

RESUMEN

Nuestra propuesta de valor, se basa en una marca de ropa biodegradable. Ofrecemos los mejores productos de ropa, con diseños exclusivos y únicos que hace al cliente estar actualizado en el ámbito de la moda. Además nos comprometemos con el medio ambiente y ofrecemos mejor calidad comparado con otras empresas por menos cantidad de dinero.

En lo que se refiere a la segmentación geográfica, nuestra empresa tendrá una página online en la que todos los habitantes de España tendrán la oportunidad de comprar nuestros productos, en la segmentación demográfica, nuestra marca por lo general tiene productos más juveniles y modernos, por ello la mayoría de nuestros clientes es gente joven preocupada por el medio ambiente. Por último, en la segmentación psicográfica, nuestra empresa prepara métodos de investigación como focus group, encuestas, entrevistas y estudios de casos que pueden resultar exitosos.

Hablando sobre las sociedades clave, en nuestro caso nuestro entorno así como la sociedad en su conjunto es una parte crucial de nuestra empresa ya que es quién determina nuestros beneficios.

Para la ropa biodegradable las materias primas que necesitamos son lino, algodón y bambú, por ello nuestros proveedores clave son aquellos que nos mandan dichos productos. Los socios también realizan actividades imprescindibles para la misma. Un socio clave de nuestra empresa es la empresa de transporte de entrega a domicilio, también consideramos que las asociaciones con un equipo de diseño profesional es muy importante.

En nuestra empresa además tenemos alianzas con empresas no rivales, en nuestro caso lo tenemos con una empresa de complementos de todo tipo, y esto nos beneficia en muchos aspectos.

Sobre las fuentes de ingresos, nuestra marca recibe ingresos por dos partes, la suscripción de algunos clientes y la venta de nuestros propios productos, desde ropa hasta accesorios.

En cuanto a los canales, tenemos el de *comunicación*, que en nuestro caso será a través de internet (nuestra página web). En el canal de *venta*, tendremos tanto una tienda física como online, y por último, el canal de *distribución*, será mediante correo y empresas de transporte.

Para las relaciones con los clientes, nuestra estrategia es adoptar una relación con el cliente de *asistencia personal dedicada*, que consiste en asignar a un responsable la atención específica de un cliente, normalmente se desarrolla a largo plazo. Además, ofreceremos una atención más personalizada cuando el cliente compre lo que desea.

Dentro de nuestros recursos claves, tenemos los recursos *físicos*, en nuestro caso tenemos por ejemplo, oficinas, instalaciones, puntos de venta, etc. Nuestros recursos *intelectuales* se basan en la marca, las patentes, la propiedad intelectual, los derechos de autor e incluso las asociaciones además. Las listas de clientes, el conocimiento de los clientes, e incluso su propia gente, también representan una forma de recurso intelectual. En cuanto a los recursos *humanos*, los representantes del servicio de atención al cliente son fundamentales y todos los socios y empleados de nuestra empresa serán clave para lograr los objetivos de la empresa. Los recursos *financieros o económicos*, estos incluyen dinero en efectivo, líneas de crédito y la posibilidad de tener planes de opciones de compra de acciones para los empleados.

Nuestra empresa tiene como recurso clave la materia de finanzas.

Nuestras actividades clave se dividen en 3 categorías, las primeras son todas las actividades relacionadas con la fabricación de nuestro producto que es la ropa biodegradable. El diseño del producto también es muy importante.

Es importante que nuestro producto tenga la mejor calidad posible y así alcance el mayor número de clientes, para ello, aparece otra actividad importante que es la del control del funcionamiento de la maquinaria. Otra de nuestras actividades principales es la de la entrega de productos. Tenemos convenio con una empresa de repartos que nos realiza esta actividad de la mejor manera posible.

Nuestra empresa está preparada para solucionar cualquier tipo de problema ya sea cualquier fallo en la maquinaria como problemas entre miembros de la empresa.

Para finalizar, hablaremos de la estructura de costes. Los costes de nuestro proyecto varían desde costes en la producción de productos hasta gastos en marketing para nuestra marca. Nuestros costes se dividirán entre los costes fijos y variables. Además los costes iniciales y necesarios para poder comenzar con nuestro proyecto que oscilarán entre 25.000 y 35.000, serán cubiertos entre las integrantes del equipo.