

Tabla de Contenido

| | |
|--|----|
| CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN | 9 |
| 1.1 Antecedentes Generales | 9 |
| 1.1.1 Práctica deportiva en Chile | 9 |
| 1.1.2 Usuarios de internet | 10 |
| 1.1.3 Modelos de negocio “Network Orchestrators” | 11 |
| 1.2 Objetivos | 12 |
| 1.2.1 Objetivo General | 12 |
| 1.2.2 Objetivos Específicos | 12 |
| 1.2.3 Alcances | 12 |
| CAPÍTULO 2: MARCO CONCEPTUAL..... | 13 |
| 2.1 Investigación de mercado..... | 13 |
| 2.1.1 Definición del problema..... | 14 |
| 2.1.2 Investigación exploratoria | 15 |
| 2.1.3 Investigación descriptiva | 16 |
| 2.2 Diseño del modelo de negocio | 17 |
| 2.2.1 Lean startup | 18 |
| 2.2.2 Running lean..... | 19 |
| 2.3 Plan de negocios | 19 |
| 2.3.1 Definición del producto..... | 20 |
| 2.3.2 Plan de marketing | 20 |
| 2.3.3 Plan de operaciones | 21 |
| 2.3.4 Plan de organización | 21 |
| 2.3.6 Plan económico y financiero | 22 |
| CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA..... | 23 |
| 3.1 Investigación de mercado..... | 23 |
| 3.2 Diseño del Modelo de Negocio | 24 |
| 3.3 Plan de Negocios | 25 |
| CAPÍTULO 4: INVESTIGACIÓN DE MERCADO | 26 |
| 4.1 Definición del problema | 26 |
| 4.1.1 Decisión administrativa | 26 |
| 4.1.2 Problema de investigación de mercado | 26 |
| 4.2 Investigación exploratoria | 27 |
| 4.2.1 Análisis de datos secundarios | 27 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2.2 Investigación cualitativa | 34 |
| 4.2.3 Conclusiones de la Investigación Cualitativa..... | 38 |
| 4.3 Investigación descriptiva | 39 |
| 4.3.1 Análisis de contenido | 39 |
| 4.3.2 Análisis de rastro..... | 42 |
| 4.3.3 Conclusiones de la Investigación descriptiva | 43 |
| 4.4 Conclusiones de la investigación de mercado | 43 |
| 4.4.1 Segmentación..... | 43 |
| 4.4.2 Tamaño de mercado | 44 |
| CAPÍTULO 5: DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO..... | 46 |
| 5.1 Lean canvas | 46 |
| 5.1.1 Supuestos del problema | 46 |
| 5.1.2 Supuestos de los segmentos clientes | 46 |
| 5.1.3 Supuestos de la propuesta de valor | 47 |
| 5.1.4 Supuestos de la solución | 47 |
| 5.1.5 Supuestos de los canales | 47 |
| 5.1.6 Supuestos de los ingresos | 47 |
| 5.1.7 Supuestos de los costos | 47 |
| 5.1.8 Supuestos de las métricas clave..... | 47 |
| 5.1.9 Supuestos de la ventaja injusta..... | 48 |
| 5.2 Identificar partes más riesgosas | 48 |
| 5.3 Probar el plan sistemáticamente..... | 49 |
| 5.3.1 Listado MVP | 49 |
| 5.3.2 Resultados..... | 59 |
| 5.4 Conclusiones del modelo de negocio | 60 |
| 5.4.1 Lean canvas final | 60 |
| CAPÍTULO 6: PLAN DE NEGOCIOS..... | 66 |
| 6.1 Definición del producto o servicio: | 66 |
| 6.1.1 Descripción del producto..... | 66 |
| 6.1.2 Evolución tecnológica | 66 |
| 6.2 Plan de marketing | 67 |
| 6.2.1 Análisis del mercado: | 67 |
| 6.2.2 Costos de marketing | 70 |
| 6.3 Plan de operaciones..... | 70 |

| | |
|---|-----|
| 6.3.1 Contexto general..... | 70 |
| 6.3.2 Descripción del plan de operaciones..... | 71 |
| 6.4 Plan de organización | 74 |
| 6.4.1 Estructura organizativa de la empresa | 74 |
| 6.4.2 Formas de reclutamiento y tipos de contratación del personal | 74 |
| 6.4.3 Forma Jurídica | 74 |
| 6.6 Plan económico y financiero | 75 |
| 6.6.1 Flujo de caja sin financiamiento (proyecto puro) | 75 |
| 6.6.1 Flujo de caja con financiamiento | 75 |
| CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES FINALES | 76 |
| CAPÍTULO 8: ANEXOS | 78 |
| Antecedentes | 78 |
| ANEXO A - Anuario cultura y tiempo libre 2014..... | 78 |
| ANEXO B – Espectáculos deportivos por deporte | 79 |
| ANEXO C – Formulario encuesta espectáculos culturales INE | 80 |
| ANEXO D – Donaciones deportivas con Franquicia tributaria MINDEP-IND..... | 80 |
| Investigación de mercado..... | 86 |
| ANEXO E – Entrevistas de servicios de valor agregado | 86 |
| ANEXO F – Entrevistas productores de competiciones deportivas | 89 |
| ANEXO G – Entrevistas organizadores de competiciones deportivas..... | 91 |
| ANEXO H - Perfil de Oscar Belmar en LinkedIn..... | 92 |
| ANEXO I - CV deportivo de Daniel Muñoz Quevedo..... | 93 |
| ANEXO J – Liga SAESA..... | 94 |
| ANEXO K - Competiciones privadas con inscripción | 94 |
| ANEXO L – Afiches promocionales de competiciones con inscripción..... | 95 |
| ANEXO M – Promoción de competiciones privadas en facebook | 98 |
| ANEXO N – Presentación Liga Cordep..... | 99 |
| ANEXO O – Sitio web Copa Chilectra..... | 99 |
| ANEXO P – Email promocional competiciones privadas con inscripción..... | 100 |
| ANEXO Q - Método para contar equipos por liga..... | 102 |
| ANEXO R - Método para agrupar equipos por productor | 102 |
| ANEXO S – Acción Total en El Mercurio | 103 |
| ANEXO T - Equipos de competiciones privadas con inscripción..... | 104 |
| Diseño del modelo de negocio | 107 |

| | |
|--|-----|
| ANEXO U - Producto MVP1..... | 107 |
| ANEXO V – Encuesta MVP 1 | 107 |
| ANEXO W - Documental Campeón Copa Indígena | 109 |
| ANEXO X - Compactos Copa Indígena..... | 110 |
| ANEXO Y - Producto MVP 6 | 110 |
| ANEXO Z - Entrevista organizador Liga Arq. | 111 |
| ANEXO AA - Entrevista jugadores ADUPRI | 112 |
| ANEXO AB - Concurso Auspiciador MVP 6 | 113 |
| ANEXO AC - Producto MVP 9 | 115 |
| ANEXO AD - Requerimientos Liga Arq. 3 MVP 16 | 117 |
| Plan de negocio..... | 118 |
| ANEXO AF - Flujo de Caja Proyecto (sin financiamiento) | 118 |
| ANEXO AG - Flujo de Caja Proyecto Financiado | 119 |
| ANEXO AH - Punto de equilibrio mensual..... | 120 |
| ANEXO AI – Préstamo bancario | 121 |
| CAPÍTULO 9: BIBLIOGRAFÍA | 122 |
| 9.1 Libros consultados..... | 122 |
| 9.2 Enlaces en línea..... | 122 |