

TABLA DE CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN	1
1.1	Justificación	2
1.2	Descripción del proyecto y las preguntas claves	3
1.3	Alcance del proyecto	4
1.4	Objetivos	4
	1.4.1 Objetivo general:	4
	1.4.2 Objetivos específicos:.....	4
1.5	Metodología	5
1.6	Desarrollo del tema	5
II.	ANÁLISIS DEL MERCADO	6
2.1	Certificación Digital: Factura Electrónica.	6
	2.1.1 Generalidades.	6
2.2	Características del Mercado	9
	2.2.1 Industria Mundial	9
	2.2.2 Industria en Colombia	12
2.3	Principales actores	14
	2.3.1 Compañía.....	14
	2.3.2 Segmento de cliente.....	14
	2.3.3 Competencia	15
	2.3.4 Canal de distribución.....	17
2.4	Entrevistas y resultados.....	18
	2.4.1 Análisis de la investigación de Mercado	18
	2.4.2 Conclusiones.....	19
III.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	21
3.1	Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter y las Barreras de entrada y salida	21
	3.1.1 Análisis de las Barreras de Entrada	21
	3.1.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	22
	3.1.3 Competencia de los productos sustitutos.....	23
	3.1.4 Poder de negociación de los clientes	23
	3.1.5 Poder de negociación de los proveedores.....	23
	3.1.6 Rivalidad entre competidores consolidados	23
	3.1.7 Barreras de Salida.....	24
3.2	Análisis FODA.....	26
	3.2.1 Fortalezas.....	26
	3.2.2 Oportunidades.....	26
	3.2.3 Debilidades	27
	3.2.4 Amenazas	27
	3.2.5 Conclusiones.....	27
IV.	MODELO DEL NEGOCIO	28
4.1	Modelo CANVAS	28
	4.1.1 Propuesta de Valor	28
	4.1.2 Segmento de Clientes	28
	4.1.3 Canales/Distribución	28
	4.1.4 Relación con Clientes	29
	4.1.5 Fuentes de Ingresos	29
	4.1.6 Recursos Claves.....	29

4.1.7	Actividades Claves	29
4.1.8	Socios Claves.....	29
4.1.9	Estructura de Costos	29
4.2	Misión, Visión y Objetivos Estratégicos.....	30
4.2.1	Misión.....	30
4.2.2	Visión	30
4.2.3	Objetivos Estratégicos	30
V.	PLAN DE MARKETING.....	31
5.1	Objetivos	31
5.2	Estrategias de marketing.....	31
5.2.1	Estrategia de conocimiento de la marca y del producto.	31
5.2.2	Estrategia del posicionamiento de la marca y del producto.	32
5.2.3	Marketing Mix.....	33
5.2.4	Participación de mercado.....	52
VI.	PLAN DE OPERACIONES	54
6.1	Preoperacional.....	54
6.2	Operacional.....	60
6.2.1	Infraestructura de Clave Pública.....	60
6.2.2	Proceso de Validación	61
6.2.3	Proceso de Compra.....	62
6.2.4	Proceso de Instalación.	63
6.2.5	Proceso de Firmar Digitalmente	64
6.2.6	Proceso de Postventa	65
VII.	PLAN DE COLABORADORES	66
7.1	Estructura Organizacional.....	66
7.2	Perfil del Cargo	67
VIII.	PLAN FINANCIERO.....	70
8.1	Supuestos Financieros.....	70
8.1.1	Valor monetario.....	70
8.1.2	Impuestos.....	70
8.1.3	Metodología de Evaluación.....	71
8.1.4	Financiamiento	71
8.2	Inversión inicial	71
8.3	Costos de operaciones y administración	71
8.3.1	Costos fijos	71
8.3.2	Costos Variables	71
8.4	Ingreso Estimados	73
8.5	Evaluación Financiera del Proyecto Puro	74
8.6	Análisis de sensibilidad.....	75
IX.	CONCLUSIÓN.....	79
X.	BIBLIOGRAFIA	81