

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	1
2.	OBJETIVOS	3
2.1.	Objetivo General	3
2.2.	Objetivos Específicos	3
2.3.	Resultados Esperados	3
2.4.	Alcance del tema abordar	3
3.	MARCO CONCEPTUAL	4
4.	DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO	7
4.1.	Análisis del mercado potencial respecto a usuarios deportistas	7
4.1.1.	Mercado potencial y segmentación	7
4.1.2.	Benchmarking	16
4.2.	Análisis del mercado potencial respecto a establecimientos deportivos	21
4.2.1.	Mercado potencial y segmentación por actividad	21
4.2.2.	Necesidades e intereses de los segmentos	22
4.2.3.	Valorización del concepto y disponibilidad de pago	24
4.3.	Análisis del mercado de publicidad en plataformas digitales	24
4.3.1.	Modelos de negocio para generar ingresos	24
4.3.2.	Métricas en las redes publicitarias	25
4.3.3.	Disposición a pago por parte de los anunciantes	26
4.3.4.	Modelo Freemium	27
4.3.5.	Benchmarking	28
4.4.	Análisis de negocios digitales	31
4.4.1.	Economías colaborativas en el mundo	31
4.4.2.	Economía digital y colaborativa en Chile	32
4.5.	Análisis de la competencia en la Región Metropolitana	36
4.6.	Análisis del entorno legal	38
5.	SÍNTESIS Y ANÁLISIS FODA	39
5.1.	FODA general	39
5.1.1.	Oportunidades	39
5.1.2.	Amenazas	40
5.2.	FODA por segmentos	41
6.	ESTRATEGIA	44
6.1.	Selección del segmento objetivo	44
6.2.	Marca y posicionamiento	44
6.2.1.	Marca	44
6.2.2.	Posicionamiento	45
6.3.	Descripción del modelo de negocio	45
6.4.	Plan de marketing táctico	46
6.4.1.	Producto	46
6.4.2.	Precio	50
6.4.3.	Plaza	51
6.4.4.	Promoción	52
6.4.5.	Puesta en marcha de la estrategia	53
6.4.6.	Reacción de los competidores	55
6.5.	Plan de desarrollo organizacional	57
6.5.1.	Organigrama	57
6.5.2.	Descripción de cargo	57

7.	EVALUACION ECONÓMICA	59
7.1.	Inversión inicial	59
7.2.	Estimación de crecimiento	59
7.3.	Ingresos	61
7.4.	Costos y gastos	61
7.1.	Financiamiento.....	63
7.2.	Flujo de caja anual.....	63
7.3.	Estimación de tasa de descuento	64
7.4.	Resultados (VAN, TIR y UDI).....	65
7.5.	Análisis de sensibilidad.....	66
8.	CONCLUSIONES	67
9.	BIBLIOGRAFÍA	69
10.	ANEXOS	70
10.1.	Anexo A: Criterios encuesta nacional de hábitos de actividad física y deporte 2018	70
10.2.	Anexo B: Encuesta para el estudio de mercado	71
10.3.	Anexo C: Entrevista en profundidad	72
10.4.	Anexo D: Resultados generales de la encuesta	95
10.5.	Anexo E: Cálculos adicionales del diagnóstico	97
10.6.	Anexo F: Sintaxis de los cálculos realizados por SPSS.....	100
10.7.	Anexo G: Cotización de la web app	102
10.8.	Anexo H: Revisión de registro de marca para MATCH.....	109
10.9.	Anexo I: Estimación de tarifas para los tres segmentos de clientes	110
10.10.	Anexo J: Cantidad de alumnos matriculados	111
10.11.	Anexo K: Cálculos de evaluación económica	112
10.12.	Anexo L: Catastro de Centros deportivos, sus disciplinas y plataformas.....	121