaciones aumentan un 10% tanto en temporada alta como en temporada baja, que sería el mejor de los casos analizados, el VAN se dispara y llega a un valor de \$1.258.137.139.

Esto nos demuestra que si bien el proyecto tiene una alta sensibilidad en cuanto a los precios, tiene un margen aceptable para afrontar estas variaciones.

Tabla 7.16: Análisis de sensibilidad bidimensional. Variable tasa de ocupación

Tasa de ocupacion Temporada Alta / Temporada Baja	50%	60%	70%	80%	90%	100%
50%	-\$ 1.023.183.352	-\$ 964.272.624	-\$ 381.231.745	\$ 80.856.023	\$ 225.566.497	\$ 577.029.828
60%	-\$ 969.047.545	-\$ 910.136.816	-\$ 327.095.937	\$ 134.991.830	\$ 279.702.304	\$ 631.165.635
70%	-\$ 639.968.778	-\$ 581.058.050	\$ 1.982.829	\$ 464.070.597	\$ 608.781.071	\$ 960.244.402
80%	-\$ 377.107.178	-\$ 318.196.450	\$ 264.844.430	\$ 726.932.197	\$ 871.642.671	\$ 1.223.106.002
90%	-\$ 286.212.532	-\$ 227.301.804	\$ 355.739.075	\$ 817.826.843	\$ 962.537.317	\$ 1.314.000.648
100%	-\$ 85.143.025	-\$ 26.232.297	\$ 556.808.582	\$ 1.018.896.350	\$ 1.163.606.824	\$ 1.515.070.155

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al análisis realizado a la tasa de ocupación, resulta que la mayoría de las combinaciones arrojan resultados positivos del VAN además se puede observar la importancia de la tasa de ocupación en temporada baja, ya que es la mayor parte del año. También podemos ver que superando el 70% de ocupación, ya se obtendrán resultados positivos en cuanto al VAN.

Las tasas de ocupación utilizadas inicialmente en este Plan de Negocios no se ven reflejadas en el análisis realizado, ya que la tasa de ocupación varía durante todos los años. En este análisis se trabajó con el supuesto de que las tasas se mantendrían constantes durante los 5 años de evaluación.

7.7 Análisis de riesgo

Los escenarios fueron determinados de la siguiente manera:

Optimista: El hotel alcanzara una tasa de ocupación de 100% desde el primer año de funcionamiento, con los siguientes precios:

- Habitación Deluxe: Temporada alta \$264.000 // Temporada baja \$220.000
- Habitación Doble: Temporada alta \$231.000 // Temporada baja \$176.000
- Habitación Familiar: Temporada alta \$275.000 // Temporada baja \$220.000
- Habitación Privada: Temporada alta \$132.000 // Temporada baja \$110.000

Neutro: Corresponde a la propuesta de precios y tasa de ocupación que se realiza en este Plan de Negocios.

Pesimista: La tasa de ocupación es igual al 50% durante los 5 años de evaluación, con los siguientes precios:

- Habitación Deluxe: Temporada alta \$216.000 // Temporada baja \$180.000
- Habitación Doble: Temporada alta \$189.000 // Temporada baja \$144.000
- Habitación Familiar: Temporada alta \$225.000 // Temporada baja \$180.000
- Habitación Privada: Temporada alta \$108.000 // Temporada baja \$90.000

Los flujos de caja, valor actual e índice financiero de los escenarios optimistas y pesimistas se encuentran en **anexo 7.6**

Tabla 7.17: Análisis de riesgo: Determinación de la desviación estándar de los flujos de caja

Escenario (k)	Probabilidad (Pk)	VA flujo de caja (Ak)	(Ak*Pk)	(Ak-Ay)	(Ak-Ay) ²	(Ak-Ay) ² * Pk
Optimista	30%	\$ 3.243.723.795	\$ 973.117.139	-\$ 431.056.671	\$ 185.809.853.300.440.000	\$ 55.742.955.990.132.000
Neutro	50%	\$ 1.183.765.338	\$ 591.882.669	-\$ 812.291.140	\$ 659.816.896.219.407.000	\$ 329.908.448.109.704.000
Pesimista	20%	-\$ 804.129.993	-\$ 160.825.999	-\$ 1.564.999.808	\$ 2.449.224.398.191.170.000	\$ 489.844.879.638.234.000
		Ay	\$ 1.404.173.809		\$ 3.294.851.147.711.010.000	\$ 875.496.283.738.069.000
					Desviacion Estandar	\$ 935.679.584

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Econtainer Logde es un proyecto de turismo sustentable que busca posicionarse tanto en el mercado, en la mente del huésped, como aquella que brinda un servicio integral y de excelencia, reconocida por poseer altos estándares de calidad en los servicios entregados. Todo lo anterior se realizará en el marco de los valores tales como el sentido de pertenencia, la atención al cliente, la sustentabilidad y el trabajo en equipo. De acuerdo a lo desarrollado por cada gerencia, se llega a las siguientes conclusiones funcionales:

- El proyecto presenta varias oportunidades al corto y largo plazo atractivas para su ejecución.
- Si bien existen amenazas importantes dentro del marco legal, el proyecto logra aprovechar estas amenazas mediante su modelo de negocio innovador.
- El estudio financiero del proyecto arroja que se necesita una inversión inicial bruta de \$742.410.253, del cual \$506.054.606 que corresponden al 68,16% se financiara mediante el aporte de inversionistas, los cuales exigirán una tasa de retorno del 7,59%, el resto de la inversión se recaudara mediante un crédito hipotecario para la compra del terreno y un crédito inversión CORFO de \$200.000.000, con lo que se obtiene una tasa de costo de capital del proyecto de un 7,14%.
- Analizando el proyecto en un horizonte de 5 años se obtiene un VAN de \$441.355.086 y una TIR del 19,83%, lo cual indica que el proyecto es viable desde el punto financiero, ya que la TIR es mayor a la tasa costo de capital del proyecto ($19,83\% > 7,14\%$) y el VAN es mayor a \$0, lo que indica que el Hotel genera beneficios.
- En cuanto al análisis de riesgo y los escenarios probables en que puede operar el negocio, el proyecto tiene una probabilidad del 74% de obtener un VAN mayor o igual a \$0 en el horizonte de evaluación, y en análisis de sensibilidad logra afrontar la baja de las variables criticas de forma positiva.
- Econtainer Logde es una organización que posee una cadena de valor proyectada con una actividad de soporte como el desarrollo de tecnología, y tres actividades primarias como las operaciones, el marketing y venta y el servicio.

Finalmente, se concluye que el proyecto es ejecutable, pues es viable y factible visto desde una mirada multidisciplinaria por cada gerencia, pero se recalca la importancia de su ejecución mediante ingenieros comerciales calificados en el área de optimización de recursos, venta directa e innovación.

Bibliografía

Alejandra Ruiz-Dana Blanco. (2007). International Trade and Sustainable Tourism in Chile: Preliminary Assessment of the Sustainability of Tourism in Chile in the Context of Current Trade Liberalization, 72.

BANCO MUNDIAL. (2018a). Chile [Text/HTML]. Recuperado 9 de julio de 2018, de <http://www.bancomundial.org/es/country/chile>

BANCO MUNDIAL. (2018b). Turismo internacional, número de arribos | Data. Recuperado 9 de julio de 2018, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.ARVL?locations=1W-CL>

Chile Sustentable – Avances y retrocesos ambientales del año 2017. Recuperado 14 de julio de 2018, de <http://www.chilesustentable.net/avances-y-retrocesos-ambientales-del-ano-2017/>

GFK. (2018). Indicador de Aprobación de Gobierno, 10.

GLOBAL REPORT ON ADVENTURE TOURISM. (2014). [unwto-global-report-on-adventure-tourism.pdf](#).

Hausmann, Hidalgo et al. (2014). The Atlas of economic complexity: mapping paths to prosperity. *Choice Reviews Online*, 51(11), 51-5931-51-5931. <https://doi.org/10.5860/CHOICE.51-5931>

Hern, P., & Nawrath, ez. (2018, marzo 3). Mónica Zalaquett explica los desafíos del gobierno de Piñera en turismo. Recuperado 9 de julio de 2018, de <http://latendencia.cl/2018/03/03/actualidad/monica-zalaquett-explica-los-desafios-del-gobierno-de-pinera-en-turismo/>

IMS MOBILE, & IN LATAM STUDY. (2016). [IMS-Mobile-Study-Septiembre2016.pdf](#).

Páez, E. (2018, mayo 4). datos de la Subtel. Recuperado 14 de julio de 2018, de <https://www.mediatelecom.com.mx/2018/05/04/83-de-la-poblacion-chilena-cuenta-con-smartphone-al-2017/>

Servicio nacional de turismo. (2012). Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020. Recuperado de http://portal.mma.gob.cl/wp-content/uploads/2014/10/1_Estrategia-Nacional-de-Turismo-2012-2020.pdf

Subsecretaría de Turismo. (2010). Subsecretaría de Turismo, ¿quienes somos? Recuperado 9 de julio de 2018, de <http://www.subturismo.gob.cl/quienes-somos/subsecretaria-de-turismo/>

Gerry Johnson y Kevan Scholes y Richard Whittington, Dirección Estratégica, Pearson, 2006.

El Mostrador <http://www.elmostrador.cl/mercados/2017/06/06/llegada-de-turistas-a-chile-crecio-un-148-en-los-ultimos-diez-anos/>

Emol <http://www.emol.com/noticias/Economia/2018/01/12/890921/Santiago-ya-no-es-un-lugar-de-paso-y-se-ubica-como-el-tercer-destino-turistico-de-Sudamerica.html>

Fundación Sol, (03 de junio 2018) <http://www.fundacionsol.cl/2017/08/economista-fundacion-sol-sueldo-minimo-actual-deberia-al-menos-410-000/>

Fred R. David, Fundamentos de Administración Estratégica, Prentice Hall, 2008.

Chiavenatto, I. (2009). Gestión del Talento Humano. En I. Chiavenatto, Gestión del Talento Humano. México D.F., México: Mcgraw Hill.

Indeed (05 de junio 2018) <https://www.indeed.cl/salaries/Cocina-Salaries>

Tu salario, (15 de mayo 2018) <https://tusalario.org/chile/salario/Comparatusalario?job-id=5120060000000>

Servicio de impuestos internos (22 de junio 2018)

http://www.sii.cl/valores_y_fechas/impuesto_2da_categoria/impuesto2018.htm

Dirección del Trabajo, Gobierno de Chile <http://www.dt.gob.cl/portal/1626/w3-article-97403.html>

<http://www.dt.gob.cl/portal/1626/w3-article-99109.html>

<http://www.dt.gob.cl/portal/1626/w3-article-99109.html>

<http://www.dt.gob.cl/portal/1628/w3-article-60141.html>

El Instituto de Seguridad del Trabajo

<http://www.ist.cl/wp-content/uploads/2016/08/MANUAL-breve-ISTAS-11-11-2013.pdf>

<http://www.ist.cl/cuestionario-suseso-istas-21/>

Temas legales jornadas laborales:

<https://prosinical.wordpress.com/2013/07/29/trabajadores-con-jornada-parcial-sin-domingo-de-descanso-y-sin-semana-corrída/comment-page-2/>

<https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1090828&r=1>

<https://www.misabogados.com/blog/es/jornada-de-trabajo-por-turnos>

Cálculos remuneraciones, (27 junio 2018) <http://www.calcular.cl/como-calcular-gratificaciones-chile.html>

<http://www.calcular.cl/como-calcular-sueldo-liquido-chile.html>

PREVIREDA (27 de mayo 2018)

<https://www.previred.com/web/previred/indicadores-previsionales>

Centro de Consultas Laborales.

<http://www.dt.gob.cl/consultas/1613/w3-article-60141.html>

Ministerio de Economía Fomento y Turismo. (2018). Tu empresa en un día. Obtenido de Registro de Empresas y Sociedades: <https://www.tuempresaenundia.cl/VD/Default.aspx>

Ministerio de Salud. (8 de Octubre de 2015). Ministerio de Salud. Obtenido de Reglamento Sanitario de los Alimentos: <http://web.minsal.cl/reglamento-sanitario-de-los-alimentos/>

Nueva ISO 9001:2015. (27 de Mayo de 2016). Nueva ISO. Obtenido de ¿Qué supone la actualización de la norma ISO 9001?: <http://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/05/actualizacion-norma-iso-9001/>

LEE J. KRAJEWSKI Administración De Operaciones

NASSIR SAPAG CHAIN Proyectos de inversión: Formulación y Evaluación

Banco Central de Chile. (2018). Base de Datos Estadísticos. Consultado el 20 de abril de 2018, de <https://si3.bcentral.cl/Siete/secure/cuadros/home.aspx>

Anexos

Anexo 1.1 Lean Canvas

El modelo de negocio es plasmado mediante la herramienta “lean Canvas” que a diferencia del “bussines model Canvas”, da énfasis a los emprendimientos los cuales el factor tecnología sea crucial al añadir el bloque métricas, como también enfatiza en la estrategia de ventaja competitiva otorgándole un apartado especial. En desmedro de la atención otorgada por el “bussines model canvas” en factores como socios clave, recursos clave y actividades clave

Problemas <ul style="list-style-type: none"> Desconocimiento del cajón del Maipo por parte de los turistas y el clima. inseguridad e incertidumbre Diversidad de actividades 	solución <ul style="list-style-type: none"> tour operadores gestiona, aconseja y vincula distintas organizaciones y actividades. rutas guiadas y sistema de seguridad en caso de robo. tour operadores y vínculos con otras empresas las cuales mediante transfer ofrecen tour por Santiago urbano, Valparaíso y todo Chile. 	Propuesta de Valor Facilita al turista gozar de actividades al aire libre bajo un alelo sustentable.	Ventaja injusta <ul style="list-style-type: none"> Entrega de servicio bajo parámetros sustentables Precios competitivos calidad 	Segmentos de Clientes <ul style="list-style-type: none"> Expertos Fotógrafos Inexpertos organizaciones
	Indicadores claves <ul style="list-style-type: none"> Ahorro por sustentabilidad Tasa de ocupacion 			Clientes de adopción rápida <ul style="list-style-type: none"> Deportistas Turistas dispuestos a nuevas experiencias Capitalinos
Estructura de Costes <ul style="list-style-type: none"> Costos fijos operacionales Costos variables de administración y ventas: gratificaciones, publicidad, instructores, contador. Costos variables brutos: consumo de luz, agua, alimentación, comisión transbank, deportes externalizados 		Estructura de Ingresos <ul style="list-style-type: none"> Entrega de tres servicios de habitación Paquete único de actividades 		

Problemas del cliente objetivo:

- Desconocimiento del cajón del Maipo por parte de los turistas y el clima: Las condiciones idóneas que busca el turista aventurero para la realización de las actividades varían con relación al tiempo, con un desconocimiento del lugar las probabilidades de practicar actividades de turismo aventura disminuyen.
- Seguridad e incertidumbre: Frente a lo lesivo que son las actividades de turismo aventura dependiendo del grado de las lesiones es que no siempre el trato otorgado al accidente sea al propicio, por otra parte, robo o intento de robos pueden causar un rechazo por parte de los turistas, disminuyendo la demanda de nuestro servicio.
- Diversidad de actividades: El turista extranjero que no hace del turismo aventura una actividad frecuente desea hacer la mayor cantidad y diversidad de actividades en el país en el cual se encuentra deseando también en la conocer Santiago urbano, el cajón del Maipo y Chile.

Alternativas/solución.: Los turistas extranjeros y los nacionales buscan por medio del internet consejos o bien comentarios de personas que hayan realizado turismo aventura en el cajón del Maipo, como también mediante internet pueden disminuir la incertidumbre del clima y con ello hacerse una idea del itinerario en cuanto a las actividades. Con relación a la seguridad existen operadores turísticos capaces de cubrir cualquier tipo de incertidumbre en seguridad complementando seguros médicos y de robos. Frente a la diversidad de actividades es que existen convenios con empresas las cuales hacen tour en la región metropolitana y en Chile en general.

Caracterización del cliente

- Expertos: Clientes quienes han hecho de los deportes aventura una actividad frecuente en sus vidas y por ende poseen un amplio dominio del tema
- Fotógrafos: Clientes que registran por medio de sus cámaras fotográficas el viaje, su principal motivación es captar el momento junto al paisaje y/o actividad.
- Inexpertos: Personas que por hacer compañía a una o más personas expertas o personas que por primera vez realizan turismo aventura.
- Organizadores: Son quienes motivan al resto del equipo, lo reúnen, motivan y organizan, ven la logística del viaje.

Propuesta única de valor

- Cliente de adopción rápida : Debido a que Econtainer es un servicio turístico nuevo es que un cliente de adopción rápida, cuyo interés de ejercer turismo aventura en nuevos lugares entendiéndolo que ya haya o no haya practicado actividades relacionadas a las ofrecidas , por tanto este en una constante búsqueda de nuevos destinos, servicios y contactos para una próxima ocasión.
- Propuesta de valor : A propuesta apunta a una adopción rápida por parte del cliente, el cual pueda disfrutar de las actividades outdoor y otras indoor siempre bajo el alelo de la sustentabilidad, con un diseño innovador y servicios de excelencia.

High level concept

- El high level concept se entiende como la idea rápida que desea plasmar la empresa en la mente del público en general pudiendo ser una metáfora, comparación y/o término estrechamente relacionado a los servicios entregados.

La sustentabilidad hecha turismo aventura

Soluciones

- Problema (1) Desconocimiento del cajón del Maipo por parte de los turistas y el clima. Solución (1) tour operadores gestiona, aconseja y vincula distintas organizaciones y actividades.

- Problema (2) inseguridad e incertidumbre. Solución (2) rutas guiadas y sistema de seguridad en caso de robo.
- Problema (3) Diversidad de actividades Solución (3) tour operadores y vínculos con otras empresas las cuales mediante transfer ofrezcan tour por Santiago urbano, Valparaíso y todo Chile.

Canales de llegada

- la tendencia mundial en la industria turística y hotelera muestra que la tecnología ha incidido fuertemente en la intermediación y por ende los esfuerzos de publicidad y marketing son propios de cada empresa y estos han ido al alza, siendo nuestras estrategias de marketing fundamentales, las cuales de índole ABOVE THE LINE y BELOW THE LINE (estas últimas estarán presentes en las Relaciones Públicas), para que la estrategia que usaremos abarque distintos medios de comunicación, pudiendo abarcar una gran cantidad de clientes potenciales. Cabe señalar que estaremos presente en; Instagram, Facebook nuestra página web, portales web, radios, periódicos, folletería, y también promocionaremos en OTA's. Buscaremos atraer también público a través de participación en eventos y ferias ligadas a la sustentabilidad y turismo aventura para en un plazo llegar a nuestros clientes sin la vinculación de las OTA'S

Estructura de costos

- La diferenciación de costos es con relación a su carácter variable o fijos, dicho de otra manera, dependiendo de la demanda y el uso de las instalaciones es que aumentan los costos variables como se mantienen los fijos.
- Costos fijos operacionales: telefonía, internet, tv, insumos de aseo, insumos de oficina, mantenimiento paneles solares, mantenimiento del muro, mantenimiento del furgón, retiro reciclaje, combustible, remuneraciones.
- Costos fijos de administración y ventas : radio, folleterías, revistas, página web, redes sociales, movilización, patente, remuneraciones.

Anexo 2.1: Estrategia de Calidad

La estrategia de calidad autoimpuesta bajo la necesidad de cumplir con nuestros objetivos como empresa, es una serie de puntos a cumplir y de los cuales todos los trabajadores deben tener conocimiento para con ello, controlar y dar fe del grado de calidad de los servicios ofrecidos.

- Sin importar la cultura, raza, orientación sexual o cualquier tipo de clasificación humana los clientes serán tratados con atención preferencial.
- Es un deber cumplir lo acordado con los diversos actores tales como; clientes, proveedores y compañeros de trabajo, en caso de no hacerlo se deberá comunicar inmediatamente las razones y las disculpas correspondientes, como también asumir los costos en caso de que estos sea netamente responsabilidad de la empresa o parte.
- Nuestros estándares serán transmitidos y divulgados con todos nuestros actores.
- El servicio ofrecido y divulgado en todos nuestros canales responderá siempre a los ofrecidos en la práctica, para con ello no generar falsas expectativas.

Toma de decisiones

- Las decisiones importantes que afecten a la empresa, en materia de personal, inversiones etc. Deberán siempre estar respaldadas por la firma o timbre de un abogado, para con ello respaldar que toda decisión importante estará ejecutada en base a derecho.

Trato al cliente

- Debe existir siempre un trato amable y comprensible hacia el cliente.
- Saludar y despedirse son tareas que siempre deben cumplirse.
- No existe cabida para críticas negativas por parte de los trabajadores hacia el cliente
- Personalizar el trato esta arraigado en nuestras creencias como empresa, por lo cual es tarea de todos en hacer un esfuerzo por llegar a conocer a nuestros clientes, para luego retroalimentarnos como empresa.
- En caso de no cumplir con las expectativas o satisfacción del cliente el personal deberá proceder a disculparse y dar las explicaciones correspondientes siguiendo el protocolo explicado en la estrategia de recursos humanos.

Estándares sobre el trabajo

- Econtainer buscara la eficiencia y con ello un aumento en la productividad de forma constante con métodos como; aportando con ideas e iniciativas para mejorar los métodos de trabajo, el ambiente laboral cuando las tareas de primera urgencia se hayan resuelto.
- El personal deberá procurar superar las buenas expectativas de colegas y clientes.

- Debe existir un real cuidado de los bienes de los huéspedes.
- El buen trato es transversal omitiendo sobrenombres y llamándolos por su nombre.
- Es tarea del gerente general ser el primer motivador, comunicándole los logros y avances como también dar apoyo en las tareas no cumplidas.
- Para todos aquellos cargos superiores como lo son el gerente general, recepcionista Y cocinero debe existir un liderazgo participativo y facilitador hacia sus colaboradores, primando la inteligencia emocional, mediante un lenguaje efectivo y sin ambigüedades.

Comportamiento telefónico

- Todas las llamadas deben ser contestadas no más allá del cuarto ring y contestada de manera uniforme y cortés
- Las llamadas para otras unidades o áreas deben ser traspasadas inmediatamente en caso que el anexo y destinatario de la llamada estén disponibles. De lo contrario, debe realizarse lo más rápido posible, siempre indicando el destinatario de la comunicación.
- Todos los mensajes telefónicos que requieran respuesta, deben ser contestados personalmente por el destinatario dentro de un plazo máximo de 24 horas.
- Las llamadas externas nunca deben quedar esperando “en línea”. Si el cliente desea esperar, el operador del teléfono debe verificar cada 20 segundos si la persona desea seguir esperando o si prefiere dejar el mensaje.
- Siempre se debe realizar la despedida de los clientes utilizando la frase “gracias por llamar a Econtainer”

Política de buenas practicas

- Existe programa de capacitación e inducción en materia de i) industria del turismo ii) el rol de la empresa en la industria para el nuevo capital humano que está integrándose a las funciones.
- Todo el personal recibirá capacitación en materia de; recepción de turistas, atención a público, despedida de clientes, principios de hospitalidad, Estándares sobre comunicación telefónica, acerca de la historia, productos, servicios y funcionamiento de la empresa.

Recepción de turistas

- Todos nuestros servicios van enfocados como último actor al cliente, es por esto que debemos darle un servicio de excelencia y servirle como espera.
- Con relación al saludo, siempre se debe saludar con un contacto visual y sonrisa natural.
- El tono de voz siempre debe ser cálido y amistoso

- Dentro de la personalización del servicio es primordial que todo nuestro equipo de trabajo realice esfuerzos por saber los nombres de nuestros huéspedes.
- Si el cliente desea puede beber un típico vino Chileno con una tabla de para picar de bienvenida más un vaso de agua
- Las habitaciones siempre deberán estar listas para la recepción, con relación a la temperatura esta debe ser en verano de 25°C mientras que en invierno es de 30°C.

Atención de turistas en su llegada.

- La espera de los turistas debe ser la menor posible, en otras palabras el primero en llegar es el primero en ser atendido.
- Todas las áreas de atención deben estar limpias en todo momento.
- Con relación al despido este debe hacerse con una frase amable y deseando un buen día.
- Mientras se despide el recepcionista del huésped se le deberá consultar si estuvo a gusto con el trato y los servicios entregados, de no ser así es que se deberán tomar acción con tal de corregir los errores. También el recepcionista deberá acompañar al cliente hasta la puerta con frases cálidas y una actitud de gratitud por su visita y por ultimo ofrecerá llamar a un taxi.

Con relación a lo pagos realizados.

- Las facturas o boletas deberán ser entregadas de forma inmediata o en un plazo estipulada por las dos partes.
- La cobranza de documentos debe ser realizada en la fecha estipulada en la boleta, factura o contrato de prestación, utilizando el medio y aceptado por el cliente.
- El pago de los documentos al proveedor debe ser realizado en la fecha estipulada en la factura o contrato de prestación, utilizando el medio establecido y aceptado

Previamente por Econtainer.

- Siempre cuando el pago haya sido efectuado será informado al proveedor a la brevedad.

Servicios de alimentos y comida

- Todo el personal del comedor y el bar deberán utilizar siempre los uniformes preestablecidos en el plan de recursos humanos.
- Los pedidos deberán ser atendido en base a las preparaciones y stock de alimentos, sin importar el valor de la orden.
- Los pedidos deberán ser verificados antes de realizar la entrega, para con ello cumplir con los estándares impuestos.

- El chef deberá asegurar que a cada cliente se le entreguen la variedad el menú a cada persona
- La toma de orden deberá ser atendida antes de los tres minutos.
- Las entradas deben ser servidas en un máximo de 10 minutos después de haber tomado la orden.
- Mientras el cliente disfruta de su comida un mesero deberá preguntar si se encuentra todo bien.
- Después del postre deberá ofrecerse un licor o café, la cuenta será entregada al cliente una vez que este rechace cualquier pedido.
- Las mesas deben ser despejadas en un máximo de 3 minutos de haber sido desocupadas mientras que en un máximo de 10 minutos esta deberán ser vueltas a montar.

Servicios de habitación

- El aseo de la habitaciones, baños y demás se realizara según el manual de descripciones y procedimientos y lo estándares impuestos por Econtainer.
- Cuando las mucamas u otros empleados deseen entrar a las habitaciones estos deberán golpear la puerta y esperar la afirmación de cliente o asegurarse que a habitación se encuentre vacía.
- Al momento de que una habitación este siendo aseada esta deberá estar con la puerta abierta.
- La recepcionista es quien deberá supervisar constantemente el funcionamiento apropiado del servicio de pisos.

Política de ventas

- la política de la empresa es entregar a los clientes la información de toda las actividades de turismo aventura y las alianzas establecidas para poder hacer de su estadía una más aventurera, también se entregara toda la información de los servicios entregados de carácter no aventura, como también los beneficios a los que pueden optar.
- Se deben sugerir los productos con mayor rotación para con ello aumentar las ventas.
- Siempre deberá existir oferta para celíacos, veganos y diabéticos.
- Los meseros deberán tener nociones de preparación de los platos ofrecidos como de los productos con los cuales se pueden acompañar.
- Las bebidas alcohólicas serán ofrecidas con responsabilidad, por lo cual el personal deberá entender cuando es propicio aumentar las ventas o bien salvaguardar la calidad del servicio.

Anexo 2.2: Desarrollo Tecnológico

Estrategia tecnológica

Debido a que el mercado del turismo es el mercado más afectado por la tecnología, siendo más específicos por el avance del internet, una muestra de esto es la disminución de intermediarios turísticos y su reemplazo por las denominadas OTA'S (Online Travel Agency) los cuales son sitios web dedicados principalmente a la venta de servicios dentro del sector de viajes de forma online. Dentro de estas encontramos:

Aplicación para móviles celulares

Debido al carácter sustentable de la empresa es que debemos instruir a huéspedes de nuestras políticas de calidad y sustentabilidad, para ello es que en nuestra app podrá obtener mayor información en el idioma que el cliente estime conveniente.

La app contara con los siguientes servicios

1- Información económica

- Nuestra app informara de la composición del organigrama y las funciones de nuestros trabajadores
- política salarial: informa sobre la brecha salarial por género que existe en el lodge junto con la razones y anhelos que la empresa posee
- ferias: informara sobre las fechas y los productos de las ferias a realizar en las instalaciones y en otras instalaciones que tengan como fin dar un impulso en el emprendimiento local.

2- Información social

- informará sobre las actividades culturales en la zona de san jose de Maipo y los vínculos con la comunidad
- el cliente podrá aprender sobre nuestros pueblos originarios y personajes históricos de la zona

3- información medioambiental

- se informara acerca del programa que ha realizado la empresa para conservar el medio ambiente y los programas por venir con igual fin.
- El cliente podrá saber el porcentaje de energía utilizada por medio de energía renovable, la utilización de las aguas y en general el impacto medioambiental de nuestras instalaciones como también nuestra huella de carbono.

4- Reservas y pedidos

- El cliente post vista del menú podrá realizar pedidos de comida.

- Para un uso más eficiente de las instalaciones de lavado, podrá reservar su hora de lavado y mediante la misma app se les informara cuando su lavado esté listo.
- La app contara con la parrilla de actividades de turismo aventura, para que el cliente pueda saber y reservar sus actividades preferidas. También contara con la información de nuestros profesores y consejos para disminuir las probabilidades de accidentes.

Sello QR

- El reconocimiento del sello QR darán el huésped información sobre los vinos, la carta, los árboles plantados en nuestras instalaciones y todo aquel objeto que tenga un sello QR.

Momentos

- Con el fin de abarcar todas las etapas o momentos que emplea la experiencia de hacer un viaje; i) antes del viaje, ii) durante el viaje, iii) después del viaje. Es que nuestra estrategia tecnología mantendrá contacto vía mail, Instagram, Facebook con nuestros clientes (estrategia explicada en el plan de marketing)
- Fotografía y videos: si bien atesorar el momento es la última etapa del viaje, creemos que para aumentar la fidelización del cliente es que durante el viaje el cliente podrá ser fotografiado solo con su consentimiento para luego hacerles llegar el material, las fotografías y videos se harán al momento de llegar al lodge, en las actividades de turismo aventura y al momento de despedirse.

Anexo 2.3: formulación de matriz PEYEA

Con el fin vincular las diferentes estrategias de los diferentes planes gerenciales, es que con la matriz PEYEA (matriz de la posición estratégica y la evaluación de la acción) será posible establecer el grado de agresividad con que Econtainer interactúa con el mercado. Para ello es necesario definir cuatro variables a considerar:

a) Fuerza financiera (FF) +1 (peor) a +6 (mejor)

Para este cuadrante será necesario estimar los siguientes ratios.

Margen de utilidad bruta 14% (+2) con el calculamos si Econtainer tendrá fondos para cubrir los gastos futuros, ahorros y un potencial de reinversión.

Un mayor porcentaje de margen de utilidad bruta indica un mayor nivel de fondos disponibles para las necesidades de negocio actuales o futuras.

Margen de utilidad neta 10% (+5)

Es una proporción de utilidades importante que muestra qué tan eficientemente la compañía puede convertir ventas en ganancias netas.

Roe 11% (+4)

ROI 24% (+6)

Apalancamiento financiero es 49,85%

b) Ventaja competitiva (VC) -1 (mejor) -6 (peor)

El cuadrante vc estará determinado por:

Ideado por millenials (tendencias, tecnología y multiculturalidad) -2

Baja sensibilidad estacional (-2)

Sustentabilidad de excelencia (-1)

Alianzas estratégicas con distintas organizaciones (-2)

Estas cuatro ventajas comparativas ya fueron expuestas y explicadas mediante el análisis VRIO, de esta forma las siguientes variables que igualmente forman parte del cuadrante serán expuestas y explicadas.

Ciclo de vida del producto: (-5)

Econtainer al momento de ofrecer sus servicios por primera vez se encontraría en la fase de introducción, la cual se caracteriza por ser la primera etapa de entrada de un servicio al mercado. La etapa también se caracteriza por poseer un nivel bajo de ventas, por ello es que las estrategias de publicidad y de marketing buscarán conseguir un posicionamiento consolidado lo antes posible en el mercado hotelero del cajón del maipo, de esta forma aumentar la tasa ocupacional del lodge sustentable.

Lealtad de los clientes (-3)

- Lamentablemente nuestra fidelización con el cliente no puede ser aguda como en otras industrias, esto debido a que este siempre se encuentra en la constante búsqueda de nuevas experiencias demandando distintos servicios hoteleros.

Aun así existen estrategias de fidelización para crear vínculos con el cliente que gozo de las instalaciones con la esperanza de que realicen una posterior visita o bien recomiende el servicio a sus cercanos.

Las estrategias contemplan las experiencias del viaje en generar, incentivando a realizar diversas actividades antes del viaje, en el momento de estar gozando físicamente del viaje, como el momento de recordarlo posteriormente.

Conocimientos tecnológicos (-1)

- Completa integridad en todos sus procesos:

El principal vínculo con el cliente es mediante internet, por ende nuestra página web y las redes sociales serán extremadamente didácticas como del agrado del público en general para cualquier hardware ya sea computador, Smartphone o cualquier otro.

Con el fin de agilizar los procesos y agregarle valor al producto es que la aplicación de Ecolodge tendrá información disponible para realizar diversas actividades y conocer más sobre lo que le rodea en materia cultural, social, medioambiental, y aventura.

c) Estabilidad del ambiente (EA) -1 (mejor) -6 (peor)

- Rentabilidad estable de la industria (-3)
- Cambios tecnológicos (-1)

Chile ha estado a vanguardia mundial tecnológica tantomes así que en 2017 Chile cerró con 90.4 conexiones móviles a Internet por cada 100 habitantes estando al nivel de países desarrollados, países los cuales definen nuestro público objetivo internacional. De tal forma que el canal (internet) sea utilizado por todos quienes fomran nuestro potencial cliente.

- Precios de los competidores (-3)

Como antes clasificamos los competidores directos de los indirectos vemos que estos últimos poseen un rango de precios entre los 73.000 y 150.000, sin embargo, los servicios entregados no son de turismo aventura, mientras que quienes se dedican al turismo aventura poseen un rango de precios de hospedaje desde 70.000 a 190.000, sin embargo, formar un paquete similar al nuestro varía entre los \$170.000 y \$270.000 muy por sobre la tarifa de Econtainer

d) Fuerza de la industria (FI) +1 (peor) a +6 (mejor)

- Potencial de crecimiento (+6)

Chile ha incentivando la industria hotelera como también los productos y servicio pro ambientalistas (puntos expuesto en los factores ambientales y económicos por lo cual hacen de esta industria no solo una estable si no una atractiva.

- Estabilidad financiera: (+4)

chile ha bajado su buena calificación de riesgo de AA- a A + desde, sin embargo, el mercado nacional sigue una tendencia estable (factores económicos pag xx) a esto se agrega las mejoras en las perspectivas económicas que traio consigo el segundo mandato del actual presidente Sebastián Piñera con una reducción del estado en puntos estratégicos con relación al mandato de la anterior presidenta.

- Crecimiento tecnológico: (+6)

- El mercado opera principalmente mediante la tecnología, siendo el mercado del turismo el más expuesto a los cambios tecnológicos como el internet. Según un estudio de Google Travel, el 74 % de los viajeros de placer planean sus viajes por Internet, mientras que tan solo el 13% lo hace a través de agencias de viaje

Anexo 3.1 : Clasificación demográfica

CARACTERÍSTICAS	NORTEAMÉRICA		EUROPA		AUSTRALIA	
	TOTAL	%	TOTAL	%	TOTAL	%
Menor de 18 años	6.847	2,3%	6.562	2,0%	931	1,9%
18 a 24 años	12.696	4,2%	16.074	4,9%	2.211	4,6%
25 a 29 años	30.517	10,2%	41.054	12,5%	5.548	11,6%
30 a 34 años	50.139	16,7%	62.638	19,1%	8.757	18,3%
35 a 44 años	85.567	28,5%	83.238	25,4%	8.222	17,1%
45 a 59 años	82.352	27,4%	81.000	24,7%	12.939	27,0%
60 años y más	32.388	10,8%	37.629	11,5%	9.344	19,5%

Anexo 3.2: Gasto promedio diario de turistas internacionales en Chile 2016.

CARACTERÍSTICAS	MENOS DE USD 20		USD 20 A USD 50		USD 50 A USD 100		USD 100 O MÁS	
Pais de residencia	TOTAL	%	TOTAL	%	TOTAL	%	TOTAL	%
EE.UU.	10.101	7,1%	32.668	11,4%	47.038	10,3%	128.624	11,7%
México	2.572	1,8%	4.871	1,7%	8.095	1,8%	24.692	2,2%
Canadá	4.482	3,1%	8.449	2,9%	10.478	2,3%	18.435	1,7%
Alemania	3.852	2,7%	9.493	3,3%	15.417	3,4%	21.938	2,0%
España	6.263	4,4%	16.079	5,6%	16.415	3,6%	34.644	3,2%
Francia	3.361	2,4%	12.686	4,4%	14.621	3,2%	19.743	1,8%
Inglaterra	926	0,6%	4.302	1,5%	8.743	1,9%	21.746	2,0%
O. Europa	8.203	5,8%	22.712	7,9%	28.330	6,2%	58.718	5,3%
Australia	2.233	1,6%	6.412	2,2%	14.054	3,1%	25.252	2,3%

Anexo 3.3: Motivos de Viaje de turistas extranjeros en Chile 2016

CARACTERÍSTICAS	NORTEAMÉRICA		EUROPA		AUSTRALIA	
	TOTAL	%	TOTAL	%	TOTAL	%
Personales	197.727	65,8%	236.049	71,9%	43.221	90,1%
Vacaciones	121.259	40,4%	145.645	44,4%	32.034	66,8%
Visita Familiares/Amigos	69.567	23,2%	81.589	24,9%	8.551	17,8%
Salud	201	0,1%	208	0,1%	0	0,0%
Estudios	5.647	1,9%	5.932	1,8%	207	0,4%
Otro	1.053	0,4%	2.676	0,8%	2.428	5,1%

Anexo 3.4: Caracterización Público objetivo según segmentación socioeconómica

Caracterización socioeconómica AB



Caracterización socioeconómica C1a



Anexo 3.5: Pronóstico de ventas 2019

Pronóstico de Venta

Pronóstico de Venta Año 1				N° de Habitaciones				Precio promedio							
Tasa de ocupación				80%				Tasa de crecimiento				7%			
Optimista	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	ANUAL		
1,167%	84,667%	100,000%	82,333%	70%	75%	70%	81,17%	75%	80%	80%	81,167%	82,333%	80,139%		
Hab ocupadas	15	18	15	13	14	13	15	14	14	14	14	15	15		
Ingreso	\$ 93.726.000	\$ 110.700.000	\$ 91.143.000	\$ 77.490.000	\$ 83.025.000	\$ 77.490.000	\$ 89.851.500	\$ 83.025.000	\$ 88.560.000	\$ 88.560.000	\$ 89.851.500	\$ 91.143.000	\$ 1.064.565.000		
Tasa de ocupación				70%				Tasa de crecimiento				4,50%			
Neutral	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	ANUAL		
0,75%	72,250%	90,000%	71,500%	60%	65%	60%	70,00%	65%	70%	70%	70,750%	71,500%	69,667%		
Hab ocupadas	13	16	13	11	12	11	13	12	13	13	13	13	13		
Ingreso	\$ 79.980.750	\$ 99.630.000	\$ 79.150.500	\$ 66.420.000	\$ 71.955.000	\$ 66.420.000	\$ 77.490.000	\$ 71.955.000	\$ 77.490.000	\$ 77.490.000	\$ 78.320.250	\$ 79.150.500	\$ 925.452.000		
Tasa de ocupación				60%				Tasa de crecimiento				3%			
Pesimista	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	ANUAL		
0,50%	61,500%	80,000%	61,000%	50%	55%	50%	60,00%	55%	60%	60%	60,500%	61,000%	59,500%		
Hab ocupadas	11	14	11	9	10	9	11	10	11	11	11	11	11		
Ingreso	\$ 68.080.500	\$ 88.560.000	\$ 67.527.000	\$ 55.350.000	\$ 60.885.000	\$ 55.350.000	\$ 66.420.000	\$ 60.885.000	\$ 66.420.000	\$ 66.420.000	\$ 66.973.500	\$ 67.527.000	\$ 790.398.000		

	Optimista	Neutral	Pesimista
Crecimiento	7%	4%	3%
Ocupación	80,14%	69,67%	59,50%
Habitaciones	14,425	12,54	10,71
Ingreso 2019	\$ 1.064.565.000	\$ 925.452.000	\$ 790.398.000
Ingreso 2020	\$ 1.139.084.550	\$ 962.470.080	\$ 814.109.940
Ingreso 2021	\$ 1.218.820.469	\$ 1.000.968.883	\$ 838.533.238
Ingreso 2022	\$ 1.304.137.901	\$ 1.041.007.639	\$ 863.689.235
Ingreso 2023	\$ 1.395.427.554	\$ 1.082.647.944	\$ 889.599.912

Anexo 3.6

Precio de una habitación tipo “Deluxe” en Hotel Altiplánico, por una noche para dos adultos.

dedicación de Jaison el administrador hotel muy acogedor y lindo, hartos detalles que encantan”

Fanny Chile

“Tranquilidad, la atención del personal fue excelente.”

Héctor Chile

“Maravilloso lugar para desconectarse. Jeison, el administrador, tiene una gran disposición y excelente atención. Lo que es también está presente en todas las personas que ahí trabajan.”

Leonardo Chile

“Excelente servicio, de principio a fin. Nuestra visita fue realmente una grata experiencia, el lugar es hermoso, acogedor y muy tranquilo. Otro punto importante es la comida, que realmente estuvo deliciosa. Gracias a todo el equipo del hotel por el excelente fin de semana que nos hicieron pasar. Un abrazo y nos vemos pronto.”

Jean Chile

problema si puedes cancelar gratis!

Disponibilidad Iguamos el precio

Fecha de entrada: **mar, 24 jul 2018**
A partir de las 13:00

Fecha de salida: **mié, 25 jul 2018**
Estancia de 1 noche

Huéspedes: **2 adultos** Modificar búsqueda

Tipo de habitación	Capacidad	Precio de hoy	Tus opciones	Seleccionar habitaciones	
Habitación Doble ¡Reservado hace poco! 1 cama doble TV de pantalla plana Bañera Baño privado Balcón Canales vía satélite Caja fuerte Calefacción Ducha Secador de pelo Artículos de aseo gratis Aseo Los precios son por habitación incluido: Pensión completa		\$ 165.046	¡Solo quedan 7 habitaciones! Desayuno, almuerzo y cena incluidos CANCELACIÓN GRATIS antes de las 23:59 del 16 de julio de 2018	0	Reservaré Sin necesidad de registrarse Hay 1 persona más mirando ahora

El Hotel Altiplánico Cajón del Maipo puede efectuar cargos adicionales que no aparecen detallados más arriba. Consulta el apartado [tener en cuenta](#) para más información.

Léeme Ver disponibilidad

El Hotel Altiplánico Cajón del Maipo acepta peticiones especiales. ¡Añádelas en el siguiente paso!

<http://www.altiplanicocajondelmaipo.cl/altiplanico-cajon-del-maipo/programas-y-tarifas/>

Anexo 3.7

Precio de habitación tipo “Familiar” en Santiago Marriott Hotel, equipada con cama King size y sofá cama matrimonial.

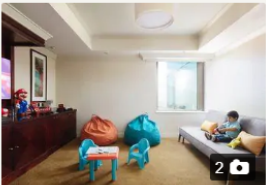



Facebook x G habitacion doble alpes s... x Los 10 mejores hoteles e... x Hoteles.com - hoteles en... x Hoteles.com - Deals & Dis... x GNTIAG...

Seguro | <https://www.hoteles.com/ho171136/7pa=1&q-check-out=2018-09-01&tab=description&q-room-0-adults=2&YGF=14&q-check-in=2018-08-31&MGT=1&WOE=6&WOD=5&ZSX...>

Información general | Opciones de habitación | Mapa | Comentarios | Información del establecimiento | Atracciones cerca del hotel

Santiago Marriott Hotel | vie, 31 de agosto de 2018 - sáb, 1 de septiembre de 2018, 1 noche, 1 habitación, 2 adultos

[Ver la información de la habitación](#)

 <p>Habitación familiar, 1 cama King size con sofá cama, vista a la ciudad</p> <p>Para 4 personas (incl. máx. 3 niños)</p> <p>Opciones de cama</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 cama King size y 1 sofá cama matrimonial <p>Camas adicionales disponibles</p> <ul style="list-style-type: none"> Cuna 	<p>No reembolsable</p> <p> Desayuno para 2</p>	<p> Hoteles.com™ Rewards</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Acumular ✓ Utilizar 	<p>CLP 129.390</p>	<p>Reservar</p>
	<p>Cancelación gratuita Hasta el 30/08/2018</p>	<p> Hoteles.com™ Rewards</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Acumular ✓ Utilizar 	<p>CLP 130.703</p>	<p>Reservar</p> <p>Pagar ahora o en el hotel</p>

<https://www.booking.com/hotel/cl/marriott-stgo.es.html>

Anexo 3.8

Precio de habitación tipo “doble” en Santiago Marriott Hotel, por una noche para dos personas en camas independientes.

The screenshot displays a web browser window with multiple tabs. The active tab is a Booking.com page for the Santiago Marriott Hotel. The page header includes navigation links: 'Información general', 'Opciones de habitación', 'Mapa', 'Comentarios', 'Información del establecimiento', and 'Atracciones cerca del hotel'. The main content area shows the hotel name 'Santiago Marriott Hotel' and the stay details: 'vie, 31 de agosto de 2018 - sáb, 1 de septiembre de 2018, 1 noche, 1 habitación, 2 adultos'. A prominent price tag shows 'CLP 133.987'. To the right, there is a blue 'Reservar' button and a green button labeled 'Pagar ahora o en el hotel'. On the left, there is a photo of the room and a description: 'Habitación ejecutiva, vista a la ciudad, piso ejecutivo'. Below the photo, it specifies 'Para 3 personas (incl. máx. 2 niños)'. Under 'Opciones de cama', it lists '1 cama King size' and '2 camas matrimoniales'. Under 'Camas adicionales disponibles', it lists 'Cuna' and 'Cama plegable'. A 'Ver la información de la' link is at the bottom left of the room details. The browser's address bar shows the URL: 'https://www.hoteles.com/ho171136/?pa=1&q-check-out=2018-09-01&tab=description&q-room=0-adults=2&YGF=14&q-check-in=2018-08-31&MGT=1&WOE=6&WOD=5&ZSX...'. The Windows taskbar at the bottom shows the time as 22:46 on 08-07-2018.

<https://www.booking.com/hotel/cl/marriott-stgo.es.html>

Anexo 3.9

Precio pieza tipo “single”, en Hotel Altiplánico, por una noche para una persona, equipada con cama matrimonial.

Booking.com BV [NL] | https://www.booking.com/hotel/cl/altiplanico-caja3n-del-maipo.es.html?aid=344359;label=metatrivago-hotel-1105632_xqdz-b4cc304abc1c0d0f594f2bf3d4aa75c6-los-1_nrm-1_gstadt-2_gstkid-0_curr-clp_lan

bien.”

M Mario Chile

“El entorno del hotel, atención de las personas que trabajan en el hotel. Genial el lugar”

C Carolina Chile

“excelente atención, muy buen servicio y dedicación de Jaison el administrador hotel muy acogedor y lindo, hartos detalles que encantan”

F Fanny Chile

“Tranquilidad, la atención del personal fue excelente.”

H Héctor Chile

“Maravilloso lugar para desconectarse. Jeison, el administrador, tiene una gran disposición y excelente atención. Lo que es también está presente en todas las personas que ahí trabajan.”

L Leonardo Chile

Fecha de entrada: **mar, 24 jul 2018**
A partir de las 13:00

Fecha de salida: **mié, 25 jul 2018**
Estancia de 1 noche

Huéspedes: **2 adultos**

Modificar búsqueda

Tipo de habitación	Capacidad	Precio de hoy	Tus opciones	Seleccionar habitaciones
Habitación Doble ¡Reservado hace poco! ¡Solo quedan 7 habitaciones! 1 cama doble TV de pantalla plana Bañera Baño privado Balcón Canales vía satélite • Caja fuerte Calefacción • Ducha • Secador de pelo Artículos de aseo gratis • Aseo Ver este alojamiento Los precios son por habitación Includo: Pensión completa	2	\$ 164.034	Desayuno, almuerzo y cena incluidos CANCELACIÓN GRATIS antes de las 23:59 del 16 de julio de 2018	0
¡Bingo! ¡Este es el precio más bajo para San José de Maipo en tus fechas! 1 noche (mar, 24 jul - mié, 25 jul)				
	1	\$ 144.583	Desayuno, almuerzo y cena incluidos CANCELACIÓN GRATIS antes de las 23:59 del 16 de julio de 2018	0

Reservaré

Sin necesidad de registrarse

El Hotel Altiplánico Cajón del Maipo puede efectuar cargos adicionales que no aparecen detallados más arriba. Consulta el apartado [tener en cuenta](#) para más información.

Alrededores del alojamiento - Ubicación excelente - [Mostrar mapa](#)

[Ver disponibilidad](#)

https://www.booking.com/hotel/cl/altiplanico-caja3n-del-maipo.es.html?aid=344359;label=metatrivago-hotel-1105632_xqdz-b4cc304abc1c0d0f594f2bf3d4aa75c6-los-1_nrm-1_gstadt-2_gstkid-0_curr-clp_lan

Anexo 3.10: Encuesta

12-07-2018

Econtainer Lodge

Anexo 3.10

Encuesta – Cuestionario

Econtainer Lodge

A minutos del Embalse El Yeso, junto a las montañas y a orillas del Río Maipo se encuentra Econtainer Lodge, el primer hotel aventura de Lujo del Cajón del Maipo, una alternativa ideal al sur oriente de la capital.

Nuestro Lodge, construido con el objetivo de integrar el deporte aventura y la responsabilidad ecológica, como una opción sostenible fue edificado con contenedores marítimos adaptados y utiliza energías renovables y el reciclaje de residuos orgánicos en sus procesos productivos.

Econtainer Lodge ofrece a sus huéspedes hermosas habitaciones para dos personas, que cuentan con baño privado, cama King size, calefacción central, con opción a terraza con vista panorámica del valle y el Río Maipo.

1. Lugar de Procedencia

Marca solo un óvalo.

- Chile
- Argentina
- Brasil
- América del Norte
- Europa occidental
- Otro: _____

2. Sexo

Marca solo un óvalo.

- Hombre
- Mujer

3. ¿Suele viajar solo o acompañado?

Marca solo un óvalo.

- Solo/a
- En pareja
- En Familia
- En grupos de amigos
- Otro: _____

4. ¿Ha visitado la localidad de Cajón del Maipo?

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

1. Si viajara al Cajón del Maipo. ¿Cuál sería el motivo de su viaje?

Marca solo un óvalo.

- Buscando actividades de deporte
- aventura. Disfrutar de un fin de semana en un hotel. Visita de amigo/familiar.
- Otro: _____

2. ¿Cuántas noches pernoctaría aproximadamente en dicho lugar?

Marca solo un óvalo.

- 1 noche
- 2 noches
- 3 noches
- 4 noches o mas

3. Elija el que prefiera

Marca solo un óvalo.



Opción 1



Opción 2



Opción 3



Opción 4

1. Habitación: ¿Cuánto está dispuesto a gastar en un servicio de alojamiento de lujo? (solo o en pareja)

Marca solo un óvalo.

- Menos de \$40.000
- \$40.000 - \$70.000
- \$70.000 - \$ 100.000
- \$100.000 - \$130.000
- \$130.000 o más

2. Habitación + Comidas: ¿Cuánto está dispuesto a gastar en un servicio de alojamiento de lujo? (solo o en pareja)

Marca solo un óvalo.

- Menos de \$60.000
- \$60.000 - \$100.000
- \$100.000 - \$140.000
- \$140.000 - \$180.000
- \$180.000 o más

3. ¿Cuánto está dispuesto a gastar en un servicio de alojamiento de lujo que incluya actividades de deportes aventura? (pensión completa por pareja o solo)

Marca solo un óvalo.

- Menos de \$70.000
- \$70.000 - \$110.000
- \$110.000 - \$150.000
- \$150.000 - \$190.000
- \$190.000 o más

4. Usaría un servicio de transporte que ofreciera el hotel para viajar desde el aeropuerto al lugar de alojamiento

Marca solo un óvalo.

- Si No
-

1. ¿Cuál de estas actividades realizaría?

Selecciona todos los que correspondan.

- Trekking (caminatas)
- Trekking en raqueta en
- nieve Escalada en muro
- Escalada en
- montaña Canopy
- Ra
- ftin
- g
- Yo
- ga
- Otro: _____

2. ¿Pagaría un precio adicional por estas actividades?

Marca solo un óvalo.

S

i

N

o

3. ¿Cuál de estas opciones espera recibir en el Cajón del Maipo?

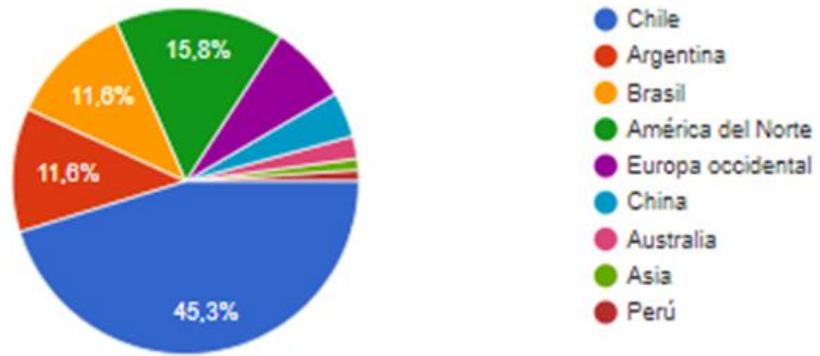
Selecciona todos los que correspondan.

- Comida típica

- chilena Comida
- vegana Comida
- alta en calorías
- Comida baja en
- calorías Otro: _____

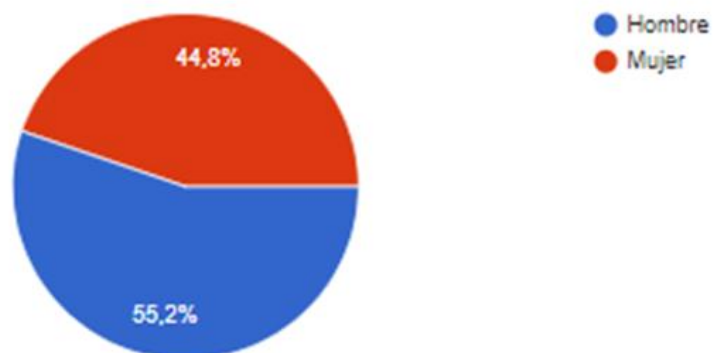
Lugar de Procedencia

95 respuestas



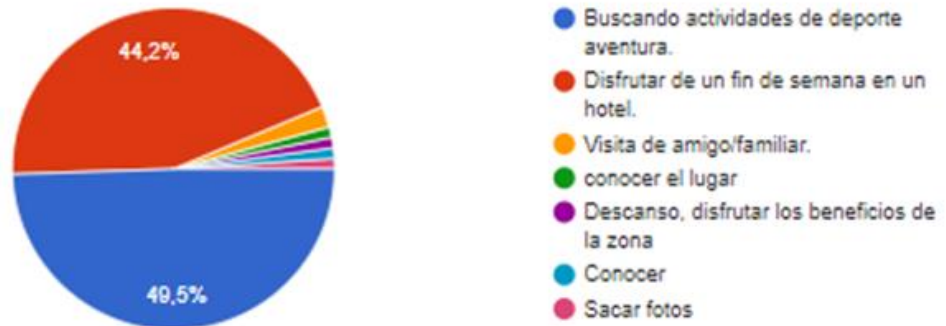
Sexo

96 respuestas



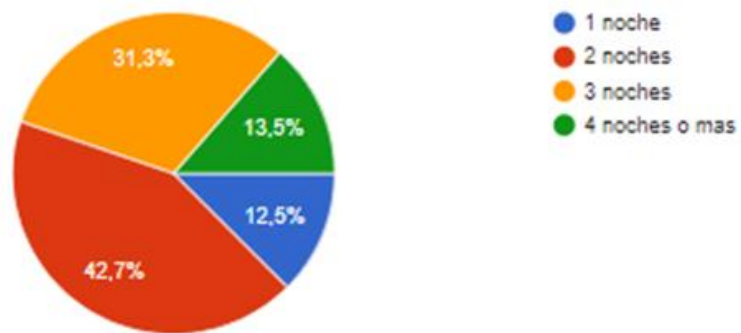
Si viajara al Cajón del Maipo. ¿Cuál sería el motivo de su viaje?

95 respuestas



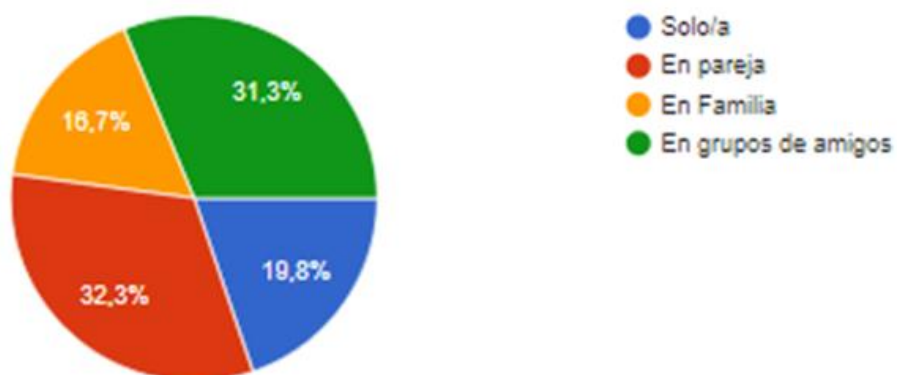
¿Cuántas noches pernocharía aproximadamente en dicho lugar?

96 respuestas



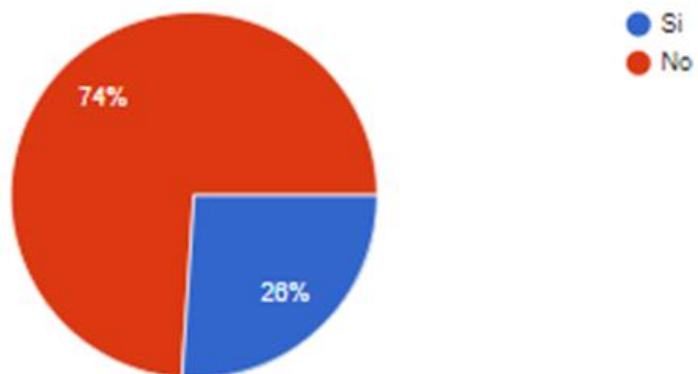
¿Suele viajar solo o acompañado?

96 respuestas



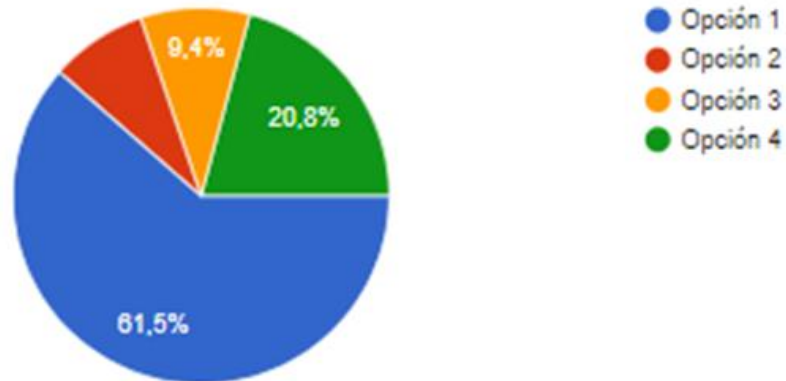
¿Ha visitado la localidad de Cajón del Maipo?

96 respuestas



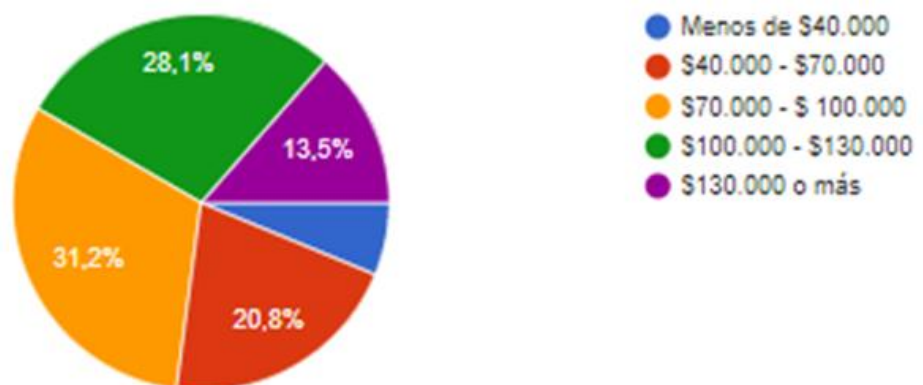
Elija el que prefiera

96 respuestas



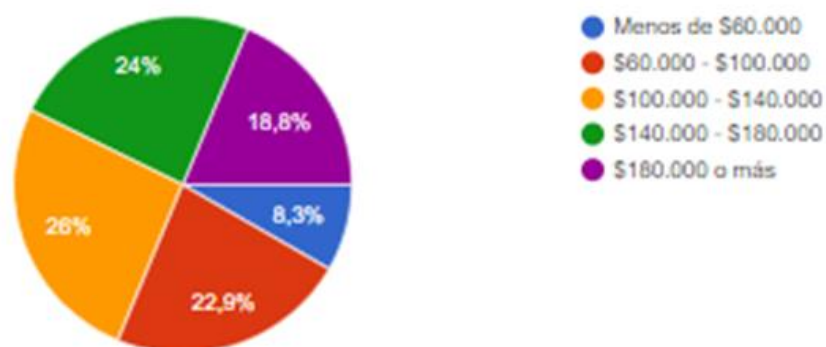
Habitación: ¿Cuánto está dispuesto a gastar en un servicio de alojamiento de lujo? (solo o en pareja)

96 respuestas



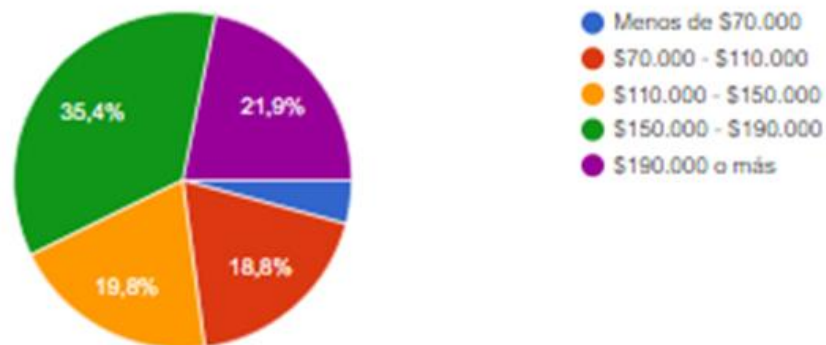
Habitación + Comidas: ¿Cuánto está dispuesto a gastar en un servicio de alojamiento de lujo? (solo o en pareja)

96 respuestas



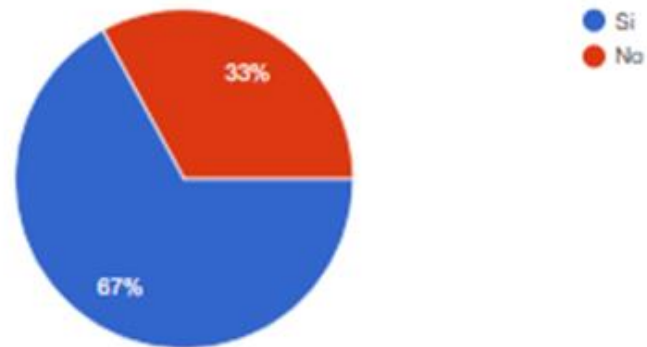
¿Cuánto está dispuesto a gastar en un servicio de alojamiento de lujo que incluya actividades de deportes aventura? (pensión completa por pareja o solo)

96 respuestas



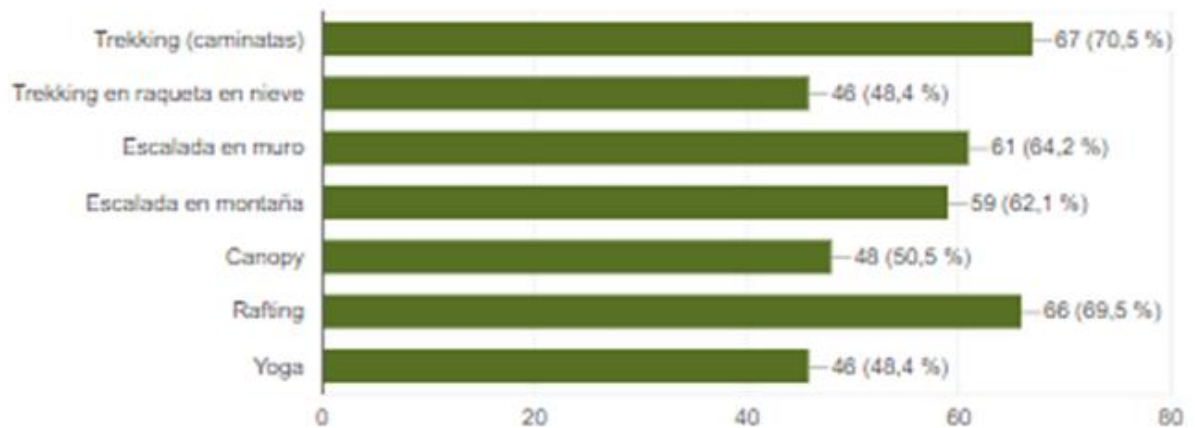
Usaría un servicio de transporte que ofreciera el hotel para viajar desde el aeropuerto al lugar de alojamiento

94 respuestas



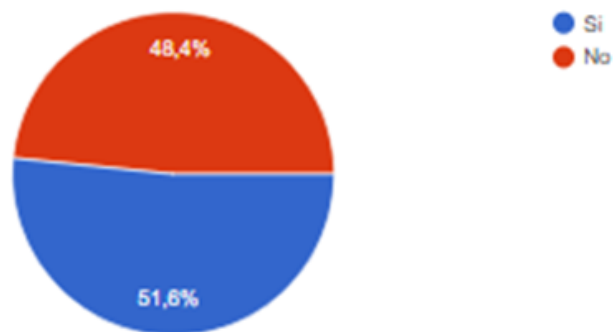
¿Cuál de estas actividades realizaría?

95 respuestas



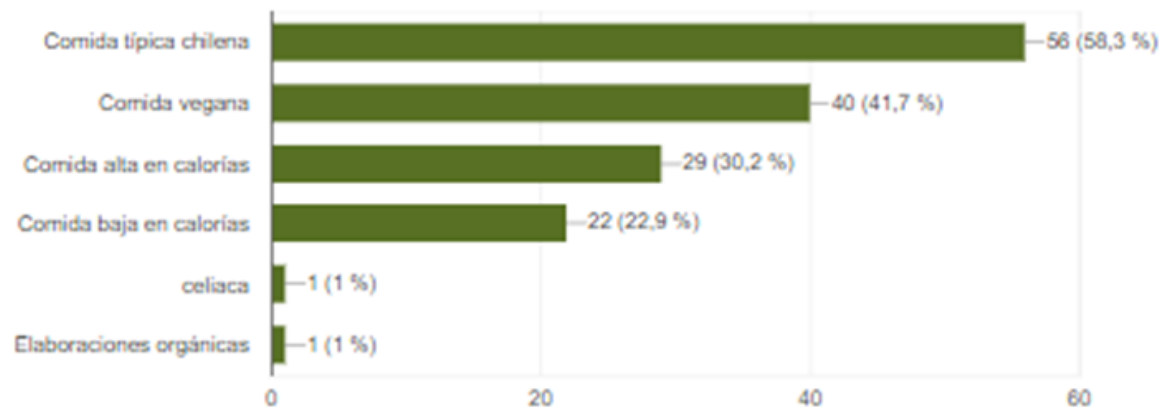
¿Pagaría un precio adicional por estas actividades?

95 respuestas



¿Cuál de estas opciones espera recibir en el Cajón del Maipo?

96 respuestas



Anexo 3.11: Tabla comparación estudio de la competencia


		PM	CF	CV	PO	PO/PM	POE	Q	IT	CT	B	PE	D	PME	PMO
A)I	Into the Andes	\$1.228.721,00	\$ 207.388,40	\$ 47.148,05	\$ 637.934,02	52%	\$ 446.553,82	3	\$ 1.913.802	\$ 348.833	\$ 1.564.970	1	53799	0,002%	0,0056%
A)II	Cascada las Animas	\$ 567.000,00	\$ 207.388,40	\$ 47.148,05	\$ 307.074,02	54%	\$ 214.951,82	3	\$ 921.222	\$ 348.833	\$ 572.390	1	53799	0,002%	0,0056%
A)III	Hotel Altiplánico	\$ 409.000,00	\$ 207.388,40	\$ 47.148,05	\$ 228.074,02	56%	\$ 159.651,82	3	\$ 684.222	\$ 348.833	\$ 335.390	2	53799	0,004%	0,0056%
A)IV	Into the Andes	\$ 269.000,00	\$ 207.388,40	\$ 47.148,05	\$ 158.074,02	59%	\$ 110.651,82	3	\$ 474.222	\$ 348.833	\$ 125.390	3	53799	0,006%	0,0056%
A)V	Cascada las Animas	\$ 220.000,00	\$ 207.388,40	\$ 47.148,05	\$ 133.574,02	61%	\$ 93.501,82	3	\$ 400.722	\$ 348.833	\$ 51.890	4	53799	0,007%	0,0056%
A)VI	Hotel Altiplánico	\$ 272.000,00	\$ 207.388,40	\$ 47.148,05	\$ 159.574,02	59%	\$ 111.701,82	3	\$ 478.722	\$ 348.833	\$ 129.890	3	53799	0,006%	0,0056%
A)VII	Into the Andes	\$ 253.666,00	\$ 207.388,40	\$ 47.148,05	\$ 150.407,02	59%	\$ 105.284,92	3	\$ 451.221	\$ 348.833	\$ 102.389	4	53799	0,007%	0,0056%
A)VIII	Promedio	\$ 734.907,00	\$ 207.388,40	\$ 47.148,05	\$ 391.027,52	53%	\$ 273.719,27	3	\$ 1.173.083	\$ 348.833	\$ 824.250	1	53799	0,002%	0,0056%
B)I	Into the Andes	\$2.457.442,00	\$ 829.553,62	\$ 94.296,09	\$1.275.868,05	52%	\$ 893.107,63	12	\$ 15.310.417	\$ 1.961.107	\$ 13.349.310	1	53799	0,002%	0,0223%
B)II	Cascada las Animas	\$1.134.000,00	\$ 829.553,62	\$ 94.296,09	\$ 614.148,05	54%	\$ 429.903,63	12	\$ 7.369.777	\$ 1.961.107	\$ 5.408.670	2	53799	0,004%	0,0223%
B)III	Hotel Altiplánico	\$ 818.000,00	\$ 829.553,62	\$ 94.296,09	\$ 456.148,05	56%	\$ 319.303,63	12	\$ 5.473.777	\$ 1.961.107	\$ 3.512.670	4	53799	0,007%	0,0223%
B)IV	Into the Andes	\$ 538.000,00	\$ 829.553,62	\$ 94.296,09	\$ 316.148,05	59%	\$ 221.303,63	12	\$ 3.793.777	\$ 1.961.107	\$ 1.832.670	7	53799	0,013%	0,0223%
B)V	Cascada las Animas	\$ 440.000,00	\$ 829.553,62	\$ 94.296,09	\$ 267.148,05	61%	\$ 187.003,63	12	\$ 3.205.777	\$ 1.961.107	\$ 1.244.670	9	53799	0,017%	0,0223%
B)VI	Hotel Altiplánico	\$ 544.000,00	\$ 829.553,62	\$ 94.296,09	\$ 319.148,05	59%	\$ 223.403,63	12	\$ 3.829.777	\$ 1.961.107	\$ 1.868.670	6	53799	0,011%	0,0223%
B)VII	Into the Andes	\$ 507.332,00	\$ 829.553,62	\$ 94.296,09	\$ 300.814,05	59%	\$ 210.569,83	12	\$ 3.609.769	\$ 1.961.107	\$ 1.648.662	7	53799	0,013%	0,0223%
B)VIII	Promedio	\$1.469.814,00	\$ 829.553,62	\$ 94.296,09	\$ 782.055,05	53%	\$ 547.438,53	12	\$ 9.384.661	\$ 1.961.107	\$ 7.423.554	2	53799	0,004%	0,0223%
C)I	Into the Andes	\$3.686.163,00	\$ 207.388,40	\$141.444,14	\$1.913.802,07	52%	\$1.339.661,45	3	\$ 5.741.406	\$ 631.721	\$ 5.109.685	0	53799	0,000%	0,0056%
C)II	Cascada las Animas	\$1.701.000,00	\$ 207.388,40	\$141.444,14	\$ 921.222,07	54%	\$ 644.855,45	3	\$ 2.763.666	\$ 631.721	\$ 2.131.945	0	53799	0,000%	0,0056%
C)III	Hotel Altiplánico	\$1.227.000,00	\$ 207.388,40	\$141.444,14	\$ 684.222,07	56%	\$ 478.955,45	3	\$ 2.052.666	\$ 631.721	\$ 1.420.945	1	53799	0,002%	0,0056%
C)IV	Into the Andes	\$ 807.000,00	\$	\$141.444,14	\$	59%	\$	3	\$	\$	\$	1	53799	0,002%	0,0056%

			207.388,40		474.222,07		331.955,45		1.422.666	631.721	790.945				
C)V	Cascada las Animas	\$ 660.000,00	\$ 207.388,40	\$141.444,14	\$ 400.722,07	61%	\$ 280.505,45	3	\$ 1.202.166	\$ 631.721	\$ 570.445	1	53799	0,002%	0,0056%
C)VI	Hotel Altiplánico	\$ 816.000,00	\$ 207.388,40	\$141.444,14	\$ 478.722,07	59%	\$ 335.105,45	3	\$ 1.436.166	\$ 631.721	\$ 804.445	1	53799	0,002%	0,0056%
C)VII	Into the Andes	\$ 760.998,00	\$ 207.388,40	\$141.444,14	\$ 300.814,05	40%	\$ 210.569,83	3	\$ 902.442	\$ 631.721	\$ 270.721	3	53799	0,006%	0,0056%
C)VIII	Promedio	\$2.204.721,00	\$ 207.388,40	\$141.444,14	\$ 451.221,07	20%	\$ 315.854,75	3	\$ 1.353.663	\$ 631.721	\$ 721.942	1	53799	0,002%	0,0056%


Anexo 3.12: Proyección de los ingresos por venta

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas		\$ 799.692.750	\$ 857.187.000	\$ 919.908.000	\$ 977.402.250	\$ 1.008.762.750
Total ingresos		\$ 799.692.750	\$ 857.187.000	\$ 919.908.000	\$ 977.402.250	\$ 1.008.762.750
Costos variables		\$-275.191.302	\$-294.957.145	\$-316.502.425	\$ -336.268.267	\$ -347.136.926
Costos fijos operacionales		\$-131.503.920	\$-131.503.920	\$-131.503.920	\$ -131.503.920	\$ -131.503.920
Costos fijos de administración y ventas		\$ -63.182.912	\$ -63.182.912	\$ -63.182.912	\$ -63.182.912	\$ -63.182.912
Depreciación tributaria		\$ -35.641.259	\$ -35.641.259	\$ -35.641.259	\$ -35.641.259	\$ -35.641.259
UAI	\$ -	\$ 294.173.357	\$ 331.901.765	\$ 373.077.485	\$ 410.805.892	\$ 431.297.733
Impuesto a la renta (25,5%)	\$ -	\$ -75.014.206	\$ -84.634.950	\$ -95.134.759	\$ -104.755.502	\$ -109.980.922
UAIDI	\$ -	\$ 219.159.151	\$ 247.266.815	\$ 277.942.726	\$ 306.050.389	\$ 321.316.811
Depreciación tributaria		\$ 35.641.259	\$ 35.641.259	\$ 35.641.259	\$ 35.641.259	\$ 35.641.259
Inversiones						
Terreno y adaptación centro de operaciones	\$ -353.079.567					
Construcción Centro de Operaciones	\$ -96.961.496					
Energías No Convencionales	\$ -64.642.839					
Equipamiento en Tecnología de la Información	\$ -7.500.000					
Aspectos Legales	\$ -29.271.310					
Gastos de Organización y Puesta en Marcha	\$ -4.201.681					
Capital de Trabajo	\$ -6.000.000					
Equipamiento	\$ -145.805.652					
Reinversion				\$ -9.353.445		
VR						\$ 1.400.000.000
VAN	\$ -707.462.545	\$ 254.800.410	\$ 282.908.073	\$ 304.230.540	\$ 341.691.648	\$ 1.756.958.070
TIR	\$ 1.524.129.165,21					
	48,42%					

Anexo 4.1

	Descripción de cargo:
Nombre o título del cargo: Gerente General	
Se reporta a: Directorio	
Supervisa a: Bartender, cocinero, instructor, recepcionista principal, contador.	
Grado académico: Ingeniero Comercial con mención en administración o Ingeniero en Administración de empresas. <ul style="list-style-type: none">- Mínimo 3 años de experiencia, con conocimientos de la industria hotelera. Conocimientos especiales: Manejo absoluto de inglés y de redes sociales. Habilidades especiales: <ul style="list-style-type: none">- Manejo tecnológico- Conocimiento sobre el turismo sustentable. Actitud: Liderazgo, empatía, motivador, proactivo, manejo de conflictos, innovador, consciente con el medio ambiente.	
Resumen de tareas: <p>Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.</p> <p>Provee contactos y relaciones empresariales, con el fin de darse a conocer.</p> <p>Es quien decide las estrategias que adoptará la unidad de negocio, por lo tanto, la toma de decisiones.</p>	
Funciones del cargo: <ul style="list-style-type: none">- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro.- Dirigir la empresa, tomar decisiones.- Controlar las actividades planificadas comparando los resultados esperados con los alcanzados.- Coordinar con el instructor y con la recepcionista principal las reuniones.- Implementar estrategias para aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero,	

<p>administrativo, personal, contable entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Liderar el proceso de Planificación Estratégica de la organización. <p>-Motivar a sus colaboradores a crear valor agregado en base a los servicios que se ofrece.</p>
<p>Condiciones de trabajo: El trabajo se realiza en una oficina, con temperatura adecuada, humedad ambiental natural, características de higiene normales, iluminación apta y una buena estructura.</p>

	<p>Descripción del cargo:</p>
<p>Nombre o título del cargo: Recepcionista principal Se reporta a: Gerente general Supervisa a: Recepcionista, auxiliar de aseo, mucama, jardinero.</p>	
<p>Grado académico: Técnico en administración, experiencia 3 años. Conocimientos especiales: Manejo de inglés y de redes sociales. Habilidades especiales: Manejo tecnológico, disponibilidad. Actitud: Proactivo, bien organizado, estructurado.</p>	
<p>Resumen de tareas: Entregar un excelente servicio al cliente por medio telefónico y apoyar en la consecución de los objetivos de la empresa, a través de buena atención a clientes externos e internos y lograr eficiencia en labores administrativas de la empresa. Colaborar con el Gerente General e instructor en el área administrativa.</p>	
<p>Funciones del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tomar notas o apuntes de las indicaciones que le entregue su superior. - Confeccionar cartas, certificados y otros documentos. - Recibir la documentación que llega a la empresa. - Atender al público, en forma personal o vía telefónica. - Acoger y recibir los huéspedes del hotel, comprobando identidad de clientes. - Entregar las llaves a los clientes e indicar como llegar a sus habitaciones. - Mantener registro de entradas y salidas de huéspedes (check-in y check-out) - Gestionar las reservas y cancelaciones de las habitaciones realizadas por teléfono, por internet o por correo electrónico. - Dar respuesta a las peticiones y preguntas de los huéspedes e intentar 	

- solucionar sus quejas.
- Velar por la imagen pública del establecimiento
- Ofrecer información turística sobre los atractivos locales y lugares de interés.

Condiciones de trabajo:

El trabajo se realiza en oficina, con temperatura adecuada, humedad ambiental natural, características de higiene normales, iluminación apta y una buena estructura.



Descripción del cargo:

Nombre o título del cargo: Recepcionista

Se reporta a: Recepcionista principal.

Supervisa a: -----

Grado académico: Técnico en administración, experiencia 3 años.

Conocimientos especiales: Manejo de inglés.

Habilidades especiales: Manejo tecnológico, disponibilidad.

Actitud: Proactivo, amable, empático, habilidades sociales.

Resumen de tareas:

Entregar un excelente servicio al cliente por medio telefónico y apoyar en la consecución de los objetivos de la empresa, a través de buena atención a clientes externos e internos y lograr eficiencia en labores administrativas de la empresa.

Funciones del cargo:

- Verificar la disponibilidad de las habitaciones.
- Atender solicitudes y quejas del huésped durante su alojamiento.
- Verificar forma de pago, tarjeta de crédito del huésped y confirmar el pago Realizar el bloqueo de habitaciones de acuerdo al procedimiento establecido.
- Asignar habitación al huésped.
- Realizar el proceso de salida del huésped, verificando datos y cargos.
- Verificar la bitácora de recepción y el reporte de llegadas programadas.
- Entregar las llaves a los clientes e indicar como llegar a sus habitaciones.
- Mantener registro de entradas y salidas de huéspedes (check-in y check-out)
- Gestionar las reservas y cancelaciones de las habitaciones realizadas

por teléfono, por internet o por correo electrónico.

Condiciones de trabajo:

El trabajo se realiza en oficina, con temperatura adecuada, humedad ambiental natural, características de higiene normales, iluminación apta y una buena estructura.



Descripción del cargo:

Nombre o título del cargo: Cocinero

Se reporta a: Gerente general

Supervisa a: ayudante de cocina, garzón, copero.

Grado académico: Administrador de artes culinarias, 3 años de experiencia

Conocimientos especiales: Cocina sin gluten, celíacos, etc.

Habilidades especiales: Innovador con los ingredientes y sabores.

Actitud: Creativo, líder natural, manejo del estrés, pulcro, ordenado.

Resumen de tareas:

Realizar las preparaciones culinarias conforme a las recetas indicadas, empleando las técnicas, tipo, calidad y cantidad de ingredientes requeridos, así como los equipos y utensilios, con base en los estándares de calidad y procedimientos de la empresa, la reglamentación sanitaria vigente y los sistemas de gestión en higiene de los alimentos que marcan las normas nacionales e internacionales, a fin de contribuir al logro de los objetivos del servicio.

Funciones del cargo:

- Confeccionar los menús para la semana, atendiendo a las necesidades nutricionales, número de comensales o raciones y los costos de los platos a ofrecer.
- -Revisar la minuta y las cartas de trabajo del día, establecidas para cada uno de los cuartos de cocina, con el fin de estipular una pauta de cocina y asignar tareas específicas a sus subordinados en la producción.
- -Verificar la existencia de las materias primas necesarias para elaborar las preparaciones, junto con comprobar que éstas cumplan con los estándares de calidad y con el gramaje adecuado.
- -Controlar inventario de materias primas para la elaboración de la minuta
- -Informarse acerca de la aceptación o eventuales rechazos de los platos ofrecidos al cliente.
- Definir porciones de las preparaciones.
- Controlar el buen sabor de los platos.
- Dirigir el montaje de platos y su presentación.
- - Trabajar en conjunto con el jardinero para la utilización de los productos del huerto.

Condiciones de trabajo:

Trabajo en la cocina con todos los implementos necesarios para la realización de las tareas.

El cargo se ubica en un sitio cerrado, en un ambiente con calor y/o humedad.

**Descripción del cargo:**

Nombre o título del cargo: Ayudante de cocina

Se reporta a: Cocinero

Supervisa a: -----

Grado académico: Técnico en gastronomía, mínimo 2 años de experiencia.
Curso manejo de alimentos.

Conocimientos especiales: Tipos de minutas, tipos de cocciones.

Habilidades especiales: tipos de menú

Actitud: Pulcro, ordenado, detallista.

Resumen de tareas:

Brinda apoyo a la realización de los menús elaborados por los maestros de cocina. Las funciones se amplían abarcando tareas específicas como almacenar los alimentos y hacer el inventario, limpiar la cubertería y cristalería o prestar apoyo puntual durante el servicio de comidas.

Funciones del cargo:

- Cocina platos sencillos de acuerdo al menú solicitado.
- Hornea y fríe alimentos requeridos en el menú.
- Prepara condimentos y especias según los requerimientos del cocinero.
- Limpia verduras, frutas, hortalizas, aves, carnes y pescados para su preparación.
Limpiar, pelar y cortar las verduras
- Mezclar los ingredientes
- Desplumar aves de corral
- Picar carne
- Desescamar pescado
- Mantener limpia la cocina y los utensilios
- Colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina.

Condiciones de trabajo:

Trabajo en cocina con todos los implementos necesarios para desarrollar la función. El cargo se ubica en un sitio cerrado, en un ambiente con calor y/o humedad.

**Descripción del cargo:**

Nombre o título del cargo: Garzón

Se reporta a: Cocinero

Supervisa a: -----

Grado académico: Cursos de hotelería. Mínimo 2 años de experiencia

Conocimientos especiales: inglés

Habilidades especiales: -----

Actitud: Amable, servicial, sonriente.

Resumen de tareas:

Atender a los comensales proporcionándoles el servicio de alimentos, bebidas y asistencia durante su estancia en el restaurante, de conformidad con las políticas y estándares de calidad e higiene y seguridad establecidos por la organización

Funciones del cargo:

- Tomar la orden en el formato establecido.
- Promover la carta entre los comensales.
- Servir alimentos y bebidas de acuerdo con lo ordenado por el cliente.

- Dar respuesta a preguntas sobre los platillos y bebidas que se ofrecen, incluidos sus ingredientes, tiempo de cocción, y añejamiento en el caso de bebidas, haciendo sugerencias para apoyar la elección.
- Supervisar o, en su caso, contribuir en el montaje de las mesas.
- Verificar que el equipo, materiales y suministros sean adecuados para la prestación del servicio. Presentar al cliente la lista de vinos y auxiliarlo en la elección cuando se requiera.
- Retirar o supervisar el retiro de platos sucios
-

Condiciones de trabajo:

Lugar cerrado, de temperatura agradable y con todos los implementos necesarios para el desarrollo de la tarea.



Descripción del cargo:

Nombre o título del cargo: Copero

Se reporta a: Cocinero

Supervisa a: -----

Grado académico: Estudios Superiores (Técnico, Profesional, Técnico - Profesional) del área de Gastronomía.

Conocimientos especiales: Proceso de higienización.

Habilidades especiales: -----

Actitud: Pulcro, ordenado, detallista, meticoloso, concentración.

Resumen de tareas:

Asegurar que las vajillas, cubiertos, vasos, copas y demás utensilios estén limpios para ser servidas en la mesa de los comensales, mediante la aplicación de los procedimientos de lavado establecidos por la marca, con la finalidad de asegurar el estándar de calidad en cada uno de los platillos presentados.

Funciones del cargo:

- Limpiar e higienizar recursos materiales de servicio y cocina (pisos, murallas, plaquesería, cuchillería, vajilla y cristalería), de acuerdo al reglamento sanitario de los alimentos.
- Ejecutar la organización del menaje de cocina e insumos de aseo
- Aplicar normas de higiene y seguridad en cocina y políticas de manejo sustentable de los desechos
- Aplicar sistemas de higienización y sanitización en superficies y áreas de trabajo
- Limpiar e higienizar fondos, ollas, sartenes, budineras, azafates, loncheras de baño María y herramientas de acero inoxidable y

- aluminio
- Limpiar e higienizar el menaje necesario para servicio de comedores

Condiciones de trabajo:

Trabajo en la cocina con todos los implementos necesarios para la realización de las tareas.

El cargo se ubica en un sitio cerrado, en un ambiente con calor y/o humedad.



Descripción del cargo:

Nombre o título del cargo: Auxiliar de aseo

Se reporta a: Recepcionista principal

Supervisa a: -----.

Grado académico: Cuarto medio.

Conocimientos especiales: -----

Habilidades especiales: -----

Actitud: Proactivo, pulcro, meticoloso.

Resumen de tareas:

El Auxiliar de Aseo ejecuta tareas generales de aseo en las diferentes instalaciones, manteniendo los espacios comunes limpios y ordenados.

Provee buenos servicios de tareas domésticas. Esta persona inspecciona en profundidad y limpia las áreas asignadas. También sigue todas las instrucciones de limpieza de la empresa y los servicios descritos para él o ella.

Ejecutar los procesos de limpieza y mantención de aseo, de acuerdo a los procedimientos de la empresa.

Funciones del cargo:

- Preparar los materiales de trabajo diariamente antes de comenzar a trabajar (artículos y productos de limpieza y desinfección)
- Retirar basura y papeles de las dependencias.
- Mantener mobiliario limpio.
- Cumplir normas de higiene según los procedimientos de la empresa.
- Preparar jornada, materiales e insumos para la limpieza según los procedimientos de la empresa
- Las áreas de trabajo son mantenidas visualmente limpias y ordenadas de acuerdo a los procedimientos de la empresa
- Los desechos son depositados en lugares destinados para ello, de acuerdo a los procedimientos de la empresa.
- La información referente a la limpieza, orden y sanitización es registrada de acuerdo a los procedimientos de la empresa.

- Los insumos y materiales utilizados en la jornada son guardados de acuerdo a los procedimientos de la empresa

Condiciones de trabajo:

Esta persona trabaja en instalaciones del lodge.



Descripción de cargo:

Nombre o título del cargo: Mucama

Se reporta a: Recepcionista principal

Supervisa a: -----.

Grado académico: Cuarto medio. Experiencia de limpieza 1 año.

Conocimientos especiales: ----

Habilidades especiales: ---

Actitud: Comprensión y empatía.

Resumen de tareas:

Realizar la limpieza y acomodo de las habitaciones del Centro, garantizando la calidad en el cumplimiento de sus servicios. Así mismo, enviar la ropa sucia a la lavandería. En caso que se requiera deberá colaborar con las funciones de limpieza del resto del Centro.

Funciones del cargo:

- Abrir ventanas y puertas de balcones para una mejor ventilación de la habitación
- Verificar que la habitación no tenga ningún daño (muebles quemados, cortinas rotas, vidrios rotos, etc.)
- Colgar la ropa del huésped en el closet, ordenar y acomodar revistas o libros, etc
- Sacar la basura del cuarto y del baño al carrito y cambiarle la bolsa plástica al basurero si estuviera sucia.
- Tender las camas, en caso de que las sábanas estén muy sucias o en mal estado, cambiarlas. Siguiendo la política del hotel.
- Limpiar mesas de noche, escritorio, cuadros, lámparas y teléfono de la habitación.
- Barrer y limpiar el piso.
- Anotar en su reporte el estado de la habitación (vacío y limpio, ocupado, etc)
- Limpiar baño.
- Revisar su carrito para renovarlo de lo necesario
- Enviar la ropa sucia a la lavandería

Condiciones de trabajo:

Instalaciones del lodge.

**Descripción del cargo:**

Nombre o título del cargo: Jardinero

Se reporta a: Recepcionista principal

Supervisa a: -----

Grado académico: Cuarto medio.

Cursos sobre jardinería. Experiencia en el rubro

Conocimientos especiales: Conocimientos básicos sobre jardinería

Habilidades especiales: Control y producción de huertos orgánicos.

Actitud: Positivo, respetuoso con el medio ambiente, proactivo.

Resumen de tareas: Mantenimiento general del jardín mismo del lodge, y cuidados del huerto orgánico.

Ejecutar actividades de siembra, corte, poda, riego,

Funciones del cargo:

- Cortar el pasto y desmalezar según se requiera para cada área.
- Realizar podas
- Realizar siembras y la respectiva cosecha.
- Barrer, recoger, acarrear pasto y basura de su área de trabajo depositándola en lugares establecidos.
- Regar plantas y pasto.
- No contaminar los productos con componentes químicos.
- Realizar otras tareas relacionadas con el cargo a solicitud del supervisor.
- Opera materiales especializados para el mantenimiento de jardines y zonas verdes.
Poda la grama, aplanar y emparejar el terreno de las canchas deportivas.
Acondicionar la tierra para la siembra de plantas.
- Suministra abonos y fertilizantes a las plantas que se encuentran en las zonas verdes de la Organización.
- Poda árboles y plantas que lo requieran.
- Riega jardines y zonas verdes, utilizando mangueras, sistemas de riego.

Condiciones de trabajo:

Instalaciones, trabajo al aire libre.



Descripción del cargo:

Nombre o título del cargo: Conductor

Se reporta a: Instructor

Supervisa a: ----

Grado académico: Cuarto medio, experiencia mínima de 3 años.

Licencia de conducir tipo A.

Conocimientos especiales: mecánica básica, inglés básico.

Habilidades especiales: -----

Actitud: Amable, empático, puntual, responsable.

Resumen de tareas: Traslado de huéspedes, y de trabajadores según sea necesario.

Funciones del cargo:

- Cumplir con los estándares de presentación personal establecidos por la empresa
 - Trasladar desde el aeropuerto al lodge a los huéspedes.
 - Conducir de manera prudente velando por la seguridad de todos.
 - Trasladar a los trabajadores del sector.
 - Resolver de manera eficaz y eficiente dilemas en la atención al cliente, según protocolos y procedimientos de la empresa.
 - Demuestra ser responsable al conducir con precaución y a la defensiva.
- Comunicación
- Se expresa con claridad con colegas y jefatura directa.
 - Mantiene constantemente informada a su jefatura directa sobre el estado del vehículo y ubicación, durante un servicio en transcurso.
 - Traslado de trabajadores al pueblo San José de Maipo.

Condiciones de trabajo:

Vehículo nuevo donde se desarrolla el trabajo.



Descripción del cargo:

Nombre o título del cargo: Conserje

Se reporta a: Recepcionista (administrador), Gerente General.

Supervisa a: -----

Grado académico: Educación básica

Conocimientos especiales: -----

Habilidades especiales: -----

Actitud: Amable, habilidades sociales, responsable.

Resumen de tareas: Cuidar el recinto, y recibir huéspedes que llegan en la madrugada de ser necesario.

Funciones del cargo:

- Vigilar y efectuar rondas permanentes en el logde.
- Revisar permanentemente, el cierre perimetral.
- Dar cuenta inmediatamente a las Instituciones de emergencia (Carabineros, Bomberos, y jefes superiores (Secretario General, Jefe de Administración y Finanzas) según sea el caso, ante una situación de siniestro, emergencia o potencial riesgo de los bienes muebles e inmuebles e integridad física de su persona.
- Controla el ingreso y salida de vehículos de la institución, registrando hora
- Colabora con servicios de supervisión.
- Orientar y/o recibir a los huéspedes que llegan de madrugada.
- Velar por la seguridad del recinto

Condiciones de trabajo:

Instalaciones de Econtainer, trabajo nocturno.

**Descripción del cargo:**

Nombre o título del cargo: Bartender

Se reporta a: Gerente general

Supervisa a: ----

Grado académico: Estudio de bartender, experiencia 3 años

Conocimientos especiales: inglés básico

Habilidades especiales: ----

Actitud: Eficaz, amable, proactivo, responsable.

Resumen de tareas:

Proporcionar los servicios de bar a los clientes de acuerdo a lo solicitado, de conformidad con las recetas base, procedimientos, nivel de higiene y calidad establecidos en los estándares de operación y servicio, así como contribuir a la administración, disposición y cuidado del bar, cumpliendo con las políticas y lineamientos de la empresa

Funciones del cargo:

- Elaborar las bebidas de acuerdo a las indicaciones de la comanda, el libro de bebidas y los estándares del establecimiento.
- Servir las bebidas a la temperatura recomendada, utilizando el equipo de servicio correcto, de acuerdo a las políticas del establecimiento
- Preparar el equipo e insumos necesarios para proporcionar el servicio.
- Limpiar y preparar las áreas para el servicio de bar.
- Identificar las necesidades de los clientes y confirmarlas a fin de satisfacer las demandas de los comensales.
- Atender a los clientes de la barra y elaborar comanda de acuerdo a las políticas de la organización. Promocionar las bebidas del establecimiento de forma verbal y/o mediante el display. Salvaguardar todas las bebidas alcohólicas y no alcohólicas en el lugar establecido.
- Levantar inventarios para solicitar los faltantes

Condiciones de trabajo:

Instalaciones del lodge, con todos los insumos necesarios para el desarrollo de la actividad.

**Descripción del cargo:**

Nombre o título del cargo: Botones

Se reporta a: Instructor

Supervisa a: -----

Grado académico: Cuarto medio,
Servicio al cliente

Conocimientos especiales: inglés

Habilidades especiales: ----

Actitud: Amable, servicial, con disponibilidad.

Resumen de tareas:

Los botones son responsables de ayudar a los huéspedes a llevar a sus habitaciones de hotel su equipaje. A menudo se encuentran al lado de las puertas delanteras, listos para dejar a la persona en el establecimiento. Es por lo general al primer personal que ven los huéspedes y también al último.

Funciones del cargo:

- Realizar recepción e Ingreso de equipaje del huésped al hotel, según los protocolos y procedimientos del lodge.
 - Guiar al huésped en su habitación, según los protocolos y procedimientos de la empresa.
 - Realizar traslado de equipaje en la salida del huésped del hotel,
 - Señala la distribución y áreas de la habitación al huésped.
 - El uso y funcionamiento de artefactos y equipos se informa al huésped.
 - Informa al huésped sobre los servicios varios entregados por el hotel.
 - La carga del vehículo con el equipaje se realiza de acuerdo a los protocolos y procedimientos de la empresa e indicación del huésped.
 - El protocolo de despedida es aplicado al huésped, según los procedimientos de la empresa.

Condiciones de trabajo:

Instalaciones del lodge, trabajo donde necesita esfuerzo físico.

**Descripción del cargo:**

Nombre o título del cargo: Profesor

Se reporta a: Gerente general

Supervisa a: -----

Grado académico: Profesor de educación física, universitario.

Guía turístico.

Certificación como instructor.

Experiencia mínima de 3 años.

Conocimientos especiales: Curso de yoga, conocimiento de escalada, primeros auxilios, trekking.


Habilidades especiales: inglés fluido.

Actitud: Energético, acogedor, buen anfitrión, preocupado de todos los alumnos, habilidad de enseñar.

Resumen de tareas:

Profesor de fitness que proporciona instrucción de ejercicios para ayudar a mejorar el estado físico de las personas en áreas como la gimnasia de mantenimiento actividades al aire libre.

<p>Funciones del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mantener actitud positiva y una personalidad accesible. - Enseñar y motivar personas de todas las edades y procedencias. - Buenas habilidades de comunicación para explicar técnicas y movimientos con claridad - Organiza actividades recreativas. - Un buen nivel de forma física - Ser responsable con la salud y la seguridad de los alumnos. - Tener actitud flexible para trabajar.
<p>Condiciones de trabajo: Instalaciones del lodge, o actividades al aire libre con rutas previamente fijadas.</p>

	<p>Descripción del cargo:</p>
<p>Nombre o título del cargo: Salvavidas Se reporta a: Gerente General Supervisa a: -----</p>	
<p>Grado académico: Estudios de especialización y/o capacitaciones en el área de salvavidas y técnicas de reanimación. Experiencia 3 años Conocimientos especiales: inglés básico Habilidades especiales: ---- Actitud: Eficaz, habilidades sociales, responsable, ágil.</p>	
<p>Resumen de tareas: Vigilar, prevenir y atender, brindando respuesta inmediata de rescate y primeros auxilios de emergencia a las personas en situación de riesgo, dentro y alrededor del agua en su zona de vigilancia.</p>	

Funciones del cargo:

- Velar por el correcto uso de las instalaciones dentro de la piscina.
- Vigilar a los bañistas.
- Aplicar prácticas de reanimación en los casos que sea necesario.
- Efectuar labores preventivas, en relación a los bañistas de la piscina.

Condiciones de trabajo:

Instalaciones del lodge, área de la piscina

**Descripción del cargo:**

Nombre o título del cargo: Instructor

Se reporta a: -----

Supervisa a: Botones, conductor, profesor, conserje.

Grado académico: Profesor de educación física.

Certificación no deje rastro, entre otros.

Experiencia al menos 3 años.

Conocimientos especiales: inglés fluido, conocimiento de administración.

Habilidades especiales: ----

Actitud: Liderazgo,

Resumen de tareas

Encargado de realizar las rutas y coordinar con el gerente general las actividades que ofrece el servicio completo dentro del lodge.

Trabaja junto al Gerente general en temas administrativos y operacionales.

Funciones del cargo:

- Establecer sistemas de motivación al personal.
- Supervisar el trabajo del personal a su cargo.
- Diseñar estrategias para tener un clima laboral adecuado en la organización
- Supervisar las labores de la comisión de Higiene y Seguridad y la de Formación y Capacitación.
- Verificar el cumplimiento de la aplicación de los sistemas de gestión y aseguramiento de la calidad de la organización.
- Velar por la seguridad de los huéspedes en las actividades que ofrece el lodge
- Crear rutas y actividades de deporte aventura.

Condiciones de trabajo:

Instalaciones propias del lodge y al aire libre, según sea la función que realice.

Anexo 4:2: Costo Selección de personal

Cargos	Costos unitario	Por Cargo	60% Dscto
Gerente General	120000	120000	120000
Instructor	120000	120000	120000
Cocinero	120000	480000	288000
Ayudante de cocina	120000	480000	288000
Copero	120000	480000	288000
Bartender	120000	480000	288000
Auxiliar de Aseo	120000	240000	240000
Mucama	120000	240000	240000
Conserje	120000	240000	240000
Conductor	120000	480000	288000
Jardinero	120000	120000	120000
Recepcionista	120000	720000	432000
Botones	120000	240000	240000
Profesor	120000	480000	288000
Garzón	120000	480000	288000
Contador	120000	120000	120000
Total		5520000	3888000

Anexo 4.3 contrato tipo tiempo parcial

CONTRATO DE TRABAJO



En Santiago de Chile, a ____ de ____ de 2018, entre Lodge Econtainer Ltda., Rut N° _____, representada por don _____, ambos domiciliados para estos efectos en _____, comuna de _____, por una parte y en adelante la "Empresa" o el "Empleador"; y por la otra y en adelante el "Trabajador", don _____, chileno, nacido el día ____ de ____ de _____, cédula nacional de identidad N° _____, domiciliado en _____, comuna de _____, ciudad de _____, se ha celebrado el siguiente Contrato de Trabajo:

PRIMERO: Relación Laboral. El Empleador contrata al Trabajador para desempeñar el cargo y prestar los servicios de _____, lo que comprende todas las labores inherentes a dichas funciones, así como el desarrollo de todos los proyectos o negocios que el Empleador le encomiende.

SEGUNDO: Desempeño del Cargo. El Trabajador desempeñará sus funciones en las oficinas principales del Empleador, como asimismo en todos aquellos lugares dentro y fuera de Santiago y de Chile, en que la gestión de los negocios lo requiera.

TERCERO: Jornada de Trabajo. El trabajador en virtud de lo establecido en el artículo 40 del Código del Trabajo, cumplirá una jornada de trabajo ordinaria parcial de _____ horas semanales distribuidas de _____ a _____ con una interrupción de 60 minutos para colación. El tiempo destinado a colación no se considerará trabajado para enterar la duración de la jornada de trabajo. El horario en el cual se otorgue este periodo de colación será flexible, debiendo considerar las necesidades del servicio.

Las partes declaran expresamente que el cargo es de la exclusiva confianza de la Empleadora y por ello requiere dedicación exclusiva del Trabajador en el desempeño de sus funciones, siendo esta obligación uno de los elementos esenciales para su contratación.

CUARTO: Remuneración. El empleador se compromete a remunerar al trabajador con la suma mensual de \$ (_____) (_____ pesos) como sueldo fijo por mes, equivalente al ingreso mínimo mensual determinado a la fecha en que se suscribe el contrato, que será liquidado por periodos mensuales, en dinero efectivo.

Extraordinariamente, el Empleador podrá otorgar premios o bonos ocasionales al Trabajador, adicionales a la remuneración ordinaria, y sin que ello signifique que dichos premios o bonos pasan a formar parte del sueldo o cualquier otro tipo de remuneración.

El Trabajador autoriza expresamente al Empleador para que se le descuente de sus remuneraciones el tiempo no trabajado debido a atrasos, inasistencias y permisos.

De las cantidades indicadas en los párrafos anteriores, el Empleador descontará los montos correspondientes a cotizaciones de seguridad social e impuestos.

QUINTO: Confidencialidad. El Trabajador se obliga a guardar total reserva, dentro y fuera de la Empresa, de todos los hechos, antecedentes e informaciones de que tome conocimiento en el ejercicio de sus funciones o derivados de las actividades y negocios del Empleador y sus sociedades relacionadas, lo que considera en general pero no exclusivamente, estudios, desarrollos informáticos, tecnología aplicada y cualquier otro dato o antecedente de propiedad del Empleador y sus sociedades relacionadas, aún después de producida la terminación del presente Contrato. El Trabajador consiente que está prohibida la divulgación, transferencia a cualquier título, comunicación, alteración, modificación o copia de dichos antecedentes e informaciones, así como la utilización indebida o para otros propósitos que no sean sus labores. Además, el Trabajador se obliga a la protección de la información suministrada por el Empleador, debiendo tomar las medidas de seguridad apropiadas para la protección contra el acceso o difusión no autorizados

SEXTO: Propiedad Intelectual. Las partes dejan expresa constancia y el Trabajador declara en forma explícita que todo y cualquier procedimiento, marca, modelo, sistema, programa computacional o software, desarrollo o aplicación informática, proyecto u otro, y en general, cualquier invención o creación y cualquier otro elemento de éstos o derivado de ellos, de que conozca o en el que intervenga el Trabajador, sea en forma directa o indirecta en el desempeño de sus labores, pertenece y pertenecerá única y exclusivamente al Empleador, o a quien éste designe, sin pago adicional de ninguna especie para el Trabajador, aun cuando sea efectivamente su autor o creador.

SEPTIMO: Duración y vigencia. El presente contrato tendrá una duración de plazo indefinido a contar de esta fecha y podrá ponerse término de conformidad a las causales señaladas en la ley.

Se deja constancia que el Trabajador ingresó al servicio de la Empleadora con esta fecha.

OCTAVO: Domicilio y jurisdicción. Para todos los efectos derivados del presente contrato, las partes fijan domicilio en la comuna y ciudad de Santiago, sometiéndose en consecuencia a la jurisdicción y competencia de sus Tribunales de Justicia.

NOVENO: Firma y ejemplares. El presente contrato se firma en tres ejemplares, de igual tenor y fecha, quedando dos de ellos en poder del Empleador y uno en poder del Trabajador.

RUT N° _____

pp. _____

ECONTAINER

LODGE



Anexo 4.4: Contrato tipo tiempo completo

CONTRATO DE TRABAJO



En Santiago de Chile, a ___ de _____ de 2018, entre Lodge Econtainer Ltda., Rut N° _____, representada por don _____, ambos domiciliados para estos efectos en _____, comuna de _____, por una parte y en adelante la "Empresa" o el "Empleador"; y por la otra y en adelante el "Trabajador", don _____, chileno, nacido el día ___ de ___ de _____, cédula nacional de identidad N° _____, domiciliado en _____, comuna de _____, ciudad de _____, se ha celebrado el siguiente Contrato de Trabajo:

PRIMERO: Relación Laboral. El Empleador contrata al Trabajador para desempeñar el cargo y prestar los servicios de _____, lo que comprende todas las labores inherentes a dichas funciones, así como el desarrollo de todos los proyectos o negocios que el Empleador le encomiende.

SEGUNDO: Desempeño del Cargo. El Trabajador desempeñará sus funciones en las oficinas principales del Empleador, como asimismo en todos aquellos lugares dentro y fuera de Santiago y de Chile, en que la gestión de los negocios lo requiera.

TERCERO: Jornada de Trabajo. La jornada ordinaria de trabajo será de 45 horas semanales, distribuidas de lunes a viernes de ___ horas y hasta las ___ horas, con una interrupción de 60 minutos para colación. El tiempo destinado a colación no se considerará trabajado para enterar la duración de la jornada de trabajo. El horario en el cual se otorgue este periodo de colación será flexible, debiendo considerar las necesidades del servicio.

Las partes declaran expresamente que el cargo es de la exclusiva confianza de la Empleadora y por ello requiere dedicación exclusiva del Trabajador en el desempeño de sus funciones, siendo esta obligación uno de los elementos esenciales para su contratación.

CUARTO: Remuneración. La remuneración del Trabajador estará constituida y se pagará de la siguiente forma:

1. Sueldo base bruto mensual, ascendente a la cantidad de \$ _____.- que se pagará por mensualidades vencidas en las oficinas de la Empresa, el último día hábil de cada mes.
2. Gratificación bruta anual que será pagada mensualmente al Trabajador en la cantidad equivalente a una doceava parte de 4,75 ingresos mínimos mensuales. Dicha cantidad, en el caso que el Empleador tenga utilidades, se imputará, en primer lugar, al pago de la gratificación legal y si no tuviere utilidades se considerará como una gratificación contractual garantizada.

Se deja expresa constancia que con esta gratificación el Empleador ha hecho uso de su opción para pagar la gratificación legal de acuerdo a la modalidad establecida en el artículo 50 del Código del Trabajo. En ningún caso procederá el pago de la gratificación conforme al procedimiento establecido en el artículo 47 del mismo Código.

Extraordinariamente, el Empleador podrá otorgar premios o bonos ocasionales al Trabajador, adicionales a la remuneración ordinaria, y sin que ello signifique que dichos premios o bonos pasan a formar parte del sueldo o cualquier otro tipo de remuneración.

El Trabajador autoriza expresamente al Empleador para que se le descuente de sus remuneraciones el tiempo no trabajado debido a atrasos, inasistencias y permisos.

De las cantidades indicadas en los párrafos anteriores, el Empleador descontará los montos correspondientes a cotizaciones de seguridad social e impuestos.

QUINTO: Confidencialidad. El Trabajador se obliga a guardar total reserva, dentro y fuera de la Empresa, de todos los hechos, antecedentes e informaciones de que tome conocimiento en el ejercicio de sus funciones o derivados de las actividades y negocios del Empleador y sus sociedades relacionadas, lo que considera en general pero no exclusivamente, estudios, desarrollos informáticos, tecnología aplicada y cualquier otro dato o antecedente de propiedad del Empleador y sus sociedades relacionadas, aún después de producida la terminación del presente Contrato. El Trabajador consiente que está prohibida la divulgación, transferencia a cualquier título, comunicación, alteración, modificación o copia de dichos antecedentes e informaciones, así como la utilización indebida o para otros propósitos que no sean sus labores. Además, el Trabajador se obliga a la protección de la información suministrada por el Empleador, debiendo tomar las medidas de seguridad apropiadas para la protección contra el acceso o difusión no autorizados

SEXTO: Propiedad Intelectual. Las partes dejan expresa constancia y el Trabajador declara en forma explícita que todo y cualquier procedimiento, marca, modelo, sistema, programa computacional o software, desarrollo o aplicación informática, proyecto u otro, y en general, cualquier invención o creación y cualquier otro elemento de éstos o derivado de ellos, de que conozca o en el que intervenga el Trabajador, sea en forma directa o indirecta en el desempeño de sus labores, pertenece y pertenecerá única y exclusivamente al Empleador, o a quien éste designe, sin pago adicional de ninguna especie para el Trabajador, aun cuando sea efectivamente su autor o creador.

SEPTIMO: Duración y vigencia. El presente contrato tendrá una duración de plazo indefinido a contar de esta fecha y podrá ponerse término de conformidad a las causales señaladas en la ley.

Se deja constancia que el Trabajador ingresó al servicio de la Empleadora con esta fecha.

OCTAVO: Domicilio y jurisdicción. Para todos los efectos derivados del presente contrato, las partes fijan domicilio en la comuna y ciudad de Santiago, sometiéndose en consecuencia a la jurisdicción y competencia de sus Tribunales de Justicia.

NOVENO: Firma y ejemplares. El presente contrato se firma en tres ejemplares, de igual tenor y fecha, quedando dos de ellos en poder del Empleador y uno en poder del Trabajador.

RUT N°

pp.

ECONTAINER

LODGE

Anexo 4.5: Método de evaluación del desempeño, método investigación de campo

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	
Nombre: _____ Puesto: _____ Departamento: _____	
1. ¿Qué puede decir respecto del desempeño del trabajador? 2. El desempeño fue: * Muy satisfactorio* Satisfactorio* Insatisfactorio	
Evaluación inicial	3. ¿Por qué fue insatisfactorio/satisfactorio el desempeño? 4. ¿Qué motivos pueden justificar ese desempeño? 5. ¿Se asignaron responsabilidades al trabajador? 6. ¿Por qué el trabajador tuvo que asumir esas responsabilidades? 7. ¿Tiene cualidades y deficiencias? ¿Cuáles?
Análisis complementario	8. ¿Qué tipo de ayuda recibió el trabajador? 9. ¿Cuáles fueron los resultados? 10. ¿Necesita entrenamiento? ¿Ya ha recibido entrenamiento? ¿Cómo?
Planificación	11. ¿Qué otros aspectos del desempeño son notables? 12. ¿Qué plan de acción futura recomienda al trabajador? 13. Indique, por orden de prioridad, dos sustitutos del empleado. 14. ¿Hubo sustitución a partir de la evaluación anterior?
Seguimiento	15. ¿Qué evaluación adjudica a este trabajador? ¿Por encima o por debajo de la norma? 16. ¿Este desempeño es característico del empleado? 17. ¿Se le comunicaron al trabajador sus deficiencias? 18. ¿El trabajador recibió nuevas oportunidades para mejorar?

Fuente: Chiavenato, I. (2009). Gestión del talento humano. México: McGraw-Hill

<p>a. <i>Evaluación inicial.</i> El desempeño de cada empleado se evalúa inicialmente de acuerdo con uno de los tres aspectos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desempeño más que satisfactorio (+) - Desempeño satisfactorio (±) - Desempeño menos que satisfactorio (-)
<p>b. <i>Análisis complementario.</i> Una vez definida la evaluación inicial del desempeño, cada empleado es evaluado con mayor profundidad a través de preguntas que el especialista formula al jefe.</p>
<p>c. <i>Planeación.</i> Una vez analizado el desempeño, se elabora un plan de acción que puede implicar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asesoría al empleado - Readaptación del empleado - Capacitación - Desvinculación y sustitución - Promoción a otro cargo - Mantenimiento en el cargo actual
<p>d. <i>Seguimiento.</i> (<i>Fair play</i>) se trata de una verificación o comprobación del desempeño de cada empleado.</p>

Fuente: Chiavenato, I. (2000). Administración de recursos humanos. Colombia: McGraw-Hill

Anexo 4.6 Costo capacitaciones:

Costo total	
Gestión sostenible empresa	400.000
Desarrollo sustentable de la organización	5280000
Responsabilidad social empresarial	360000
Buenas prácticas de cuidado del medio ambiente en mi trabajo y hogar	6440000
Primeros auxilios	3150000
Total	15.630.000

Anexo 4.7: Cuestionario SUSESO/ISTAS 21

Las siguientes preguntas corresponden a la Dimensión Exigencias Psicológicas.

Nº	Pregunta	Siempre	La mayoría de las veces	Algunas veces	Sólo unas pocas veces	Nunca
1	¿Puede hacer su trabajo con tranquilidad y tenerlo al día?	0	1	2	3	4
2	En su trabajo ¿tiene Ud. que tomar decisiones difíciles?	4	3	2	1	0
3	En general, ¿considera Ud. que su trabajo le provoca desgaste emocional?	4	3	2	1	0
4	En su trabajo, ¿tiene Ud. que guardar sus emociones y no expresarlas?	4	3	2	1	0
5	¿Su trabajo requiere atención constante?	4	3	2	1	0

Las siguientes preguntas corresponden a la Dimensión Trabajo Activo y Desarrollo de Habilidades.

Nº	Pregunta	Siempre	La mayoría de las veces	Algunas veces	Sólo unas pocas veces	Nunca
6	¿Tiene influencia sobre la cantidad de trabajo que se le asigna?	0	1	2	3	4
7	¿Puede dejar su trabajo un momento para conversar con un compañero o compañera?	0	1	2	3	4
8	Su trabajo, ¿permite que aprenda cosas nuevas?	0	1	2	3	4
9	Las tareas que hace, ¿le parecen importantes?	0	1	2	3	4
10	¿Siente que su empresa o institución tiene gran importancia para Ud.?	0	1	2	3	4

Las siguientes preguntas corresponden a la Dimensión Apoyo Social en la Empresa y Calidad de Liderazgo.

Nº	Pregunta	Siempre	La mayoría de las veces	Algunas veces	Sólo unas pocas veces	Nunca
11	¿Sabe exactamente qué tareas son de su responsabilidad?	0	1	2	3	4
12	¿Tiene que hacer tareas que Ud. cree que deberían hacerse de otra manera?	4	3	2	1	0
13	¿Recibe ayuda y apoyo de su jefe(a) o superior(a) inmediato(a)?	0	1	2	3	4
14	Entre compañeros y compañeras, ¿se ayudan en el trabajo?	0	1	2	3	4
15	Sus jefes inmediatos, ¿resuelven bien los conflictos?	0	1	2	3	4

Las siguientes preguntas corresponden a la Dimensión Compensaciones.

Nº	Pregunta	Siempre	La mayoría de las veces	Algunas veces	Sólo unas pocas veces	Nunca
16	¿Está preocupado(a) por si lo(la) despiden o no le renuevan el contrato?	4	3	2	1	0
17	¿Está preocupado(a) por si le cambian las tareas contra su voluntad?	4	3	2	1	0
18	Mis superiores me dan el reconocimiento que merezco	0	1	2	3	4

Las siguientes preguntas corresponden a la Dimensión Doble Presencia.

Nº	Pregunta	Siempre	La mayoría de las veces	Algunas veces	Sólo unas pocas veces	Nunca
19	Si está ausente un día de casa, las tareas domésticas que realiza ¿se quedan sin hacer?	4	3	2	1	0
20	Cuando está en el trabajo, ¿piensa en las exigencias domésticas y familiares?	4	3	2	1	0

Cálculo e interpretación de las puntuaciones

En la Versión Breve, el cálculo de puntuaciones se hace directamente con los puntos obtenidos. Además, se considera la sumatoria simple de los puntos totales obtenidos en cada dimensión mayor.

Con este puntaje es posible realizar un cálculo de la prevalencia, es decir, del porcentaje de trabajadores que se encuentra en cada nivel de riesgo, bajo, medio o alto, utilizando los límites de cada nivel de acuerdo a la siguiente tabla.

Dimensión	Nivel de riesgo bajo	Nivel de riesgo medio	Nivel de riesgo alto
Exigencias psicológicas	0—8	9—11	12—20
Trabajo activo y desarrollo de habilidades	0—5	6—8	9—20
Apoyo social en la empresa	0—3	4—6	7—20
Compensaciones	0—2	3—5	6—12
Doble presencia	0—1	2—3	4—8

Fuente: IST (<http://www.ist.cl/cuestionario-suseso-istas-21/>)

Anexo 4.8: Remuneraciones por año

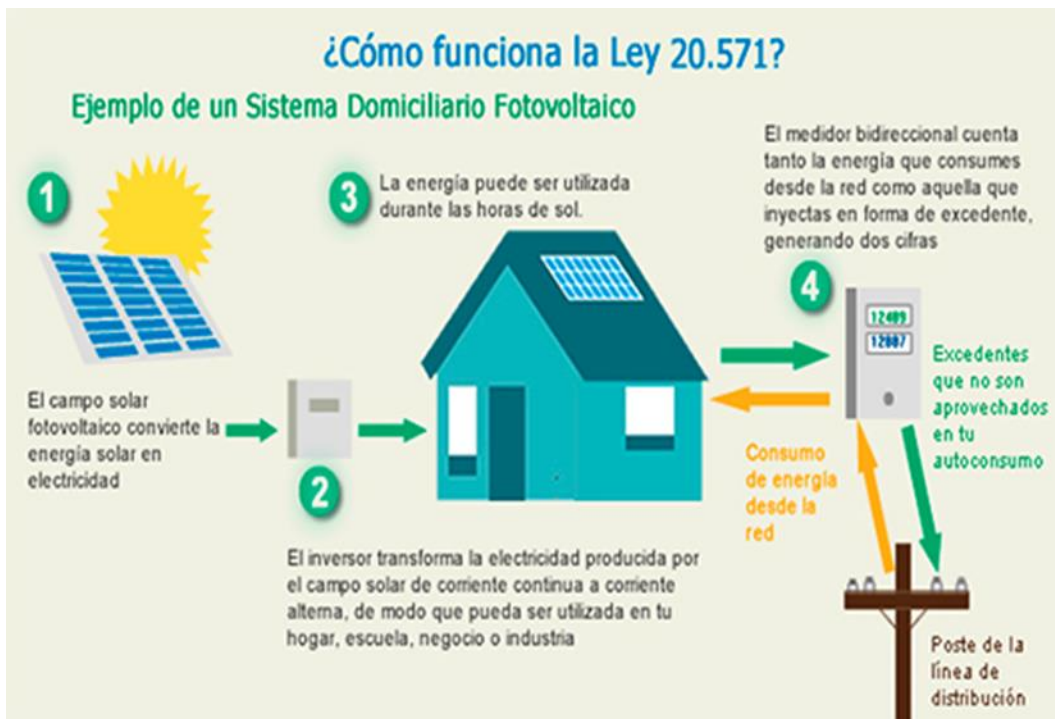
	Año 0											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Gerente General	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instructor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$ 1.352.395	\$ 1.352.395	\$ 1.352.395
Cocinero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$ 1.116.264	\$ 1.116.264	\$ 1.116.264
Cocinero part time	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ay. Cocina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ay. Cocina part time	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Coperero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Coperero part time	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bartender	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bartender part time	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aux aseo L - V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aux aseo S - D	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mucama L-V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mucama S-D	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Conserje L-V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Conserje S-D	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Conductor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Conductor part time	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jardinero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Recepcionista principal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Recepcionista	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Recepcionista part time	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Botones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Botones part time	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Profesor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Profesor part time 1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Profesor part time 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Profesor part time 3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Garzón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Garzón part time	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Contador	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Salvavidas part time L-V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Salvavidas part time S-D	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL REMUNERACIONES										\$ 2.468.659	\$ 2.468.659	\$ 2.468.659
TOTAL REMUNERACIONES										\$ 7.405.977	\$ 7.405.977	\$ 7.405.977
Gratificaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$218.500	\$218.500	\$218.500
Colación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$120.000	\$120.000	\$655.500
Selección personal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$ 360.000
Capacitaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$4.003.000
TOTAL G. PERSONAL												\$ 13.518.500

El proceso de reclutamiento y selección se comienza Noviembre-Diciembre, quien reclutará al Gerente General E instructor, será el directorio en octubre, para asumir la responsabilidad de la contratación del personal restante.

Anexo 5.1: Ubicación Geografica



Anexo 5.2: Ley 20.571



Anexo 5.3: Patente de Alcohol y Resolución Sanitaria

 I. MUNICIPALIDAD SAN JOSE DEL MAIPO FAC 1078965		
ECONTAINER LODGE <small>NOMBRE</small>		76.273.019-7 <small>R.U.T.</small>
Embalse el yeso <small>DIRECCION</small>		
PATENTES DE ALCOHOL		2DO. SEMESTRE 2017 1era. Cuota
TRIBUTO O MULTA POR INFRACCION * 401306-8 <small>ROL</small>		PERIODO 14/07/2017 <small>FECHA DE EMISION</small>
CONCEPTO BAR CAPITAL : 742.410.253		
FC: 7028874		31/07/2017 <small>PLAZO PARA PAGAR</small>
IMPUESTOS Y DERECHOS Cont. Patente Alcohol		VALORES 26.907 93.574
		Tipo pago Efectivo 120.481 Cheque 0 Tarjeta 0
		0283280 0006752 PAGADO 28/07/2017 
SUB TOTAL		120.481
I.P.C. INTERESES		120.481
TOTAL PATCOM		12230255-5
UNIDAD	LIQUIDADOR	EMISOR
CONTRIBUYENTE		

Impresión: graficanacional@vtr.net



I. MUNICIPALIDAD SAN JOSE DEL MAIPO

FAC 1157922

ECONTAINER LODGE		76.273.019-7
NOMBRE		R.U.T.
Embalse el yeso		
Sector PLAN	DIRECCION	
PATENTES DE ALCOHOL		1ER.SEMESTRE 2018
TRIBUTO O MULTA POR INFRACCION		2da. Cuota
401306-8	28/12/2017	
ROL	FECHA DE EMISION	

CONCEPTO:
E00 BAR

CAPITAL : 742.410.253

FC: 7156306	PLAZO PARA PAGAR	31/01/2018
IMPUESTOS Y DERECHOS	VALORES	tipo pago
Cont. Patente	27.068	Efectivo 121.106
Alcohol	94.038	Cheque 0
		Tarjeta 0
SUB TOTAL	121.106	<div data-bbox="1096 1102 1234 1480" data-label="Text"> <p>0263280 0016052 PAGADO 17/01/2018 \$121.106.- 4505360 2713001</p> </div>
I.P.C.		
INTERESES		
TOTAL	121.106	
PATCOM		12230255-5
UNIDAD	LIQUIDADOR	EMISOR

CONTRIBUYENTE

Impresión: graficanacional@vtr.net



RESOLUCIÓN EXENTA N° 1705433946
FECHA: 11/12/2017

VISTOS: Estos antecedentes, la Solicitud de autorización Sanitaria de funcionamiento del LOCAL DE ELABORACION DE ALIMENTOS CON CONSUMO , ubicado en SAN JOSE DEL MAIPO. REGIÓN METROPOLITANA con ingreso en prestación N°1705433946 de fecha 08/11/2017, presentada a esta SEREMI de Salud por ECONTAINER LODGE
RUT. 50.203.210-3 Representada por Mariafernanda Silva Chavalos .

CONSIDERANDO, lo informado por funcionario(s) de esta Autoridad Sanitaria en el acta de inspección N° 1705433946/1 con fecha 29/11/2017

Y TENIENDO PRESENTE lo dispuesto en el Código Sanitario y sus reglamentos, aprobado por el D.F.L. N° 725/67, del Ministerio de Salud; el Reglamento Sanitario de los Alimentos, aprobado por el Decreto Supremo N° 977/96 del Ministerio de Salud; y en uso de las facultades que me confiere el Decreto con Fuerza de Ley N° 1 de 2005, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley 2763/79 y Decreto Supremo N° 136/04 del Ministerio de Salud, que aprobó el Reglamento Orgánico de dicha Secretaría de Estado, dicto la siguiente:

RESOLUCIÓN

1. **AUTORIZASE** el funcionamiento del LOCAL DE ELABORACION DE ALIMENTOS CON CONSUMO, ubicado en SAN JOSE DEL MAIPO. REGIÓN METROPOLITANA

- ELABORAR CON CONSUMO EMPAREDADOS QUE NO REQUIEREN COCCION
- ELABORAR CON CONSUMO EMPAREDADOS QUE REQUIEREN COCCION
- ELABORAR CON CONSUMO INFUSIONES DE TE O CAFE
- ELABORAR CON CONSUMO PLATOS PREPARADOS QUE NO REQUIEREN COCCION
- ELABORAR CON CONSUMO PLATOS PREPARADOS QUE REQUIEREN COCCION

2. **TENGASE PRESENTE** que la autorización contenida en el presente instrumento, considera las siguientes características de la instalación, cuya modificación deberá contar con la Autorización de la Autoridad Sanitaria correspondiente:

- SUPERFICIE TOTAL CONSTRUIDA (150 MT CUADRADOS)

3. **DEJESE ESTABLECIDO** que todo alimento que se elabore, procese, almacene, distribuya, comercialice, o transfiera, y sus materias primas, deben provenir de establecimientos o instalaciones autorizadas por la Autoridad Sanitaria competente, de acuerdo a lo dispuesto en el Reglamento Sanitario de los Alimentos.

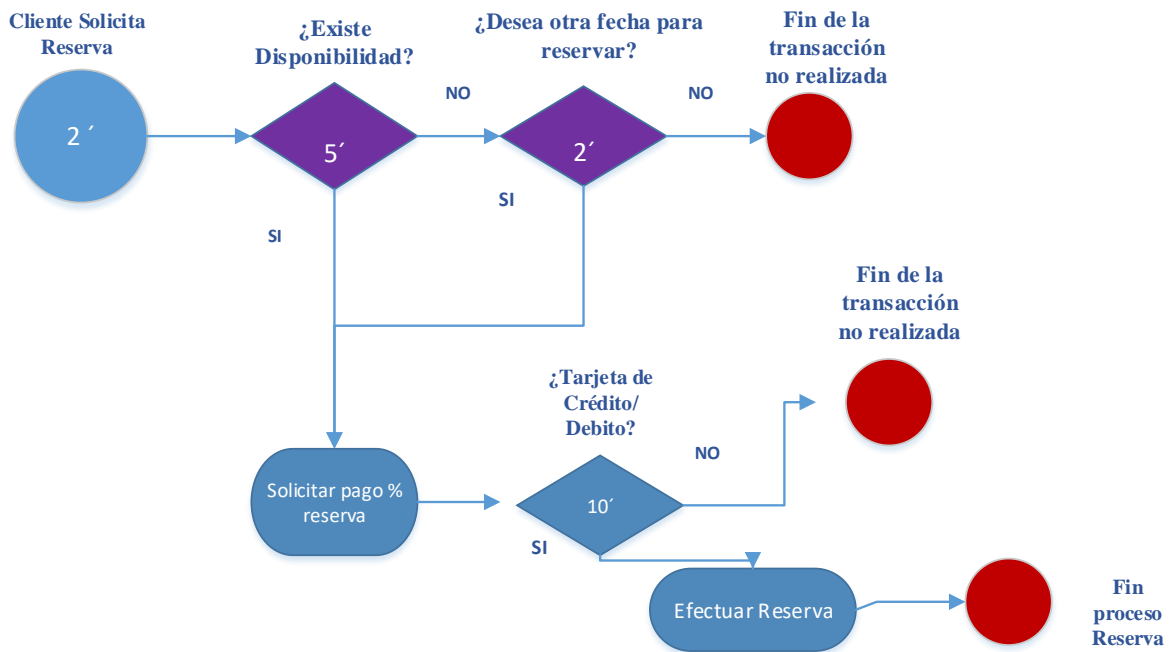
4. La presente resolución acredita el cumplimiento de los requisitos sanitarios de la instalación, para desarrollar el(los) fin(es) indicados en numerales precedentes, en base a lo cual podrá optar a su patente de RESTAURANTE ante la Ilustre Municipalidad de SAN JOSE DEL MAIPO.

Anexo 5.4: Minuta Econtainer Logde

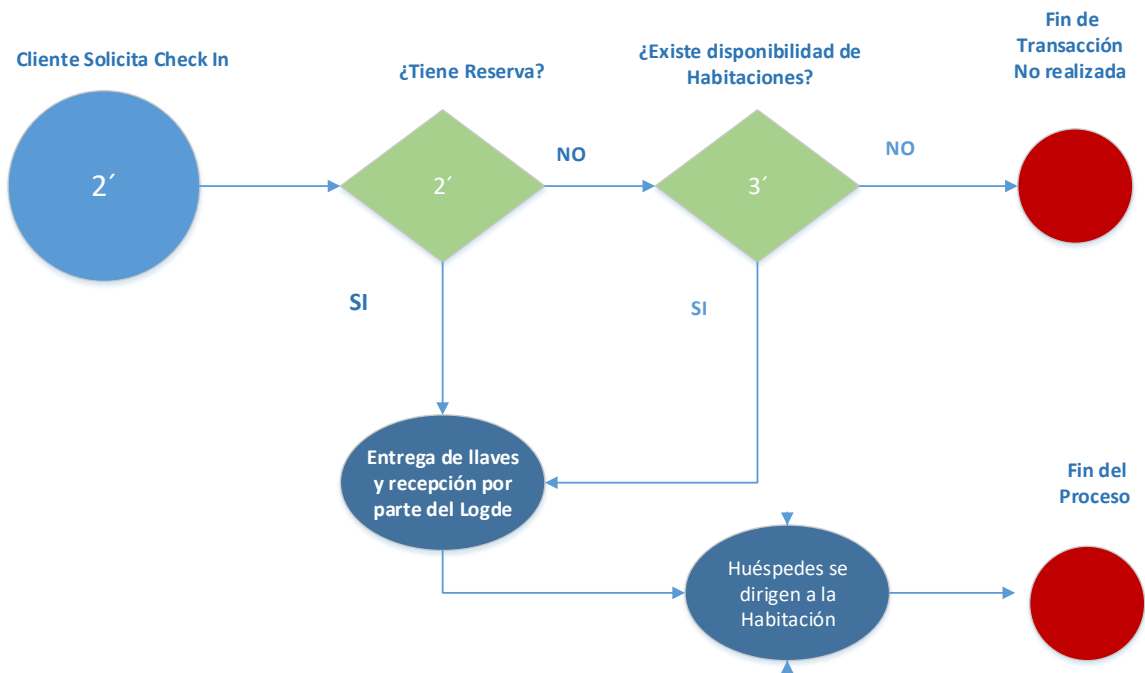
Minuta Mensual						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Desayuno						
Buffet	Buffet	Buffet	Buffet	Buffet	Buffet	Buffet
Colación						
Barra energética, Jugo Natural, Sandwich	Barra energética, Jugo Natural, Sandwich	Barra energética, Jugo Natural, Sandwich	Barra energética, Jugo Natural, Sandwich	Barra energética, Jugo Natural, Sandwich	Barra energética, Jugo Natural, Sandwich	Barra energética, Jugo Natural, Sandwich
Almuerzo						
Empanadas o Mix de Hojas Verdes	Humitas o Crema de Tomates	Ceviche de Reineta o Crema de Choclo	Sopaipillas con Pebre o Mix de Ensaladas	Ensalada de Camarón o Ensalada César	Centolla o Ceviche de Pulpo	Pancutras o Crepes Salados
Carne Mechada con Puré	Pastel de Papas con carne	Cazuela	Porotos Granados	Papas Rellenas	Carbonada	Pastel de Choclo
Salmón con Puré	Spaguetti con salsa bolognesa	Caldillo de Congrio	Charquican con Huevo	Lentejas gratinadas	Pastel de Jaiba	Sopa de Marisco
Flan con Caramelo	Duraznos al jugo	Sémola con Caramelo	Mote con Huesillos	Mix de Frutas	Leche asada	Mousse
Once						
Buffet	Buffet	Buffet	Buffet	Buffet	Buffet	Buffet
Cena						
Pollo y verduras asadas	Salmón con miel	Espaguetti con pollo, tomate, y espinacas	Wraps de lechuga con pavo	Tazón griego de quínoa	Ensalada campera	Ensalada de arroz

Desayuno Buffet	Jugo Natural, Tostadas, Mermelada, Huevos, Queso, Jamón, Té o Café, Cereales, Leche, Yogurth, Fruta de la Estación
Once Buffet	Jugo Natural, Tostadas, Mermelada, Huevos, Queso, Jamón, Té o Café, Torta, Panqueques, Brownie, Fruta de la Estación

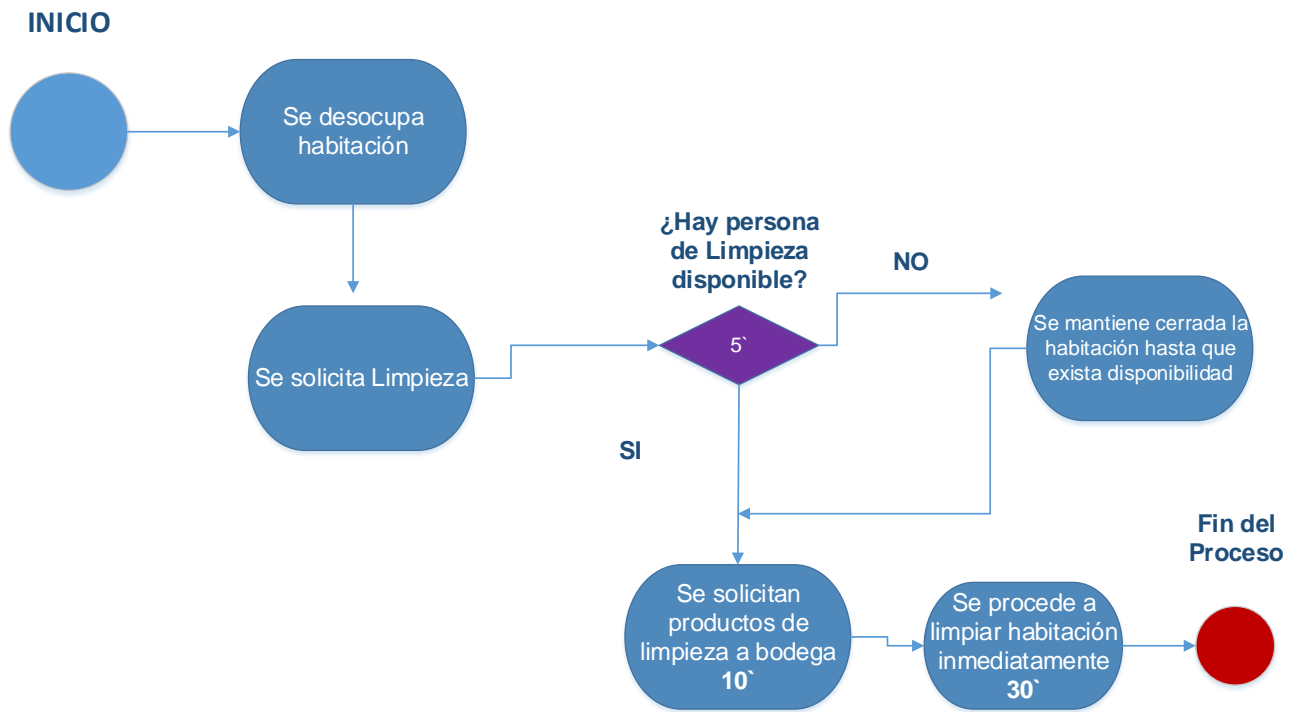
Anexo 5.5: Reserva Cliente



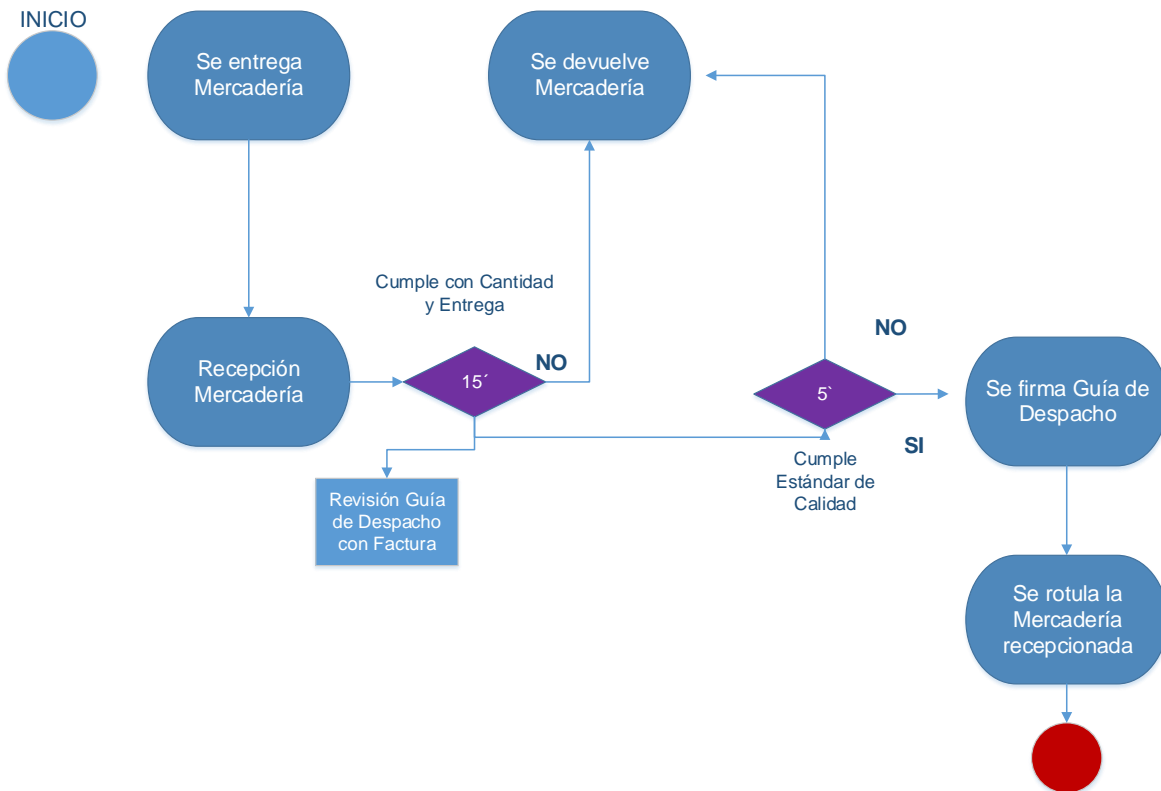
Anexo 5.6: Cliente Solicita Check in



Anexo 5.7: Limpieza Habitación



Anexo 5.8: Recepción Mercaderías



Anexo 5.9: Costo Minuta

COSTO MINUTA	
Desayuno	\$ 2.195
Colación	\$ 1.947
Almuerzo	\$ 3.098
Once	\$ 2.348
Cena	\$ 2.548
Costo diario por persona	\$ 12.135

Anexo 5.10: Cálculo Consumo de Agua por persona

Consumo de Agua por persona			
	Frecuencia	Tiempo	litros
Ducha	3	10 min o 2 de 15 min	360
WC	6		60
Cepillado Dientes	4	2 min	96
Lavado de manos	4	2 min	96
Lavado ropa	1		285
Lavado loza	4	5 min	120
Litros por persona al día	1017	\$ 729	costo mt3
Costo diario	\$ 780		

Anexo 5.11: Cálculo Consumo de luz

	Consumo encendido 1 hora		Horas de uso	Cantidad wh
Aspiradora	675	Wh	3	2025
Batidora	200	Wh	1	200
Batidora manual	140	Wh	1	140
Bomba de piscina	800	Wh	24	19200
Cadena música, equipo musica	40	Wh	3	120
Cafetera	720	Wh	2	1440
Calefactor (aire caliente)	963	Wh	4	3852
Cargador teléfono móvil	5	Wh	10	48
Enceradora	500	Wh	2	1000
Escanner	275	Wh	2	550
Estufa eléctrica	2000	Wh	1	2000
Exprimidora	250	Wh	2	500
Extractor de aire (campana)	500	Wh	7	3500
Freidora	1000	Wh	5	5000
Hervidor de agua / Jarra eléctrica	1500	Wh	4	6000
Hornillo eléctrico/Anafe	1500	Wh	4	6000
Impresora	370	Wh	3	1110
Lámpara	32	Wh	5	160
Lavadora	350	Wh	2	700
Lavaplatos / Lavavajillas	797	Wh	3	2391
Licuadora	350	Wh	2	700
Microondas	1200	Wh	1	1200
Nevera Congeladora comercial	500	Wh	24	12000
Nevera-congelador (frigorífico-congelador)	890	Wh	24	21360
Pantalla PC	48	Wh	8	384
PC Netbook	40	Wh	8	320
Plancha eléctrica	1000	Wh	2	2000
Router ADSL/Wifi	10	Wh	24	243
Sandwichera / Waflera	650	Wh	1	650
Secador pelo	522	Wh	3	1566
Secadora de ropa	2000	Wh	2	4000
Teléfono inalámbrico (base)	25	Wh	24	600
Tostadora	24	Wh	3	72
TV	474	Wh	10	4740
Ventilador	35	Wh	5	175
Ventilador de techo	60	Wh	4	240
			Watt hour	106186
			Kwatt	106
			15 paneles	75
			Kwatt no cubiertos	31

\$	4.054	diario	valor kw 130
\$	121.626	mensual	

Anexo 5.12: Artículos de aseo para limpieza general Lodge mensual.

Articulo	Cantidad	Precio	Costo
Antihongo	15	\$ 1.750	\$ 26.250
Antisarro	15	\$ 2.400	\$ 36.000
Bolsas plásticas	30	\$ 540	\$ 16.200
CIF crema	15	\$ 1.690	\$ 25.350
Lavalozas	30	\$ 1.500	\$ 45.000
Limpiador de Piso	15	\$ 1.590	\$ 23.850
Limpiador Piso madera	15	\$ 4.500	\$ 67.500
Limpiavidrios	15	\$ 1.390	\$ 20.850
Poett	20	\$ 1.450	\$ 29.000
paños	20	\$ 1.190	\$ 23.800
limpia basureros	15	\$ 4.604	\$ 69.060
guantes de goma	10	\$ 1.210	\$ 12.100
trapero	1	\$ 900	\$ 900
pala	1	\$ 1.200	\$ 1.200
escobillón	1	\$ 2.490	\$ 2.490
Cloro Gel	1	\$ 950	\$ 950
Costo insumos limpieza		\$ 400.500	

Anexo 5.13: Costo Fijo Insumos de limpieza para 1 habitación

INSUMOS DE LIMPIEZA PARA 1 HABITACIÓN			
Artículo	Cantidad	Precio	Costo
Anti hongo	1	\$ 1.750	\$ 1.750
Anti sarro	1	\$ 2.400	\$ 2.400
Bolsas plásticas	1	\$ 540	\$ 540
CIF crema	1	\$ 1.690	\$ 1.690
Destapador Cañería	1	\$ 1.990	\$ 1.990
Detergente Ropa	1	\$ 8.600	\$ 8.600
Esponjas	1	\$ 200	\$ 200
Esponja virutilla	1	\$ 1.200	\$ 1.200
Limpiador de Piso	1	\$ 1.590	\$ 1.590
Limpiador Piso madera	1	\$ 4.500	\$ 4.500
Limpiavidrios	1	\$ 1.390	\$ 1.390
Papel Confort	1	\$ 8.850	\$ 8.850
Poett	1	\$ 1.450	\$ 1.450
Toalla Nova	1	\$ 1.150	\$ 1.150
paños	1	\$ 1.190	\$ 1.190
limpia basureros	1	\$ 4.604	\$ 4.604
jabón liquido	1	\$ 3.639	\$ 3.639
guantes de goma	1	\$ 1.210	\$ 1.210
traperos	1	\$ 900	\$ 900
pala	1	\$ 1.200	\$ 1.200
escobillón	1	\$ 2.490	\$ 2.490
Cloro Gel	1	\$ 950	\$ 950
Costo por habitación			\$ 2.971

Anexo 7.1 Inversión en equipos

Para calcular el costo total de equipamiento se le aplicó un 10% de descuento a los artículos comprados en SODIMAC, por compra mayorista.

Inversión en equipos.

	Precio unitario	Cantidad	Costo total	Costo mayorista (Bruto)	Costo Neto	IVA CF	Proveedor
HALL							
Mostrador para resepción Quadrifoglio Z2	\$ 2.000.000	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 1.680.672	\$ 319.328	Archiproducts
Silla para PC 59x56x89	\$ 22.990	1	\$ 22.990	\$ 20.691	\$ 17.387	\$ 3.304	Sodimac
Computador Asus® AIO V221IDUK-WA044T	\$ 339.490	1	\$ 339.490	\$ 339.490	\$ 285.286	\$ 54.204	PC Factory
Sillon Modular Bollén II - Dmob	\$ 359.990	2	\$ 719.980	\$ 719.980	\$ 605.025	\$ 114.955	PantanoPallet
Tablet Galaxy Tab E 9.6 T560	\$ 129.990	20	\$ 2.599.800	\$ 2.339.820	\$ 1.966.235	\$ 373.585	Sodimac
Mesa de centro Marley	\$ 99.990	2	\$ 199.980	\$ 199.980	\$ 168.050	\$ 31.930	PantanoPallet
	Total equipamiento Hall			\$ 5.619.961	\$ 4.722.656	\$ 897.305	
	Precio unitario	Cantidad	Costo total	Costo mayorista (Bruto)	Costo Neto	IVA CF	Proveedor
HABITACIÓN							
Cama king brown	\$ 449.990	18	\$ 8.099.820	\$ 7.289.838	\$ 6.125.914	\$ 1.163.924	Sodimac
Cama 2 plazas	\$ 394.990	18	\$ 7.109.820	\$ 6.398.838	\$ 5.377.175		
Funda de plumon 180 hilos king blanco	\$ 18.990	72	\$ 1.367.280	\$ 1.230.552	\$ 1.034.077	\$ 196.475	Sodimac
Juego de sábanas 140hilos King lavanda	\$ 16.990	72	\$ 1.223.280	\$ 1.100.952	\$ 925.170	\$ 175.782	Sodimac
Pack de 2 almohadas 50x70cm	\$ 8.000	72	\$ 576.000	\$ 518.400	\$ 435.630	\$ 82.770	Sodimac
Frazada King Verde	\$ 18.990	72	\$ 1.367.280	\$ 1.230.552	\$ 1.034.077	\$ 196.475	Sodimac
Cortina Tela BlackOut Blanco	\$ 196.350	18	\$ 3.534.300	\$ 3.180.870	\$ 2.673.000	\$ 507.870	Sodimac
Set de papeleros 2 unidades Gris	\$ 13.990	16	\$ 223.840	\$ 201.456	\$ 169.291	\$ 32.165	Sodimac
Closet 2 cajones 6 puertas	\$ 72.990	18	\$ 1.313.820	\$ 1.182.438	\$ 993.645	\$ 188.793	Sodimac
Lampara colgante 28cm 60W	\$ 9.990	36	\$ 359.640	\$ 323.676	\$ 271.997	\$ 51.679	Sodimac
WC One Piece 6L Blanco	\$ 99.990	36	\$ 3.599.640	\$ 3.239.676	\$ 2.722.417	\$ 517.259	Sodimac
Secador de cabello 2100)W	\$ 11.990	36	\$ 431.640	\$ 388.476	\$ 326.450	\$ 62.026	Sodimac
Kit mueble para lavamanos espejo flotante	\$ 99.990	36	\$ 3.599.640	\$ 3.599.640	\$ 3.024.908	\$ 574.732	Easy
Panel ducha 120x25cm	\$ 104.990	36	\$ 3.779.640	\$ 3.779.640	\$ 3.176.168	\$ 603.472	Easy
Kit de accesorios para baño 3 piezas	\$ 12.990	36	\$ 467.640	\$ 420.876	\$ 353.677	\$ 67.199	Sodimac
Lavamanos 10 lts belair	\$ 36.540	36	\$ 1.315.440	\$ 1.183.896	\$ 994.871	\$ 189.025	Easy
Juego de toallas de baño y mano	\$ 5.990	72	\$ 431.280	\$ 388.152	\$ 326.178	\$ 61.974	Sodimac
	Total equipamiento Habitación			\$ 35.657.928	\$ 29.964.645	\$ 4.671.619	

	Precio unitario	Cantidad	Costo total	Costo mayorista (Bruto)	Costo Neto	IVA CF	Proovedor
COCINA							
Cocina a gas 4 quemadores	\$ 642.900	1	\$ 642.900	\$ 578.610	\$ 486.227	\$ 92.383	Sodimac
Meson acero inoxidable	\$ 87.550	1	\$ 87.550	\$ 87.550	\$ 73.571	\$ 13.979	TodoStore
Lavafondo tacho secador	\$ 129.625	1	\$ 129.625	\$ 129.625	\$ 108.929	\$ 20.696	TodoStore
Campana acero inoxidable	\$ 184.990	1	\$ 184.990	\$ 184.990	\$ 155.454	\$ 29.536	TodoStore
Basurero con tapa 660 litros	\$ 269.990	1	\$ 269.990	\$ 242.991	\$ 204.194	\$ 38.797	Sodimac
Refrigerador Visicooler 370 litros blanco	\$ 239.990	1	\$ 239.990	\$ 215.991	\$ 181.505	\$ 34.486	Sodimac
Freezer horizontal 300 litros blanco	\$ 169.990	1	\$ 169.990	\$ 152.991	\$ 128.564	\$ 24.427	Sodimac
licuadora	\$ 9.990	1	\$ 9.990	\$ 8.991	\$ 7.555	\$ 1.436	Sodimac
Plato redondo 15cm blanco	\$ 1.190	100	\$ 119.000	\$ 107.100	\$ 90.000	\$ 17.100	Sodimac
Horno microondas digital 20 litros	\$ 49.990	1	\$ 49.990	\$ 44.991	\$ 37.808	\$ 7.183	Sodimac
Dispensador de agua pedestal	\$ 62.990	2	\$ 125.980	\$ 113.382	\$ 95.279	\$ 18.103	Sodimac
Juego de 5 Piezas Cuchillos Riviera	\$ 169.990	1	\$ 169.990	\$ 152.991	\$ 128.564	\$ 24.427	Sodimac
Hervidor electrico 17 litros	\$ 66.990	1	\$ 66.990	\$ 60.291	\$ 50.665	\$ 9.626	Sodimac
Wok antiadherente aluminio	\$ 21.990	1	\$ 21.990	\$ 19.791	\$ 16.631	\$ 3.160	Sodimac
Juego de 2 sartenes+paila	\$ 12.990	1	\$ 12.990	\$ 11.691	\$ 9.824	\$ 1.867	Sodimac
Juego de ollas 5 piezas acero inoxidable	\$ 189.990	1	\$ 189.990	\$ 170.991	\$ 143.690	\$ 27.301	Sodimac
Basurero redondo metal pedal	\$ 14.990	2	\$ 29.980	\$ 26.982	\$ 22.674	\$ 4.308	Sodimac
Bandeja redonda	\$ 7.990	5	\$ 39.950	\$ 35.955	\$ 30.214	\$ 5.741	Sodimac
Set coctelera 3 piezas	\$ 11.490	5	\$ 57.450	\$ 51.705	\$ 43.450	\$ 8.255	Sodimac
	Total equipamiento Cocina			\$ 2.397.609	\$ 2.014.797	\$ 382.812	
	Precio unitario	Cantidad	Costo total	Costo mayorista (Bruto)	Costo Neto	IVA CF	Proovedor
COMEDOR							
Mesa comedor Felipe	\$ 229.990	2	\$ 459.980	\$ 459.980	\$ 386.538	\$ 73.442	PantanoPallet
Mesa comedor Donato	\$ 99.990	8	\$ 799.920	\$ 799.920	\$ 672.202	\$ 127.718	PantanoPallet
Silla 85x39cm	\$ 19.990	32	\$ 639.680	\$ 575.712	\$ 483.792	\$ 91.920	Sodimac
Piso bar 76x40x40cm	\$ 29.990	10	\$ 299.900	\$ 269.910	\$ 226.815	\$ 43.095	Sodimac
Vaso para cerbeza 250cc	\$ 790	50	\$ 39.500	\$ 35.550	\$ 29.874	\$ 5.676	Sodimac
Set vaso de vidrio 6u 525cc	\$ 4.890	10	\$ 48.900	\$ 44.010	\$ 36.983	\$ 7.027	Sodimac
Set vaso de vidrio 6u 244cc	\$ 2.970	5	\$ 14.850	\$ 13.365	\$ 11.231	\$ 2.134	Sodimac
Juego 12 copas vino tinto y blanco	\$ 12.990	5	\$ 64.950	\$ 58.455	\$ 49.122	\$ 9.333	Sodimac
	Total equipamiento Comedor			\$ 2.256.902	\$ 1.896.556	\$ 360.346	

	Precio unitario	Cantidad	Costo total	Costo mayorista (Bruto)	Costo Neto	IVA CF	Proveedor
TERRAZA							
Juego living Susan	\$ 599.000	2	\$ 1.198.000	\$ 1.198.000	\$ 1.006.723	\$ 191.277	PantanoPallet
Sofa Tommy	\$ 199.990	2	\$ 399.980	\$ 399.980	\$ 336.118	\$ 63.862	PantanoPallet
Mesa grandes Zurich	\$ 134.990	3	\$ 404.970	\$ 404.970	\$ 340.311	\$ 64.659	PantanoPallet
Mesa chica lateral Cloé	\$ 44.990	4	\$ 179.960	\$ 179.960	\$ 151.227	\$ 28.733	PantanoPallet
Brasero a carbon de metal	\$ 119.990	2	\$ 239.980	\$ 215.982	\$ 181.497	\$ 34.485	Sodimac
Parrilla a carbon	\$ 389.900	3	\$ 1.169.700	\$ 1.052.730	\$ 884.647	\$ 168.083	Sodimac
Mesa bar Polo	\$ 149.990	2	\$ 299.980	\$ 269.982	\$ 226.876	\$ 43.106	PantanoPallet
Tina Cipres de 2.40 mts	\$ 1.749.300	2	\$ 3.498.600	\$ 3.498.600	\$ 2.940.000	\$ 558.600	TinasdeMadera
Sistema Filtrado	\$ 437.325	2	\$ 874.650	\$ 874.650	\$ 735.000	\$ 139.650	TinasdeMadera
Calefactor a leña especial	\$ 562.275	2	\$ 1.124.550	\$ 1.124.550	\$ 945.000	\$ 179.550	TinasdeMadera
Ionizador	\$ 267.393	2	\$ 534.786	\$ 534.786	\$ 449.400	\$ 85.386	TinasdeMadera
Total equipamiento Terraza				\$ 9.754.190	\$ 8.196.798	\$ 1.557.392	
LAVANDERIA							
Lavadora secadora frontal	\$ 279.990	4	\$ 1.119.960	\$ 1.007.964	\$ 847.029	\$ 160.935	Sodimac
Plancha para ropa	\$ 9.990	2	\$ 19.980	\$ 17.982	\$ 15.111	\$ 2.871	Sodimac
Total equipamiento Lavanderia				\$ 1.025.946	\$ 862.139	\$ 163.807	
ASEO							
Aspiradora de arrastre	\$ 34.990	4	\$ 139.960	\$ 125.964	\$ 105.852	\$ 20.112	Sodimac
Escoba de rama	\$ 6.490	5	\$ 32.450	\$ 29.205	\$ 24.542	\$ 4.663	Sodimac
Pala	\$ 4.990	5	\$ 24.950	\$ 22.455	\$ 18.870	\$ 3.585	Sodimac
Basurero	\$ 24.990	5	\$ 124.950	\$ 112.455	\$ 94.500	\$ 17.955	Sodimac
Total equipamiento Aseo				\$ 290.079	\$ 243.764	\$ 46.315	
MULTIESPACIO							
Futon	\$ 149.990	4	\$ 599.960	\$ 539.964	\$ 453.751	\$ 86.213	Sodimac
Puff	\$ 29.990	4	\$ 119.960	\$ 107.964	\$ 90.726	\$ 17.238	Sodimac
Led 43 LJ5500 FHDSmart TV	\$ 199.990	2	\$ 399.980	\$ 359.982	\$ 302.506	\$ 57.476	Sodimac
Mesa de ping-pong Durastar	\$ 159.990	1	\$ 159.990	\$ 159.990	\$ 134.445	\$ 25.545	Sparta
Mesa de pool sharp shooter imperial	\$ 999.000	1	\$ 999.000	\$ 999.000	\$ 839.496	\$ 159.504	Pool
Librero 90x29,5x180 madera aglomerada	\$ 59.990	2	\$ 119.980	\$ 107.982	\$ 90.741	\$ 17.241	Sodimac
Total equipamiento Multiespacio				\$ 2.274.882	\$ 1.911.666	\$ 4.186.548	

OFICINAS								
	Precio unitario	Cantidad	Costo total	Costo mayorista (Bruto)	Costo Neto	IVA CF	Proovedor	
Notebook I5 BV162T	\$ 529.990	5	\$ 2.649.950	\$ 2.384.955	\$ 2.004.164	\$ 380.791	Sodimac	
Sillon	\$ 130.000	2	\$ 260.000	\$ 234.000	\$ 196.639	\$ 37.361	PantanoPallet	
Escritorio Malta	\$ 58.990	5	\$ 294.950	\$ 265.455	\$ 223.071	\$ 42.384	Sodimac	
Silla para PC 59x56x89	\$ 22.990	5	\$ 114.950	\$ 103.455	\$ 86.937	\$ 16.518	Sodimac	
Total equipamiento Oficinas				\$ 2.987.865	\$ 2.510.811	\$ 477.054		
ENFERMERIA								
camilla	\$ 99.990	1	\$ 99.990	\$ 99.990	\$ 84.025	\$ 15.965	CamillasChile	
Botiquin	\$ 20.000	1	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 16.807	\$ 3.193	CamillasChile	
Total equipamiento Enfermeria				\$ 119.990	\$ 100.832	\$ 19.158		
ACTIVIDADES								
Bicicleta mtb trek marlin	\$ 329.900	36	\$ 11.876.400	\$ 11.876.400	\$ 9.980.168	\$ 1.896.232	Sparta	
Colchoneta mat yoga	\$ 9.990	36	\$ 359.640	\$ 359.640	\$ 302.218	\$ 57.422	Sparta	
Baston de trekking	\$ 9.990	36	\$ 359.640	\$ 323.676	\$ 271.997	\$ 51.679	Sodimac	
Flotador noodles plastico	\$ 1.990	36	\$ 71.640	\$ 64.476	\$ 54.182	\$ 10.294	Sodimac	
Raqueta de trekking nieve	\$ 39.990	36	\$ 1.439.640	\$ 1.439.640	\$ 1.209.782	\$ 229.858	Sherpalife	
Casco onwheels negro	\$ 15.990	36	\$ 575.640	\$ 575.640	\$ 483.731	\$ 91.909	Sodimac	
Camara Canon	\$ 1.899.990	1	\$ 1.899.990	\$ 1.899.990	\$ 1.596.630	\$ 303.360	CanonChile	
Total equipamiento Actividades				\$ 16.539.462	\$ 13.898.708	\$ 2.640.754		
VEHICULOS								
Mini-Bus Mercedes-Benz SPRINTER 315 CDI	\$ 41.615.911	2	\$ 83.231.822	\$ 83.231.822	\$ 69.942.708	\$ 13.289.114	Kauffman	
Total equipamiento Vehiculos				\$ 83.231.822	\$ 69.942.708	\$ 13.289.114		
ASTRONÓMICO								
Telescopios celestron advanced vx 6 refracto	\$ 1.499.900	8	\$ 11.999.200	\$ 11.999.200	\$ 10.083.361	\$ 1.915.839	TelescopiosChile	
Total equipamiento Astronómico				\$ 11.999.200	\$ 10.083.361	\$ 1.915.839		

	Precio unitario	Cantidad	Costo total	Costo mayorista (Bruto)	Costo Neto	IVA CF	Proveedor
HUERTO							
Rigo por goteo	\$ 33.990	2	\$ 67.980	\$ 67.980	\$ 57.126	\$ 10.854	
Plantulas	\$ 500.000	1	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 420.168	\$ 79.832	
instalacion invernadero	\$ 300.000	1	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 252.101	\$ 47.899	
	Total equipamiento Huerto			\$ 867.980	\$ 729.395	\$ 138.585	
ARBOLES							
Acacia decurrens Dealbata	\$ 5.500	1	\$ 5.500	\$ 5.500	\$ 4.622	\$ 878	ViveroLasBrujas
Acer pseudoplatanus	\$ 40.000	2	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 67.227	\$ 12.773	ViveroLasBrujas
Aesculus hippocastanum	\$ 14.000	3	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 35.294	\$ 6.706	ViveroLasBrujas
Cedrus deodara	\$ 14.000	2	\$ 28.000	\$ 28.000	\$ 23.529	\$ 4.471	ViveroLasBrujas
Haya Tricolor Fagus sylvatica	\$ 75.000	1	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 63.025	\$ 11.975	ViveroLasBrujas
Prunus sanguinea Ramificado bajo	\$ 8.000	2	\$ 16.000	\$ 16.000	\$ 13.445	\$ 2.555	ViveroLasBrujas
Buddleja davidii Black Knight	\$ 2.500	3	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 6.303	\$ 1.197	ViveroLasBrujas
Hortensia celeste	\$ 10.000	1	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 8.403	\$ 1.597	ViveroLasBrujas
Paquerette californiano	\$ 1.200	2	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.017	\$ 383	ViveroLasBrujas
Hemerocallis #19 Elizabeth Salter	\$ 3.000	1	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 2.521	\$ 479	ViveroLasBrujas
Hemerocallis #22 Little Lassie	\$ 2.000	2	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 3.361	\$ 639	ViveroLasBrujas
Lirio (Iris germanica)#11 Blanco	\$ 3.000	3	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 7.563	\$ 1.437	ViveroLasBrujas
Paeonia de papa	\$ 12.000	1	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 10.084	\$ 1.916	ViveroLasBrujas
Clematis Crystal Fountain	\$ 22.000	2	\$ 44.000	\$ 44.000	\$ 36.975	\$ 7.025	ViveroLasBrujas
Clematis General Sikorski	\$ 18.000	2	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 30.252	\$ 5.748	ViveroLasBrujas
Rosa floribunda 1209 Zorina	\$ 3.500	3	\$ 10.500	\$ 10.500	\$ 8.824	\$ 1.676	ViveroLasBrujas
	Total equipamiento Arboles			\$ 384.900	\$ 323.445	\$ 61.455	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 7.2 Estimación de la ocupación y presupuesto de caja

En el siguiente presupuesto de caja se detallan los ingresos, costos variables, costos fijos operacionales, costos fijos de administración y venta y los impuestos que se deberán cancelar en el primer año de funcionamiento. Respecto al pago del IVA y PPM, existe información detallada en anexo 3

En el presupuesto de caja el 50% de los ingresos es en efectivo, el 30% es a 30 días y el 20% a 60 días

Ocupación Año 1

	Año 1											
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
total habitaciones	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
ocupacion	72%	80%	72%	60%	65%	60%	70%	65%	70%	70%	71%	72%
habitaciones ocupadas	14	15	13	11	12	11	13	12	13	13	13	13
Deluxe	7	8	7	5	6	5	6	6	6	6	6	6
Doble	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3
Familiar	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2
Privada	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2

Fuente: Elaboración propia.

Ocupación Año 2

	Año 2											
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
total habitaciones	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
ocupacion	77%	85%	76%	65%	70%	65%	75%	70%	75%	75%	75%	76%
habitaciones ocupadas	14	16	14	12	13	12	14	13	14	14	14	14
Deluxe	7	8	7	6	7	6	7	7	7	7	7	7
Doble	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
Familiar	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Privada	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3

Fuente: Elaboración propia.

Ocupación Año 3

	Año 3											
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
total habitaciones	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
ocupacion	81%	89%	81%	69%	74%	69%	79%	74%	79%	79%	80%	81%
habitaciones ocupadas	15	17	15	13	14	13	15	14	15	15	15	15
Deluxe	8	8	8	7	7	7	8	7	8	8	8	8
Doble	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Familiar	1	3	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2
Privada	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2

Fuente: Elaboración propia.

Ocupación Año 4

	Año 4											
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
total habitaciones	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
ocupacion	86%	94%	85%	74%	79%	74%	84%	79%	84%	84%	84%	85%
habitaciones ocupadas	16	17	16	14	15	14	16	15	16	16	16	16
Deluxe	8	8	8	7	8	7	8	8	8	8	8	8
Doble	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
Familiar	2	3	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2
Privada	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3

Fuente: Elaboración propia.

Ocupación Año 5

	Año 5											
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
total habitaciones	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
ocupacion	90%	98%	90%	78%	83%	78%	88%	83%	88%	88%	89%	90%
habitaciones ocupadas	17	18	17	15	15	15	16	15	16	16	16	17
Deluxe	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Doble	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4
Familiar	3	3	3	1	1	1	2	1	2	2	2	3
Privada	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2

Fuente: Elaboración propia.

Presupuesto de caja año 1.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Ingresos por habitacion	\$ 43.800.000	\$ 77.430.000	\$ 92.010.000	\$ 75.540.000	\$ 63.600.000	\$ 57.600.000	\$ 64.500.000	\$ 61.740.000	\$ 67.260.000	\$ 68.640.000	\$ 71.400.000
Total Ingresos	\$ 43.800.000	\$ 77.430.000	\$ 92.010.000	\$ 75.540.000	\$ 63.600.000	\$ 57.600.000	\$ 64.500.000	\$ 61.740.000	\$ 67.260.000	\$ 68.640.000	\$ 71.400.000
EGRESOS											
Costos Variables											
Agua	-\$ 751.842	-\$ 807.534	-\$ 696.150	-\$ 584.766	-\$ 640.458	-\$ 584.766	-\$ 696.150	-\$ 640.458	-\$ 696.150	-\$ 696.150	-\$ 696.150
Luz	-\$ 104.571	-\$ 115.788	-\$ 103.485	-\$ 86.841	-\$ 94.078	-\$ 86.841	-\$ 101.314	-\$ 94.078	-\$ 101.314	-\$ 101.314	-\$ 102.400
Servicios de alimentacion	-\$ 11.696.927	-\$ 12.563.366	-\$ 10.830.488	-\$ 9.097.610	-\$ 9.964.049	-\$ 9.097.610	-\$ 10.830.488	-\$ 9.964.049	-\$ 10.830.488	-\$ 10.830.488	-\$ 10.830.488
Comision transbank (4%)	-\$ 1.752.000	-\$ 2.046.000	-\$ 1.752.000	-\$ 1.152.000	-\$ 1.152.000	-\$ 1.152.000	-\$ 1.428.000	-\$ 1.152.000	-\$ 1.428.000	-\$ 1.428.000	-\$ 1.428.000
Deportes externalizados	-\$ 14.458.500	-\$ 15.529.500	-\$ 13.387.500	-\$ 11.245.500	-\$ 12.316.500	-\$ 11.245.500	-\$ 13.387.500	-\$ 12.316.500	-\$ 13.387.500	-\$ 13.387.500	-\$ 13.387.500
Bebestibles	-\$ 6.747.300	-\$ 7.247.100	-\$ 6.247.500	-\$ 5.247.900	-\$ 5.747.700	-\$ 5.247.900	-\$ 6.247.500	-\$ 5.747.700	-\$ 6.247.500	-\$ 6.247.500	-\$ 6.247.500
Costos Fijos Operacionales											
Telefonia - Internet - TV	-\$ 46.990	-\$ 46.990	-\$ 46.990	-\$ 46.990	-\$ 46.990	-\$ 46.990	-\$ 46.990	-\$ 46.990	-\$ 46.990	-\$ 46.990	-\$ 46.990
Telefonia Movil	-\$ 26.991	-\$ 26.991	-\$ 26.991	-\$ 26.991	-\$ 26.991	-\$ 26.991	-\$ 26.991	-\$ 26.991	-\$ 26.991	-\$ 26.991	-\$ 26.991
Insumos de aseo	-\$ 400.500	-\$ 400.500	-\$ 400.500	-\$ 400.500	-\$ 400.500	-\$ 400.500	-\$ 400.500	-\$ 400.500	-\$ 400.500	-\$ 400.500	-\$ 400.500
Insumos de oficina	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000
Mantenion Paneles											-\$
Mancencion Muro											-\$
Mantenion Furgon											-\$
Mantenion Piscina											-\$
Sistema de camaras	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000
Sistema de alarmas	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000	-\$ 70.000
Retiro reciclaje	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000	-\$ 100.000
Combustible	-\$ 900.000	-\$ 900.000	-\$ 900.000	-\$ 900.000	-\$ 900.000	-\$ 900.000	-\$ 900.000	-\$ 900.000	-\$ 900.000	-\$ 900.000	-\$ 900.000
Gas y Calefaccion	-\$ 400.000	-\$ 400.000	-\$ 400.000	-\$ 400.000	-\$ 400.000	-\$ 400.000	-\$ 400.000	-\$ 400.000	-\$ 400.000	-\$ 400.000	-\$ 400.000
Imprevistos	-\$ 1.000.000	-\$ 1.000.000	-\$ 1.000.000	-\$ 1.000.000	-\$ 1.000.000	-\$ 1.000.000	-\$ 1.000.000	-\$ 1.000.000	-\$ 1.000.000	-\$ 1.000.000	-\$ 1.000.000
Cocinero	-\$ 1.538.500	-\$ 1.538.500	-\$ 1.538.500	-\$ 1.538.500	-\$ 1.538.500	-\$ 1.538.500	-\$ 1.538.500	-\$ 1.538.500	-\$ 1.538.500	-\$ 1.538.500	-\$ 1.538.500
Cocinero part time	-\$ 648.000	-\$ 648.000	-\$ 648.000	-\$ 648.000	-\$ 648.000	-\$ 648.000	-\$ 648.000	-\$ 648.000	-\$ 648.000	-\$ 648.000	-\$ 648.000
Ay. Cocina	-\$ 1.358.500	-\$ 1.358.500	-\$ 1.358.500	-\$ 1.358.500	-\$ 1.358.500	-\$ 1.358.500	-\$ 1.358.500	-\$ 1.358.500	-\$ 1.358.500	-\$ 1.358.500	-\$ 1.358.500
Ay. Cocina part time	-\$ 558.000	-\$ 558.000	-\$ 558.000	-\$ 558.000	-\$ 558.000	-\$ 558.000	-\$ 558.000	-\$ 558.000	-\$ 558.000	-\$ 558.000	-\$ 558.000
Copero	-\$ 1.170.000	-\$ 1.170.000	-\$ 1.170.000	-\$ 1.170.000	-\$ 1.170.000	-\$ 1.170.000	-\$ 1.170.000	-\$ 1.170.000	-\$ 1.170.000	-\$ 1.170.000	-\$ 1.170.000
Copero part time	-\$ 468.000	-\$ 468.000	-\$ 468.000	-\$ 468.000	-\$ 468.000	-\$ 468.000	-\$ 468.000	-\$ 468.000	-\$ 468.000	-\$ 468.000	-\$ 468.000
Bartender	-\$ 1.239.840	-\$ 1.239.840	-\$ 1.239.840	-\$ 1.239.840	-\$ 1.239.840	-\$ 1.239.840	-\$ 1.239.840	-\$ 1.239.840	-\$ 1.239.840	-\$ 1.239.840	-\$ 1.239.840
Bartender part time	-\$ 498.670	-\$ 498.670	-\$ 498.670	-\$ 498.670	-\$ 498.670	-\$ 498.670	-\$ 498.670	-\$ 498.670	-\$ 498.670	-\$ 498.670	-\$ 498.670
Aux aseo L-V	-\$ 385.516	-\$ 385.516	-\$ 385.516	-\$ 385.516	-\$ 385.516	-\$ 385.516	-\$ 385.516	-\$ 385.516	-\$ 385.516	-\$ 385.516	-\$ 385.516
Aux aseo S-D	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688
Mucama L-V	-\$ 384.219	-\$ 384.219	-\$ 384.219	-\$ 384.219	-\$ 384.219	-\$ 384.219	-\$ 384.219	-\$ 384.219	-\$ 384.219	-\$ 384.219	-\$ 384.219
Mucama S-D	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688	-\$ 153.688
Conserje L-V	-\$ 597.500	-\$ 597.500	-\$ 597.500	-\$ 597.500	-\$ 597.500	-\$ 597.500	-\$ 597.500	-\$ 597.500	-\$ 597.500	-\$ 597.500	-\$ 597.500
Conserje S-D	-\$ 239.000	-\$ 239.000	-\$ 239.000	-\$ 239.000	-\$ 239.000	-\$ 239.000	-\$ 239.000	-\$ 239.000	-\$ 239.000	-\$ 239.000	-\$ 239.000
Conductor	-\$ 1.238.500	-\$ 1.238.500	-\$ 1.238.500	-\$ 1.238.500	-\$ 1.238.500	-\$ 1.238.500	-\$ 1.238.500	-\$ 1.238.500	-\$ 1.238.500	-\$ 1.238.500	-\$ 1.238.500
Conductor part time	-\$ 498.000	-\$ 498.000	-\$ 498.000	-\$ 498.000	-\$ 498.000	-\$ 498.000	-\$ 498.000	-\$ 498.000	-\$ 498.000	-\$ 498.000	-\$ 498.000
Jardinero	-\$ 362.625	-\$ 362.625	-\$ 362.625	-\$ 362.625	-\$ 362.625	-\$ 362.625	-\$ 362.625	-\$ 362.625	-\$ 362.625	-\$ 362.625	-\$ 362.625
Recepcionista principal	-\$ 679.250	-\$ 679.250	-\$ 679.250	-\$ 679.250	-\$ 679.250	-\$ 679.250	-\$ 679.250	-\$ 679.250	-\$ 679.250	-\$ 679.250	-\$ 679.250
Recepcionista	-\$ 1.328.500	-\$ 1.328.500	-\$ 1.328.500	-\$ 1.328.500	-\$ 1.328.500	-\$ 1.328.500	-\$ 1.328.500	-\$ 1.328.500	-\$ 1.328.500	-\$ 1.328.500	-\$ 1.328.500
Recepcionista part time	-\$ 814.500	-\$ 814.500	-\$ 814.500	-\$ 814.500	-\$ 814.500	-\$ 814.500	-\$ 814.500	-\$ 814.500	-\$ 814.500	-\$ 814.500	-\$ 814.500
Botones	-\$ 606.250	-\$ 606.250	-\$ 606.250	-\$ 606.250	-\$ 606.250	-\$ 606.250	-\$ 606.250	-\$ 606.250	-\$ 606.250	-\$ 606.250	-\$ 606.250
Botones part time	-\$ 242.500	-\$ 242.500	-\$ 242.500	-\$ 242.500	-\$ 242.500	-\$ 242.500	-\$ 242.500	-\$ 242.500	-\$ 242.500	-\$ 242.500	-\$ 242.500
Profesor	-\$ 537.329	-\$ 537.329	-\$ 537.329	-\$ 537.329	-\$ 537.329	-\$ 537.329	-\$ 537.329	-\$ 537.329	-\$ 537.329	-\$ 537.329	-\$ 537.329
Profesor part time 1	-\$ 214.931	-\$ 214.931	-\$ 214.931	-\$ 214.931	-\$ 214.931	-\$ 214.931	-\$ 214.931	-\$ 214.931	-\$ 214.931	-\$ 214.931	-\$ 214.931
Profesor part time 2	-\$ 329.490	-\$ 329.490	-\$ 329.490	-\$ 329.490	-\$ 329.490	-\$ 329.490	-\$ 329.490	-\$ 329.490	-\$ 329.490	-\$ 329.490	-\$ 329.490
Profesor part time 3	-\$ 429.863	-\$ 429.863	-\$ 429.863	-\$ 429.863	-\$ 429.863	-\$ 429.863	-\$ 429.863	-\$ 429.863	-\$ 429.863	-\$ 429.863	-\$ 429.863
Garzón	-\$ 1.212.500	-\$ 1.212.500	-\$ 1.212.500	-\$ 1.212.500	-\$ 1.212.500	-\$ 1.212.500	-\$ 1.212.500	-\$ 1.212.500	-\$ 1.212.500	-\$ 1.212.500	-\$ 1.212.500
Garzón part time	-\$ 485.000	-\$ 485.000	-\$ 485.000	-\$ 485.000	-\$ 485.000	-\$ 485.000	-\$ 485.000	-\$ 485.000	-\$ 485.000	-\$ 485.000	-\$ 485.000
Salvauidas part time L-V	-\$ 449.063	-\$ 449.063	-\$ 449.063	-\$ 449.063	-\$ 449.063	-\$ 449.063	-\$ 449.063	-\$ 449.063	-\$ 449.063	-\$ 449.063	-\$ 449.063
Salvauidas part time S-D	-\$ 179.625	-\$ 179.625	-\$ 179.625	-\$ 179.625	-\$ 179.625	-\$ 179.625	-\$ 179.625	-\$ 179.625	-\$ 179.625	-\$ 179.625	-\$ 179.625
Costos Fijos de Administracion y venta											
Radio	-\$ 1.650.000					-\$ 1.650.000					-\$
Folleteria											-\$ 145.000
Revistas			-\$ 2.850.000						-\$ 2.850.000		-\$ 2.850.000
Página Web	-\$ 238.000										
Agencia Publicidad	-\$ 280.000	-\$ 280.000	-\$ 280.000	-\$ 280.000	-\$ 280.000	-\$ 280.000	-\$ 280.000	-\$ 280.000	-\$ 280.000	-\$ 280.000	-\$ 280.000
Gerente General	-\$ 1.669.250	-\$ 1.669.250	-\$ 1.669.250	-\$ 1.669.250	-\$ 1.669.250	-\$ 1.669.250	-\$ 1.669.250	-\$ 1.669.250	-\$ 1.669.250	-\$ 1.669.250	-\$ 1.669.250
Instructor	-\$ 1.369.250	-\$ 1.369.250	-\$ 1.369.250	-\$ 1.369.250	-\$ 1.369.250	-\$ 1.369.250	-\$ 1.369.250	-\$ 1.369.250	-\$ 1.369.250	-\$ 1.369.250	-\$ 1.369.250
Contador	-\$ 625.250	-\$ 625.250	-\$ 625.250	-\$ 625.250	-\$ 625.250	-\$ 625.250	-\$ 625.250	-\$ 625.250	-\$ 625.250	-\$ 625.250	-\$ 625.250
Gratificaciones	-\$ 2.356.526	-\$ 2.356.526	-\$ 2.356.526	-\$ 2.356.526	-\$ 2.356.526	-\$ 2.356.526	-\$ 2.356.526	-\$ 2.356.526	-\$ 2.356.526	-\$ 2.356.526	-\$ 2.356.526
IVA a pagar	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$
PPM*	-\$	-\$ 876.000	-\$ 1.023.000	-\$ 876.000	-\$ 576.000	-\$ 576.000	-\$ 576.000	-\$ 714.000	-\$ 576.000	-\$ 714.000	-\$ 714.000
TOTAL EGRESOS	-\$ 65.814.943	-\$ 67.601.091	-\$ 65.305.926	-\$ 56.706.420	-\$ 58.906.588	-\$ 58.056.420	-\$ 61.682.755	-\$ 59.044.588	-\$ 64.532.755	-\$ 61.820.755	-\$ 64.816.841

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 7.3 Calculo IVA y PPM para primer año de funcionamiento

Impuesto año 1.

	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
IVA DF	\$ 16.644.000	\$ 19.437.000	\$ 16.644.000	\$ 10.944.000	\$ 10.944.000	\$ 10.944.000	\$ 13.566.000	\$ 10.944.000	\$ 13.566.000	\$ 13.566.000	\$ 13.566.000	\$ 13.566.000
IVA CF	\$ 7.056.908	\$ 7.173.976	\$ 6.224.325	\$ 5.273.849	\$ 5.748.880	\$ 5.587.349	\$ 6.223.912	\$ 5.748.880	\$ 6.223.912	\$ 6.223.912	\$ 6.224.119	\$ 6.537.825
IVA a pagar	\$ 9.587.092	\$ 12.263.024	\$ 10.419.675	\$ 5.670.151	\$ 5.195.120	\$ 5.356.651	\$ 7.342.088	\$ 5.195.120	\$ 7.342.088	\$ 7.342.088	\$ 7.341.881	\$ 7.028.175
IVA Inversion	\$ 129.967.536	\$ 120.380.444	\$ 108.117.420	\$ 97.697.745	\$ 92.027.593	\$ 86.832.473	\$ 81.475.822	\$ 74.133.734	\$ 68.938.615	\$ 61.596.527	\$ 54.254.439	\$ 46.912.558
IVA a favor	\$ 120.380.444	\$ 108.117.420	\$ 97.697.745	\$ 92.027.593	\$ 86.832.473	\$ 81.475.822	\$ 74.133.734	\$ 68.938.615	\$ 61.596.527	\$ 54.254.439	\$ 46.912.558	\$ 39.884.382
IVA a pagar (desface)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PPM	\$ 876.000	\$ 1.023.000	\$ 876.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 714.000	\$ 576.000	\$ 714.000	\$ 714.000	\$ 714.000	\$ 714.000
Pago PPM (1%)	\$ -	\$ 876.000	\$ 1.023.000	\$ 876.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 714.000	\$ 576.000	\$ 714.000	\$ 714.000	\$ 714.000

Anexo 7.4 Cálculo de la rentabilidad del mercado y la tasa libre de riesgo

Valores promedios mensual del IGPA.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Enero		12.114.469.727	17.594.640.625	22.248.929.688	20.454.089.844	22.167.630.859	17.123.060.547	18.761.300.781	18.243.460.938	20.988.589.844	29.419.789.063
Febrero		11.879.639.648	17.789.250.000	21.229.259.766	21.546.220.703	22.219.949.219	18.342.810.547	19.357.660.156	18.259.199.219	21.811.380.859	28.132.179.688
Marzo		11.861.950.195	17.642.669.922	21.871.919.922	22.206.859.375	21.698.320.313	18.552.570.313	19.090.839.844	19.296.650.391	23.967.869.141	27.736.230.469
Abril		12.772.349.609	18.039.089.844	22.784.529.297	21.925.869.141	21.084.599.609	19.186.650.391	19.625.330.078	19.655.140.625	24.088.630.859	28.699.310.547
Mayo		14.684.059.570	18.130.710.938	22.929.019.531	20.802.589.844	20.681.449.219	19.103.009.766	19.662.199.219	19.416.890.625	24.354.529.297	28.184.570.313
Junio	14.647.959.961	14.767.830.078	18.848.070.313	22.642.400.391	21.079.740.234	19.861.099.609	18.899.869.141	18.977.919.922	19.725.529.297	23.787.439.453	
Julio	14.340.179.688	15.288.540.039	20.296.630.859	21.166.359.375	20.447.869.141	18.438.039.063	18.945.820.313	18.833.519.531	20.368.480.469	25.312.820.313	
Agosto	13.775.730.469	15.072.589.844	21.239.699.219	20.463.269.531	20.176.310.547	17.993.730.469	19.422.769.531	18.756.369.141	20.429.259.766	25.726.699.219	
Septiembre	12.967.400.391	15.878.290.039	22.355.939.453	18.796.890.625	20.551.460.938	18.833.769.531	19.250.929.688	18.056.210.938	20.046.480.469	26.682.390.625	
Octubre	11.786.269.531	15.653.080.078	22.874.619.141	20.711.289.063	20.910.929.688	19.242.039.063	18.842.720.703	18.811.300.781	21.423.490.234	28.028.349.609	
Noviembre	11.486.700.195	15.373.000.000	22.927.689.453	20.074.189.453	20.323.849.609	18.599.859.375	19.457.820.313	18.027.320.313	21.020.269.531	25.167.460.938	
Diciembre	11.324.070.313	16.630.910.156	22.979.220.703	20.129.800.781	21.070.279.297	18.227.050.781	18.870.400.391	18.151.500.000	20.734.169.922	27.980.779.297	

Tasa rendimiento promedio mensual: 0,64%

Tasa rendimiento promedio anual: 7.66%

Anexo 7.5 Reinversión en equipos depreciados

Reinversión año 3 por equipos depreciados

	Valor Neto
Funda de plumon 180 hilos king blanco	\$ 1.034.077
Juego de sabanas 140hilos King lavanda	\$ 925.170
Pack de 2 almohadas 50x70cm	\$ 435.630
Frazada King Verde	\$ 1.034.077
Cortina Tela BlackOut Blanco	\$ 2.673.000
Set de papeleros 2 unidades Gris	\$ 169.291
Lampara colgante 28cm 60W	\$ 271.997
Kit de accesorios para baño 3 piezas	\$ 353.677
Lavamanos 10 lts belair	\$ 994.871
Juego de toallas de baño y mano	\$ 326.178
Basurero con tapa 660 litros	\$ 204.194
Plato redondo 15cm blanco	\$ 90.000
Juego de 5 Piezas Cuchillos Riviera	\$ 128.564
Wok antiadherente aluminio	\$ 16.631
Juego de 2 sartenes+paila	\$ 9.824
Juego de ollas 5 piezas acero inoxidable	\$ 143.690
Basurero redondo metal pedal	\$ 22.674
Bandeja redonda	\$ 30.214
Set coctelera 3 piezas	\$ 43.450
Vaso para cerveza 250cc	\$ 29.874
Set vaso de vidrio 6u 525cc	\$ 36.983
Set vaso de vidrio 6u 244cc	\$ 11.231
Juego 12 copas vino tinto y blanco	\$ 49.122
Botiquin	\$ 16.807
Colchoneta mat yoga	\$ 302.218
Total	\$ 9.353.445

Fuente: Elaboración propia

Anexo 7.6 Análisis de riesgo

Escenario Optimista

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas		\$ 1.139.747.899	\$ 1.139.747.899	\$ 1.139.747.899	\$ 1.139.747.899	\$ 1.139.747.899
Total ingresos		\$ 1.139.747.899	\$ 1.139.747.899	\$ 1.139.747.899	\$ 1.139.747.899	\$ 1.139.747.899
Costos variables		\$ -455.945.112	\$ -455.945.112	\$ -455.945.112	\$ -455.945.112	\$ -455.945.112
Costos fijos operacionales		\$ -333.771.742	\$ -333.771.742	\$ -333.771.742	\$ -333.771.742	\$ -333.771.742
Costos fijos de administración y ventas						
Depreciación tributaria		\$ -35.641.259	\$ -35.641.259	\$ -35.641.259	\$ -35.641.259	\$ -35.641.259
UAII	\$ -	\$ 314.389.787	\$ 314.389.787	\$ 314.389.787	\$ 314.389.787	\$ 314.389.787
Impuesto a la renta (25,5%)	\$ -	\$ -80.169.396	\$ -80.169.396	\$ -80.169.396	\$ -80.169.396	\$ -80.169.396
UAIDI	\$ -	\$ 234.220.391	\$ 234.220.391	\$ 234.220.391	\$ 234.220.391	\$ 234.220.391
Depreciación tributaria		\$ 35.641.259	\$ 35.641.259	\$ 35.641.259	\$ 35.641.259	\$ 35.641.259
Inversiones						
Terreno y adaptación centro de operaciones	\$ -353.079.567					
Construcción Centro de Operaciones	\$ -96.961.496					
Energías No Convencionales	\$ -64.642.839					
Equipamiento en Tecnología de la Información	\$ -7.500.000					
Aspectos Legales	\$ -29.271.310					
Capacitación	\$ -13.134.454					
Aplicación	\$ -4.201.681					
Gastos de Organización y Puesta en Marcha	\$ -4.201.681					
Capital de Trabajo	\$ -22.014.943					
Equipamiento	\$ -147.402.282					
Reinversión				\$ -9.353.445		
						\$ 3.284.101.805
	\$ -742.410.253	\$ 269.861.650	\$ 269.861.650	\$ 260.508.205	\$ 269.861.650	\$ 3.553.963.455
VAN	\$ 2.501.313.543					

Escenario Pesimista

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas		\$ 494.848.739	\$ 494.848.739	\$ 494.848.739	\$ 494.848.739	\$ 494.848.739
Total ingresos		\$ 494.848.739	\$ 494.848.739	\$ 494.848.739	\$ 494.848.739	\$ 494.848.739
Costos variables		\$ -226.186.956	\$ -226.186.956	\$ -226.186.956	\$ -226.186.956	\$ -226.186.956
Costos fijos operacionales		\$ -333.771.742	\$ -333.771.742	\$ -333.771.742	\$ -333.771.742	\$ -333.771.742
Costos fijos de administración y ventas						
Depreciación tributaria		\$ -35.641.259	\$ -35.641.259	\$ -35.641.259	\$ -35.641.259	\$ -35.641.259
UAI	\$ -	\$ -100.751.217	\$ -100.751.217	\$ -100.751.217	\$ -100.751.217	\$ -100.751.217
Impuesto a la renta (25,5%)	\$ -	\$ 25.691.560	\$ 25.691.560	\$ 25.691.560	\$ 25.691.560	\$ 25.691.560
UAID	\$ -	\$ -75.059.657	\$ -75.059.657	\$ -75.059.657	\$ -75.059.657	\$ -75.059.657
Depreciación tributaria		\$ 35.641.259	\$ 35.641.259	\$ 35.641.259	\$ 35.641.259	\$ 35.641.259
Inversiones						
Terreno y adaptación centro de operaciones	\$ -353.079.567					
Construcción Centro de Operaciones	\$ -96.961.496					
Energías No Convencionales	\$ -64.642.839					
Equipamiento en Tecnología de la Información	\$ -7.500.000					
Aspectos Legales	\$ -29.271.310					
Capacitación	\$ -13.134.454					
Aplicación	\$ -4.201.681					
Gastos de Organización y Puesta en Marcha	\$ -4.201.681					
Capital de Trabajo	\$ -22.014.943					
Equipamiento	\$ -147.402.282					
Reinversión				\$ -9.353.445		
						\$ -1.052.442.758