

TABLA DE CONTENIDO

1	Introducción.....	1
1.1	Antecedentes y motivación	1
1.2	Descripción del problema.....	2
1.3	Alcances y limitaciones	3
1.3.1	Alcances	3
1.3.2	Limitaciones.....	3
1.4	Objetivos y resultados esperados	4
1.4.1	Objetivo general.....	4
1.4.2	Objetivos específicos.....	4
1.4.3	Resultados esperados	4
1.5	Organización del documento.....	5
2	Marco Conceptual	6
2.1	Plan de negocios.....	6
2.1.1	Tipos de Plan de Negocios	6
2.1.2	Principales pasos de un Plan de Negocios.....	8
2.1.3	Ventajas de un Plan de Negocios.....	8
2.2	Modelo CANVAS.....	9
3	Resumen modelo de negocio.....	11
3.1	Modelo Canvas	11
3.2	Propuesta de valor	11
3.3	Mercado objetivo	12
3.4	Cadena de valor	12
3.5	Estructura de costes y ganancias objetivas	12
3.6	Ventaja competitiva	13
3.7	Relaciones claves	13
4	Tecnología en la actualidad	14
4.1	La cuarta revolución industrial.....	14
4.1.1	Las Megatendencias.....	14
4.1.2	Puntos de Inflexión	21
4.2	Tecnologías aplicadas al deporte internacional y nacional	26
4.2.1	Equipamiento.....	26
4.2.2	Arbitraje	28
4.2.3	Seguridad	31

4.2.4	Recuperación.....	32
4.2.5	Entrenamiento	33
4.2.6	Otros.....	37
4.3	Tecnologías aplicadas al deporte nacional de alto rendimiento	39
4.3.1	Valoración Cardiopulmonar	39
4.3.2	Valoración Metabólica	40
4.3.3	Valoración de la composición corporal	40
4.3.4	Otros equipos	40
4.3.5	Kinesiología	41
4.3.6	Psicología	41
5	Análisis de mercado.....	42
5.1	Descripción del mercado y de los diferentes segmentos	42
5.1.1	Mercado de la tecnología aplicada al fútbol en el mundo	42
5.1.2	Mercado de la tecnología aplicada al fútbol profesional en Chile	42
5.1.3	Segmento objetivo	44
5.2	Tamaño y tendencias	47
5.3	Identificación de la competencia	47
5.4	Deportes con mayor potencial.....	47
6	Descripción de la empresa.....	49
6.1	Descripción de la organización	49
6.1.1	Antecedentes.....	49
6.1.2	Nombre de la empresa	49
6.1.3	Misión	50
6.1.4	Visión.....	50
6.1.5	Valores y principios.....	51
7	Servicio y proceso	52
7.1	Servicio	52
7.1.1	Descripción del servicio	52
7.1.2	Valor agregado	52
7.2	Proceso	53
7.2.1	Ubicación de la organización	53
8	Situación actual y análisis FODA	55
8.1	Estado actual	55
8.2	Análisis FODA.....	55
8.2.1	Análisis externo, oportunidades y amenazas	55
8.2.2	Análisis interno	63

8.2.3	Matriz FODA	64
8.3	Capacidades y Competencias.....	64
8.4	Oportunidades estratégicas	66
9	Plan de Marketing	67
9.1	Estrategia del servicio	67
9.1.1	Tácticas para la ejecución de la estrategia	67
9.2	Posicionamiento.....	68
9.3	Estrategia del precio.....	68
9.4	Estrategia de la distribución	69
9.5	Estrategía de la promoción	69
9.5.1	Publicidad	69
9.5.2	Promoción de ventas o Merchandising.....	70
9.5.3	Eventos y experiencias	70
9.5.4	Venta personal.....	71
9.5.5	Presupuesto anual.....	71
10	Administración de los RRHH	72
10.1	Equipo de Dirección	72
10.2	Organigrama de la empresa	72
10.3	Descripción del rol y responsabilidades en la empresa	72
10.4	Sistema de crecimiento organizado por fases	75
11	Evaluación económica y financiera	77
11.1	Consideraciones generales.....	77
11.2	Aspecto Económico	77
11.2.1	Estimación de costos.....	77
11.2.2	Inversión Inicial.....	79
11.2.3	Depreciación	79
11.2.4	Costo en sueldos.....	79
11.2.5	Venta de servicios	81
11.3	Indicadores financieros	84
11.3.1	Tasa de descuento	84
11.3.2	Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)	84
11.4	Análisis de escenarios	84
11.4.1	Análisis optimista.....	85
11.4.2	Análisis pesimista.....	85
11.5	Análisis de Sensibilidad	85
12	Conclusión.....	87

12.1	Conclusión	87
12.2	Trabajos futuros	88
13	Bibliografía.....	90
Anexo A	98
Anexo B	118
Anexo C	131
Anexo D	133
Anexo E	135
Anexo F	137
Anexo G	138
Anexo H	139
Anexo I	143
Anexo J	147
Anexo K	151
Anexo L	155