

Tabla de Contenido

1. ANTECEDENTES GENERALES	1
1.1. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA.....	1
1.2. ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO	6
1.3. CONTEXTO NACIONAL.....	7
1.4. TENDENCIAS MERCADO	11
2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN	13
2.1. ÁREA DE LA EMPRESA	13
2.2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	15
2.3. HIPÓTESIS Y ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN	16
3. OBJETIVOS	18
3.1. OBJETIVO GENERAL	18
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
4. MARCO CONCEPTUAL	19
4.1. ANÁLISIS INTERNO	19
4.2. VALUE PROPOSITION CANVAS	19
4.3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	20
4.4. ESTRATEGIA COMERCIAL	20
4.5. PLAN MARKETING MIX	21
4.6. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	21
4.7. EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	21
5. METODOLOGÍA	23
5.1. RESUMEN METODOLOGÍA.....	23
5.2. ANÁLISIS SITUACIÓN ACTUAL.....	24
5.3. DEFINICIÓN PROPUESTA DE VALOR	24
5.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	24
5.5. DISEÑO ESTRATEGIA COMERCIAL	25
5.6. DISEÑO PLAN MARKETING MIX	25
5.7. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	25
5.8. EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	26
6. ALCANCES	26
7. RESULTADOS ESPERADOS	27
8. ANÁLISIS SITUACIÓN ACTUAL	28
8.1. PRODUCTO	28
8.2. PRECIO	31
8.3. PROMOCIÓN.....	31
8.4. PLAZA.....	31
8.5. DESCRIPCIÓN ENTREGA PRODUCTO	32
9. DEFINICIÓN PROPUESTA DE VALOR	35
9.1. VALUE PROPOSITION CANVAS	35
9.2. VALIDACIÓN PROPUESTA DE VALOR.....	39
9.2.1. ENTREVISTAS EXPLORATORIAS	39
9.2.2. ENCUESTA CUALITATIVA.....	44
9.3. DEFINICIÓN PROPUESTA DE VALOR.....	47
10. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	48

10.1.BENCHMARK	48
10.2.RESUMEN BENCHMARK	54
10.3.ENCUESTA CUANTITATIVA	56
10.3.1. DEFINICIÓN PRECIO.....	56
10.3.2. DISEÑO ENCUESTA.....	57
10.3.3. RESULTADOS Y ANÁLISIS	60
10.3.4. ESTIMACIÓN POTENCIAL DEMANDA	66
11. DISEÑO ESTRATEGIA COMERCIAL	68
11.1.SEGMENTACIÓN.....	68
11.2.TARGET.....	71
12. DISEÑO MARKETING MIX.....	74
12.1.PRODUCTO	74
12.2.PRECIO	77
12.3.PLAZA.....	78
12.4.PROMOCIÓN.....	80
13. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	82
13.1.ETAPAS Y ACCIONES	82
13.2.CARTA GANTT	85
13.3.INDICADORES	85
14. EVALUACIÓN ECONÓMICA	87
14.1.INVERSIÓN	87
14.2.COSTOS	87
14.2.1. COSTOS FIJOS	87
14.2.2. COSTOS VARIABLES	89
14.3.PUNTO DE EQUILIBRIO.....	90
14.4.INGRESOS.....	91
14.5.ESTADO DE RESULTADO AÑO 1	92
14.6.FLUJOS DE CAJA.....	92
14.6.1. FLUJO DE CAJA ESCENARIO ESPERADO	94
14.6.2. FLUJO DE CAJA ESCENARIO PESIMISTA	96
14.6.3. FLUJO DE CAJA ESCENARIO OPTIMISTA	97
14.7.VALOR ACTUAL NETO.....	98
14.8.RESUMEN EVALUACIÓN ECONÓMICA	99
15. CONCLUSIONES	100
16. RECOMENDACIONES	102
17. BIBLIOGRAFÍA	103
18. ANEXOS	106
ANEXO A: ORGANIGRAMA SPORTSCOLAB	106
ANEXO B: MODELO REDARQUÍA	106
ANEXO C: SITIO WEB SPORTSCOLAB	106
ANEXO D: PROTOTIPO MARKETPLACE SPORTSCOLAB	107
ANEXO E: RESULTADOS ENCUESTA CUALITATIVA PERFIL CLIENTE	108
ANEXO F: RESULTADOS ENCUESTA CUALITATIVA PERFIL USUARIO	110
ANEXO G: MASA CRÍTICA STARTUPS SPORTECH EN CHILE	112
ANEXO H: RESULTADOS ENCUESTA CUANTITATIVA PERFIL CLIENTE.....	112
ANEXO I: RESULTADOS ENCUESTA CUANTITATIVA PERFIL USUARIO	118
ANEXO J: CÁLCULO PUNTO DE EQUILIBRIO	122
ANEXO K: TASA DE DESCUENTO	123

Índice de tablas

Tabla 1: Cantidad de clientes y usuarios por servicio SportsCoTech en 2020.....	15
Tabla 2: Resumen de etapas, subetapas y resultados de la metodología.....	23
Tabla 3: Resumen información esperada a recopilar Etapa 1	24
Tabla 4: Preguntas entrevista exploratoria perfil cliente.....	40
Tabla 5: Preguntas entrevista exploratoria perfil usuario.....	43
Tabla 6: Preguntas encuesta cualitativa perfil cliente.....	45
Tabla 7: Preguntas encuesta cualitativa perfil usuario.....	46
Tabla 8: Resumen Benchmark.....	54
Tabla 9: Desglose costos Mapa SportsTech.....	56
Tabla 10: Rangos precios de venta a testear en encuesta cuantitativa perfil cliente	57
Tabla 11: Rangos precios de venta a testear en encuesta cuantitativa perfil usuario	57
Tabla 12: Preguntas encuesta cuantitativa perfil cliente	58
Tabla 13: Preguntas encuesta cuantitativa perfil usuario	59
Tabla 14: Distribución encuestados pregunta importancia atributos.....	62
Tabla 15: Resumen interés etapa de desarrollo según tipo de inversionista	64
Tabla 16: Nombres de empresas y entidades inversoras en Chile.....	67
Tabla 17: Resumen tesis de inversión Segmento 1	69
Tabla 18: Resumen tesis de inversión Segmento 2	70
Tabla 19: Resumen tesis de inversión Segmento 3	71
Tabla 20: Estimación ingresos anuales total encuestados	72
Tabla 21: Estimación ingresos anuales Segmento 1.....	72
Tabla 22: Estimación ingresos anuales Segmento 2.....	73
Tabla 23: Estimación ingresos anuales Segmento 3.....	73
Tabla 24: Extrapolación disposición a pago Target	77
Tabla 25: Extrapolación disposición a pago perfil usuario	77
Tabla 26: Estimación precio servicio consultoría.....	78
Tabla 27: Resumen canales y funciones.....	79
Tabla 28: Carta Gantt plan de implementación 2023	85
Tabla 29: Indicadores rendimiento Plan de Implementación	86
Tabla 30: Inversión requerida.....	87
Tabla 31: Honorarios	88
Tabla 32: Presupuesto mensual marketing	89
Tabla 33: Estimación presupuesto mensual marketing periodo 2023-2027	89
Tabla 34: Estimación porcentaje venta productos	90
Tabla 35: Punto de equilibrio año 1	90
Tabla 36: Demanda necesaria año 1	91
Tabla 37: Estimación demanda periodo 2023-2027	91
Tabla 38: Estimación ingresos periodo 2023-2027	92
Tabla 39: Estimación Estado de Resultados año 2023	92
Tabla 40: Estimación capital de trabajo año 1.....	93
Tabla 41: Estimación demanda e ingresos totales Escenario Esperado	94
Tabla 42: Flujos de caja Escenario Esperado	95
Tabla 43: Estimación demanda e ingresos totales Escenario Pesimista.....	96

Tabla 44: Flujos de caja Escenario Pesimista.....	96
Tabla 45: Estimación demanda e ingresos totales Escenario Optimista	97
Tabla 46: Flujos de caja Escenario Optimista	97
Tabla 47: VAN escenario pesimista, esperado y optimista	98

Índice de ilustraciones

Gráfico 1: Ingresos SportsCoLab periodo 2021	6
Gráfico 2: Gastos Operacionales SportsCoLab periodo 2021.....	6
Gráfico 3: Visitas al sitio web según el origen.....	14
Gráfico 4: Distribución categorías de las Startups participantes de versión 2020 Mapa.	29
Gráfico 5: Distribución startups participantes Mapa SportsTech 2020 según desarrollo	30
Gráfico 6: Distribución descargas Mapa 2020 según país de origen.	32
Gráfico 7: Resultado Reporte de Venture Capital y Private Equity	41
Gráfico 8: Masa crítica startups sector SportsTech en Chile.....	55
Gráfico 9: Distribución encuestados de pregunta ¿Qué tipo de inversionista representas?	60
Gráfico 10: Distribución encuestados de pregunta ¿Cuál es tu disposición a pago?	60
Gráfico 11: Distribución encuestados ¿Qué etapa(s) de desarrollo te interesa?.....	61
Gráfico 12: Distribución encuestados ¿Cuáles son los 3 atributos que más valoras?	62
Gráfico 13: Distribución encuestados ¿Qué red social utilizas más como inversionista?.....	63
Gráfico 14: Distribución encuestados de pregunta ¿Cuál es tu disposición a pago?	65
Gráfico 15: Distribución encuestados de pregunta ¿En qué etapa de desarrollo estás?.....	65
Gráfico 16: Distribución disposición a pago encuesta cuantitativa perfil cliente	71

Figura 1: Círculo de Oro SportsCoLab.	2
Figura 2: Estado de Resultados SportsCoLab periodo 2021.	5
Figura 3: Actores ecosistema Innovación y Emprendimiento	8
Figura 4: Formato versión 2020 Mapa SportsTech	28
Figura 5: Startups participantes Mapa 2020 según categoría SportsTech	30
Figura 6: Diagrama proceso Mapa SportsTech.	33
Figura 7: Carta Gantt proceso Mapa.....	34
Figura 8: Ciclo de financiamiento y desarrollo de una startup.....	36
Figura 9: Primera Iteración Value Proposition Canvas Perfil Cliente Inversionistas.	37
Figura 10: Primera Iteración Value Proposition Canvas Perfil Usuario Startups.	38
Figura 11: One Pager disponibles en plataforma UFounders.....	50
Figura 12: Tarifas startups y características servicio Startupxlore	53
Figura 13: Cálculo mínimo ingreso total.....	56
Figura 14: Visualización 1 Marketplace SportsCoLab	75
Figura 15: Visualización 2 Marketplace SportsCoLab.....	76
Figura 16: Formato visualización en diferentes dispositivos	79
Figura 17: Fórmula valor residual con estacionalidad.....	94