

Datos del Proyecto

	Código:	07ANT-0028
	Proyecto:	IMPLEMENTACIÓN, PROMOCIÓN Y VALIDACIÓN COMERCIAL DE HOTELERÍA MÓVIL DE LUJO EN LA PATAGONIA. PROYECTO PATAGONIA CAMP.
	Estado:	FINALIZADO
	Evento:	APOYO A NEGOCIOS TECNOLÓGICOS (LE3)
	Línea de financiamiento:	APOYO NEGOCIOS TECNOLOGICOS
	Area de Negocios:	SUB. EMPRENDIMIENTO
	Beneficiaria:	LATITUD 90 S.A.
	Patrocinador:	No Informado
Asociados:	No Informado	

Número Resolución:	1131	Fecha Resolución:	31-10-2007
Tipo de resolución:	No Informado	Fecha Toma Razón:	No Informado
Clúster:	TURISMO	Tipo de Innovación:	DE PRODUCTOS O SERVICIOS
Región de Ejecución:	XII MAGALLANES	Región de Impacto:	XII MAGALLANES
Sector Económico:	TURISMO	Duración (meses):	12 meses (365 días)
Aporte Innova (\$):	49.921.800	Costo Total (\$):	113.884.193

Observaciones de Difusión

DIF. - RESUMEN EJECUTIVO

Patagonia Camp nace gracias al apoyo de InnovaChile en una primera instancia, con el subsidio Innovación Empresarial Individual. Con él, Latitud 90 pudo crear el primer prototipo piloto de los Yurts o carpas de lujo para turistas.

Ya se han construido 18 Yurt en la rivera del Lago Toro, a 15 kilómetros de la entrada al Parque Nacional Torres del Paine, en el kilómetro 74 de la ruta Milodón-Porteño. Se trata de un sistema modular de construcción, compuesto por dormitorio, baño, calefacción central y electricidad, construido con estándares excepcionales para la resistencia a las inclemencias climáticas propias de la región.

Además, cuenta con un área de quincho, especialmente diseñado para ofrecer asados patagónicos a los turistas y un área de restaurant y bar, con capacidad para 40 personas.

En Patagonia Camp los turistas pueden convivir en forma directa con la naturaleza, en lugares de gran riqueza y belleza, para luego cobijarse en un hotel móvil que los protegerá efectivamente de condiciones extremas de vientos, nieve, lluvia y temperatura.

DIF. - ACTIVIDADES REALIZADAS FIN I.CHILE

Con el apoyo de InnovaChile de CORFO , se han realizado las siguientes actividades:

Participación en las Ferias de Turismo internacionales más importantes, con el fin de promocionar y validar comercialmente el proyecto. Se persigue indagar acerca de la disposición a pagar, gustos y preferencias, conocimiento de los atractivos de la región, y frecuencia con que visitan lugares de este tipo chilenos y extranjeros. Las Ferias a las que se asistió fueron World Travel Mart en Inglaterra, EIBTM en Barcelona, Imex en Frankfurt, Fitur en Madrid, ITB en Berlín. Latin Travel Mart 2008 en Quito.

También se organizan, durante 2008, distintos viajes de promoción puerta a puerta que incluyen los siguientes destinos: New York, Saint Louis, Minneapolis, Chicago, Toronto, Australia, New Zeland, Mexico, Madrid, Frankfurt y Londres.

En abril de 2008 se invita a distintos periodistas y operadores nacionales e internacionales para dar a conocer el producto y potenciarlo de una manera directa y dirigida.

Actualmente la empresa se encuentra haciendo una fuerte campaña de difusión en medios de prensa nacionales e internacionales a través de notas de prensa, publicidad y presencia en catálogos de importantes Operadores de Turismo.

DIF.- PROYECCIONES

Ahora que el proyecto se encuentra terminado y en plena ejecución se puede afirmar que los niveles de venta del negocio son muy atractivos, pues acorde a las estadísticas de la zona, Patagonia Camp podría tener una ocupación del 44% anual y la inversión se recuperaría al año 3,5 con una TIR de 37%. Además, se podrían generar 22 puestos de empleos extras en la zona.

La participación de mercado se debe medir en comparación con la hotelería de la zona, ya que productos de este tipo no existen en Chile.

En 4 años más, se proyecta tener un 15% de la ocupación de Torres del Paine, con más de 8.000 turistas al año con una estadía promedio de 3 noches.

De este modo, el proyecto permitirá contribuir significativamente al desarrollo de la actividad turística en Chile, aumentando la demanda de turistas extranjeros Premium, quienes si bien constituyen un reducido grupo del total de turistas que ingresan a Chile, poseen una gran cantidad de recursos, lo que favorecerá la ejecución de programas turísticos altamente rentables, generando el ingreso de divisas desde el extranjero.

DIF.- COMENTARIO BENEFICIARIA

“Bajo el concepto de hotelería móvil de lujo, lo que implica que los costos de construcción son bastante más bajos que un hotel tradicional, los Yurts cumplen sus funciones con el más alto estándar de calidad y podrán ser instalados en diversos puntos del país, tales como: Atacama, Rapanui, zona central e incluso se podrá comercializar esta idea de hotelería móvil de lujo a otros países de Latinoamérica tales como Argentina, Brasil, Perú, etc. También hay que considerar el aporte del concepto “Ecofriendly” lo cual marca una diferencia con otros productos y que lo hace más atractivo dado su cero impacto al medio ambiente”.

EDUARDO ACEITÓN
Gerente General
Patagonia Camp

DIF.- DESCRIPCION EMPRESA

www.patagoniacamp.com
