

## **Tabla de contenido**

Capítulo I. Introducción	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Justificación y descripción de la oportunidad	2
1.3 Objetivos	5
1.3.1 Objetivo general	5
1.3.2 Objetivos específicos	5
1.4 Alcances	5
Capítulo II. Marco conceptual	1
Capítulo III. Metodología	3
3.1 Stakeholders de la industria del triatlón	3
3.2 Investigación de mercado	4
3.3 Modelo de negocio	5
Capítulo IV. Situación actual del triatlón chileno	8
4.1 Actores del triatlón	8
4.1.1 Identificación y descripción de actores	8
4.1.2 Interacción entre actores	33
4.2 Análisis FECHITRI	40
Capítulo V. Investigación de mercado	52
5.1 Captación de nuevos triatletas	53
5.2 Preferencias en relación a las competencias	56
5.3 Características en relación al entrenamiento	60
Capítulo VI. Experiencia internacional	64
6.1 España	64
6.2 Australia	67
6.3 Tabla comparativa	72
Capítulo VII. Síntesis del diagnóstico realizado sobre los usuarios	73
Capítulo VIII. Propuesta de modelo de negocio	77
8.1 Modelo de negocio	77
8.2 Factibilidad del modelo de negocio	92
8.3 Indicadores para evaluar el modelo de negocio	101
Capítulo IX. Recomendaciones organizacionales para implementación	103
Conclusiones	105
Bibliografía	109
Anexo	110