

## TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción .....	1
1.1 Antecedentes Generales .....	1
1.1.1 Descripción General de EVoting .....	1
1.2 Descripción del Proyecto y Justificación .....	1
1.2.1 Descripción del Proyecto .....	1
1.2.2 Justificación de Mercado .....	2
1.2.3 Justificación Económica .....	3
1.3 Objetivos del proyecto .....	4
1.3.1 Objetivo General .....	4
1.3.2 Objetivos Específicos .....	4
2. Marco Conceptual.....	4
2.1 Sistemas de votación electrónica .....	4
2.1.1 Voto electrónico en papel .....	4
2.1.2 Máquinas de grabación electrónica directa o DRE.....	5
2.1.3 Votación electrónica de red pública .....	5
2.1.4 Votación electrónica remota .....	5
2.2 Entorno externo.....	5
2.2.1 Entorno general .....	5
2.2.2 Entorno de la competencia .....	6
2.2.3 Entorno de la industria .....	6
2.3 Estrategias de entrada a un mercado .....	6
2.3.1 Tiempo de entrada .....	6
2.3.2 Escala de entrada .....	7
2.4 Modos de entrada .....	8
2.5 Selección del modo de entrada.....	9
2.6 Segmentación de mercado .....	9
2.7 Posicionamiento.....	10
2.8 Marketing mix .....	10
2.9 Factibilidad Económica .....	11
3. Metodología.....	11
3.1 Estudio de mercado .....	11
3.2 Selección del modo de entrada.....	12
3.3 Segmentación y selección del cliente.....	12
3.4 Posicionamiento .....	12
3.5 Plan de marketing .....	13
3.6 Plan operacional .....	13
3.7 Plan de recursos humanos .....	13
3.8 Análisis financiero .....	14
4. EVoting.....	14
4.1 Característica de EVoting .....	14

4.1.1 Misión y visión .....	14
4.1.2 Organigrama.....	15
4.1.3 Servicios .....	16
4.1.4 Clientes .....	17
4.1.5 Dimensionamiento de la actividad.....	17
4.1.6 Ventaja Competitiva .....	18
4.1.7 Canales .....	18
4.2 Marco Institucional.....	19
4.2.1 Actores.....	19
4.2.2 Relación con los actores .....	20
4.2.3 Regulaciones relevantes .....	20
4.2.4 Tendencias del mercado.....	20
4.2.5 Posicionamiento de la empresa en el mercado .....	21
4.3 Desempeño Organizacional .....	21
5. Resultados y análisis.....	23
5.1 Estudio de mercado .....	23
5.1.1 Entorno general .....	23
5.1.2 Entorno de la competencia .....	33
5.1.3 Entorno de la industria .....	36
5.2 Selección del modo de entrada.....	38
5.3 Segmentación y selección del cliente.....	42
5.4 Posicionamiento .....	47
5.4.1 Votación Ciudadanos .....	47
5.4.2 Votación UDI .....	48
5.4.3 Conclusiones Ciudadanos y UDI .....	49
5.4.4 Implicancia internacional.....	49
5.5 Plan de marketing .....	51
5.5.1 Producto .....	51
5.5.2 Promoción .....	54
5.5.3 Precio .....	56
5.5.4 Plaza .....	58
5.6 Plan operacional .....	59
5.7 Plan de recursos humanos.....	60
5.8 Evaluación económica .....	61
5.8.1 Matriz de costos e inversión.....	61
5.8.2 Proyección de ingresos .....	64
5.8.3 Flujo de caja 24 meses.....	66
5.8.4 Flujo de cada 5 años .....	66
5.8.5 Análisis de sensibilidad .....	67
5.8.6 Análisis de escenarios .....	68
5.8.7 Análisis de riesgos .....	69
6. Conclusiones .....	70
7. Bibliografía .....	72