



Resolución Directoral Ejecutiva

N° 103-2021-MTC/34

Lima, 20 de mayo de 2021.

VISTOS:

El Memorándum N° 143-2021-MTC/34.13 de la Dirección de Comunicaciones, Comercialización y Mercadotecnia; el Informe N° 106-2021-MTC/34.01.09 de la Oficina de Planeamiento, Presupuesto y Modernización; y, el Informe N° 202-2021-MTC/34.01.01 de la Oficina de Asesoría Jurídica; y,

CONSIDERANDO:

Que, mediante el Decreto de Urgencia N° 004-2020 se declara de interés nacional la gestión, sostenibilidad y el monitoreo del Legado de los XVIII Juegos Panamericanos y Sextos Juegos Parapanamericanos del 2019, y se faculta al Ministerio de Transportes y Comunicaciones a conducir las actividades de legado de los citados Juegos;

Que, mediante Decreto Supremo N° 002-2015-MINEDU, modificado con Decreto Supremo N° 009-2015-MINEDU, Decreto Supremo N° 017-2018-MTC, Decreto Supremo N° 018-2019-MTC y Decreto Supremo N° 007-2020-MTC, se crea el Proyecto Especial Legado Juegos Panamericanos y Parapanamericanos, con el objeto de dar cumplimiento a las acciones de mantenimiento, saneamiento físico legal, operación, monitoreo, disposición y sostenibilidad del Legado de los XVIII Juegos Panamericanos y de los Sextos Juegos Parapanamericanos Lima 2019, el cual cuenta con autonomía técnica, económica, financiera y administrativa;

Que, mediante la Cuarta Disposición Complementaria Final del Decreto Supremo N° 007-2020-MTC, se establece que toda referencia que se haga al Proyecto Especial para la preparación y desarrollo de los XVIII Juegos Panamericanos del 2019 y Sextos Juegos Parapanamericanos Lima 2019, en los dispositivos normativos o actos administrativos que regulan su funcionamiento, deben entenderse efectuados al "Proyecto Especial Legado Juegos Panamericanos y Parapanamericanos" (en adelante, el Proyecto Especial);

Que, con Resolución Ministerial N° 504-2020-MTC/01 se aprueba el nuevo Manual de Operaciones del Proyecto Especial, estableciéndose en su Segunda Disposición Complementaria Transitoria que, en tanto se apruebe el Cuadro de Asignación de Personal Provisional y se realicen las designaciones correspondientes, las unidades funcionales previstas en el Manual de Operaciones aprobado mediante Resolución Ministerial N° 320-2019-MTC/01, en adelante MOP, continúan en el ejercicio de sus funciones cautelando que no se interrumpa la continuidad de las operaciones del Proyecto Especial;

Que, en concordancia con lo antes señalado, el literal a) del artículo 74 del MOP establece que la Dirección de Comunicaciones, Comercialización y Mercadotecnia tiene, entre otras, la función de conducir y aprobar los lineamientos, planes y estrategias de desarrollo comercial y mercadotecnia;



Que, conforme con el literal o) del artículo 16 del MOP, la Oficina de Planeamiento, Presupuesto y Modernización tiene como una de sus funciones emitir opinión técnica en el ámbito de su competencia;

Que, la Dirección de Comunicaciones, Comercialización y Mercadotecnia ha propuesto el “Plan estratégico de desarrollo y comercialización de productos (bienes y servicios) del Proyecto Especial para el año 2021”, mediante el cual se propone y proyecta la generación de recursos propios a través de distintas formas de comercialización y bajo modelos de gestión mixtos e innovadores, que incluyan una gestión responsable, eficiente y transparente de los recursos, así como la correcta operación y mantenimiento de la infraestructura de las sedes de Legado;

Que, a través del Memorándum N° 143-2021-MTC/34.13, la Dirección de Comunicaciones, Comercialización y Mercadotecnia remite a la Secretaría Ejecutiva el mencionado Plan, que incluye las recomendaciones formuladas por la Oficina de Coordinación de Riesgos y Legado, por la Dirección de Operaciones y por la Dirección de Proyectos e Infraestructura Definitiva del Proyecto Especial;

Que, con Informe N° 106-2021-MTC/34.01.09, la Oficina de Planeamiento, Presupuesto y Modernización emite opinión técnica favorable sobre el Plan propuesto, señalando que resulta necesaria su aprobación mediante un acto resolutivo expedido por la Dirección Ejecutiva;

Que, mediante Informe N° 202-2021-MTC/34.01.01, la Oficina de Asesoría Jurídica señala que resulta legalmente viable la aprobación del Plan mediante Resolución Directoral Ejecutiva; y,

De conformidad con lo dispuesto en el Decreto Supremo N° 002-2015-MINEDU y sus modificatorias; y con las atribuciones establecidas en el artículo 7 y en los literales a) y g) del artículo 8 del Manual de Operaciones del Proyecto Especial, aprobado con Resolución Ministerial N° 320-2019-MTC/01;

SE RESUELVE:

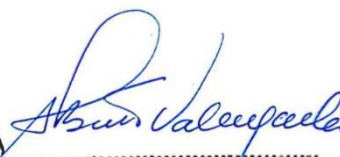
Artículo 1.- Aprobar el documento denominado “Plan estratégico de desarrollo y comercialización de productos (bienes y servicios) del Proyecto Especial para el año 2021”, que como anexo forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo 2.- Encargar a la Dirección de Comunicaciones, Comercialización y Mercadotecnia la supervisión del cumplimiento del documento aprobado en el artículo precedente.

Artículo 3.- Disponer la publicación de la presente resolución en el Portal Institucional del Proyecto Especial Legado Juegos Panamericanos y Parapanamericanos (www.lima2019.pe), la que entra en vigor a partir de la fecha de publicación en el referido Portal Institucional.

Regístrese y comuníquese.




ALBERTO VALENZUELA SOTO
Director Ejecutivo
Proyecto Especial Legado Juegos Panamericanos
y Parapanamericanos



**PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO Y
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS
(BIENES Y SERVICIOS)
DEL PROYECTO ESPECIAL LEGADO
AÑO 2021**

1. OBJETIVO

El Proyecto Especial Legado Juegos Panamericanos y Parapanamericanos, institución pública adscrita al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, tiene como finalidad gestionar, mantener y articular la sostenibilidad del Legado de los XVIII Juegos Panamericanos y Sextos Juegos Parapanamericanos Lima 2019.

En ese sentido, el objetivo del plan estratégico de desarrollo y comercialización de productos (bienes y servicios) del Proyecto especial LEGADO es generar recursos propios a través de acuerdos comerciales de diversa índole, bajo modelos de gestión mixtos e innovadores que incluyan una gestión responsable, eficiente y transparente de los recursos públicos, y aplicando prácticas innovadoras en la gestión pública, la correcta operación y mantenimiento de la infraestructura del Legado. Todo ello siempre con el objetivo de asegurar la sostenibilidad de las sedes y servicios para los atletas, Para atletas y ciudadanos en el largo plazo.

2. MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL

2.1. ANTECEDENTES

- 2.1.1.** Mediante el Decreto de Urgencia N° 004-2020, publicado el 8 de enero de 2020, se declara de interés nacional la gestión, sostenibilidad y el monitoreo del Legado de los XVIII Juegos Panamericanos y Sextos Juegos Parapanamericanos del 2019, y se faculta al Ministerio de Transportes y Comunicaciones a conducir las actividades de legado de los XVIII Juegos Panamericanos y Sextos Juegos Parapanamericanos Lima 2019 (en adelante “Los Juegos”), así como la gestión, mantenimiento, operación, disposición y sostenibilidad de los bienes muebles e inmuebles construidos, intervenidos y/o adquiridos para dichos juegos.
- 2.1.2.** Con el Decreto Supremo N° 007-2020-MTC, se modifica el Decreto Supremo N° 002-2015-MINEDU; disponiéndose la creación en el ámbito del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, del “Proyecto Especial Legado Juegos Panamericanos y Parapanamericanos” (en adelante “Proyecto Especial”), con el objeto de dar cumplimiento a las acciones de mantenimiento, saneamiento físico legal, operación, monitoreo, disposición y sostenibilidad del Legado de Los Juegos. Incluyendo la prestación de servicios, la promoción de las sedes, así como la generación de rentas derivadas del alquiler, cesión de derechos de uso o disposición de su propiedad y/o bienes en administración, según corresponda, en coordinación con las entidades competentes.
- 2.1.3.** De conformidad con lo dispuesto en el literal a) del numeral 3.2 del artículo 3 del precitado Decreto de Urgencia, los bienes inmuebles administrados y que conforman el Proyecto Especial son: la Villa Deportiva Nacional - VIDENA, Polideportivo Villa El Salvador, Complejo Deportivo Andrés Avelino Cáceres Villa María del Triunfo, Centro de Alto Rendimiento de Surf - Punta Rocas, Complejo Panamericano Costa Verde.

- 2.1.4.** Mediante el Decreto Supremo N° 031-2020-SA, se prorroga a partir del 7 de diciembre de 2020 y por un plazo de noventa (90) días calendario, la emergencia sanitaria declarada por Decreto Supremo N° 008-2020-SA y prorrogada por Decreto Supremo N° 020-2020-SA y Decreto Supremo N° 027-2020-SA, debido al brote de COVID-19 en el territorio nacional.
- 2.1.5.** Mediante el Decreto Supremo N° 002-2021-PCM se prorroga a partir del 01 de enero de 2021 y por un plazo de treinta y un (31) días calendario, el Estado de Emergencia Nacional declarado con el Decreto Supremo N° 184-2020-PCM, por las graves circunstancias que afectan la vida de las personas a consecuencia del COVID-19.
- 2.1.6.** Mediante el Decreto Supremo N° 183-2020-PCM, se modifica el Anexo “Actividades Económicas de la Fase 4” del Decreto Supremo N° 157-2020-PCM, Decreto Supremo que aprueba la Fase 4 de la reanudación de actividades económicas dentro del marco de la declaratoria de Emergencia Sanitaria Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del COVID-19.
- 2.1.7.** Mediante la Resolución Ministerial N° 350-2020-MINSA, se aprueba la Directiva Sanitaria N° 104-MINSA/2020/DGIESP, "Directiva Sanitaria que establece medidas para la reincorporación progresiva de la actividad física y de recreación en espacios públicos durante el contexto de la Covid-19".
- 2.1.8.** Mediante la Resolución Directoral Ejecutiva N° 036-2020-MTC/34, se aprueba el documento denominado “Plan para la Vigilancia, Prevención y Control del COVID 19 en el trabajo del Proyecto Especial”, y sus Lineamientos referidos a “Limpieza y Desinfección por Emergencia Sanitaria COVID 19”, “Identificación de Sintomatología de COVID 19” y “Vigilancia de Comorbilidades e Ingreso a las instalaciones de El Proyecto en Emergencia Sanitaria”.
- 2.1.9.** Mediante la Resolución Directoral Ejecutiva N° 097-2020-MTC/34, se aprueba el documento denominado “Plan Operativo Multianual 2021-2022 del Proyecto Especial.
- 2.1.10.** Mediante la Resolución Ministerial N° 504-2020-MTC/01, se aprueba el nuevo Manual de Operaciones (MOP) del Proyecto Especial, estableciéndose en la Segunda Disposición Complementaria Transitoria que, en tanto se apruebe el Cuadro de Asignación de Personal Provisional (CAP-P) y se realicen las designaciones correspondientes, las unidades funcionales previstas en el MOP, aprobado con la Resolución Ministerial N° 320-2019-MTC/01, continúan en el ejercicio de sus funciones cautelando que no se interrumpa la continuidad de las operaciones del Proyecto Especial.
- 2.1.11.** Mediante Resolución Ministerial N° 0519-2020-MTC-01, se aprobó el “Listado de Actividades para la gestión, administración, operación, mantenimiento, seguimiento y monitoreo de la infraestructura de las sedes de los XVIII Juego Panamericanos y Sextos Juegos Parapanamericanos”.
- 2.1.12.** Mediante la Resolución Directoral Ejecutiva N° 211-2020-MTC/34, se aprueba el documento denominado “Plan de Legado” del Proyecto Especial Legado Juegos Panamericanos y Parapanamericanos, el cual

define los lineamientos estratégicos para las acciones del Proyecto Especial y los pilares estratégicos sobre los cuales se debe fundamentar las acciones necesarias para el cumplimiento de objeto de Legado de los Juegos.

2.2. MARCO LEGAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

2.2.1. Durante el 2019 se desarrollaron los XVIII Juegos Panamericanos y Sextos Juegos Parapanamericanos Lima 2019 (en adelante “Los Juegos”). Estos fueron los primeros Juegos de esa magnitud desarrollados en el país, cuya preparación y desarrollo involucró la participación del Estado en la organización de un evento internacional a través del Proyecto Especial para la Preparación y Desarrollo de los XVIII Juegos Panamericanos y Sextos Juegos Panamericanos.

2.2.2. Posterior a la finalización de los citados Juegos, surgió la necesidad de administrar el Legado de dicha actividad deportiva. De este modo es que, en primer lugar, mediante el Decreto de Urgencia N° 004-2020, publicado el 8 de enero de 2020, se declara de interés nacional la gestión, sostenibilidad y el monitoreo del Legado de los Juegos, y se faculta al Ministerio de Transportes y Comunicaciones a conducir las actividades de legado de los Juegos, así como la gestión, mantenimiento, operación, disposición y sostenibilidad de los bienes muebles e inmuebles construidos, intervenidos y/o adquiridos para dichos juegos.

2.2.3. Por su parte, el Decreto de Urgencia N° 004-2020 establece que comprende el Legado, así el artículo 3 de la referida norma señala que el Legado es:

- La infraestructura permanente construida y mejorada para los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos de Lima 2019;
- El equipamiento deportivo y no deportivo adquirido para el funcionamiento de las sedes, y
- Otros bienes muebles necesarios para el funcionamiento logístico de cada una de las sedes distintos a equipamiento deportivo.

2.2.4. Asimismo, dicha norma establece que el Legado está conformado por los siguientes bienes inmuebles (infraestructura):

- a) **Sedes Clúster 1** - Sedes deportivas de administración del Proyecto:
- i. Villa Deportiva Nacional - VIDENA, a excepción del Albergue preexistente.
 - ii. Polideportivo Villa El Salvador.
 - iii. Complejo Deportivo Andrés Avelino Cáceres Villa María del Triunfo.
 - iv. Centro de Alto Rendimiento de Surf - Punta Rocas.
 - v. Complejo Panamericano Costa Verde - según lo establecido en el Plano Perimétrico - Ubicación Predio C - P.E. 13194222.
- b) **Sedes Clúster 2** - Sedes deportivas administradas por sus propietarios que siguen los lineamientos de legado, establecidos por el Proyecto Especial:
- i. Polígono de Tiro - Base Aérea Las Palmas

- ii. Escuela de Equitación del Ejército
- iii. Estadio San Marcos
- iv. Polideportivo Callao
- v. Infraestructura instalada en Albufera de Medio Mundo, Provincia de Huaura - Vegueta

Las Sedes antes señaladas pueden incorporarse al Clúster 1, mediante solicitud del propietario y/o administrador de las sedes antes señaladas y previa opinión del Proyecto Especial.

- c) **Sede Clúster 3** - Sede no deportiva de administración del Proyecto Especial, para la implementación del Plan Maestro y disposición de departamentos:

- i. La Villa Panamericana ubicada en el predio "Pueblo Joven Villa El Salvador Sector Quinto Área Zonal 26 - Complejo Biotecnológico", inscrito en la partida N° P03146016 del Registro de Predios de Lima, en adelante Villa Panamericana.

- 2.2.5. Por otra parte, el artículo 5 del referido decreto de urgencia, establece que constituyen recursos del Proyecto Especial lo siguiente:

- a) Los créditos presupuestarios aprobados para el pliego en las leyes anuales del presupuesto.
- b) Las donaciones y legados de personas naturales y jurídicas.
- c) Los recursos directamente recaudados por la prestación de servicios, actividades y otros ingresos por rentas derivadas del alquiler, cesión de derechos de uso o disposición de su propiedad y/o bienes en administración, según corresponda.
- d) Los intereses que devenguen sus recursos.
- e) Otros que se establezcan a su favor.

- 2.2.6. Posteriormente, mediante Decreto Supremo N° 007-2020-MTC que modifica el Decreto Supremo N° 002-2015-MINEDU se crea el Proyecto Especial Legado Juegos Panamericanos y Parapanamericanos (en adelante Proyecto Especial Legado).

- 2.2.7. Sobre el particular, el artículo 1 del referido Decreto establece como objeto del Proyecto Especial Legado dar cumplimiento a las acciones de mantenimiento, saneamiento físico legal, operación, monitoreo, disposición y sostenibilidad del Legado de los XVIII Juegos Panamericanos y Parapanamericanos, lo cual incluye la prestación de servicios, la promoción de las Sedes, así como la generación de rentas derivadas del alquiler, cesión de derechos de uso o disposición de su propiedad y/o bienes en administración.

- 2.2.8. Asimismo, los literales a), c) y f) del artículo 2 del mencionado Decreto establecen como funciones del Proyecto Especial Legado lo siguiente:

- a) Planificar, ejecutar, dirigir y verificar acciones e inversiones para la gestión, mantenimiento, operación, saneamiento físico legal, disposición y sostenibilidad del Legado de los XVIII Juegos Panamericanos y Sextos Juegos Parapanamericanos de Lima 2019, en el marco de la normatividad vigente.

- c) Gestionar y realizar las acciones para el uso, aprovechamiento y disposición del Legado de los XVIII Juegos Panamericanos y Sextos Juegos Parapanamericanos de Lima 2019; así como, asegurar su sostenibilidad, en el marco de los instrumentos de gestión aprobados y en cumplimiento de la normatividad vigente.
- f) Prestar servicios para la promoción de las sedes, así como para generar rentas derivadas del alquiler, cesión de derechos de uso o disposición de su propiedad y/o bienes en administración, según corresponda, en el marco de la normativa vigente.
- 2.2.9.** Asimismo, mediante Resolución Ministerial N° 0519-2020-MTC-01, se aprobó el “Listado de Actividades para la gestión, administración, operación, mantenimiento, seguimiento y monitoreo de la infraestructura de las sedes de los XVIII Juego Panamericanos y Sextos Juegos Parapanamericanos”.

El punto 7 del mencionado listado establece:

“7. Ejecutar estrategias para generar ingresos por patrocinios, licencias comerciales, publicidad, derechos de propiedad intelectual, derechos de medios y transmisión, exposición de marcas, para el auto sostenimiento de las sedes; además, de posicionar a Lima como la Capital del Deporte de América.

(...)

- Desarrollar los parámetros de comercialización de los bienes y servicios a comercializar*
- Supervisar la comercialización de los bienes y servicios.*
- Identificar y valorizar oportunidades de comercialización de servicios y bienes tangibles e intangibles (Uso de la Sedes para fines deportivos y no deportivos, Venta de 1096 departamentos de la Villa Panamericana, espacios publicitarios en las Sedes de Legado, promoción y comercialización de marca de Legado de Lima 2019, servicios relacionados a la operación de la Sedes, derechos de propiedad intelectual (logo, mascota, imágenes, videos, entre otros), derechos de medios, realización de eventos culturales en coordinación con otras entidades públicas o privadas, zonas comerciales dentro de las Sedes).*
- Diseñar una oferta de productos, enfocándose en los bienes, servicios, eventos, experiencias e información, con una estrategia diferenciada por público objetivo, deporte de interés y sede según sea el clúster. Cabe precisar, que los productos de mercadotecnia consideran la clasificación segmentada por la situación de compra planteándose servicios o bienes de consumo rápido, usabilidad limitada, uso común, de comparación, de especialidad, otros.*

(...)”

- 2.2.10.** Mediante Resolución Directoral Ejecutiva N° 211-2020-MTC/34, se aprobó el “Plan de Legado” del Proyecto Especial Legado Juegos Panamericanos y Parapanamericanos.
- 2.2.11.** En el punto 6 del referido Plan se estableció los Pilares del Legado en donde se apoya la visión del Proyecto Especial Legado a futuro y todas las

acciones que realizan. Estos pilares se dividen en dos áreas, el legado tradicional que engloba los pilares deportivo, social, urbano, económico y ambiental, y el legado estratégico que contiene el pilar institucional.

- 2.2.12.** Sobre el particular, cabe hacer referencia especialmente al Pilar Económico, es cual establece:

“El legado económico se refiere a las nuevas actividades y oportunidades económicas generadas a partir de los Juegos; las oportunidades de negocio en deporte y recreación que se generaron, así como el patrocinio de eventos y auspicio de entidades deportivas. (...) El Legado ha demostrado tener un inmenso potencial para crear oportunidades económicas en varios niveles y debe seguir contribuyendo a la competitividad de los sectores económicos involucrados.

Finalmente, el pilar económico también busca generar prácticas innovadoras en la gestión pública. La correcta operación y mantenimiento de la infraestructura del Legado solo será posible si se trabaja en modelos de gestión mixtos e innovadores que incluyan una gestión responsable, eficiente y transparente de los recursos públicos junto con modelos para la generación de recursos propios a través de acuerdos comerciales de diversa índole; todo ello siempre con el objetivo de asegurar la sostenibilidad de las sedes y servicios para los atletas y los ciudadanos en el largo plazo.”

- 2.2.13.** Mediante Resolución Ministerial N° 320-2019-MTC/01, se aprobó el “Manual de Operaciones del Proyecto Especial para la Preparación y Desarrollo de los XVIII Juegos Panamericanos del 2019 y Sextos Juegos Parapanamericanos (hoy Proyecto Especial Legado Juegos Panamericanos y Parapanamericanos), el cual señala dentro de sus funciones generales, entre otras, la prestación de servicios, la promoción de las Sedes, así como la generación de rentas derivadas del alquiler, cesión de derechos de uso o disposición de su propiedad y/o bienes en administración.

- 2.2.14.** De acuerdo con el MOP del Proyecto Especial, la Dirección de Comunicaciones, Comercialización y Mercadotecnia (DCCM) y la Subdirección de Comercialización y Mercadotecnia, tienen las funciones de:

- *Artículo 74, literal a) conducir y aprobar los lineamientos, planes y estrategias de comunicaciones, desarrollo comercial y mercadotecnia.*
- *Artículo 74, literal b) promover la participación del sector público y privado, las federaciones deportivas nacionales y la sociedad civil, en el marco de sus competencias.*
- *Artículo 79, literal a) formular, proponer y ejecutar los lineamientos, planes y estrategias de desarrollo comercial y mercadotecnia.*

- 2.2.15.** En ese sentido, la DCCM tiene la función de conducir y aprobar los lineamientos, planes y estrategias de comunicaciones, desarrollo comercial y mercadotecnia, así como formular, proponer y ejecutar los lineamientos, planes y estrategias de desarrollo comercial y mercadotecnia, a fin de sumar a los objetivos del Proyecto Especial Legado.

2.2.16. De las normas antes expuestas, se advierte que el Proyecto Especial Legado tiene como función gestionar y realizar las acciones para el uso, aprovechamiento y disposición del Legado, así como la facultad de generar sus propios ingresos con la finalidad de asegurar su operación y sostenibilidad, lo cual bien puede ser a través de: brindar servicios, disponer de sus bienes y dar en arrendamiento los bienes de su propiedad y aquellos que administra, entre otras actividades.

3. DIAGNÓSTICO

3.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

- 3.1.1.** El mundo y el país afrontan retos ligados a la emergencia sanitaria que tiene sus orígenes en la propagación del COVID-19 (SARS-CoV-2) el que surgió en Wuhan, China y logró llegar al Perú en marzo del 2020.
- 3.1.2.** El Estado de Emergencia decretado por el Gobierno Peruano en marzo de 2020, para enfrentar y reducir la expansión de la primera ola de contagios del coronavirus (COVID-19), representó para el país una contracción económica, que según la Cepal llegaría a -12.9%¹.
- 3.1.3.** Como parte de las medidas del Estado de Emergencia, se cerraron escuelas, negocios entre otros establecimientos y se restringió la movilidad social.
- 3.1.4.** A finales de mayo de 2020, se implementó un proceso de recuperación consistente en 4 fases de reactivación económica, a fin de autorizar de manera gradual, el reinicio de actividades tales como minería, construcción, comercio, servicios y otros. Cabe precisar que, el proceso de implementación de la cuarta fase de reactivación continuó hasta enero de 2021.
- 3.1.5.** Como medida preventiva para frenar una segunda ola de contagios, el gobierno oficializó a fines de enero 2021, el retorno de cuarentena total en Lima y Callao y otras regiones al interior del país, la misma que se ha extendido bajo nuevas medidas restrictivas con injerencia en el uso de espacios abiertos y cerrados para diversos fines, incluido el deportivo y de esparcimiento.
- 3.1.6.** Es importante destacar cómo los peruanos han vivido esta situación. De un estudio realizado por IPSOS se sabe que a nivel nacional: la esperanza, optimismo y alegría por la unión familiar son sentimientos que afloran en los peruanos durante la situación de aislamiento social obligatorio. Seguidamente, también, existe preocupación/nerviosismo y ansiedad/estrés. (IPSOS, 2020)².
- 3.1.7.** Así mismo, es importante considerar el impacto de la crisis sanitaria en el sector entretenimiento y deportes (rubro en el que el Proyecto Legado tiene incidencia). Como antecedente se tiene que la actividad deportiva genera 600,000 millones de euros anuales en el mundo, es decir, casi el 1% del

¹ <https://elcomercio.pe/economia/peru/pbi-peruano-por-que-la-proyeccion-de-crecimiento-del-bcr-difiere-de-lo-estimado-por-el-banco-mundial-y-la-cepal-pbi-pbi-2021-bcr-banco-mundial-cepal-ncze-noticia/>

² Encuesta de opinión – Cuarentena COVID-19, 20-21 de marzo del 2020, IPSOS Perú.

PIB anual mundial³. Sin embargo, por efectos del Covid-19 se estima 40,000 millones de euros de pérdidas en todo el planeta, ya que el virus ha contagiado en cadena a la industria deportiva con una interrupción forzosa de la actividad y, además, a esto se suma un horizonte incierto: instalaciones cerradas y competiciones anuladas, parrillas de TV vacías, derechos de transmisión y contratos publicitarios en el aire, desaparición de ingresos por taquillaje, y negocios indirectos y periféricos como víctimas colaterales. Esta crisis está afectando a algunos sectores más que a otros; en este sentido la firma McKinsey & Company (2020) indica que los sectores más deprimidos no se verán recuperados hasta el 2021.

3.1.8. Si bien el contexto sanitario en el país no es favorable, las proyecciones de crecimiento brindadas por el BCR y el MEF al cierre del año 2020 describen una mejora respecto a lo estimado en el mes de setiembre, es así como ambas entidades proyectan un crecimiento de un 11.5% para el año 2021. Esto sustentado por el impulso de los sectores minería, construcción y comercio, además del incremento del valor de materias primas a nivel internacional. Por otro lado, el Banco Mundial es más conservador en su proyección y considera que la economía del Perú crecerá en un 7.6% durante el año 2021, de acuerdo con su informe “Perspectivas económicas mundiales”⁴. Sin embargo, a la fecha el BCR ha indicado que es necesario revisar las proyecciones de crecimiento de la economía ante el impacto de la nueva cuarentena a raíz de la segunda ola del COVID-19 que ha impactado la economía del Perú en el primer trimestre del 2021⁵.

3.1.9. Asimismo, hay 2 factores importantes que condicionan el escenario de recuperación, y que ubican en una posición más conservadora la concreción de los procesos de comercialización y generación de ingresos. El primer factor es el largo proceso de vacunación durante todo el año 2021, para asegurar a toda la población y permitir una reactivación económica integral. El segundo factor es la aplicación de las medidas de cuarentena dictadas para Lima, Callao y múltiples regiones en el interior del país, a consecuencia de la segunda ola del COVID-19.

3.1.10. La coyuntura señalada implica un reto frente al cual se requiere adaptar las estrategias de gestión comercial de la Dirección de Comunicaciones, Comercialización y Mercadotecnia, a fin de maximizar la eficiencia en la gestión de los diferentes activos del Legado.

³ <https://www.lavanguardia.com/deportes/20200316/474174038211/coronavirus-covid-19-deporte-derechos-competiciones-laliga-nba-motogp-formula-1-juegos-olimpicos-tokio.html>

⁴ <https://www.bancomundial.org/es/publication/global-economic-prospects>

⁵ <https://rpp.pe/economia/economia/bcr-revisara-proyeccion-de-crecimiento-de-la-economia-ante-nueva-cuarentena-pbi-covid-19-coronavirus-en-peru-noticia-1320614>

3.2. RECURSOS DEL PROYECTO ESPECIAL LEGADO PARA SU COMERCIALIZACIÓN

3.2.1. El Proyecto Especial Legado tiene a su cargo la administración de los siguientes activos:

- i. Villa Deportiva Nacional - VIDENA, a excepción del Albergue preexistente.
- ii. Polideportivo Villa El Salvador.
- iii. Complejo Deportivo Andrés Avelino Cáceres Villa María del Triunfo.
- iv. Centro de Alto Rendimiento de Surf - Punta Rocas.
- v. Complejo Panamericano Costa Verde.
- vi. Villa Panamericana
- vii. Libros Memoria de los Juegos.
- viii. Otros bienes muebles.

3.2.2. En ese sentido, de la administración y propiedad de los bienes muebles e inmuebles listados, se desprenden los siguientes activos como recursos tangibles, para la ejecución de sus objetivos, tanto en la generación de ingresos, así como, en la contribución a la sostenibilidad de la gestión y operación de las sedes:

- i. Cinco (5) recintos multideportivos modernos, que cumplen con estándares internacionales deportivos, (02 en la línea costera, 01 en Lima centro y 02 en Lima sur), en los cuales se ha identificado más 370 mil metros cuadrados con potencial para el desarrollo de diversos servicios, según se propone en el presente Plan.
- ii. Dos (2) albergues en recintos deportivos de alto rendimiento.
- iii. Explanadas y zonas comunes
- iv. Espacios para concesiones comerciales.
- v. Espacios para concesión de publicidad interior y exterior.
- vi. Equipamiento deportivo y mobiliario para la realización de competencias.
- vii. Espacios para estacionamientos.
- viii. Material de propiedad intelectual: 1000 horas de grabación de las competencias deportivas, imágenes fotográficas de los Juegos y Mascota Oficial.

Al respecto cabe precisar que en el Perú existe limitada infraestructura moderna que pueda ser comparada con la infraestructura administrada por el Proyecto Legado. Las características de las sedes deportivas, múltiples zonas comunes, espacios abiertos, permiten que las instalaciones puedan ser destinadas para diversos tipos de actividades deportivas, y no deportivas como conciertos, eventos culturales, musicales, exposiciones comerciales, espacios para producción audiovisual, entre otros.

Asimismo, la infraestructura listada es la más moderna y óptima en el país para el desarrollo del deporte de alto rendimiento y con un alcance de uso para otros fines. Únicamente se compara con recintos deportivos de Estados Unidos y Europa, países con mayor tradición y cultura deportiva.

3.2.3. Asimismo, el Proyecto Especial cuenta con los siguientes activos intangibles:

- i. Excelencia y experiencia en organización de eventos multideportivos (efectividad en la capacidad de producción desde aspectos operativos, logísticos, deportivos, ticketing, marketing, operaciones de prensa, transporte, alimentación, seguridad, centro de control y monitoreo).
- ii. Gestión de proyectos de infraestructura y operación (facility management).
- iii. Comunidad de medio millón de seguidores en redes sociales.
- iv. Base de datos de 100,000 personas aproximadamente, que incluye: voluntarios, ticketing y academias.

3.3. ANÁLISIS FODA PARA EL DESARROLLO Y LA COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

3.3.1. Fortalezas

- Administración de 5 recintos deportivos con potencial para la realización de distintos tipos de evento.
- Expertise en la organización de eventos de nivel internacional.
- Nivel de aprobación de los Juegos Lima 2019 y los sentimientos de orgullo y optimismo hacia la marca Lima 2019.
- Legitimidad para gestionar alianzas estratégicas con federaciones, entidades públicas y privadas.
- Reconocimiento a la capacidad de gestión y eficiencia del equipo del PELJP.
- Cartera de bienes de propiedad intelectual (Marcas, Milco, imágenes, videos).
- Diversificación del portafolio de productos y servicios que permiten generar ingresos por varios conceptos (Deportivos y no deportivos).
- Buen relacionamiento interinstitucional que se cuenta con la comunidad.
- Expertise en diversificación de servicios dirigidos a favor de la comunidad

3.3.2. Debilidades:

- Poco conocimiento de la ciudadanía sobre el Proyecto Especial Legado.
- Presupuesto limitado.
- Demoras administrativas y de procedimientos.
- Falta de información sobre nuestros stakeholders, que permita desarrollar y comercializar productos y servicios.
- Falta de equipos y plataformas para cobertura y transmisión de eventos para comercializar los productos y servicios.
- Tiempo de vigencia del Proyecto Especial Legado.

3.3.3. Oportunidades:

- Mayor preocupación por un estilo de vida saludable.
- Búsqueda de espacios y actividades al aire libre que garanticen el cumplimiento de protocolos de seguridad.
- Mayor penetración del servicio de internet en los hogares C y D.

- 52.65% de la población del Perú se encuentra en el rango de 15 a 49 años*.
- Desarrollo de la industria del *Sportainment* (Entretenimiento y experiencia)
- Cambio de hábitos del consumidor en los sectores de entretenimiento, experiencia y formación.
- Búsqueda de experiencias innovadoras y disruptivas.
- Entorno favorable para definir estrategias innovadoras y digitales
- Reactivación de eventos deportivos rumbo a Tokio 2020.
- Consolidación de alianzas estratégicas con organizaciones públicas y privadas para el desarrollo de actividades y servicios a la comunidad que se localizan en el entorno de las sedes

3.3.4. Amenazas:

- Incertidumbre por la crisis sanitaria en el mundo.
- Declaratoria de Emergencia Sanitaria y Estado de Emergencia Nacional como consecuencia del COVID 19.
- Regulaciones, normativas sanitarias que limitan el uso de las sedes deportivas y espacios comerciales.
- Restricción de actividades de entretenimiento.
- Reducción en la capacidad adquisitiva de las familias.
- Incertidumbre política (elecciones, nuevo gobierno).
- Políticas de austeridad en el gasto público.
- Reducción en la capacidad de inversión publicitaria de las marcas.
- Saturación de oferta de servicios/experiencias digitales.
- Preferencia de contenido chatarra sobre contenido educativo/formativo.
- Restricciones de aforo para actividades con fines deportivos y recreacionales a realizarse en las sedes de Legado.

3.4. ANÁLISIS DE MERCADO PARA EL DESARROLLO Y LA COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

3.4.1. Con la finalidad de desarrollar estrategias diferenciadas, se han identificado cinco (5) mercados en los cuales el Proyecto Especial Legado ejecutaría acciones comerciales, y se ha determinado variables geográficas, demográficas y psicográficas para la agrupación de perfiles y necesidades.

Tabla N° 1: Definición de cada mercado y perfil de público objetivo del bien o servicio

N°	Mercado	Definición	Perfil del público objetivo del bien o servicio
1	Cesión de uso comercial (disposición de bienes)	Conformado por empresas que comercializan espacios comerciales y/o publicitarios. Asimismo, operadores comerciales, empresas de retail, que desarrollen centros comerciales u otros modelos de negocio de escala distrital y zonal.	Personas o empresas interesadas en la cesión de uso de espacios comerciales y/o publicitarios que brinden la garantía de seguridad y rentabilidad.

2	Entretenimiento y Bienestar	Consumidores de una oferta relacionada al bienestar y ocio a través de la realización de actividad física, diversión y relaciones sociales.	Personas de todos los NSE, principalmente residentes en los distritos de ubicación de las sedes, que requieren de una oferta de entretenimiento de calidad en espacios seguros.
3	Alojamiento	Compuesto por una diversidad de consumidores del ámbito deportivo y corporativo, que requieren acceder a espacios de alojamiento amplios, seguros, accesibles, y cómodas, que cumplan con los protocolos de bioseguridad y que dispongan de servicios de calidad.	Federaciones nacionales, atletas, comités olímpicos, organizaciones privadas y públicas.
4	Deportivo	Compuesto ⁶ por los actores del Sistema Nacional de Deporte (Federaciones Nacionales, COP, clubes deportivos, universidades, gobiernos regionales y locales, MINEDU) para los fines de alta competencia, formación y competencia, iniciación y masificación.	Personas de todos los NSE ⁷ , aficionados al deporte, vecinos de las sedes Legado, personal de prensa, otros.
5	Inmobiliario	Para el caso de la Villa Panamericana, está conformado por empresas desarrolladoras inmobiliarias, operadoras de inmuebles, fondos de inversión, fondos hipotecarios públicos y privados y, clientes institucionales diversos, así como los clientes finales que buscan viviendas.	Personas o empresas interesadas en la compra o cesión de uso de una vivienda que brinde la garantía de seguridad y rentabilidad.

3.4.2. A partir de la descripción realizada, se identificaron los siguientes potenciales bienes y servicios por cada mercado y quién sería la competencia para Legado.

⁶ Acorde a la Política Nacional del Deporte, Fuente:
<http://www.ipd.gob.pe/sistemasipd/recursos/formulario1/PNDV29.pdf>

⁷ NSE: Nivel Socioeconómico

Tabla N° 2: Identificación de potenciales bienes y competencia

N°	Mercado	Potenciales Bienes/Servicios	Competencia
1	Cesión de uso comercial (disposición de bienes)	Espacios para fines publicitarios	Centros comerciales, centros de convenciones, espacios públicos, hoteles, restaurantes, clubes sociales y deportivos, centros deportivos municipales, parques, auditorios, teatros, playas de estacionamiento comerciales.
		Espacios para fines comerciales	
		Estacionamientos	
		Espacios para actividades deportivas	
		Espacios para actividades no deportivas	
2	Entretenimiento y Bienestar	Memoria de los Juegos Lima 2019	Centros comerciales, cines, teatro, espacios públicos y abiertos, servicios municipales.
		Experiencia en sedes (membresías, paseos, visitas guiadas, otros)	
		Talleres recreativos y actividad física	
3	Alojamiento	Albergues	Hospedajes, hoteles y centros de esparcimiento
4	Deportivo	Talleres deportivos	Municipalidades, clubes deportivos, academias y escuelas deportivas, universidades, colegios, organizaciones sociales, programas/canales deportivos, eventos deportivos de empresas privadas.
5	Inmobiliario	Villa Panamericana	Desarrolladores inmobiliarios, constructoras, entidades financieras

4. BIENES Y SERVICIOS PRIORIZADOS PARA SU COMERCIALIZACIÓN EN EL 2021 POR EL PROYECTO ESPECIAL LEGADO

A partir del análisis de mercado realizado y conforme al tipo de actividad y servicio proyectado para cada uno de los espacios identificados en las sedes administradas por el Proyecto Especial Legado, se ha llevado a cabo una categorización para el 2021 de bienes y servicios, considerando las siguientes variables:

- Disponibilidad de activos para su comercialización.
- Priorización de servicios complementarios para el desarrollo de actividades en las sedes.

- Procesos de apertura de sedes a la comunidad.
- Medidas sanitarias decretadas por el Gobierno, respecto al aforo físico y los protocolos de bioseguridad para operación de servicios.
- Estandarización de servicios prestados a la comunidad desde las sedes por socios/aliados comerciales.

Estos bienes y servicios buscan contribuir con la generación de ingresos necesarios para la sostenibilidad de las sedes y facilitar el acceso de todas las personas a las sedes administradas por el Proyecto Especial Legado, cumpliendo con los protocolos sanitarios correspondientes, ambos objetivos alineados a los pilares económico y social, comprendidos en el Plan Legado.

4.1. MERCADO DE CESIÓN DE USO COMERCIAL

4.1.1. Cesión de uso de espacios para fines publicitarios

▪ Descripción del producto:

El Proyecto Especial cuenta con el potencial de generación de ingresos a través de la cesión de espacios claves y delimitados de las sedes que administra, con un fin exclusivo para publicidad exterior en todas las sedes del Proyecto Especial. Se identificarán los espacios en los exteriores de los 05 recintos.

Para el año 2021, se han identificado en la Villa Deportiva Nacional - VIDENA, el Polideportivo Villa El Salvador y el Complejo Deportivo Andrés Avelino Cáceres de Villa María Del Triunfo un total de 20 espacios con potencial comercial para el rubro de publicidad exterior; para los cuales se ha realizado una distribución de espacios por recinto, considerando su ubicación, impacto visual y entorno con alta capacidad de tránsito peatonal y vehicular.

Cabe mencionar que, para realizar esta selección, se ha tomado en consideración el mantener la vista arquitectónica de las sedes y el proyecto mural Legado, así como no bloquear la visibilidad de los espacios deportivos.

Tabla N° 3: TIPO DE OOH⁸ EN VIDENA

N°	Ubicación	Número de vallas propuesta	Medidas - Ubicación Aprox.	M2 aprox. a ceder	Elementos OOH Comerciales
1	Av. San Luis. (Ingreso vehicular al Estadio Atlético - Puerta 7)	1	Alt: 3.5 mts. Lar: 9 mts.	31.5	VALLA AL PISO VP-V (Alt: 2mts. X Lar: 4mts.)
2	Cruce Av. San Luis con Av. Canadá.	5	Alt: 3 mts. Lar: 4 mts. (Por cada bloque)	60	
3	Av. San Luis. (Altura del ingreso vehicular al Estadio Atlético – Puerta 7)	1	Alt: 8 mts. Lar: 18 mts.	144	PANEL PRISMA PP-V (Alt: 6 mts. X Lar: 12 mts.)

⁸ OOH: Out of home (por sus siglas en inglés)

4	Av. Canadá. (Altura de Centro Bowling)	1	Alt: 8 mts. Lar: 18 mts.	144	PANEL SIMPLE PS-V (Alt: 4 mts. X Lar: 8 mts.)
Total		8		379.5	

Tabla N° 4: TIPO DE OOH EN EL COMPLEJO DEPORTIVO VILLA MARÍA DEL TRIUNFO

N°	Ubicación	Número de vallas propuesta	Medidas - Ubicación Aprox.	M2 aprox. a ceder	Elementos OOH Comerciales
1	Cruce de Calle Primavera con Calle Luis Prado	2	Alt: 3 mts. Lar: 6.80 mts	40.8	VALLA AL PISO VP-VMT (Alt: 2mts. X Lar: 4mts.)
Total		2		40.8	

Tabla N° 5: TIPO DE OOH PARA USO EN EL POLIDEPORTIVO VILLA EL SALVADOR

N°	Ubicación	Número de vallas propuesta	Medidas - Ubicación Aprox.	M2 aprox. a ceder	Elementos OOH Comerciales
1	Cruce Av. Mariano Pastor con Av 01° de Mayo	4	Alt: 2.70 mts. Lar: 4 mts.	43.2	VALLA AL PISO VP-VES (Alt: 2mts. X Lar: 4mts.)
2	Av. Mariano Pastor - Ingreso a Polideportivo	5	Alt: 2.30 mts. Lar: 3.20 mts.	36.8	
3	Av. Mariano Pastor	1	Alt: 6 mts. Lar: 12 mts.	72	PANEL SIMPLE PS-VES (Alt: 6 mts. X Lar: 12 mts.)
Total		10		152	

- **Mercado:** Cesión de uso de espacios para fines publicitarios.
- **Propósito:** Diversificar las fuentes de generación de ingresos sin impactar en el desarrollo de actividades relacionadas al uso de las sedes deportivas.
- **Público objetivo:** Empresas comercializadores de publicidad exterior.
- **Canales de promoción:** Canales digitales, como la web de Legado, redes sociales, reuniones, presentaciones y comunicación directa.
- **Estrategia de valor:** Se establecerán de acuerdo con los puntos de ubicación de los espacios publicitarios, y condiciones de concesión.
- **Estrategia de plaza:** Convocatoria pública de acuerdo con la normativa correspondiente.
- **Estrategia de comercialización:** Suscripción de contratos de concesión a tiempo determinado y bajo condiciones de inversión en la instalación, mantenimiento y operación de todos los elementos de publicidad exterior

concedidos. Se establecerán condiciones de concesión a fin de obtener una renta mensual mínima y/o un porcentaje de comercialización por cada espacio.

4.1.2. Cesión de uso de espacios para fines comerciales

▪ **Descripción del producto:**

El Proyecto Especial cuenta con diversos espacios comerciales al interior de las sedes. Para cada recinto se han identificado una serie de espacios, cuyas condiciones permiten implementar negocios de concesionarios de venta de bebidas, alimentos y otros productos.

Asimismo, se han identificado zonas dentro de las áreas comunes de los recintos en los que se pueden implementar espacios comerciales temporales itinerantes, los cuales permitirían diversificar los tipos de actividades recreativas y comerciales, y reforzar la oferta de bebidas, alimentos y otros productos

Tabla N° 6: Número de espacios comerciales identificados

N°	Recinto	Existentes	Potenciales temporales	Total
1	Villa Deportiva Nacional - VIDENA	15	4	19
2	Polideportivo Villa El Salvador	6	2	8
3	Complejo Deportivo Andrés Avelino Cáceres - Villa María del Triunfo	11	6	17
4	Complejo Panamericano Costa Verde	0	5	5
5	Centro de Alto Rendimiento Punta Rocas	2	1	3
Total		34	18	52

- **Mercado:** Cesión de uso para fines comerciales.
- **Propósito:**
 - Brindar servicio de venta de alimentos, bebidas y otros productos a los usuarios de las sedes, los espectadores de los eventos abiertos al público, y los clientes de los diversos servicios que se desarrollen en las zonas dentro de las sedes, tales servicios de productos como talleres presenciales, ruta en sedes, visitas, entre otros, y a los propios trabajadores de las sedes.
 - Contribuir con el desarrollo urbano - económico.
- **Público objetivo:** Operadores gastronómico, tiendas de conveniencia, empresas de sector deportivo y de entretenimiento.
- **Canales de promoción:** Canales digitales, como la web de Legado, reuniones, presentaciones y comunicación directa.
- **Estrategia de valor:** Se establecerá de acuerdo con la ubicación de espacios comerciales en las sedes, potencial de comercialización por tipo de producto y condiciones de concesión.
- **Estrategia de plaza:** Convocatoria pública de acuerdo con la normativa correspondiente.

- **Estrategia de comercialización:** Concesión de los espacios comerciales identificados en cada uno de los recintos, por plazos fijos renovables, a través de una convocatoria pública. Se establecerán condiciones de concesión a fin de obtener una renta mensual mínima y/o un porcentaje de comercialización por cada espacio.

4.1.3. Cesión de uso de espacios para estacionamientos

- **Descripción del producto:**

Los recintos administrados por el Proyecto Especial cuentan con espacios destinados al uso de estacionamientos de vehículos, con un aforo determinado para cada sede. Con el objetivo de optimizar estos servicios y crear fuentes de ingresos que contribuyan a la sostenibilidad de las sedes de Legado.

Tabla N° 7: Número de espacios de estacionamientos por Recinto para comercialización en el 2021

N°	Recinto	Número de Áreas		Total de Espacios
		Techada	Aire Libre	
1	Villa Deportiva Nacional	1	7	524
2	Polideportivo Villa El Salvador	0	6	215
3	Complejo Deportivo Andrés Avelino Cáceres - VMT	0	5	106
4	Centro de Alto Rendimiento Punta Rocas	0	3	48
Total		1	21	893

- **Mercado:** Cesión de uso de espacios para estacionamientos.
- **Propósito:** Obtener a favor del Proyecto Especial una renta mensual mínima y/o un porcentaje de comercialización por cada espacio del estacionamiento usado.
- **Público objetivo:** Empresas del rubro de administración de estacionamientos.
- **Canales de promoción:** Canales digitales, como la web de Legado, reuniones, presentaciones y comunicación directa.
- **Estrategia de valor:** Se establecerá de acuerdo con la ubicación de las sedes en la ciudad, demanda de espacios de estacionamiento en el perímetro y condiciones de concesión.
- **Estrategia de plaza:** Convocatoria pública de acuerdo con la normativa correspondiente.
- **Estrategia de comercialización:** Concesión de los espacios de estacionamientos de todas las sedes a una empresa administradora especializada, por un plazo fijo renovable, a través de una convocatoria pública. Será responsabilidad del concesionario la inversión requerida en la instalación, mantenimiento y operación de los estacionamientos de las sedes de Legado.

4.1.4. Cesión de uso de espacios para actividades deportivas

▪ Descripción del producto:

El Proyecto Especial dispone de cinco recintos bajo su administración, los que disponen de diversos espacios de índole deportivo y no deportivo.

Las sedes deportivas que forman parte del Proyecto Especial resaltan por su infraestructura deportiva moderna, con tecnología y altos estándares de calidad de nivel olímpico; muy pocas instalaciones a nivel nacional e incluso regional cuentan con estas características. En ese sentido, representan un gran atractivo para el público aficionado al deporte, y para aquellas entidades que buscan escenarios de calidad para la realización de actividades/eventos deportivos de entrenamiento, competencia de nivel local, regional y mundial y otros.

De acuerdo con las características de los espacios identificados, en su promoción y comercialización se considerará el horario de funcionamiento, disponibilidad de ocupación y aforos de cada espacio.

En su conjunto, esto hace de las sedes del Proyecto Especial, una oferta diferenciada con un valor diferencial importante frente a otros escenarios deportivos a nivel nacional y regional.

Tabla N° 8: Listado de espacios de carácter deportivo con potencial de comercialización

Id	Recinto	Sede
1.1	Villa Deportiva Nacional	Estadio Atlético de Competencia
1.2		Pista atlética de entrenamiento
1.3		Velódromo
1.4		Centro acuático
1.5		Bowling de entrenamiento
1.6		Bowling Center
1.7		CAR de Voleibol
1.8		Polideportivo 1
1.9		Polideportivo 2
1.10		Polideportivo 3
2.1	Completo Deportivo Andrés Avelino Cáceres Villa María del Triunfo	Campo de Rugby de competencia
2.2		Campo de Rugby de entrenamiento
2.3		Campo de Hockey de competencia
2.4		Campo de Hockey de entrenamiento
2.5		Campo de Beisbol de competencia
2.6		Campo de Sóftbol de competencia
2.7		Campo de Sóftbol de entrenamiento
2.8		Cancha Pelota Vasca o Frontón Competencia
2.9		Cancha Pelota Vasca o Frontón Entrenamiento
2.10		Cancha Pelota Vasca o Frontón Entrenamiento

Id	Recinto	Sede
2.11		Cancha de Trinquete
2.12		Centro acuático
2.13		Pista de Atletismo
2.14		Cancha de tenis 1
2.15		Cancha de tenis 2
2.16		Losa para fulbito
3.1	Polideportivo Villa el Salvador	Polideportivo - Competencia
3.2		Polideportivo - Entrenamiento
3.3		Explanada
4.1	Centro de Alto Rendimiento Punta Rocas	Piscina
4.2		Gimnasio
4.3		Patio Central
4.4		Cancha de voleibol y fulbito playa
4.5		Pista skate
4.6		Terraza
5.1	Costa Verde San Miguel	Cancha de voleibol playa 1 Calentamiento
5.2		Cancha de voleibol playa 2 Calentamiento
5.3		Cancha de voleibol playa 1 Competencia
5.4		Cancha de voleibol playa 2 Competencia
5.5		Pista de patinaje
5.6		Pista de skateboarding
5.7		BMX RACE
5.8		BMX Freestyle

- **Mercado:** Cesión de uso de espacios para actividades deportivas
- **Propósito:**
 - Ofrecer al sector deportivo instalaciones deportivas de calidad con servicios complementarios para el desarrollo de eventos.
 - Promocionar y poner a disposición el legado de los Juegos Lima 2019 en beneficio del desarrollo deportivo del país.
- **Público objetivo:** Federaciones Nacionales e internacionales, Clubes y asociaciones deportivas, instituciones educativas y empresas, productoras de eventos deportivos.
- **Canales de promoción:** Canales digitales, como la web de Legado, redes sociales, medios deportivos especializados nacionales e internacionales, reuniones, presentaciones y comunicación directa.
- **Estrategia de precio:** Se establecerán tarifas de acuerdo con los espacios destinados para la realización de actividades/eventos con o sin público. Se tomará en consideración los costos de operación y mantenimiento directo aplicándolos de manera integral a los espacios identificados, mientras que los costos de administración, operación y mantenimiento indirecto son aplicados proporcionalmente a los espacios.
- **Estrategia de plaza:** Venta directa y a través de una sección específica en la web para la promoción y comercialización de las sedes deportivas.
- **Estrategia de comercialización:** Para la comercialización de los espacios identificados en las sedes se ejecutará de dos formas:

- Acuerdos comerciales según el tipo de actividad y requerimientos de bienes y servicios;
- Tarifas por derecho de uso, basado en los costos relacionados a la operación, mantenimiento y administración de las sedes, y tomando en cuenta los recursos invertidos por metro cuadrado

La propuesta de comercializar el uso de las sedes considera la oportunidad de brindar servicios adicionales como:

i) Iluminación de espacio deportivo, siendo aplicable a las siguientes sedes:

- Estadio Atlético de competencia.
- Pista de entrenamiento del Estadio Atlético.
- Campo de Rugby de competencia y entrenamiento.
- Campo de Hockey de competencia y entrenamiento.
- Campo de Béisbol.
- Campo de Sóftbol de competencia y entrenamiento.

ii) Derecho de Instalación de Equipo de Transmisión

iii) Derecho de Avisos Publicitarios en Pie de Cancha (FOP)

4.1.5. Cesión de uso de espacios para actividades no deportivas

▪ Descripción del producto:

El uso de las sedes para actividades no deportivas y sin fines comerciales tiene como objetivo habilitar las sedes de Legado para la ejecución de actividades de empresas, entidades públicas y asociaciones de diversa índole, brindando una alternativa de espacios de calidad, modernos, seguros, con protocolos de bioseguridad para el desarrollo de eventos corporativos, musicales, culturales, sociales, recreativos y otros.

Debido al COVID 19, se considera que el Proyecto Especial al tener sedes que se caracterizan por contar con espacios abiertos, gozaría de mayor preferencia frente a otras opciones que el mercado ofrece, siendo por tanto una mejor alternativa para la realización de actividades diversas.

- **Mercado:** Cesión de uso de espacios para actividades no deportivas.
- **Propósito:**
 - Ofrecer escenarios y espacios abiertos con aforo amplio como alternativa para el desarrollo de actividades/eventos de diversa índole.
 - Promocionar y poner a disposición el legado de los Juegos Lima 2019 para fines culturales, sociales, comunitarios y otros.
- **Público objetivo:** Empresas, asociaciones culturales, civiles, sin fines de lucro, instituciones educativas, entidades públicas, productoras, entre otras.
- **Canales de promoción:** Canales digitales, como la web de Legado, redes sociales, medios nacionales e internacionales, reuniones, presentaciones y comunicación directa.
- **Estrategia de precio:** Se establecerán tarifas de acuerdo con los espacios destinados para la realización de actividades/eventos con o sin público. Se tomará en consideración los costos de operación y mantenimiento directo aplicándolos de manera integral a los espacios identificados, mientras que los costos de administración, operación y mantenimiento indirecto son aplicados proporcionalmente a los espacios.

- **Estrategia de plaza:** Venta directa y a través de una sección específica en la web para la promoción y comercialización de los espacios.
- **Estrategia de comercialización:** Para la comercialización de los espacios identificados en las sedes se ejecutará de dos formas:
 - Acuerdos comerciales según el tipo de actividad y requerimientos de bienes y servicios;
 - Tarifas por derecho de uso (Informe tarifario de sedes), basado en los costos relacionados a la operación, mantenimiento y administración de las sedes, y tomando en cuenta los recursos invertidos por metro cuadrado

4.2. MERCADO DE ENTRETENIMIENTO Y BIENESTAR

4.2.1. Memoria de los Juegos Lima 2019

- **Descripción del producto:**

En el marco del Acuerdo de Responsabilidades para la preparación y desarrollo de los XVIII Juegos Panamericanos y Sextos Juegos Parapanamericanos de Lima 2019, el Proyecto Especial Legado ha elaborado el Libro Memoria de los Juegos Lima 2019.

Este es un libro de colección de alta calidad de impresión y fotografía que, por sus características y contenido exclusivo, tiene potencial a ser comercializado como un *Coffee table book* o “libro de mesa auxiliar o de café”. Este tipo de libro es usualmente de gran tamaño, bilingüe, impreso en papel de calidad, con tapa dura, con diseño específico, múltiples ilustraciones y contenido considerado exclusivo o curado. Estos libros tienen diversos fines comerciales, son artículos culturales, de recuerdo, de colección, regalo, e incluso decorativo, ya que por su atractiva presentación se exhiben en sobre mesas.

- **Mercado:** Entretenimiento y bienestar

- **Propósitos:**

- Destacar los logros, éxito e impacto de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Lima 2019, reconocidos como “los mejores Juegos de la historia”
- Asociar el impacto y legado los Juegos Lima 2019 con el propósito y objetivos del Proyecto Especial Legado.
- Fidelizar al público que formó parte de la experiencia y realización de los Juegos Lima 2019.

- **Público objetivo:** Público nacional e internacional que gusta de libros de colección, de deporte. Atletas y personal técnico de las delegaciones deportivas de los países participantes de los Juegos Lima 2019, periodistas deportivos, voluntarios, fuerza laboral, patrocinadores, espectadores, entre otros.

- **Canales de promoción:** Canales digitales, como la web y redes sociales de Legado, medios de comunicación locales e internacionales y plataforma e-commerce.

- **Estrategia de precio:** De acuerdo con los costos asociados en el desarrollo y producción del Libro Memoria de los Juegos Lima 2019, se establecerá y aprobará su valor de realización.

- **Estrategia de plaza:** Plataforma e - commerce.

- **Estrategia de comercialización:** Suscripción de contrato para la comercialización y recaudación por la venta de los ejemplares por una

plataforma e-commerce, y distribución a nivel nacional e internacional a fin de atender la demanda del público objetivo identificado. A través del servicio de la plataforma e-commerce se emitirá el comprobante de pago correspondiente, y se llevará un control de inventario y ventas para cumplir con las responsabilidades tributarias correspondientes. El proceso de venta se financiará por medio de un porcentaje del valor del libro.

4.2.2. Experiencia en Sedes

- **Descripción del producto:**

En línea con el Plan de Legado y la apertura de sedes a la comunidad se ejecutarán actividades en espacios abiertos de las sedes, de carácter cultural y de entretenimiento, se han identificado actividades que permita conocer las sedes, hacer uso de los espacios comunes y deportivos disponibles para uso de la comunidad, como son:

- i. Ingreso a las sedes para esparcimiento,
- ii. Actividad física en espacios disponibles para la comunidad,
- iii. Exposiciones informativas sobre el desarrollo y logros deportivos durante los Juegos y otras competencias desarrolladas en las sedes,
- iv. Visualización de entrenamientos,
- v. Otras actividades de entretenimiento en zonas comunes.

- **Mercado:** Entretenimiento
- **Propósito:** Ofrecer a la comunidad una oferta de actividades culturales y de entretenimiento desde las sedes del Proyecto Especial. Diversificar el uso de las sedes, buscando integración con la comunidad.
- **Público objetivo:** Comunidad/vecinos de las sedes deportivas, niñas, niños, adolescentes, jóvenes y adultos, de acuerdo con cada tipo de actividad.
- **Canales de promoción:** Canales digitales, como la web y redes sociales de Legado, medios de comunicación locales, perifoneo, y publicidad en sede.
- **Estrategia de precio:** Se desarrollará un tarifario por cada tipo de actividad según la sede. La tarifa se establecerá tomando en consideración los costos relacionados a la implementación del servicio, operación, mantenimiento y administración, según el metraje del espacio en la sede y/o proporción de recursos dedicados al servicio.
- **Estrategia de plaza:** Puntos de venta presenciales en las sedes y canal de venta digital - web de venta de entradas.
- **Estrategia de comercialización:** Aplicando las tarifas establecidas para cada servicio, se realizará la venta de las entradas a través de puntos de cobro en las sedes donde se implementen los servicios. Para ello se emitirá un ticket o boleta y recibo al usuario por la compra, a fin de llevar el control de ingreso y cumplir con las responsabilidades tributarias correspondientes.

4.2.3. Talleres Actividad Física y Recreativos

- **Descripción del producto:**

Talleres de carácter recreativo ejecutados en las sedes del Proyecto Especial Legado, con la participación y/o en asociación con entidades públicas o privadas, las cuales deberán compartir los objetivos del Proyecto Especial y el Plan de Legado.

- **Mercado:** Entretenimiento y bienestar.

- **Propósito:** Ofrecer a la comunidad una oferta multideportiva y de recreación a la ciudadanía en línea con los objetivos del Plan de Legado. Así como difundir hábitos de un estilo de vida saludable.
- **Público objetivo:** Comunidad/vecinos de las sedes deportivas, niñas, niños, adolescente, jóvenes y adultos, de acuerdo con cada tipo de taller y segmentación de grupos.
- **Canales de promoción:** Canales digitales, como la web y redes sociales de Legado, publicidad en sedes, medios de comunicación y canales de comunicación de socios/aliados.
- **Estrategia de precio:** De acuerdo con el tipo de taller, se establecerán tarifas por el derecho de inscripción, considerando los costos relacionados a su ejecución, y según los acuerdos comerciales que se suscriban, de ser el caso.
- **Estrategia de plaza:** Canal de venta digital - web de venta de inscripciones.
- **Estrategia de comercialización:** Suscripción de acuerdos comerciales para la ejecución de talleres, compartiendo responsabilidades y derechos de inscripción con las partes correspondientes. Asimismo, establecer un acuerdo para el servicio de comercialización y recaudación por la venta de inscripciones a los talleres. A través del sistema de venta se emitirá un ticket o boleta y recibo al usuario por la compra, a fin de llevar el control de ingreso y cumplir con las responsabilidades tributarias correspondientes. El proceso de venta se financiará por medio de un porcentaje del valor de la inscripción.

4.3. MERCADO DE ALOJAMIENTO

- **Descripción del producto:**

El Proyecto Especial cuenta con 2 albergues, uno en la VIDENA y otro en el Centro de Alto Rendimiento de Surf - Punta Rocas. Se cuenta con un total de 80 habitaciones, de las cuales 16 son habitaciones accesibles para personas con discapacidad. En su totalidad se cuenta con una disponibilidad para 240 huéspedes, bajo un escenario de atención regular.

Cabe comentar que, el aforo de los albergues se reduce a 120 huéspedes por la coyuntura actual, las exigencias de un estado de emergencia por la COVID-19 y las medidas de bioseguridad correspondientes.

Tabla N° 9: Distribución de habitaciones por Albergue

N°	Recinto/Sede	Habitaciones (convencionales - no accesibles)	Habitaciones accesibles
1	Albergue - Estadio Atlético de la VIDENA	34	12
2	Centro de Alto Rendimiento Punta Rocas	30	4
	TOTAL	64	16

El valor diferencial de los albergues radica en poder complementar la estadía con el acceso directo a las instalaciones deportivas y la disposición de servicios complementarios, tales como, espacios multiusos de las sedes (espacios deportivos, sala de reuniones), equipamiento deportivo, estacionamiento directo y seguridad interna.

Este servicio estará disponible según el aforo y el uso de las instalaciones para deportistas de alto rendimiento y bajo horarios restringidos. Todo ello, previa coordinación de disponibilidad, tanto comercial como deportiva.

- **Mercado:** Alojamiento
- **Propósito:** Ofrecer al sector deportivo y corporativo, paquetes de alojamiento en instalaciones de calidad, y con opciones de actividades complementarias, deportivas y no deportivas, dentro de las instalaciones de los recintos, entre otros servicios.
- **Público objetivo:** Atletas y Para atletas, delegaciones de Federaciones Nacionales e internacionales, Clubes deportivos, y otros huéspedes relacionados a la práctica deportiva y actividades corporativas.
- **Canales de promoción:** Canales digitales, como la web de Legado, redes sociales, medios deportivos especializados nacionales e internacionales, reuniones, presentaciones y comunicación directa.
- **Estrategia de precio:** Se establecerán tarifas por paquetes de alojamiento y servicios.
- **Estrategia de plaza:** Venta directa y a través de una sección específica en la web para la promoción y comercialización de los albergues y sus servicios.
- **Estrategia de comercialización:** Suscripción de acuerdos comerciales por la realización de eventos en las sedes de Legado incluyendo estadía y servicios complementarios en los Albergues listados, y a través de tarifas por paquetes de alojamiento y servicios.

4.4. MERCADO DEPORTIVO

- **Descripción del producto:**

Talleres de carácter deportivo ejecutados en las sedes del Proyecto Especial Legado, con la participación y/o en asociación con entidades públicas o privadas, las cuales deberán compartir los objetivos del Proyecto Especial y el Plan de Legado.

En el caso de los talleres de carácter deportivo, se priorizará la asociación con las Federaciones Deportivas Nacionales, como entes rectores de las diversas disciplinas deportivas, y/u organizaciones privadas relacionadas al deporte.
- **Mercado:** Deportivo.
- **Propósito:** Ofrecer a la comunidad una oferta multideportiva y de recreación a la ciudadanía en línea con los objetivos del Plan de Legado. Así como difundir hábitos de un estilo de vida saludable.
- **Público objetivo:** Comunidad/vecinos de las sedes deportivas, niñas, niños, adolescente, jóvenes y adultos, de acuerdo con cada tipo de taller y segmentación de grupos.
- **Canales de promoción:** Canales digitales, como la web y redes sociales de Legado, publicidad en sedes, medios de comunicación y canales de comunicación de socios/aliados.
- **Estrategia de precio:** De acuerdo con el tipo de taller, se establecerán tarifas por el derecho de inscripción, considerando los costos relacionados a su ejecución, y según los acuerdos comerciales que se suscriban, de ser el caso.
- **Estrategia de plaza:** Canal de venta digital - web de venta de inscripciones.
- **Estrategia de comercialización:** Suscripción de acuerdos comerciales para la ejecución de talleres, compartiendo responsabilidades y derechos de

inscripción con las partes correspondientes. Asimismo, establecer un acuerdo para el servicio de comercialización y recaudación por la venta de inscripciones a los talleres. A través del sistema de venta se emitirá un ticket o boleta y recibo al usuario por la compra, a fin de llevar el control de ingreso y cumplir con las responsabilidades tributarias correspondientes. El proceso de venta se financiará por medio de un porcentaje del valor de la inscripción.

4.5. MERCADO INMOBILIARIO

▪ **Descripción del producto:**

La venta de los 1096 departamentos de la Villa Panamericana, construida para albergar a los atletas y Para atletas de los Juegos Lima 2019, en la actualidad se vienen siendo utilizadas por ESSALUD en el marco de la declaratoria del Estado de Emergencia Sanitario Nacional y a lo indicado en el DU N°030-2021 y su ampliación mediante el DU N°138-2021, dicho uso temporal tendría vigencia hasta finales de Julio del 2021. Acorde con dichas medidas, se tiene pendiente la emisión de normativa correspondiente que viabilice la comercialización de estos inmuebles, a partir del segundo semestre del presente año, generando potenciales ingresos al PELJP, para lo cual la DCCM brindaría soporte a la OCRL en el plan de disposición de las torres.

▪ **Mercado:** Inmobiliario

▪ **Propósito:**

- Realizar la comercialización de los departamentos de la Villa Panamericana y los estacionamientos del recinto, en coordinación con la OCRL y el Plan de disposición de las torres que viene desarrollando.

▪ **Público objetivo:** empresas desarrolladoras inmobiliarias, operadoras de inmuebles, fondos de inversión, fondos hipotecarios públicos y privados y, clientes institucionales diversos, así como los clientes finales que buscan viviendas.

▪ **Canales de promoción:** Canales digitales, como la web y redes sociales de Legado y canales de comunicación de socios/aliados, entre otros.

▪ **Estrategia de precio:** Sujeto a revisión de las directrices institucionales.

▪ **Estrategia de plaza:** A través de un desarrollador inmobiliario, pendiente de confirmación.

▪ **Estrategia de comercialización:** Contratos de compra venta de inmuebles, cesión de uso de inmuebles, concesión de inmuebles, derecho de superficie, entre otros.

5. FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN

Se propone que el Proyecto Especial Legado, genere sus propios ingresos a través de las siguientes formas de comercialización:

5.1. BRINDAR BIENES/SERVICIOS DIRECTAMENTE

- a) Realizar talleres: deportivos y/o recreativos.
- b) Brindar hospedaje en Albergues: deportistas, medios de prensa, público a eventos.
- c) Realizar servicios de entretenimiento y bienestar en sedes: visitas guiadas, experiencia en sedes, membresía para uso de espacio.
- d) Comercializar el Libro Memoria de los Juegos.

5.2. BRINDAR SERVICIOS CON ALIADOS INSTITUCIONALES O SOCIOS COMERCIALES

- a) Realizar talleres: deportivos y/o recreativos.
- b) Realizar eventos: deportivos, recreativos, culturales, musicales, otros.
- c) Realizar servicios de entretenimiento y bienestar en sedes: visitas guiadas, experiencia en sedes, membresía para uso de espacio.

5.3. CEDER DERECHOS DE USO O DISPOSICIÓN DE BIENES A TERCEROS

a) Contratos de Concesión: (brinda servicios a largo plazo)

- Espacios deportivos y no deportivos.
- Espacios comerciales: Tiendas, Cafeterías, entre otros.
- Espacios de publicidad perimetral: Vallas publicitarias al interior y exterior de las sedes.
- Estacionamientos de las sedes.

b) Contratos de uso de Instalaciones: (uso directo a corto plazo)

- Uso de espacios para eventos de diversa índole (deportivos, recreativos, culturales, musicales, otros).
- Albergues de las Sedes: hospedaje, alimentación, y/o paquetes de estadía, entrenamiento con un tutor, otros.

c) Contratos de cesión de derechos

- Licencia de uso de la marca y derechos de autor.

Tabla N° 10: Resumen de las formas de comercialización por tipo de producto

N°	Mercado	Bien/Servicio	Forma de Comercialización
1	Cesión de uso comercial (disposición de bienes)	Espacios para fines publicitarios	Contrato de concesión.
		Espacios para fines comerciales	Contrato de uso de instalaciones.
		Estacionamientos	Contrato de concesión.
		Espacios para actividades deportivas	Contrato de uso de instalaciones.
		Espacios para actividades no deportivas	Contrato de uso de instalaciones.
2	Entretenimiento y Bienestar	Memoria de los Juegos Lima 2019	Comercialización por terceros (venta nacional e internacional).

N°	Mercado	Bien/Servicio	Forma de Comercialización
		Experiencia en sedes (membresías, paseos, visitas guiadas, otros)	Venta directa al público (tarifario), Contratos de uso y/o Acuerdos Comerciales.
		Talleres recreativos y actividad física	Acuerdos comerciales con aliados
			Ejecutados directamente, contratación de instructores y/o acuerdos/convenios con aliados.
			Proveedor de servicios de venta de entradas.
			Obtener derechos comerciales con coorganizadores de eventos.
3	Alojamiento	Albergues	Venta directa al público (tarifario), Contratos de uso y/o Acuerdos Comerciales.
			Acuerdos comerciales con aliados.
4	Deportivo	Talleres deportivos	Ejecutados directamente, contratación de instructores y/o acuerdos/convenios con aliados.
			Proveedor de servicios de venta de entradas.
			Obtener derechos comerciales con coorganizadores de eventos.
5	Inmobiliario	Villa Panamericana	Contratos a definir según el mercado inmobiliario: compra venta de inmuebles, cesión de uso de inmuebles, concesión de inmuebles, derecho de superficie, entre otros.

Para llevar a cabo la implementación de las propuestas de comercialización de los productos (bienes y servicios) se estima una demanda presupuestal de S/ 300,500.00 para el año 2021, que se detalla en el ANEXO N° 01. La cual no sujeta estrictamente el desarrollo e implementación de los bienes y servicios a comercializarse.

5.4. PREMISAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

- i. Articular la definición y operatividad de productos y servicios.
- ii. Aprobar protocolos de bioseguridad para operación por recinto y según tipo de actividad.
- iii. Gestionar permisos para asistencia de espectadores a competencias.
- iv. Contar con los permisos y autorizaciones de funcionamiento según tipo de espacio deportivo y no deportivo identificado.
- v. Garantizar la operatividad de los espacios identificados, a través de un mantenimiento programado.
- vi. Desarrollar un sistema o herramienta de programación de operaciones de las sedes, considerando los horarios de funcionamiento, disponibilidad de horarios por sede (entrenamiento de alto rendimiento, mantenimiento, competencias y otras actividades).

- vii. Desarrollar normativa y procedimientos administrativos para la suscripción y gestión de contratos y acuerdos comerciales.
- viii. Aprobar las tarifas para la comercialización de los bienes y servicios identificados.
- ix. Desarrollar mecanismos de recaudación de acuerdo con las estrategias de comercialización de los bienes y servicios identificados, así como procedimientos para la facturación y cobranza, según corresponda.
- x. Desarrollar estrategias de promoción y difusión a nivel nacional e internacional, según el alcance de los bienes y servicios.
- xi. Establecer procedimientos y herramientas de mejora continua.
- xii. Coordinar con las áreas responsables de la provisión y requisitos de servicios como seguridad, mantenimiento, otros por medio de terceros en los recintos.
- xiii. Realizar una validación final con las áreas correspondientes respecto de las condiciones vigentes o modificaciones necesarias para la comercialización de los productos, sin afectar el uso regular de las instalaciones para los fines deportivos y no deportivos.
- xiv. Realizar coordinaciones e informes de las áreas técnicas vinculantes, a fin de aprobar previamente a la ejecución de su comercialización, a efectos de asegurar la adecuada organización y desarrollo de los productos.

5.5. PROPUESTA DE PROCEDIMIENTOS PARA EL DESARROLLO Y COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

Para viabilizar las propuestas indicadas en el punto anterior, deberán realizarse diversas acciones, según se detalla a continuación:

5.5.1. Con relación a brindar servicios directamente:

a) Talleres, eventos y hospedaje:

- i. Contar con la habilitación y disponibilidad de los espacios.
- ii. Licencias y autorizaciones correspondientes.
- iii. Establecer tarifas y aprobar el Texto Único de Servicios No Exclusivos -TUSNE del Proyecto Especial Legado.
- iv. Contar el personal calificado para la prestación de los servicios.

5.5.2. Con relación a cesión de derechos de uso o disposición de bienes a Terceros

a) Contratos de concesión:

- i. Habilitación y disponibilidad de espacios.
- ii. Licencias y autorizaciones correspondientes.
- iii. Proceso de Convocatoria para la contratación:
 - Elaboración de términos de referencia.
 - Conformación de un Comité de Selección.
 - Elaboración y aprobación de las Bases del Concurso.
 - Publicación de la Convocatoria.
 - Elaboración y suscripción de Contrato.
- iv. Supervisión de la ejecución del Contrato.

b) Contrato de uso de Instalaciones:

- i. Habilitación y disponibilidad de los espacios ubicados en las Sedes.
- ii. Licencias y autorizaciones correspondientes.
- iii. Establecer tarifas y aprobar el Texto Único de Servicios No Exclusivos - TUSNE del Proyecto Especial Legado.
- iv. Realizar valorizaciones de requerimientos y establecer contraprestaciones en acuerdos comerciales.
- v. Solicitud del administrado.
- vi. Elaboración y suscripción del Contrato.
- vii. Supervisión de la ejecución del Contrato.

c) Contratos de cesión de derechos:

- i. Establecer tarifas y aprobar el Texto Único de Servicios No Exclusivos - TUSNE del Proyecto Especial Legado.
- ii. Solicitud del administrado.
- iii. Elaboración y suscripción del Contrato.
- iv. Supervisión de la ejecución del Contrato.

5.6. PROYECCIÓN DE INGRESOS POR LA COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS 2021-2024

Los ingresos provienen de la comercialización de bienes propiedad del Proyecto Especial Legado y la ejecución de servicios en las sedes administradas por el Proyecto Especial, venta de entradas a eventos e inscripciones a actividades físicas y recreativas, el uso de las sedes deportivas para la realización de actividades deportivas, culturales, sociales, y otras, concesión de los espacios comerciales para la implementación de puntos de venta de alimentos y bebidas, y concesión de espacios publicitarios y estacionamientos.

Las proyecciones para el año 2021 se han elaborado en base a una metodología cualitativa, que considera como factores influyentes, la disponibilidad de los bienes y servicios a comercializar, sus costos y la proyección de demanda basada en un análisis de mercado pre y post-COVID-19.

De acuerdo con el marco legal del Proyecto Especial Legado, y dada la naturaleza y procedencia de los ingresos generados, estos entran dentro de la clasificación de Recursos Directamente Recaudados (RDR), y corresponden a las específicas de bienes y servicios y derechos administrativos, y cesión de uso de espacios en sedes administradas.

Por la comercialización de los bienes y servicios identificados en el presente Plan, para el 2021 se estima un potencial de ingresos por un valor de S/ 3,032,791.06 millones, mientras que para el 2022, se estima un potencial de recaudación de S/ 5,173,248.62 millones.

Para las proyecciones del periodo 2022-2024, se toma como base los ingresos proyectados del año 2021, y se utiliza como factores de ajuste la tasa de crecimiento proyectado del PBI, una tasa que representa el objetivo de crecimiento anual y particularmente para el año 2022.

Tabla N° 11: Proyección de Ingresos por la Comercialización de Bienes y Servicios 2021-2024

Mercado	Producto	Año			
		2021	2022	2023	2024
Cesión de uso comercial	Publicidad Perimetral	S/360,000.00	S/615,207.27	S/984,309.92	S/1,082,719.19
	Concesión espacios comerciales	S/280,000.00	S/478,494.54	S/765,574.38	S/842,114.93
	Concesión de Estacionamientos	S/236,230.10	S/403,695.76	S/645,898.97	S/710,474.61
	Cesión de uso de sedes - actividades deportivas	S/156,931.79	S/588,602.61	S/1,454,404.82	S/1,599,813.21
	Cesión de uso de sedes - actividades no deportivas	S/90,000.00	S/268,182.16	S/246,077.48	S/270,679.80
	Cesión de uso de sedes - actividades sin fines comerciales	S/76,054.05	S/129,969.46	S/207,946.54	S/228,736.61
Entretenimiento y bienestar	Memoria de los Juegos	S/750,000.00	-	-	-
	Visitas guiadas	S/47,520.00	S/81,207.36	S/129,928.91	S/142,918.93
	Ingreso a sedes	S/191,727.00	S/327,644.01	S/524,218.86	S/576,629.17
	Experiencia en sedes	S/65,000.00	S/111,079.09	S/177,722.62	S/195,490.97
	Venta de entradas eventos	S/71,328.13	S/121,893.28	S/195,024.95	S/214,523.14
	Talleres recreativos	S/160,000.00	S/427,227.27	S/683,548.56	S/751,888.33
Alojamiento	Albergues	S/228,000.00	S/645,967.63	S/1,136,057.70	S/1,249,638.40
Deportivo	Talleres FDN	S/320,000.00	S/974,078.18	S/1,387,603.57	S/1,526,333.30
TOTAL PROYECCIÓN		S/3,032,791.06	S/5,173,248.62	S/8,538,317.28	S/9,391,960.58

ANEXO 01: DEMANDA PRESUPUESTAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN (AÑO 2021)

N°	Actividad	Responsable	MAY-21	JUN-21	JUL-21	AGO-21	SET-21	OCT-21	NOV-21	DIC-21	Total
1	Servicio de SMS y e-mailing para las comunicaciones de actividades del Proyecto Especial Legado.	DCCM	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/32,000.00
2	Servicio de impresión de material y producción digital (catálogo) para presentación de producto albergue a potenciales clientes y branding de Legado en zonas exteriores e interiores.	DCCM	S/15,000.00								S/15,000.00
3	Servicio de impresión de totems, scroll Banner y banner de PVC para el producto Talleres/Ingreso a Sedes.	DCCM	S/8,000.00			S/8,000.00					S/16,000.00
4	Servicio de adaptación museográfica para la Ruta Legado Lima 2019 a implementarse en las sedes Legado con el fin de posicionar el Proyecto Especial Legado.	DCCM	S/20,000.00								S/20,000.00
5	Servicio de diseño, impresión e instalación de piezas gráficas, flyers, banners, implementación de mueblería, alfombra, tapicería, iluminación, entre otros para el producto Ruta Legado 2019.	DCCM	S/60,000.00								S/60,000.00
6	Servicio de impresión de material promocional para la comercialización de la memoria.	DCCM	S/3,500.00								S/3,500.00
7	Servicio de traslado de memorias con fin promocional a instituciones y aliados estratégicos.	DCCM	S/5,000.00								S/5,000.00
8	Servicio de difusión en redes sociales y promoción de las actividades deportivas y no deportivas que se realizan en las sedes Legado.	DCCM	S/7,000.00		S/7,000.00		S/7,000.00				S/21,000.00
9	Servicio de recepción y servicio al cliente para el producto de sala de Reuniones en las sedes Legado.	DCCM		S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/42,000.00
10	Servicio de desarrollo de actividades recreativas y físicas dirigidas a los públicos objetivos de las sedes administradas.	DCCM			S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/36,000.00
11	Servicio de elaboración de estudio de comercialización de los departamentos de las torres de la Villa Panamericana.	DCCM				S/50,000.00					S/50,000.00
TOTAL DEMANDA			S/122,500.00	S/10,000.00	S/23,000.00	S/74,000.00	S/23,000.00	S/16,000.00	S/16,000.00	S/16,000.00	S/300,500.00