

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
<i>Problema.....</i>	<i>5</i>
<i>Motivación y forma de trabajo.....</i>	<i>5</i>
<i>Hipótesis de Investigación</i>	<i>5</i>
<i>Objetivo General del Proyecto</i>	<i>6</i>
2. MARCO CONCEPTUAL Y METODOLOGÍA.....	7
2.1 METODOLOGÍA	7
3. PROYECTO DOCODE.....	21
<i>Alcance</i>	<i>22</i>
3.1 <i>Misión y Visión.....</i>	<i>22</i>
3.2 <i>Funcionamiento.....</i>	<i>22</i>
<i>Interfaces de la versión lite.....</i>	<i>23</i>
<i>Interfaces de la versión DOCODE ASP.....</i>	<i>25</i>
Interfaces del usuario Súper Administrador	25
Interinterfaces del usuario Administrador	27
Interfaces del usuario Profesor	28
Interfaces del usuario Alumno.....	29
3.3 SITUACIÓN ACTUAL DEL PROYECTO.....	32
4. MACROENTORNO ESPAÑOL	33
<i>Industria SaaS y Mercado de servicio online de análisis de texto</i>	<i>33</i>
<i>Tamaño del mercado y la industria (clientes y \$ por año)</i>	<i>37</i>
<i>Fuente: Icon Group 2009.....</i>	<i>38</i>
<i>Proyecciones.....</i>	<i>38</i>
<i>Competencia relevante.....</i>	<i>39</i>
<i>Barreras de entrada.....</i>	<i>39</i>
5. MODELO DE NEGOCIOS	40
5.1 CLIENTES.....	40
<i>Segmentos de Clientes.....</i>	<i>40</i>
<i>Relación con el Cliente</i>	<i>40</i>
<i>Canales</i>	<i>41</i>
5.2 OFERTA DE VALOR	41
<i>Propuesta de Valor</i>	<i>41</i>
5.3 INFRAESTRUCTURA.....	41
<i>Actividades Principales</i>	<i>41</i>

<i>Recursos Clave</i>	42
<i>Socios Estratégicos</i>	42
5.4 VIABILIDAD FINANCIERA.....	42
<i>Estructura de Costos</i>	42
<i>Flujos de Ingreso</i>	43
6. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	44
6.1 ANÁLISIS DE ATRACTIVIDAD: JUSTIFICACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO.....	44
6.2 ESTUDIO DE OBSERVACIÓN: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	46
Caracterización de Académicos	46
Caracterización Instituciones Educativas.....	54
7. ESTRATEGIA DE ENTRADA.....	63
7.1 <i>Fondos disponibles</i>	64
<i>Tratados de libre comercio</i>	65
7.2 MODELO DE COMERCIALIZACIÓN.....	65
Descripción del Servicio	65
La versión lite para España	66
La versión Moodle	66
Distribución.....	67
Promoción	67
Precio	69
7.3 MODELO DE SUSCRIPCIÓN.....	69
7.4 ESTRATEGIA COMPETITIVA	69
7.5 ANÁLISIS FINANCIERO	70
<i>Proyección de estados financieros</i>	70
<i>Análisis de riesgos</i>	72
<i>Estrategias de salida y manejo de contingencias</i>	72
7.6 PRINCIPALES ACCIONES	73
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	74
9. BIBLIOGRAFÍA.....	76
10. ANEXOS	78
<i>Anexo A: Análisis de las componentes relevantes de PESTEL para España</i>	78
<i>Anexo B: Indicadores de atraktividad para selección de mercados</i>	79
<i>Anexo C: Valores de los indicadores utilizados para el análisis de atraktividad</i>	80
<i>Anexo D: Instrumentos de Medición Cuantitativa - Encuestas</i>	85
<i>Anexo E: Análisis FODA</i>	94