

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	1
1.1	Antecedentes Generales	1
1.1.1	Características de la empresa	1
1.1.2	Mercado y Marco institucional	3
1.1.3	Desempeño organizacional	4
1.2	Descripción del proyecto y justificación	5
1.2.1	Información del área de la organización	5
1.2.2	Problema	6
1.2.3	Identificación y validación de hipótesis	9
1.2.4	Contexto e historia de RPA	12
1.2.5	Oportunidad de solución	12
1.2.6	Propuesta de Solución	13
1.3	Objetivos	13
1.3.1	Objetivo General	13
1.3.2	Objetivos Específicos	13
1.4	Marco conceptual	13
1.4.1	Entorno general	14
1.4.1.1	Análisis PESTEL	14
1.4.2	Entorno de la Industria	15
1.4.2.1	Modelo de las 5 Fuerzas de Porter	15
1.4.2.1.1	Amenaza de entrada	15
1.4.2.1.2	Poder de los proveedores	16
1.4.2.1.3	Poder de los compradores	16
1.4.2.1.4	Amenaza de los sustitutos	16
1.4.2.1.5	Rivalidad entre competidores existentes	16
1.4.3	Investigación de Mercado	16
1.4.4	Ciclo de Adopción de Tecnología e Innovación	18
1.4.5	Modelos de Negocios	19
1.4.6	Marketing Mix	21
1.5	Metodología	22
1.5.1	Análisis del Entorno Externo	22
1.5.2	Análisis del Entorno de la Industria	23

1.5.3	Análisis FODA	24
1.5.4	Modelo de Negocios	24
1.5.5	Plan de Implementación de Marketing	26
1.5.5.1	Plan de Marketing	26
1.5.6	Evaluación de Impacto Económico	26
1.6	Alcances	27
1.7	Resultados esperados	28
2	DEFINICIÓN DEL ESTADO DEL ARTE	29
2.1	Análisis del Entorno Externo (PEST)	29
2.1.1	Político – Legal	29
2.1.2	Económico	32
2.1.3	Social	32
2.1.4	Tecnológico:	34
2.1.5	Conclusiones preliminares	35
2.2	Análisis del Entorno Industrial	36
2.2.1	Amenaza de Nuevos Entrantes	36
2.2.2	Poder de los proveedores	37
2.2.3	Poder de los compradores	39
2.2.4	Amenaza de los sustitutos	40
2.2.5	Rivalidad entre los competidores	41
2.2.6	Conclusiones preliminares	42
2.3	Tendencia del mercado	43
2.4	Consideraciones del futuro de la tecnología	44
2.5	Análisis DAFO (FODA)	47
3	MODELO DE NEGOCIO	51
3.1	Primera versión del Modelo de Negocios	51
3.2	Investigación de Mercado	55
3.2.1	Enfoque, diseño y recopilación de información	55
3.2.2	Resultados y conclusiones generales	55
3.3	Modelo de Negocios Propuesto	56
4	ESTRATEGIA DE MARKETING Y VENTAS	68
4.1	Mercado	68
4.1.1	Mercado potencial	68
4.1.2	Mercado meta	69

4.2	Modelo S.A.V.E	69
4.2.1	Solución	69
4.2.2	Acceso	77
4.2.3	Valor	78
4.2.4	Educación	80
5	EVALUACIÓN DE IMPACTO ECONÓMICO	82
5.1	Supuestos y parámetros	82
5.1.1	Proyecciones	82
5.1.2	Inversión	84
5.1.3	Costos	84
5.1.4	Ingresos	85
5.2	Flujo de caja	85
5.2.1	Tasa de descuento	85
5.2.2	Escenarios de evaluación	86
5.2.3	Resultados	87
5.3	Impacto económico en el problema	88
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
6.1	Conclusiones	90
6.2	Recomendaciones	92
7	BIBLIOGRAFÍA	94
8	ANEXOS	103
8.1	Anexo A	103
8.2	Anexo B	104
8.3	Anexo C	105
8.4	Anexo D	109
8.5	Anexo E	110
8.6	Anexo F	114
8.7	Anexo G	114