

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
I. OBJETIVOS Y ALCANCE .....	2
II. MARCO CONCEPTUAL.....	3
<b>2.1 DEFINICIONES GENERALES SOBRE INDUSTRIA 4.0 Y DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS.....</b>	<b>3</b>
III. ANÁLISIS DE ENTORNO Y DIAGNÓSTICO .....	13
<b>3.1 ANÁLISIS DE MERCADO, CLIENTES Y COMPETIDORES .....</b>	<b>13</b>
3.1.1 ANÁLISIS DE MERCADO .....	13
3.1.2 ANÁLISIS DE CLIENTES .....	16
3.1.2.1 ENCUESTA “HÁBITOS DE DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS” .....	21
3.1.3 ANÁLISIS DE COMPETIDORES.....	29
<b>3.4 ANÁLISIS DE MACRO ENTORNO, PESTEL .....</b>	<b>32</b>
<b>3.5 ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA .....</b>	<b>40</b>
IV. SÍNTESIS DE VARIABLES Y DIAGNÓSTICO .....	45
<b>4.1 ANÁLISIS CINCO FUERZAS DE PORTER .....</b>	<b>45</b>
<b>4.2 MATRIZ FODA POR SEGMENTO .....</b>	<b>53</b>
<b>4.3 MATRIZ DE ATRACTIVO POR SEGMENTO.....</b>	<b>56</b>
<b>4.4. CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO INICIAL .....</b>	<b>59</b>
V. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA.....	60
<b>5.1 DEFINICIÓN DE SEGMENTO OBJETIVO .....</b>	<b>60</b>
<b>5.2 DISEÑO DE PROPUESTA DE VALOR.....</b>	<b>61</b>
5.2.1 DEFINICIÓN DE CLIENTES, COMPETIDORES Y COMPAÑÍA .....	62
5.2.2 ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN, TARGET Y POSICIONAMIENTO .....	63
5.2.3 OBJETIVOS DE MARKETING .....	66
5.2.4 DEFINICIÓN DE ESTRATEGIA COMPETITIVA .....	66
5.2.5 MARKETING MIX.....	68
5.2.5.1 PRODUCTO .....	68
5.2.5.2 PRECIO .....	70
5.2.5.3 PUNTO DE VENTA .....	72
5.2.5.4 PROMOCIÓN .....	72
5.2.6 DESCRIPCIÓN DE MODELO DE NEGOCIO.....	73
5.2.6.1 MODELO CANVAS.....	73
5.2.7 IMPLICANCIAS INTERNAS DE CREAR NUEVO SERVICIO .....	73
VI. EVALUACIÓN DE LA FACTIBILIDAD ECONÓMICA.....	74
<b>6.1 INVERSIÓN INICIAL.....</b>	<b>74</b>
<b>6.2 INGRESOS PROYECTADOS.....</b>	<b>75</b>
<b>6.3 COSTOS PROYECTADOS .....</b>	<b>76</b>
<b>6.4 FLUJO DE CAJA.....</b>	<b>78</b>
<b>6.5 VAN, TIR Y PAYBACK.....</b>	<b>79</b>
<b>6.6 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....</b>	<b>80</b>
VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	81
BIBLIOGRAFÍA .....	82
ANEXOS .....	86