



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

# **MODELO DE NEGOCIO “SWEET HOME”:**

**VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA**

Elaborado por:

**MENDOZA PERALTA WILSON ORLANDO**

Tutoría por: **Laura Guerrero C.**

## **GRADO**

Trabajo previo a la obtención del Título de:

**Licenciado en Administración de Empresas**

Guayaquil, Ecuador  
Agosto, 2023

## 1. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN

### CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Mendoza Peralta Wilson Orlando** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “Modelo de Negocio Sweet Home: Gerencia de Validación de la Propuesta”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “Sweet Home”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes: Franco Sánchez Geraldine Katherine, Herrera Vera Marcos David, Rodríguez Mariscal Diana Estefanía y Alvarado Telcan Angel Enrique.



---

Wilson Orlando Mendoza Peralta

0302254529

Declaro que

Yo, **Mendoza Peralta Wilson Orlando** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Sweet Home: Gerencia de Validación de la Propuesta” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



---

Mendoza Peralta Wilson Orlando

0302254529

## **2. RESUMEN EJECUTIVO**

El proyecto "Sweet Home" se centra en ofrecer servicios de mantenimiento preventivo, reparación y remodelación del hogar en la ciudad de Guayaquil. El enfoque diferenciador se basa en la rapidez, calidad, experiencia, seguridad y precio justo, con el objetivo de liderar el mercado de mantenimiento y reparación del hogar. La estrategia se basa en una investigación de mercado exhaustiva que identificó un mercado potencial compuesto por propietarios de viviendas, inquilinos, pequeñas empresas y locales comerciales.

El análisis interno de la empresa destaca la capacitación y experiencia de los colaboradores, eficiencia en los procesos operativos, calidad del servicio, gestión financiera responsable y cumplimiento normativo como elementos clave. La cultura organizacional y la estrategia de marketing también son fundamentales para establecer la imagen de "Sweet Home" como un socio confiable y competente en el sector.

Las estrategias competitivas adoptadas por "Sweet Home" se enfocan en liderazgo de costos y diferenciación. En la estrategia de liderazgo de costos, se busca evitar precios demasiado bajos que puedan afectar la percepción de calidad y seguridad por parte de los clientes. Los precios se plantean de manera ascendente a largo

plazo pero siempre por debajo de la competencia, considerando el reconocimiento de la marca.

La estrategia de diferenciación se apoya en el continuo desarrollo y actualización de las habilidades del personal para optimizar y estandarizar los procesos. Esto permite ofrecer calidad y seguridad, aspectos que se diferencian de los vendedores informales y se vuelven un valor agregado para las empresas formales.

En resumen, el plan de negocio para "Sweet Home" se sustenta en una investigación de mercado profunda y un análisis interno sólido. La estrategia de liderazgo en costos y diferenciación, junto con un enfoque en calidad y seguridad, posiciona a la empresa de manera efectiva en el mercado de mantenimiento y reparación del hogar en Guayaquil. La visión a largo plazo y el compromiso con la excelencia respaldan la aspiración de "Sweet Home" de ser líder en el sector y generar un impacto positivo en la comunidad a la que atiende.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Alvarado Telcan Angel Enrique, Franco Sánchez Geraldine Katherine, Herrera Vera Marcos David, Mendoza Peralta Wilson Orlando, Rodríguez Mariscal Diana Estefanía y explica el plan de negocios del proyecto denominado "SWEET HOME"; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

### **3. PALABRAS CLAVE**

Mantenimiento, remodelación, construcción, hogar, personal capacitado.

### **4. CONSIDERACIONES ÉTICAS**

La propuesta de nuestro negocio Sweet Home nace y se desarrolla de la mano de nuestros principios éticos y morales de hacer lo correcto, en participación voluntaria de aportación de ideas de todos los integrantes de nuestro equipo de trabajo.

Declaro que todos los datos son de nuestra autoría que han sido recopilados a través de una investigación profesional y que solo corresponden a nuestro proyecto de negocio donde se ha respetado la propiedad intelectual de terceros.

## 5. ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>1. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN</b>	<b>2</b>
<b>2. RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>4</b>
<b>3. PALABRAS CLAVE</b>	<b>6</b>
<b>4. CONSIDERACIONES ÉTICAS</b>	<b>6</b>
<b>5. ÍNDICE DE CONTENIDO</b>	<b>7</b>
<b>6. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN</b>	<b>8</b>
Antecedentes	8
<b>7. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO</b>	<b>11</b>
Objetivo General	11
Objetivos Específicos	11
<b>8. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO</b>	<b>13</b>
ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	13
ESTRATEGIAS GENÉRICAS Y CICLO DE VIDA	13
DESIGN THINKING	14
ESTUDIO DE MERCADO	14
VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA	16
PLAN DE MARKETING	16
<b>9. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE MODELO DE NEGOCIO</b>	<b>17</b>
VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA	17
Analizar el problema que tiene el cliente	17
Como es el cliente, características:	20
Buyer Persona.	25
Propuesta de valor	26
¿Que se hizo para el producto mínimo viable? (propuesta)	28
Metodología de Validación: Customer Journey y Customer Experience	30
<b>10. CONCLUSIONES:</b>	<b>35</b>
RECOMENDACIONES:	36
REFLEXIÓN:	38

## 6. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

### **Antecedentes**

La problemática relacionada con la necesidad de mantenimiento preventivo, reparación y remodelación del hogar en Guayaquil pueden estar vinculados a diversos factores socioeconómicos, demográficos y urbanos. A continuación, se mencionan algunos antecedentes que contribuyen a esta problemática:

**Crecimiento Urbano:** El crecimiento rápido y desordenado de las ciudades, como Guayaquil, puede llevar a un aumento en la demanda de servicios de mantenimiento y reparación debido al envejecimiento de la infraestructura y la falta de planificación adecuada.

**Deficiencias en la Construcción:** Las deficiencias en la construcción de viviendas y edificios pueden llevar a problemas estructurales y de calidad a lo largo del tiempo, lo que requiere trabajos de reparación y remodelación.

**Falta de Mantenimiento:** Muchas propiedades pueden no haber recibido el mantenimiento adecuado a lo largo de los años, lo que puede resultar en daños y desgaste que requieren reparaciones significativas.

**Cambios Climáticos:** Los cambios en el clima pueden afectar negativamente las estructuras de las viviendas, lo que resulta en la necesidad de reparaciones y mejoras para resistir condiciones climáticas adversas.

**Envejecimiento de la población:** Una población envejecida puede tener dificultades para realizar tareas de mantenimiento y reparación por sí misma, lo que aumenta la demanda de servicios profesionales.



Estilo de Vida Moderno: Los propietarios de viviendas pueden tener horarios ocupados y limitado tiempo libre, lo que los lleva a depender más de servicios de mantenimiento y reparación en lugar de hacerlo por sí mismos.

Valoración de la propiedad: La inversión en el mantenimiento y remodelación de una vivienda puede aumentar su valor en el mercado, lo que incentiva a los propietarios a buscar estos servicios.

Normativas y Regulaciones: Cambios en las regulaciones de construcción y seguridad pueden requerir que los propietarios realicen modificaciones en sus hogares para cumplir con los estándares actuales.

Aumento en la Conciencia: La creciente conciencia sobre la importancia de mantener y mejorar las propiedades puede haber aumentado la demanda de servicios de mantenimiento y remodelación.

Tecnología y Diseño: Las tendencias cambiantes en el diseño de interiores y la tecnología pueden impulsar la necesidad de remodelaciones y actualizaciones en los hogares.

Estos son los antecedentes que contribuyen a la problemática de la necesidad de servicios de mantenimiento preventivo, reparación y remodelación del hogar en Guayaquil. La combinación de estos factores puede llevar a una demanda creciente de profesionales y empresas que ofrezcan soluciones en este campo.

#### Justificación

Mantenimiento Preventivo para la Seguridad: Las reparaciones y mejoras regulares no solo mantienen la apariencia y comodidad del hogar, sino que también aseguran su seguridad. Los problemas no abordados, como instalaciones eléctricas defectuosas o

filtraciones de agua, pueden convertirse en riesgos para la seguridad.

**Preservación de la Inversión:** Las viviendas son una inversión significativa. El mantenimiento y las remodelaciones adecuadas pueden aumentar el valor de la propiedad y prevenir la depreciación a largo plazo.

**Bienestar y comodidad:** Un hogar en buenas condiciones contribuye al bienestar y la calidad de vida de sus habitantes. Las reparaciones y mejoras pueden crear un entorno más cómodo y funcional.

**Cumplimiento Normativo:** Los cambios en las regulaciones de construcción y seguridad pueden requerir que los propietarios realicen modificaciones en sus hogares para cumplir con los estándares actuales.

**Generación de Empleo y Estímulo Económico:** La industria de mantenimiento y remodelación del hogar puede generar empleo y contribuir al crecimiento económico local.

**Mejora de la Imagen Urbana:** El mantenimiento y la mejora de las viviendas contribuyen a la mejora estética y atractivo de las comunidades urbanas.

**Promoción de la Sostenibilidad:** Las remodelaciones pueden incluir mejoras en la eficiencia energética y el uso de materiales sostenibles, lo que contribuye a la conservación del medio ambiente.

La justificación de la problemática de la necesidad de mantenimiento preventivo, reparación y remodelación del hogar en Guayaquil están arraigados en la necesidad de garantizar la seguridad, el bienestar y la inversión de los propietarios, así como en el contexto de crecimiento urbano y envejecimiento de las edificaciones. Estos factores resaltan la importancia de los servicios de mantenimiento y remodelación en la ciudad.

## **7. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO**

### **Objetivo General**

Brindar a nuestros clientes un servicio de mantenimiento preventivo y reparación del hogar de alta calidad, eficiente y confiable. Nos esforzamos por asegurar que sus instalaciones eléctricas, tuberías de agua potable y la infraestructura de sus hogares estén en condiciones óptimas y seguras. Queremos ser el proveedor preferido de servicios para el mantenimiento y reparación del hogar, ofreciendo soluciones integrales que generen confianza y satisfacción en nuestros clientes.

### **Objetivos Específicos**

- Optimizar nuestros procesos de trabajo para poder abordar y resolver los problemas de nuestros clientes de manera rápida y eficiente. Esto implica contar con personal calificado y herramientas adecuadas para realizar las tareas con prontitud.
- Garantizar materiales y repuestos de calidad en todas nuestras reparaciones y mantenimientos. Buscamos superar las expectativas de nuestros clientes, proporcionando soluciones duraderas que contribuyan a la satisfacción a largo plazo.
- Asegurar la disponibilidad las 24 horas del día, los 7 días de la semana, para atender cualquier emergencia que puedan enfrentar nuestros clientes. Queremos ser el socio confiable al que puedan recurrir en cualquier momento de necesidad.
- Demostrar ser confiable y honesto en todas las interacciones con los clientes. Buscamos ganarnos la confianza de nuestros clientes a través de un servicio transparente y profesional.

- Estar al tanto de las últimas tecnologías y prácticas sostenibles en el campo del mantenimiento y reparación del hogar. Buscaremos soluciones innovadoras que ayuden a reducir el impacto ambiental y promuevan la eficiencia energética.

## **8. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO**

El modelo de negocio propuesto para "Sweet Home", que se enfoca en la remodelación de interiores y construcciones menores en hogares en el mercado ecuatoriano, se caracteriza por su estrategia de diferenciación y enfoque en la satisfacción del cliente. Aquí está una explicación ejecutiva de los aspectos clave de este modelo de negocio:

### **ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA**

Existe una demanda innegable en el mercado ecuatoriano para la remodelación de interiores y construcciones menores en hogares. Sin embargo, se considera que no se han realizado esfuerzos suficientes en estrategias de marketing para posicionar una marca que sea un referente en esta actividad. El poder de rivalidad de la industria se considera moderadamente desfavorable debido a la falta de diferenciación entre los competidores. Se propone una estrategia clara de diferenciación, una propuesta agresiva de penetración de mercado y posicionamiento para generar una identidad reconocida en el área de acción.

### **ESTRATEGIAS GENÉRICAS Y CICLO DE VIDA**

En cuanto a las estrategias genéricas, se propone la estrategia de diferenciación para ganar el mercado frente a la competencia. Se proyectan diferentes estrategias desde distintas perspectivas para que el consumidor pueda recibir la información y se logre llamar la atención que constituye ese plus en la sociedad como fuerza de marca.

En cuanto al ciclo de vida, se indica que el servicio de remodelación y reparaciones

menores de Sweet Home se encuentra en la etapa de introducción, ya que la compañía está en proceso de creación y necesita una inversión grande inicial. Se aplicará la estrategia de penetración de mercado mediante diferentes recursos o medios ATL, BTL y OTL para posicionar la marca como una nueva y fresca propuesta o alternativa, innovadora, económica y de calidad.

### **DESIGN THINKING**

Sweet Home" utiliza el enfoque de Design Thinking para la validación de la propuesta. Se realiza un análisis detallado de las necesidades y deseos de los clientes potenciales, se identifican los problemas y se proponen soluciones creativas e innovadoras para satisfacer las necesidades de los clientes. Se busca entender las emociones y motivaciones de los clientes para poder ofrecer soluciones personalizadas y adaptadas a sus necesidades. Además, se utiliza el Design Thinking para la creación de un plan de marketing que incluye estrategias ATL, BTL y OTL para posicionar la marca y diferenciarla de la competencia.

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Sweet Home se centra en proporcionar servicios integrales de mantenimiento preventivo, reparación y remodelación del hogar para propietarios de viviendas, inquilinos, pequeñas empresas, comunidades residenciales y más en la ciudad de Guayaquil. El enfoque principal es brindar soluciones confiables y de alta calidad para resolver problemas relacionados con cualquier daño o emergencia dentro del hogar u oficina.

**Propuesta de Valor:**

Sweet Home se destaca por su enfoque en la seguridad, la calidad y la disponibilidad 24/7. Ofrece servicios con personal capacitado, garantizando un trabajo confiable y seguro.

**Segmentos de Clientes:**

El negocio se dirige a propietarios de viviendas, inquilinos, pequeñas empresas, comunidades residenciales y empresas inmobiliarias en Guayaquil. Estos segmentos tienen diversas necesidades de mantenimiento y reparación en sus propiedades y requieren soluciones confiables y convenientes.

**Relación con el Cliente:**

La relación con el cliente se basa en la confianza y la satisfacción. Sweet Home se compromete a brindar un servicio excepcional y una experiencia positiva para sus clientes. Establece una comunicación fluida y atiende las necesidades y preocupaciones de los clientes de manera efectiva.

**Recursos Clave:**

Los recursos clave incluyen un equipo de técnicos capacitados, herramientas y equipos de alta calidad, alianzas estratégicas con proveedores y empresas inmobiliarias, una plataforma de gestión de servicios eficiente y una sólida estrategia de marketing.

**Actividades Clave:**

Las actividades clave abarcan desde la capacitación continua del personal, la gestión de solicitudes de servicio, la realización de reparaciones y mantenimiento en los

hogares y locales comerciales, hasta la promoción y la construcción de relaciones con clientes.

El modelo de negocio de Sweet Home se basa en ofrecer servicios de mantenimiento y reparación del hogar de alta calidad, seguros y confiables, con una fuerte presencia en línea, atención a las necesidades del cliente y una estrategia de marketing efectiva para establecerse como líder en el sector en la ciudad de Guayaquil.

### **VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA**

Los resultados del producto mínimo viable evidenciaron que el público da valor a la seguridad y calidad del servicio, por lo que se propone destacar estas variables en el plan de marketing para tener un mayor posicionamiento de la propuesta de valor con los clientes. Por lo tanto, se puede inferir que la seguridad y calidad del servicio son las principales variables que dan un resultado positivo a la validación de la propuesta.

### **PLAN DE MARKETING**

El plan de marketing propuesto en "Sweet Home" tiene varios aportes importantes, entre ellos:

1. Posicionamiento de marca: El plan de marketing propone una estrategia clara de diferenciación y una propuesta agresiva de penetración de mercado y posicionamiento para generar una identidad reconocida en el área de acción.
2. Segmentación de mercado: Se identifican los segmentos de mercado más atractivos y se proponen estrategias específicas para cada uno de ellos.
3. Estrategias ATL, BTL y OTL: El plan de marketing incluye estrategias ATL (Above The Line), BTL (Below The Line) y OTL (Online) para llegar a los clientes potenciales



de diferentes maneras y en diferentes canales.

4. Análisis de la competencia: Se realiza un análisis de la competencia para identificar las fortalezas y debilidades de los competidores y poder diferenciarse de ellos.

5. Medición de resultados: Se establecen indicadores de desempeño para medir los resultados de las estrategias de marketing y poder hacer ajustes en caso de ser necesario.

Los principales aportes del plan de marketing son el posicionamiento de marca, la segmentación de mercado, las estrategias ATL, BTL y OTL, el análisis de la competencia y la medición de resultados. Todo esto contribuye a la creación de una marca reconocida y atractiva para los clientes potenciales, lo que se traduce en un aumento de las ventas y la rentabilidad de la empresa

## **9. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE MODELO DE NEGOCIO**

### **VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA**

#### **Analizar el problema que tiene el cliente**

Las familias ecuatorianas que desean realizar prevención o reparaciones emergentes menores en sus hogares batallan con un gran desafío debido al desconocimiento de una oferta segura, cómoda, eficiente y de costo razonable. Además, debido a la costumbre, falta de tiempo o desconocimiento, no mantienen una cultura de prevención frente a posibles daños que puedan presentarse a lo largo de los años y vida útil que tienen sus casas. Algunos de estos casos escalan a consecuencias catastróficas, en las que

pueden comprometer bienes materiales y en los peores escenarios, vidas.

El mantener una cultura de prevención frente a cualquier área del hogar, como por ejemplo revisión de las instalaciones eléctricas, revisión de techos antes de la temporada invernal, revisión de electrodomésticos que estén en buen estado para ser usados y evitar cortocircuitos, entre otros. Es por esto por lo que mediante nuestro proyecto Sweet Home, buscamos generar conciencia respecto a la responsabilidad de cuidar de forma anticipada los hogares, brindando confianza durante el acompañamiento y asesoría durante las visitas técnicas. De igual manera busca ser el soporte en los arreglos y en eventualidades que se presenten prestando los servicios de mantenimientos correctivos o de reparación.

Para plantear el problema en nuestro proyecto de servicios de remodelación interior y reparaciones menores dentro de los hogares, es importante considerar las necesidades y preocupaciones específicas de los potenciales clientes o grupo objetivo. Para ello, hemos recopilado mediante una encuesta las principales:

- ¿Qué problemas o desafíos enfrentan los clientes al tratar de remodelar su hogar por su cuenta?
- ¿Qué frustraciones experimentan los clientes al trabajar con empresas de remodelación de interiores existentes?
- ¿Cuáles son las necesidades y expectativas específicas de los clientes en términos de diseño, funcionalidad y presupuesto para sus proyectos de remodelación de interiores?

- ¿Cómo pueden los servicios de remodelación de interiores satisfacer mejor las necesidades de los clientes y proporcionar una experiencia más satisfactoria y sin estrés?

Gracias a estas preguntas hemos podido determinar los problemas específicos que nacen de esta necesidad:

- Falta de tiempo o conocimiento para buscar y contactar una empresa que brinde servicios de calidad para realizar adecuaciones o servicios de prevención y reparación de daños emergentes menores en los hogares.
- Desconocimiento o falta de asesoría para contrataciones. Lo que conlleva a que los potenciales clientes desistan o posterguen sus metas de adecuaciones, prevención y reparaciones en sus casas.
- Desconfianza debido a la seguridad del país respecto a permitir el ingreso de una persona extraña al domicilio.
- Dificultad e inexperiencia de los dueños de hogares para poder resolver problemas y daños menores en sus casas por cuenta propia.
- Frustraciones experimentadas con otras empresas por resultados ya sea en temas de calidad, asesoría, servicio, costos o resultados.

Sin embargo el problema principal al momento de intentar resolver o satisfacer estas necesidad es el hecho de **no contar con una opción que le brinde Seguridad, ya que el estado actual a nivel nacional hace que se desconfíe de a quienes dejamos**

**ingresar en nuestros hogares** así como la garantía de que esa reparación o trabajo este realizado bajo los estándares más altos de calidad.

**Como es el cliente, características:**

El cliente ideal para Sweet Home servicios de reparación y remodelaciones de casas sería una persona o familia que valore su hogar y esté interesada en mantenerlo en óptimas condiciones, mejorando su funcionalidad y estética. A continuación, proporcionó una descripción detallada del cliente ideal:

**Propietario de vivienda:** El cliente ideal sería propietario de una casa o apartamento, ya que estos suelen ser más propensos a invertir en mejoras y reparaciones para mantener o aumentar el valor de su propiedad. El cliente ideal es una persona ocupada y exitosa en su carrera, que valora su tiempo y busca soluciones eficientes para las reparaciones y el mantenimiento en su hogar. Prefiere trabajar con profesionales certificados que ofrecen servicios de calidad a un precio razonable, permitiéndole mantener su espacio vital en óptimas condiciones sin comprometer su agenda laboral y su tranquilidad.

**Conciencia sobre el mantenimiento del hogar:** Este cliente es consciente de que el mantenimiento preventivo y las reparaciones oportunas son esenciales para evitar problemas mayores a largo plazo. Valora la calidad del trabajo realizado y busca soluciones duraderas en lugar de soluciones temporales.

**Interesado en la remodelación:** Además de las reparaciones, el cliente ideal estaría interesado en la remodelación de su hogar para mejorar su funcionalidad, actualizar su apariencia o agregar valor a la propiedad. Estaría dispuesto a invertir en proyectos de mayor envergadura.

**Comunicativo y abierto a sugerencias:** El cliente ideal se comunica de manera clara y efectiva con el equipo de la empresa de servicios de reparación y remodelaciones. Está abierto a recibir sugerencias y consejos de profesionales, pero también puede expresar sus necesidades y expectativas de manera clara.

**Valor por la calidad y el profesionalismo:** Busca una empresa de servicios confiable y con una sólida reputación en el mercado. Valora la puntualidad, la calidad del trabajo y la experiencia de los profesionales involucrados en el proyecto.

**Presupuesto adecuado:** El cliente ideal comprende que los servicios de reparación y remodelación de casas de calidad requieren una inversión adecuada. Está dispuesto a pagar un precio justo por un trabajo bien hecho. A pesar de su ocupada agenda, este cliente es financieramente consciente y busca obtener el mejor valor por su inversión. No está dispuesto a pagar de más por los servicios, pero al mismo tiempo comprende que la calidad tiene su precio. Busca un equilibrio entre un trabajo bien hecho y un precio justo con materiales de alto estándar en el mercado.

**Enfoque en la seguridad:** Este cliente pone un alto valor en la seguridad y el cumplimiento de las normativas y regulaciones de construcción. Está interesado en que todas las reparaciones y remodelaciones se realicen de acuerdo con las mejores prácticas y estándares de seguridad, personal adecuado y garantía de la compañía.

Además de la seguridad, este cliente también valora la profesionalidad en el proceso. Busca empresas y profesionales que cuenten con el personal adecuado, capacitado y experimentado en las áreas de reparación y remodelación. Para él, la experiencia y la competencia del equipo son factores clave que aseguran que el trabajo se realice de manera eficiente y efectiva, minimizando cualquier posibilidad de errores o problemas en el futuro.

La garantía de la compañía es otro aspecto esencial para este cliente. Él comprende que las reparaciones y remodelaciones bien ejecutadas deben venir respaldadas por una garantía sólida. Esto le brinda la tranquilidad de saber que si surge algún problema después de la finalización del trabajo, la compañía estará dispuesta a corregirlo sin costos adicionales. Esta garantía no solo demuestra la confianza de la empresa en su propia labor, sino que también ofrece al cliente una mayor seguridad y confianza en su inversión.

**Planificación y flexibilidad:** El cliente ideal comprende que los proyectos de reparación y remodelación pueden llevar tiempo y está dispuesto a planificar adecuadamente para minimizar los inconvenientes. Además, muestra flexibilidad en caso de que surjan imprevistos o ajustes necesarios durante el proceso.

**Recomendaciones y referencias:** Es probable que este cliente haya llegado a conocer la empresa de servicios de reparación y remodelaciones a través de recomendaciones de amigos, familiares o conocidos. Las referencias positivas son un indicador importante para él.

**Comprometido con la mejora del hogar:** En general, el cliente ideal está comprometido con la mejora continua de su hogar, ya sea para crear un espacio más cómodo para su familia, aumentar el valor de reventa de la propiedad o simplemente para disfrutar de un ambiente mejorado y renovado. Esto se potencia con las acciones y servicios preventivos que Sweet Home ofrece a sus clientes, de esta manera ayudándoles a ahorrar y evitando gastos innecesarios de reparación.

Al centrarse en clientes que cumplan con estas características, la empresa Sweet Home podrá establecer relaciones sólidas y duraderas, ofreciendo servicios de calidad que satisfagan las necesidades y expectativas del cliente ideal convirtiéndonos en la opción número uno y estableciéndonos como contacto preferido para recomendación con sus conocidos.

Con esta información presentamos un buyer persona de uno de los posibles clientes potenciales.



## Grupo Objetivo

- ✓ Familias jóvenes
- ✓ Edades entre 35 y 55 años
- ✓ Hombres y mujeres
- ✓ Generación X y Millennials
- ✓ Población PEA
- ✓ Oficinistas
- ✓ Hombres y mujeres en relación de dependencia
- ✓ Hombres y mujeres independientes (negocio propio)



## Buyer Persona.



## **Propuesta de valor**

### Seguridad y Confianza

En Sweet Home, entendemos lo importante que es para nuestros clientes sentirse seguros y confiados al permitir que nuestro equipo ingrese a sus hogares. Por ello, hemos desarrollado un sólido conjunto de lineamientos enfocados en la seguridad y la calidad, que garantizan una experiencia sin preocupaciones en cada proyecto de remodelación y reparación. Nuestra propuesta de valor se basa en los siguientes pilares:

#### Personal Calificado y Confiable:

Contamos con un equipo de profesionales altamente capacitados y experimentados en el área de remodelación y reparación de casas. Cada miembro de nuestro equipo es seleccionado cuidadosamente por nuestro departamento de talento humano y debe cumplir con rigurosos estándares de competencia técnica y habilidades interpersonales.

#### Evaluación Continua con Pruebas de Integridad:

Mantenemos una política de evaluación continua para asegurar que nuestro personal mantenga los más altos niveles de integridad y ética profesional. Regularmente sometemos a nuestro equipo a pruebas de integridad para garantizar su confiabilidad en todo momento.

#### Revisión de Antecedentes:

Nuestra empresa se compromete a realizar una exhaustiva revisión de antecedentes de cada miembro de nuestro equipo. Esto incluye verificar referencias laborales y personales, garantizando así que solo aquellos con historial comprobado de confiabilidad y honestidad formen parte de nuestro equipo.

#### Política "Conozca a su Empleado":

Hemos implementado una política de "Conozca a su Empleado" mediante la cual el área de recursos humanos de nuestra empresa verifica integralmente la información personal de cada miembro del equipo. Esto asegura que nuestros clientes tengan total confianza en las credenciales y datos de contacto del personal que se acercará a sus hogares.

#### Código QR con Información en Credenciales:

Para brindar una experiencia transparente y segura, hemos desarrollado un sistema de credenciales con códigos QR individuales para cada miembro del equipo. Al escanear este código, los clientes pueden acceder a información verificada y detallada sobre el profesional que visitará su hogar.

#### Presentación Previa del Personal:

Antes de que nuestro equipo de trabajo se presente en el hogar del cliente, le enviaremos un enlace por WhatsApp y correo electrónico. Este enlace contendrá

información relevante sobre el personal que se acercará, incluida su fotografía. De esta manera, los clientes podrán conocer previamente a nuestros expertos, brindando una mayor tranquilidad y confianza en el proceso.

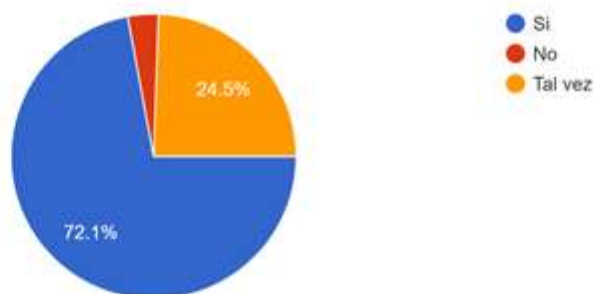
En Sweet Home, estamos comprometidos a brindar servicios de remodelación, reparación y mantenimiento de casas que superen las expectativas de nuestros clientes. Nuestra propuesta de valor basada en **seguridad y calidad** garantiza que cada proyecto sea llevado a cabo por un equipo de confianza y altamente competente. Con nosotros, su hogar estará en las mejores manos.

### ¿Que se hizo para el producto mínimo viable? (propuesta)

Como un primer paso se realizó un formulario de encuesta de factibilidad con algunas preguntas donde una de ellas se planteó que si existiera una opción las características de la presente propuesta si accederían o no, obteniendo los siguientes resultados.

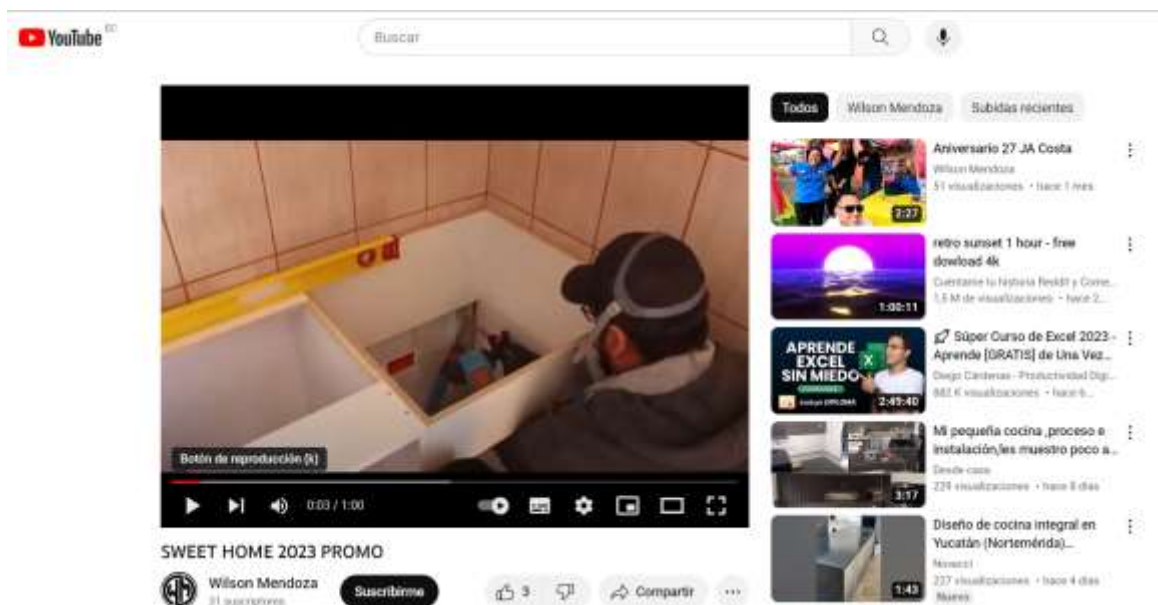
Si tuvieras la opción que con una sola llamada tengas a la mano a las personas que te resulevan todas estas eventualidades con calidad y seguridad. ¿Dispondrías de este servicio?

548 respuestas



Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/1syOVkg2HJQUjRB4JcJIM6EKtZyglC51TsdTS-3R-iW0/edit#responses>

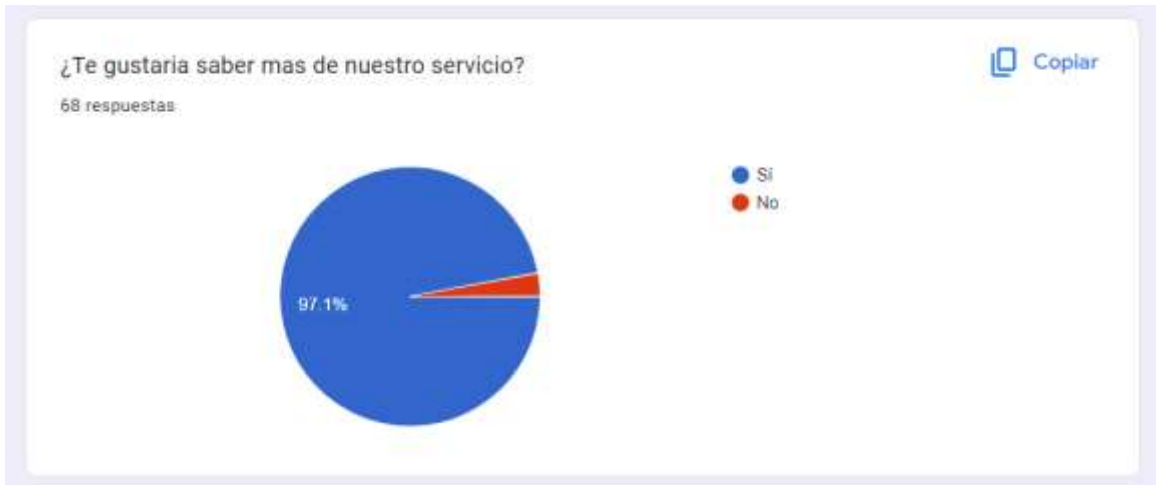
De igual manera se lanzó un video promocional por redes sociales en algunos perfiles personales para mediante un enlace determinar ya en implementación tienen el interés de tomar el servicio.



Se adjunta el enlace del video:

<https://youtube.com/watch?v=aBvvtZG6rjA&feature=share8>

Este video fue compartido en redes sociales, allí se mostraba el mismo sin embargo se cerraba indicando que si desea más información del servicio ingresen al link detallado a continuación.



<https://forms.gle/fnfgqUW7QaVrz3NZ7>

De esta manera se recopila en dos fases la factibilidad, en la primera en la encuesta abierta y en la segunda ya presentando la propuesta mediante un material audiovisual y los clientes potenciales solicitan más información.

### **Metodología de Validación: Customer Journey y Customer Experience**

Esta herramienta permite visualizar y comprender el recorrido que un cliente potencial realiza desde el momento en que toma conciencia de la necesidad de realizar un mantenimiento, reparación o remodelación, hasta la culminación del proyecto y su posterior servicio postventa. Aquí explicamos la propuesta para Sweet Home.

<p><b>Sra. Andrea Hernández</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• 35 años</li> <li>• Empleada bancaria privada, esposa y madre de 2 niños de 4 y 2 años.</li> <li>• Ella y su esposo trabajan de lunes a viernes en horario de oficina.</li> <li>• Los fines de semana salen a realizar actividades familiares o salidas con sus hijos y ocuparse de tareas del hogar.</li> <li>• Le gusta mantener su hogar arreglado y está muy pendiente de los arreglos y detalles de lo que se debe hacer en el hogar.</li> <li>• Ella toma decisiones en compañía de su esposo, es quien busca los proveedores, mejores servicios y costos.</li> <li>• Ha conocido sobre la empresa Sweet Home a través de recomendaciones de compañeros de su oficina.</li> </ul>	<p><b>FASES</b> Descritas por el cliente</p>	Llamada a la empresa	Proporciona nombre	Proporciona ubicación			
	<p><b>NECESIDADES</b> Del cliente en cada momento de las fases</p>	Conocer si está llamando al lugar correcto	Da su nombre y lo que requiere realizar en su domicilio	Indica la ubicación de su vivienda	Cliente indica su necesidad específica		
	<p><b>ACTIVIDADES</b> Del cliente para satisfacer necesidad</p>	Pregunta si proporcionan el servicio que requiere	Cliente consulta costos y beneficios brindados	Se brinda al cliente información de la revisión sin costo en el hogar	Se aplican protocolos de atención como salud, etc.		
	<p><b>CANALES, PUNTOS DE CONTACTO, EMPRESAS IMPLICADAS</b></p>	Teléfonos en oficina	WhatsApp	Página Web	Redes sociales		
	<p><b>EXPECTATIVA</b> Del cliente en cada una de las fases</p>	Buena primera impresión por la forma en que es atendida	Cliente se siente a gusto y en confianza	Cliente acepta costos y le es informado su servicio			
	<p><b>EXPERIENCIA</b> Percepción del cliente real positiva, negativa o neutra</p>	<p>Cliente desde el inicio se sorprende desde el saludo recibido, le impresiona y le gusta la forma en la que se la asesora para adquirir su servicio, y sobre todo siente confianza y seguridad que la lleva a contratar el servicio y posteriormente luego de haber obtenido su evaluación sin costo, el cliente se asegura de contratar con Sweet Home.</p>					
	<p><b>EXPERIENCIA MEMORABLE</b> Experiencia perfecta</p>	Cliente se siente satisfecha con el servicio recibido	Cliente siente seguridad y confianza	Cliente se asegura de recomendar el servicio de la empresa	Cliente mantiene a Sweet Home como su empresa de cabecera	Cliente siente su hogar seguro y tranquilo luego del servicio	
	<p><b>OPORTUNIDADES</b> Derivadas de este análisis</p>	Cliente exigente, se refuerza protocolo de atención	Se revisa catálogo de servicios proporcionados	Se brinda soporte post venta	Se realiza encuesta final de medición de calidad		

Fuente: Elaboración propia

Resultados de la implementación del producto mínimo viable – recoger todo lo que se ha realizado para probar la factibilidad de la propuesta.

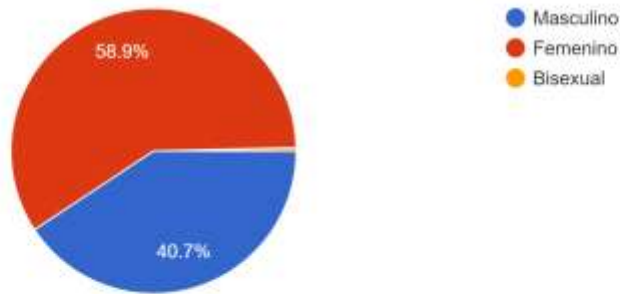
Luego de haber ejecutado las acciones para el producto mínimo viable pudimos obtener los siguientes datos.

En la primera encuesta se obtuvieron las respuesta de 548 individuos donde 395 manifestaron la apertura a disponer de este tipo de servicio en caso existiera.

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1z6CpYKi7Ymlqm03wDnkq2I9OCSWn5QfdLuaCcZXFdf0/edit?resourcekey#gjid=79224463>

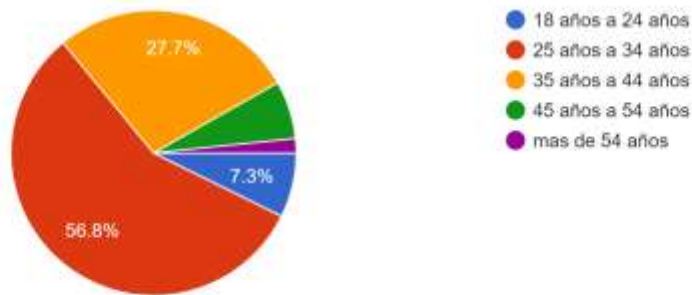
### Género

548 respuestas



### Edad

548 respuestas



En la segunda opción hubieron alrededor de 1300 vistas del video donde 68 personas respondieron que si desean mas informacion y estan interesados en el servicio. Aquí no se evalúan las vistas sino la voluntad del cliente potencial en ir a otro enlace y solicitar información.

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1r6etQd6J8h8RLZKbLTJMOdvaxA1XydsosGRjRCsx-F2k/edit?resourcekey#gid=1369646205>



¿Te gustaría saber mas de nuestro servicio?

68 respuestas



Recomendaciones de cómo poder adaptar la propuesta de negocio luego de la implementación del producto mínimo viable.

### **Enfoque en las fortalezas.**

Basado a los resultados del producto mínimo viable se puede evidenciar con nuestro público que este da valor a la seguridad como a la calidad del servicio, por lo que se propone en el plan de marketing destacar estas variables para tener mayor posicionamiento de nuestra propuesta de valor para con nuestros clientes.

### **Proponer futuros nuevos canales.**

Al revisar la data se puede observar que nuestros clientes potenciales en su mayoría son nativos e inmigrantes digitales por lo que por esas vías es donde deberíamos pensar en manejar nuestro servicio apoyado de las herramientas tecnológicas disponibles.

Gestión de las relaciones personales con nuestros clientes.

En los datos se evidencia que gran parte de la población indica que tiene una “persona de confianza”. Confianza en el valor que necesitamos transmitir y se propone que tanto el personal de atención al cliente como el técnico genere esta cercanía para poder generar la fidelización del cliente que valora tanto la confianza.

## **10. CONCLUSIONES:**

El análisis de la propuesta de negocio "Sweet Home" ha revelado una necesidad real en el mercado ecuatoriano de servicios de mantenimiento, reparación y remodelación de casas. Las familias enfrentan desafíos en la búsqueda de servicios seguros, confiables y de calidad para mantener sus hogares en óptimas condiciones.

Los problemas específicos identificados, como la falta de tiempo, conocimiento y asesoría para contratar servicios de calidad, así como la desconfianza en permitir el acceso a extraños en sus hogares, son puntos clave para abordar y resolver en la propuesta de valor.

La descripción del cliente ideal proporcionada es valiosa para enfocar los esfuerzos de marketing y ventas hacia aquellos que realmente valoran la seguridad, calidad y profesionalismo por un precio justo en los servicios de mantenimiento, remodelación y reparación.

El producto mínimo viable ha arrojado resultados positivos, demostrando un interés inicial en el servicio por parte de los clientes potenciales. Esto valida la necesidad y viabilidad de la propuesta de negocio.

El mercado potencial se encuentra en la ciudad de Guayaquil de acuerdo a los datos arrojados por las encuestas realizadas y entrevistas de campo y se identifica una oportunidad en ese nicho al no haber propuestas con las condiciones que ofrece el presente proyecto.

#### **RECOMENDACIONES:**

Enfatizar en la seguridad y calidad: Dado que la seguridad es un factor crucial para los clientes, se recomienda que Sweet Home destaque fuertemente en sus comunicaciones y promociones el enfoque en la seguridad, la integridad del personal y la calidad del trabajo.

Ampliar presencia en canales digitales: Dado que gran parte de los clientes potenciales son nativos e inmigrantes digitales, se sugiere expandir la presencia en redes sociales, sitios web, y considerar la implementación de una plataforma de reserva y seguimiento en línea para facilitar la comunicación y acceso a los servicios.

Fomentar relaciones personales cercanas: Generar una relación cercana con los clientes puede marcar la diferencia en su experiencia. Capacitar al personal para que sea amable, respetuoso y esté dispuesto a ofrecer asesoría personalizada puede aumentar la confianza y fidelización del cliente.

Ofrecer promociones y garantías: Para atraer a nuevos clientes y consolidar la confianza, se puede considerar la implementación de promociones especiales para los primeros clientes, así como brindar garantías de satisfacción y calidad en los trabajos realizados.

Obtener testimonios y referencias: Las recomendaciones y referencias positivas son fundamentales para generar confianza en nuevos clientes. Se recomienda solicitar testimonios a los clientes satisfechos para usarlos como futuros videos para promocionar Sweet Home basado en hechos reales y considerar programas de referencia para incentivar a los clientes a recomendar los servicios a sus conocidos.

Continuar la mejora continua: Es fundamental mantenerse atento a los comentarios y retroalimentación de los clientes para identificar áreas de mejora y ajustar los servicios según las necesidades y expectativas cambiantes del mercado. Como por ejemplo, llevar el control constante de la información histórica de los servicios más requeridos para potenciarlos y promocionarlos.

En resumen, el análisis de la propuesta de negocio "Sweet Home" muestra una demanda

real y una oportunidad de mercado para ofrecer servicios de mantenimiento, reparación y remodelación de casas enfocados en la seguridad y calidad. Al enfocarse en las recomendaciones mencionadas y ajustar la propuesta según la retroalimentación de los clientes, Sweet Home puede posicionarse como una opción confiable y líder en el mercado ecuatoriano.

## **REFLEXIÓN:**

El proceso de elaboración del plan de negocios para Sweet Home, dedicada a la remodelación, mantenimiento y reparación de casas, fue una experiencia enriquecedora y retadora. Durante este proceso, me enfrenté a diversas dificultades que me permitieron aprender y crecer tanto en el ámbito empresarial como personal.

En primer lugar, uno de los mayores desafíos que encontré fue recopilar la información necesaria para fundamentar cada una de las secciones del plan de negocios. Esto implicó investigar y analizar el mercado de servicios de remodelación y reparación de casas en el contexto ecuatoriano. Fue necesario buscar datos estadísticos, estudios de mercado, así como información sobre la competencia y las tendencias del sector. Esta tarea demandó tiempo y esfuerzo, pero fue esencial para tomar decisiones informadas y desarrollar una propuesta sólida.

Otro obstáculo al que me enfrenté fue definir y diseñar una propuesta de valor clara y

atractiva para Sweet Home. La empresa se enfoca en brindar seguridad y confianza a los clientes, lo cual era un punto diferenciador, pero también necesitaba resaltar otros aspectos que la hicieran más competitiva. Fue un proceso minucioso, donde tuve que revisar y ajustar la propuesta varias veces para asegurarme de que capturara adecuadamente los valores y beneficios que ofrecía la empresa.

Además, la identificación del cliente ideal también presentó sus desafíos. Si bien tenía una idea general de las características del público objetivo, fue necesario profundizar en sus necesidades y expectativas específicas. Realizar encuestas y entrevistas me permitió obtener una visión más completa de lo que los potenciales clientes buscaban en un servicio de remodelación, mantenimiento y reparación de casas. Sin embargo, conseguir la participación de suficientes personas para obtener datos significativos fue un proceso que requirió paciencia y dedicación.

La etapa de validación del producto mínimo viable también fue una experiencia interesante. Si bien obtuve resultados positivos, también me enfrenté a la realidad de que la aceptación del mercado puede ser variable y que el éxito no está garantizado. Esto me llevó a reflexionar sobre la importancia de estar dispuesto a adaptar y mejorar constantemente el servicio de acuerdo con el feedback de los clientes.

La elaboración del plan financiero también presentó retos significativos. Calcular los costos, ingresos y proyecciones financieras de la empresa requirió una atención

minuciosa a los detalles y una comprensión clara de los factores que influyen en la rentabilidad del negocio. Fue una experiencia que me hizo apreciar la importancia de una gestión financiera responsable y eficiente.

A lo largo del proceso, también experimenté momentos de duda y cuestionamiento. La incertidumbre sobre si el plan de negocios sería lo suficientemente sólido para atraer inversores o si la empresa lograría diferenciarse en un mercado competitivo me llevó a evaluar mi confianza y perseverancia como emprendedor.

Sin embargo, cada dificultad fue una oportunidad para aprender y crecer. Me di cuenta de la importancia de la investigación exhaustiva, la flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y la capacidad para mantener una visión positiva frente a los obstáculos.

En retrospectiva, puedo afirmar que la elaboración del plan de negocios para Sweet Home fue un proceso gratificante, a pesar de las dificultades. Me permitió adquirir conocimientos valiosos sobre el sector de la construcción y el emprendimiento, y me enseñó a perseverar y mantenerme enfocado en mis metas.

En conclusión, el proceso de elaboración de un plan de negocios para Sweet Home me enseñó que el camino hacia la creación de un negocio exitoso está lleno de desafíos, pero también de oportunidades para crecer y mejorar. Aprendí la importancia de la investigación, la adaptabilidad y la confianza en uno mismo como emprendedor. Ahora



estoy más preparado para enfrentar los retos futuros y seguir trabajando en la materialización de este proyecto que busca brindar a las familias ecuatorianas una opción segura, confiable y de calidad para el mantenimiento, cuidado y mejora de sus hogares.