

N.	EXTERNO	SÍ/NO
1	¿Nuestros clientes demandan explícitamente nuevos servicios?	
2	¿Nuestra competencia directa y/o las empresas referentes en nuestro sector tienen una oferta de servicios avanzada?	
3	¿Nuestra competencia y/o las empresas referentes en nuestro sector consiguen diferenciarse por su oferta de servicios?	
4	¿Nuestra competencia monetiza servicios que nosotros entregamos de manera gratuita?	
5	¿Nuestros clientes nos demandan productos a medida/altamente personalizados?	
6	¿Tenemos interacciones continuadas antes, durante y después de la venta de nuestros productos con nuestros clientes?	
7	¿Realizamos acciones de asistencia/de servicio antes, durante y después de la venta de producto que no conseguimos monetizar?	
8	¿Intervenimos activamente en el fin de vida de nuestros productos?	
9	¿Nuestra relación con los clientes tiende a ser cada vez más simétrica?	
10	¿Contamos con una cartera de clientes fidelizada?	
11	¿Tenemos acceso a los recursos del cliente (a sus plantas, procesos, personas, tecnologías, etc.)?	
12	¿Nuestros clientes nos hacen partícipes de sus proyectos de innovación?	
13	¿Nuestros clientes nos perciben como una empresa innovadora? ¿Nos perciben como una empresa que se arriesga y ofrece propuestas nuevas de forma recurrente?	
14	¿Nuestros clientes no valoran tanto la posesión en propiedad de nuestro producto, como la demanda de las funciones que este producto le ofrece?	
15	¿Operamos en un sector con altas cotas de madurez tecnológica?	

N.	INTERNO	SÍ/NO
1	¿Contamos actualmente con una oferta de servicios básicos en el mercado?	
2	Los servicios básicos que ofrecemos actualmente, ¿nos permiten tener ingresos recurrentes durante el ciclo de vida de producto, o generan diferenciación respecto de la competencia?	
3	¿El peso relativo de los ingresos de nuestros servicios básicos ha tendido a aumentar?	
4	¿Contamos con una base instalada de producto amplia y controlada?	
5	¿Están nuestros productos orientados a la mejora de los procesos/productos de nuestros clientes?	
6	¿Tenemos procesos de diseño de productos y servicios centrados en nuestros clientes? Por ejemplo: aplicamos métodos para la detección de las necesidades de nuestros clientes de manera sistemática y recurrente, o nuestros clientes participan en procesos de co-creación para la generación de nuevas ideas y testeo de las mismas.	
7	¿Tenemos capacidad para desarrollar nuevas tecnologías que den soporte a un oferta de servicios avanzada (IoT, Big Data, IA, etc.)?	
8	¿Exploramos las TIC (bases de datos, comunicaciones integradas, etc.) para mejorar nuestros procesos y productos?	
9	¿Contamos con el suficiente músculo financiero para soportar nuevas inversiones, adquirir nuevos recursos y/o financiar a nuestros clientes para que adquieran nuestros productos?	
10	¿Las personas en nuestra organización cuentan con una vocación innovadora y una alta disposición al cambio?	
11	¿Las personas de nuestra organización tienen una cultura orientada al cliente y vocación de servicio al cliente?	
12	¿Nos consideramos una organización flexible? ¿Contamos con capacidades para modificar nuestras estructuras y procesos con rapidez?	
13	¿Contamos con mecanismos de participación y comunicación para alcanzar una visión compartida en el conjunto de la organización?	
14	¿Contamos con una red comercial habituada y preparada para comunicar los aspectos intangibles, emocionales y relacionales de nuestra oferta?	
15	¿Disponemos de recursos y/o asistencia legal para desarrollar nuevos contratos y/o cláusulas específicas para la oferta de servicios?	