

Tabla de Contenido

1.	Introducción	1
2.	Objetivos y Metodología	3
	Objetivo General	3
	Objetivos Específicos.....	3
	Metodología	3
	Alcance	4
3.	Marco Conceptual.....	6
	Investigación de Mercado	6
	Plan de Negocios	10
4.	Estudio de Mercado	11
	4.1 Problema a Investigar y Enfoque	11
	4.2 Desarrollo de la Investigación	13
	4.3 Resultados de la Investigación.....	14
	4.4 Conclusiones de la Investigación	18
5	Análisis de Mercado	20
	Análisis FODA.....	20
	Fortalezas	20
	Oportunidades	21
	Debilidades	21
	Amenazas.....	21
6	Business Model CANVAS.....	22
	Segmentos de Clientes	22
	Relación con los Clientes.....	23
	Canales de Comunicación	24
	Flujos de Ingreso.....	25
	Propuesta de Valor	25
	Actividades Clave.....	25
	Recursos Clave.....	25
	Partners Clave	26
	Estructura de Costos.....	26
7	Misión y Visión	27

8	Plan Operativo	28
	Etapa Pre-Operacional.....	28
	Etapa Operacional	29
	Equipo de Trabajo.....	32
	Nombre de la Red Social	33
9	Plan de Marketing.....	34
	Producto.....	34
	Precio.....	36
	Promoción.....	38
	Post-venta.....	39
	Distribución	41
10	Plan Financiero.....	42
	10.1 Estructura de Ingresos	42
	10.2 Estructura de Costos	45
	10.3 Flujo de Caja.....	48
	10.4 Indicadores y Resultados.....	51
11	Conclusiones	52
12	Bibliografía.....	54
13	Anexos.....	55
	Anexo 1: Encuesta realizada a potenciales usuarios de Dyport.....	55
	Anexo 2: Tabla valores Z para distribución normal	57
	Anexo 3: Potenciales Clientes de Dyport	57
	Anexo 4: Potenciales usuarios y clientes entrevistados	58
	Anexo 5: Estimación Diaria y Mensual de Usuarios de Dyport.....	59
	Estimación Diaria:	59
	Estimación Mensual:.....	60
	Anexo 6: Costos de Activaciones en Eventos Deportivos	61
	Anexo 7: Flujo de Caja Dyport.....	62