





1. Producción

Estas son las actividades relacionadas con la entrega del servicio y la creación del producto final (viviendas adaptadas).

- **Captación de Propiedades:**
 - Identificar propiedades que puedan ser adquiridas o alquiladas para adaptarlas a las necesidades de personas con diversidad funcional. Esto incluye contactar a los propietarios, realizar visitas y formalizar acuerdos de exclusividad.
 - Prioridad: Es esencial asegurarse de tener un flujo constante de propiedades adaptables o disponibles para la venta o alquiler.
- **Adaptación de Viviendas:**
 - Realizar modificaciones estructurales y de diseño en las viviendas para cumplir con los requisitos de accesibilidad (ej., accesos sin barreras, baños adaptados, tecnología de apoyo, etc.).
 - Prioridad: Este es el núcleo del negocio, por lo que asegurar la calidad y eficiencia en las adaptaciones es fundamental. Además, esto debe realizarse con los estándares más altos para ofrecer viviendas seguras y funcionales.
- **Suministro de Mobiliario y Materiales Adaptados:**
 - Gestionar las relaciones con proveedores de mobiliario y materiales accesibles, como Porcelanosa, Ikea o Cebon Mobiliario. Asegurar la integración de mobiliario funcional y adaptado.
 - Prioridad: La elección de los materiales adecuados es crucial para garantizar la comodidad y accesibilidad del cliente.



2. Resolución de Problemas

Estas actividades se refieren a la solución de problemas que puedan surgir durante la ejecución del servicio.

- **Asesoramiento Personalizado a Clientes:**
 - Ofrecer asesoría en la elección de la vivienda y las adaptaciones necesarias, basándose en un análisis exhaustivo de las necesidades de los clientes con diversidad funcional.
 - Prioridad: La personalización de la oferta es un factor diferenciador clave que debe ser priorizado para asegurar la satisfacción del cliente.
- **Gestión de Viviendas Anteriores de Clientes:**
 - Ofrecer el servicio de venta o alquiler de las viviendas previas de los clientes, eliminando las cargas adicionales para ellos.
 - Prioridad: Esto aumenta el valor agregado del servicio, generando un modelo de negocio integral que cubre tanto las necesidades de compra/venta como las adaptaciones.

3. Actividades de Plataforma o Red

Estas actividades están orientadas a la creación y mantenimiento de una red que permita la operación eficiente del negocio.

- **Marketing y Publicidad:**
 - Publicar anuncios en portales inmobiliarios (Idealista, Fotocasa), redes sociales, y páginas webs propias. Desarrollar campañas de marketing que apunten específicamente a la inclusión y accesibilidad.
 - Prioridad: La visibilidad y la promoción adecuada del servicio es clave para atraer clientes y generar ventas.
- **Establecimiento de Alianzas Estratégicas:**
 - Colaborar con empresas de mobiliario y reformas especializadas, así como con inversores que puedan proporcionar capital. Además, puede haber



oportunidades de colaboración con plataformas de crowdfunding inmobiliario.

- Prioridad: La colaboración con actores clave del sector mejora la capacidad operativa, reduce costos y expande el alcance del proyecto.

4. Actividades No Externalizables

Existen ciertas actividades que son clave para el know-how del negocio y no pueden externalizarse, ya que forman parte del valor diferencial y la misión de la empresa:

- **Conocimiento y Diseño de Adaptaciones para Diversidad Funcional:**
 - Es crucial que el equipo mantenga el conocimiento especializado en accesibilidad y en las necesidades de las personas con diversidad funcional, ya que esto asegura que las adaptaciones sean adecuadas y de calidad.
 - Prioridad: Este es el corazón del negocio y debe ser manejado internamente para asegurar la efectividad y la excelencia del servicio.
- **Relación con Clientes y Gestión Personalizada:**
 - El trato cercano y personalizado con cada cliente debe mantenerse internamente para garantizar una experiencia positiva y única. La atención al cliente es esencial para fidelizar a los consumidores.
 - Prioridad: Este proceso no solo es esencial para la satisfacción del cliente, sino que también genera confianza y reputación en el mercado.

Conclusión

Las actividades clave del proyecto deben organizarse de acuerdo con su impacto directo en la propuesta de valor, priorizando la captación de propiedades, la adaptación de viviendas y el asesoramiento personalizado a los clientes.

Además, las actividades de marketing y alianzas estratégicas son necesarias para mantener el flujo de clientes y capital.

Es importante también no delegar el conocimiento especializado en accesibilidad y la relación con los clientes, ya que son componentes fundamentales para el éxito a largo plazo del negocio