

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS.....	1
3. ALCANCES	1
4. MARCO CONCEPTUAL.....	2
5. METODOLOGÍA.....	2
6. DIAGNÓSTICO	4
6.1. MISIÓN Y VISIÓN.....	5
6.2. ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL.....	6
6.3. ANÁLISIS DE CLIENTES, INVESTIGACIÓN DE MERCADO	9
6.3.1. EMPRESAS	9
6.3.2. MUNDO POLÍTICO: INSTITUCIONES PÚBLICAS, GUBERNAMENTALES Y MUNICIPIO	14
6.3.3. BENEFICIARIOS	16
6.4. ANÁLISIS DE COMPETIDORES RELEVANTES.....	22
6.4.1. MARKETSHARE ESTIMADO EN BASE A LA INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE	23
6.5. ANÁLISIS DE DISTRIBUIDORES: PRODUCTORAS DEPORTIVAS	30
6.5.1. PRIORIDAD DE SEGMENTOS	30
6.6. BENCHMARKING.....	31
6.6.1. OTRAS CORPORACIONES DEPORTIVAS.....	31
6.6.2. CLUBES Y ASOCIACIONES DEPORTIVAS POSTULANTES A PROYECTOS	32
6.6.3. INSTITUCIONES QUE OFREZCAN ARRIENDOS DE RECINTOS DEPORTIVOS Y PARA EVENTOS MASIVOS	33
6.7. ANÁLISIS DE MACROENTORNO.....	34
6.8. ANÁLISIS INTERNO.....	35
6.8.1. ESTRUCTURA CORPORATIVA	35
6.8.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	35
6.8.3. ANÁLISIS DE COSTOS.....	36
6.8.4. PROVEEDORES PRINCIPALES.....	38
6.8.5. RECURSOS HUMANOS	38
6.8.6. PROPUESTA DE VALOR QUE LA CORPORACIÓN OFRECE ACTUALMENTE AL MERCADO	42

7.	SÍNTESIS DEL DIAGNÓSTICO	43
7.1.	CASO 1: AUSPICIO DE EMPRESAS PARA EVENTOS MASIVOS REGULARES.....	43
7.2.	CASO 2: AUSPICIO DE EMPRESAS PARA EVENTOS MASIVOS DE ALTO NIVEL O INTERNACIONALES	45
7.3.	CASO 3: INGRESOS PROVENIENTES DE PERSONAS NATURALES	47
7.4.	CASO 4: INGRESOS POR PROYECTOS FINANCIADOS CON FONDOS GUBERNAMENTALES.....	49
8.	OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA	50
9.	ESTRATEGIA.....	50
9.1.	SEGMENTOS OBJETIVOS/ MERCADOS METAS	50
9.2.	ESTRATEGIA DE SERVICIOS	51
9.3.	ESTRATEGIA DE PRECIOS	51
9.4.	ESTRATEGIA COMUNICACIONAL Y POSICIONAMIENTO.....	51
9.5.	LÍNEAS DE ACCIONES INTERNAS Y RECURSOS REQUERIDOS	54
9.6.	CRONOGRAMA CON LÍNEAS DE ACCIÓN	54
10.	EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL NEGOCIO	57
10.1.	INGRESOS.....	57
10.2.	COSTOS.....	58
10.3.	ESTRATEGIA DE PRECIOS	61
10.4.	GASTOS.....	62
10.5.	FLUJO ANUAL POR MES Y FLUJO PERIODO DE 5 AÑOS	62
10.6.	CÁLCULO DE TASA DE DESCUENTO	63
10.7.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	64
11.	BIBLIOGRAFÍA	70