

Tabla de Contenido

1. Introducción	1
1.1.Descripción de la Organización	1
2. Descripción del Mercado	2
3. Descripción del tema a abordar y preguntas claves a responder	6
3.1.Preguntas clave a responder	6
4. Alcance del tema	8
5. Objetivos y factores críticos de éxito	8
5.1.Objetivo General.....	8
5.2.Objetivos Específicos	8
5.3.Factores Críticos de Éxito.....	9
5.4.Resultados Esperados	9
6. Marco conceptual	10
6.1.Análisis del entorno: Porter	10
6.2.Transformación Digital.....	10
6.3.Estrategia digital	10
6.4.Modelo de negocio.....	10
6.5.Plataforma.....	11
6.6.Ecosistema Digital	11
6.7.El marketing mix de servicios, las 7p	11
7. Análisis del mercado del deporte	12
7.1.Mercado tradicional.....	12
7.1.1. Análisis Porter del mercado tradicional deportivo.....	12
7.2.Mercado digital	22
7.2.1. Análisis Porter del mercado digital deportivo	23
7.3.Tendencias del mercado internacional deportivo en la era digital	28
8. Análisis de los clientes (usuarios y entrenadores)	29
8.1.Entrevistas e investigaciones de mercado.....	30
8.2.Segmentación de los clientes	32
8.3.Definición de los arquetipos de clientes.....	35
9. Regulación de las plataformas digitales.....	35
9.1.Definición de tipos de entrenadores a capturar	35
9.2.Definición de la regulación existente.....	36

9.3. Definición de la seguridad de la información (SI) existente	37
9.4. Definición de la protección de datos existente	38
10. Marketing Mix: 7p	38
10.1. Definición de las 7p dentro de un contexto digital	38
10.2. Acercamiento aplicado al marketing digital	41
10.3. Conclusiones del análisis de las 7 p's	41
11. Modelo de negocios	42
11.1. Propuesta de valor para socios y usuarios	42
11.2. La relación con el cliente se construye a través de los canales y los mismos usuarios	46
11.3. Segmento de clientes	48
11.4. Actividades claves a realizar	49
11.5. Recursos claves	52
11.6. Socios claves	53
11.7. Fuentes de ingreso de la plataforma	55
11.8. Estructura de costos de la operación	55
Cuadro 1: Modelo de Negocio	56
12. Estrategia Digital	57
12.1. Plataforma digital	58
12.1.1. Operación de la plataforma	58
12.1.2. Tecnología a utilizar	58
12.1.3. Funcionamiento general y principales actividades	59
12.1.4. Métricas de control de la plataforma	60
12.2. Gestión organizacional	61
12.2.1. Estructura organizacional	61
13. Plan financiero	62
13.1. Evaluación financiera del modelo de negocio	62
13.1.1. Modelo de ingresos financieros	62
13.1.2. Modelo de costos de operación	64
Cuadro 2: Inversión inicial	65
Cuadro 3: Costos de la operación del año 1	65
Cuadro 4: Cálculo Q entrenadores grupales	66
Cuadro 5: Costos anuales	68
13.2. Evaluación económica (Flujo de caja proyectado)	68

Cuadro 6: Flujo de Caja proyectado a 5 años.....	69
Cuadro 7: VAN, TIR	70
14. Conclusiones y recomendaciones	70
15. Bibliografía.....	72
16. Anexos	73
16.1 Figuras y tablas	73
16.2. Entrevistas en profundidad a entrenadores.....	105
16.3. Encuestas implementadas	116
16.4. Regulación plataformas digitales, usuario y la actividad	124
16.5. Historia de la normativa web en chile	125
16.6. Controversia mundial frente a la regulación digital	126
16.7. Normas de Seguridad de la Información reguladas por las ISO recomendadas por el Instituto Nacional para la Normalización (INN):	127
16.8. Algunos de los conceptos claves en Ciberseguridad	128
16.9. Conceptos claves a considerar por efecto de la ley 19.628 Sobre la Protección de la Vida Privada.	130
16.10. Disposiciones Generales de la Protección de Datos Personales	131
16.11. Proceso de la idea hasta su operación.....	133
16.12. Posicionamiento del servicio	133
16.13. Conceptos aplicados al marketing digital	134
16.14. Necesidades y gustos del usuario	136
16.15. Cadena de Valor	136
16.16. CJM, Proceso que experimenta el usuario	137