



Actividad | #1 |

Modelo de Negocio

Negocios Digitales

Ingeniería en Desarrollo de Software



TUTOR: Humberto Jesús Ortega Vázquez

ALUMNO: Oscar Esteban Sánchez Leyva

FECHA: 05/Noviembre/2025

ÍNDICE

ÍNDICE	2
DESARROLLO	3
DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	3
CONSUMIDOR, PRODUCTO Y VALOR AÑADIDO.....	5
POLÍTICAS, DISTRIBUCIÓN Y VENTA	8
MODELOS DE MONETIZACIÓN	12
RECURSOS.....	15
FACTORES DE FLEXIBILIDAD ANTE CAMBIOS	17
PERSPECTIVA DE RENTABILIDAD	20
REFERENCIAS.....	21

DESARROLLO

DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Modelo de negocio: The Smart House Company – Tecnología Sostenible para el Hogar.

Propuesta empresarial:

The Smart House Company busca posicionarse como una compañía especializada en la comercialización e instalación de tecnologías inteligentes y sostenibles dirigidas al entorno doméstico.

Su catálogo incluye sistemas avanzados de iluminación automática, control de temperatura, sensores para el monitoreo del consumo eléctrico y soluciones de energía solar residencial, todo gestionado integralmente mediante una aplicación móvil intuitiva.

Aspecto	Descripción
Nombre	The Smart House Company
Giro	Venta e instalación de dispositivos inteligentes y sostenibles para el hogar.
Productos/Servicios	<ul style="list-style-type: none"> * Sistemas de iluminación automatizada para optimizar el ahorro energético. * Sistemas para la regulación de temperatura mediante termostatos inteligentes. * Sensores para monitoreo y optimización del consumo eléctrico. * Energía solar residencial con paneles fotovoltaicos.
Diferenciador	Toda la gestión de los dispositivos se realiza desde una aplicación móvil.

Justificación:

El interés por la sostenibilidad y la eficiencia energética está creciendo significativamente entre los consumidores. No obstante, persisten obstáculos significativos, como la falta de conocimiento técnico y los elevados costos iniciales, que dificultan la adopción de estas innovaciones.

The Smart House Company se enfoca en superar estas barreras mediante la oferta de productos accesibles, de sencilla instalación, complementados con servicios de asesoramiento personalizado.

Punto Clave	La Oportunidad (Motivo)	Solución de The Smart House Company
Tendencia del Mercado	El mercado de hogares inteligentes y el interés por la sostenibilidad están en auge y en constante crecimiento.	Se alinea con la tendencia, ofreciendo productos que son Smart y Eco.
Costo	Los sistemas de eficiencia y domótica suelen tener un costo inicial muy alto.	Ofrece soluciones accesibles (paquetes básicos o financiamiento) y demuestra el ahorro futuro.
Complejidad	La instalación y el uso de múltiples dispositivos son percibidos como demasiado técnicos o difíciles.	Brinda instalación profesional y asesoramiento personalizado, garantizando la facilidad de uso.
Ventaja Competitiva	Los dispositivos de distintas marcas son difíciles de integrar y manejar.	Ofrece un Sistema Unificado gestionado por una Aplicación Móvil Centralizada.
Promesa Central	La demanda de ahorro de energía y dinero es alta.	Proporciona un ahorro real y tangible en el consumo eléctrico y otros servicios.

CONSUMIDOR, PRODUCTO Y VALOR AÑADIDO

Oferta comercial:

La empresa proporcionará kits inteligentes diseñados para optimizar distintas áreas de la vivienda (incluyendo iluminación, climatización, seguridad y eficiencia energética). Además, se pondrán a disposición servicios complementarios como instalación profesional, mantenimiento periódico y asistencia técnica a través de plataformas digitales.

Qué se va a vender (Oferta de Productos y Servicios)

Tipo de Oferta	Detalle de Productos/Servicios
Kits Inteligentes (Productos)	Se ofrecen paquetes predefinidos de dispositivos enfocados en áreas clave del hogar: Iluminación (luces automáticas, horarios), Climatización (termostatos inteligentes), Seguridad (cámaras, cerraduras, sensores) y Eficiencia Energética (monitoreo de consumo).
Servicios Iniciales	Instalación: El equipo técnico se encarga de que los dispositivos queden perfectamente configurados e interconectados, eliminando la barrera de la complejidad para el cliente.
Servicios Recurrentes	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento: Servicios periódicos para asegurar el óptimo funcionamiento y actualización de los sistemas. • Asesoramiento Digital: Soporte continuo al cliente para la mejor gestión de su sistema.

Propuesta de valor:

Optimización del consumo eléctrico con una reducción estimada de hasta un 30%.

Asesoramiento técnico gratuito a través de una aplicación móvil y chatbot integrado.

Facilidad de conectividad y control remoto desde dispositivos móviles.

Servicio postventa enfocado en el monitoreo remoto para garantizar el rendimiento óptimo de las soluciones implementadas.

Valor Añadido (Propuesta de Valor Única)

El valor añadido de The Smart House Company va más allá de ser un mero proveedor de dispositivos, destacando por los beneficios tangibles y el soporte integral que brinda:

- **Reducción del consumo eléctrico:** Este es su principal aliciente económico. La posibilidad de disminuir el gasto hasta en un 30% representa un atractivo clave, ya que el sistema se amortiza por sí solo gracias a los ahorros generados.
- **Asesoramiento técnico sin costo:** Facilita la experiencia del usuario al eliminar problemas técnicos. Con un soporte instantáneo proporcionado a través de una aplicación y un chatbot, los clientes siempre cuentan con ayuda accesible, lo que incrementa la satisfacción y fomenta su fidelidad.
- **Conectividad y gestión total:** Ofrecer una experiencia sencilla y práctica es fundamental. Los usuarios pueden controlar y supervisar todos sus sistemas desde su dispositivo móvil, en cualquier momento y desde cualquier lugar.
- **Atención postventa con supervisión remota:** The Smart House Company realiza un seguimiento del rendimiento de los sistemas a distancia, lo que le permite detectar y solucionar inconvenientes, como posibles ineficiencias o fallos, incluso antes de que el cliente los perciba.

Segmento de mercado:

The Smart House Company se orienta a los siguientes perfiles de clientes:

- Familias urbanas preocupadas por incrementar la eficiencia energética en sus hogares.
- Propietarios de viviendas recientes interesados en automatizar sus espacios con tecnología avanzada.
- Pymes y oficinas que deseen disminuir sus costos operativos relacionados con el consumo energético.

A Quién se le va a vender (Segmentación del Mercado)

Esta parte identifica al público objetivo o clientes ideales de The Smart House Company, considerando sus necesidades y su capacidad económica.

Segmento	Descripción y Motivación Principal
Familias Urbanas Interesadas en la Eficiencia Energética	Este es el cliente central. Son familias con conciencia ecológica y preocupadas por el ahorro económico debido a los altos costos de servicios en las ciudades. Buscan soluciones prácticas y eficientes.
Propietarios de Viviendas Nuevas	Este segmento tiene una gran oportunidad: es más fácil instalar la tecnología en una vivienda nueva. Su motivación es la automatización, la comodidad y el deseo de un hogar moderno desde el inicio.
Pequeñas Empresas y Oficinas	Un mercado secundario (no residencial). Su principal motivación es reducir los gastos operativos fijos. Los kits de climatización e iluminación inteligente ofrecen un rápido retorno de inversión en entornos de trabajo.

POLÍTICAS, DISTRIBUCIÓN Y VENTA

Estrategias para llegar al cliente

Políticas de comunicación:

- Desarrollo de campañas digitales en plataformas como redes sociales, Google Ads, TikTok y YouTube.
- Creación de un blog educativo centrado en sostenibilidad y tecnología para el hogar.
- Alianzas con influencers especializados en temas tecnológicos y ecológicos.
- Implementación de un programa de referidos acompañado de testimonios de clientes satisfechos.

◆ Políticas de Comunicación (Marketing)

La estrategia se centra en aprovechar al máximo el entorno digital, con el objetivo de educar, atraer y generar confianza a través de diferentes canales como campañas de marketing digital (redes sociales, Google Ads, TikTok y YouTube); este será el motor principal para generar interés y dirigir tráfico. Se implementará lo siguiente:

- **Google Ads:** Para captar la demanda existente, como búsquedas relacionadas con términos específicos, por ejemplo, termostatos inteligentes o precios de paneles solares.
- **Redes sociales, TikTok y YouTube:** Estas plataformas ayudarán a crear conciencia de marca mediante contenido como tutoriales, demostraciones de los kits y evidencias del ahorro real que los productos ofrecen.

- **Blog educativo sobre sostenibilidad y tecnología para el hogar:** La intención es posicionar a EcoSmart Home como un referente en el sector, proporcionando contenido valioso queatraiga a potenciales clientes, incluso antes de que tomen la decisión de compra.
- **Colaboraciones con influencers tecnológicos y ecológicos:** Una estrategia enfocada en construir confianza. Los influencers pueden demostrar la funcionalidad y los beneficios de los productos a sus seguidores, especialmente aquellos más jóvenes y familiarizados con la tecnología.
- **Programa de Referidos y Testimonios de Clientes Satisfechos:** Se apuesta por fomentar recomendaciones positivas, transformando a los clientes actuales en promotores de la marca. Esto no solo disminuye los costos de adquisición de nuevos clientes, sino que también potencia la credibilidad del negocio.

Distribución:

- Ventas a través de la página web oficial y marketplaces como Amazon y Mercado Libre.
- Servicio de instalación a domicilio en las principales ciudades.
- Envíos a nivel nacional utilizando empaques reciclables.

🎥 Distribución (Canales y Logística)

La estrategia combina canales directos e indirectos, priorizando la entrega eficiente del servicio de instalación:

1. **Venta en línea (sitio web oficial y marketplaces como Amazon y Mercado Libre):** Esto garantiza una amplia cobertura geográfica.

2. **Sitio web oficial:** Brinda control total sobre la imagen de la marca, la fijación de precios y la recolección de datos del cliente.
3. **Marketplaces:** Se aprovechan las ventajas del alto tráfico en estas plataformas para captar a clientes que buscan activamente productos similares.
4. **Servicio de instalación a domicilio en ciudades principales:** Elemento fundamental para respaldar la promesa de facilidad de uso. En esta fase inicial, se limita a las principales ciudades para asegurar tanto la calidad del servicio como la optimización de los costos logísticos.
5. **Envíos nacionales con empaques reciclables:** Una medida que alinea la logística con el valor central de sostenibilidad, reforzando el compromiso ecológico de la marca.

Política de venta:

- Atención personalizada mediante un chat en línea.
- Opciones de compra directa o financiamiento con pagos a plazos.
- Suscripción mensual que incluye mantenimiento y monitoreo remoto.

■ Política de Venta (Transacción y Retención)

Se define el proceso de concretar la venta y mantener la relación financiera con el cliente de la siguiente manera:

- **Atención personalizada a través de chat en línea:** Fundamental para productos técnicos y de alto valor, ya que permite resolver dudas específicas, asesorar al cliente en la selección de su kit ideal y facilitar el cierre de la venta de forma más eficiente.

- **Opciones de compra directa o financiamiento a plazos:** Se ofrece como solución a la barrera del alto costo inicial identificada previamente. El financiamiento brinda acceso a los clientes que perciben el valor del producto, pero no cuentan con la totalidad del capital en el momento, haciéndolo más asequible.
- **Suscripción mensual para mantenimiento y monitoreo remoto:** Esta estrategia asegura ingresos recurrentes mientras proporciona una experiencia satisfactoria a largo plazo para el cliente. Garantiza que el sistema se mantenga funcional de manera continua y refuerza una fuente de ingresos estable para The Smart House Company, complementando las ganancias obtenidas por la venta inicial del equipo.

MODELOS DE MONETIZACIÓN

El modelo de monetización describe en detalle cómo The Smart House Company obtendrá ingresos mediante diferentes fuentes, garantizando la sostenibilidad y rentabilidad tanto a corto como a largo plazo, como:

- Comercialización directa de dispositivos inteligentes, como kits de automatización y sensores.
- Cobro de una suscripción mensual que incluye mantenimiento técnico y actualizaciones del software.
- Generación de ingresos adicionales mediante servicios de instalación y consultoría especializada.
- Estrategia freemium: acceso gratuito a funciones básicas de la aplicación, con una versión premium que ofrece control avanzado y reportes detallados de consumo.
- Implementación de programas de afiliación y colaboración con constructoras y compañías dedicadas a la energía sostenible.

Modelo de Monetización de The Smart House Company

1. Fuentes de Ingresos Únicos (Ventas Transaccionales)

Estas son las fuentes de ingresos generadas a partir de una única transacción:

- Venta directa de productos inteligentes: Representa la principal fuente de capital inicial. Comprende las ganancias obtenidas por la comercialización de kits de automatización y sensores para diversos usos, como iluminación, climatización, seguridad, entre otros.

- Servicios de instalación y asesoramiento como ingresos complementarios:
Aunque inicialmente se ofreció la instalación como parte del valor añadido, aquí se plantea como un coste independiente o un servicio adicional de alta calidad. Esto permite capitalizar la experiencia técnica del equipo, generando ingresos extras.

2. Fuentes de Ingresos Recurrentes (Suscripciones)

Estas fuentes son esenciales para garantizar la sostenibilidad financiera a largo plazo, ya que proporcionan ingresos regulares y predecibles cada mes:

- **Suscripción mensual para mantenimiento técnico y actualizaciones de software:** Los clientes abonan una tarifa periódica que asegura el correcto funcionamiento, actualización y optimización constante de sus sistemas. Esto no solo minimiza riesgos de fallos, sino que también fortalece la lealtad del cliente.
- **Modelo freemium para la aplicación:**
 - ❖ **Versión gratuita (Free):** Permite a los usuarios acceder sin costo a funciones básicas de la aplicación, como encender y apagar luces o realizar un control elemental de temperatura.
 - ❖ **Versión de pago (premium):** Ofrece una suscripción que habilita funciones más avanzadas, como reportes detallados de consumo, programación compleja o automatizaciones impulsadas por inteligencia artificial. Este enfoque incentiva a los usuarios a actualizarse y pagar por las máximas prestaciones del sistema.

3. Fuentes de Ingresos por Alianzas (Crecimiento Estratégico)

Los ingresos derivados de estas colaboraciones potencian tanto el alcance como la oferta de la empresa de la siguiente manera:

- Programas de afiliación y alianzas estratégicas con constructoras y compañías de energía sostenible:
 - ❖ **Constructoras:** Estas asociaciones posibilitan que The Smart House Company comercialice e instale sus kits de forma masiva en nuevos desarrollos habitacionales, integrándolos como equipamiento estándar. Esto asegura un volumen significativo de ventas.
 - ❖ **Empresas de energía sostenible:** Al trabajar junto a compañías dedicadas a paneles solares u otras tecnologías limpias, se pueden obtener comisiones por referencias (afiliación) o impulsar la venta cruzada de productos dirigidos a su base de clientes.

RECURSOS

Organización y recursos

Recursos esenciales:

- Infraestructura tecnológica, incluyendo una plataforma web y una aplicación móvil.
- Personal técnico compuesto por instaladores especializados y desarrolladores de software.
- Equipo dedicado al marketing digital y a la gestión de atención al cliente.
- Colaboradores estratégicos, como proveedores tecnológicos, distribuidores comerciales y aliados financieros.

Procedimientos para la generación de valor:

- Diseño y desarrollo de productos junto con las soluciones de software necesarias.
- Implementación de campañas dirigidas a la sensibilización y promoción comercial.
- Ejecución de procesos de instalación y provisión de soporte técnico posterior a la venta.
- Análisis del comportamiento de consumo mediante el seguimiento de datos y la personalización de recomendaciones.

Categoría	Recurso Clave	Propósito Principal
Tecnología	Plataforma Web y App Móvil.	Base del negocio para ventas, control de dispositivos y servicios freemium.
Capital Humano	Equipo Técnico (Instaladores y Desarrolladores).	Garantizar la calidad de la instalación y el desarrollo continuo del software.
Comercial	Equipo de Marketing Digital y Atención al Cliente.	Captar clientes (campañas) y asegurar la satisfacción (soporte personalizado).
Alianzas	Socios Estratégicos (Proveedores, Distribuidores, Financieros).	Asegurar el suministro de hardware, logística y ofrecer opciones de financiamiento.
Proceso	Desarrollo de Productos y Software.	Innovación constante para justificar el valor de los kits y la suscripción premium.
Estrategias	Seguimiento de Datos y Personalización.	Usar la información de consumo para maximizar el ahorro y retener al cliente con recomendaciones.

FACTORES DE FLEXIBILIDAD ANTE CAMBIOS

Factores clave para la flexibilidad ante cambios

- Actualización tecnológica continua: incorporación de dispositivos y plataformas de IoT más recientes.
- Ampliación de la oferta de productos según las necesidades del mercado, incluyendo sensores, paneles y aplicaciones innovadoras.
- Habilidad para proporcionar soporte a distancia y formación virtual a los usuarios.
- Desarrollo de un plan de contingencia financiera acompañado de la digitalización completa del proceso de atención.

Factores de Flexibilidad ante Cambios (Resiliencia)

Esta parte analiza cómo la empresa planea gestionar los riesgos, conservar la pertinencia de su propuesta y garantizar la continuidad de sus operaciones.

1. Adaptación tecnológica y de producto

Evolución continua en tecnología: integración con nuevos dispositivos y plataformas IoT:

- **Descripción:** El rápido avance de la tecnología inteligente asociada al Internet de las Cosas (IoT) exige innovación constante. The Smart House Company se compromete a no depender exclusivamente de una marca o protocolo específico, garantizando compatibilidad con los últimos desarrollos en hardware y software.
- **Ventaja:** Previene la obsolescencia tecnológica, asegurando que los clientes siempre puedan sacar el máximo provecho de su inversión, al tiempo que mantiene a la empresa en una posición competitiva y vanguardista.

Ampliación de productos según la demanda del mercado (nuevos sensores, paneles, aplicaciones):

- **Descripción:** The Smart House Company se propone ir más allá de sus kits iniciales, incorporando feedback del mercado y avances tecnológicos para desarrollar constantemente nuevas líneas de productos que respondan a las necesidades emergentes, como soluciones para monitoreo hídrico o sistemas de seguridad más sofisticados.
- **Ventaja:** Incrementa las fuentes de ingresos y construye lealtad en los clientes, quienes siempre elegirán a The Smart House Company como su opción principal para modernizar sus sistemas.

2. Capacidad de servicio y soporte remoto

Habilitación de soporte técnico remoto y formación virtual:

- **Descripción:** Mediante herramientas digitales, la mayoría de las incidencias relacionadas con software o configuración pueden solucionarse sin necesidad de enviar personal técnico. Asimismo, capacitaciones en línea (como webinars o tutoriales) empoderan a los usuarios, facilitando su manejo del sistema.
- **Ventaja:** Reduce significativamente los costos operativos eliminando gastos por desplazamiento, mientras proporciona una respuesta ágil a los problemas del cliente, mejorando así la experiencia de usuario, un factor clave para la fidelización y renovación de suscripciones.

3. Contingencia y operación digital

Estrategias financieras para escenarios adversos:

- **Descripción:** The Smart House Company está preparado para enfrentar situaciones económicas complicadas (recesiones, aumentos en costos de importación) a través de medidas como el acceso a líneas de crédito de urgencia, ajustes en inventarios o un enfoque intensivo hacia los ingresos recurrentes mediante suscripciones.
- **Ventaja:** Estas acciones garantizan la estabilidad y supervivencia de la empresa incluso en circunstancias económicas difíciles.

Transformación digital total en la atención al cliente:

- **Descripción:** Todas las gestiones clave como ventas, soporte técnico, facturación y manejo de suscripciones están diseñadas para realizarse íntegramente en línea.
- **Ventaja:** Permite mantener la continuidad operativa incluso en situaciones críticas (pandemias, cierres de oficina), además de facilitar la expansión hacia nuevos mercados con infraestructura mínima.

PERSPECTIVA DE RENTABILIDAD

El negocio presenta una rentabilidad a mediano plazo, combinando ingresos provenientes de ventas y suscripciones recurrentes. El mercado global de hogares inteligentes experimenta un crecimiento anual de entre el 15 % y el 20 %, mientras que la tendencia hacia prácticas sostenibles impulsa aún más su adopción. Con una estrategia digital sólida y asociaciones estratégicas efectivas, The Smart House Company tiene el potencial de lograr un retorno de inversión (ROI) en un plazo menor a dos años.

Perspectiva de Rentabilidad de The Smart House Company

La sostenibilidad económica de la empresa se basa en la integración de un modelo de generación de ingresos consistente junto con el aprovechamiento de las dinámicas positivas del mercado.

Aspecto	Detalle	Implicación Financiera
Plazo de Rentabilidad	Mediano plazo (generalmente, 2 a 5 años).	Implica que el negocio requiere una inversión inicial y tiempo para construir la base de clientes y que los ingresos superen a los costos.
Modelo de Ingresos	Combina ventas (ingresos únicos por hardware) y suscripciones recurrentes (ingresos estables por software/servicio).	Reduce el riesgo. Las ventas cubren los costos iniciales (COGS - Costo de Bienes Vendidos), mientras que las suscripciones garantizan un flujo de caja predecible y alto margen a largo plazo.
Retorno de Inversión (ROI)	Se puede alcanzar en menos de dos años.	Esta es una proyección muy optimista y atractiva. Significa que, con una ejecución eficiente, los ingresos totales generados por el negocio serán mayores que la inversión inicial en un período relativamente corto.

REFERENCIAS

- Modelos de negocios digitales: En qué consisten y tipos. (2023, mayo 18). *Docusign.com.* <https://www.docusign.com/es-mx/blog/modelos-de-negocios-digitales>
- Hurtado, J. S. (2024, 19 octubre). *¿Cuáles son los modelos de negocios digitales más utilizados?* Thinking For Innovation. <https://www.iebschool.com/hub/modelos-negocios-digitales-mas-utilizados-digital-business/>
- Qué son los negocios digitales y cómo funcionan.* (2025, 9 julio). Universidad ORT Uruguay. <https://facultad.ort.edu.uy/blog/que-son-los-negocios-digitales-y-como-funcionan>
- Hotmart. (2023, 2 agosto). *Modelos de negocio digitales: qué son y cómo elergir el mejor.* Blog Hotmart. <https://hotmart.com/es/blog/modelos-de-negocios-digitales>
- (S/f). Morethandigital.info. Recuperado el 6 de noviembre de 2025, de <https://morethandigital.info/es/11-modelos-de-negocio-digital-que-debe-conocer-incluyendo-ejemplos/>