

## 4. SOCIEDADES CLAVE

### 4.1. AGENTES

#### **Estudio de Mercado:**

Descripción: Realizar un estudio de mercado es crucial para comprender las tendencias del consumidor, identificar oportunidades y competidores, y ajustar la estrategia de marketing.

Actividades Clave: Analizar la demanda del mercado, evaluar la competencia, identificar nichos de mercado y proporcionar datos para la toma de decisiones estratégicas.

#### Infraestructura:

Descripción: La infraestructura contribuye significativamente al éxito de la Eco Shop, desde la ubicación estratégica hasta la presentación visual del espacio.

Actividades Clave: Identificar y asegurar una ubicación estratégica, diseñar y decorar el espacio de la tienda para reflejar la sostenibilidad y los valores de la marca.

#### Recursos Humanos:

Descripción: Contar con personal capacitado y comprometido es esencial para ofrecer un servicio de calidad y mantener los estándares sostenibles.

Actividades Clave: Contratar personal especializado en productos sostenibles, proporcionar capacitación sobre sostenibilidad y fomentar un ambiente laboral que refleje los valores ecológicos.

#### Tecnología:

Descripción: La tecnología desempeña un papel clave en la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

Actividades Clave: Implementar sistemas de toma de pedidos y facturación ecoamigables, mantener la seguridad cibernética y adoptar tecnologías que optimicen las operaciones.

## 4.2. ROL

### **Sociedades Clave:**

### **Inversores:**

### **Rol:**

Financiar el desarrollo y crecimiento sostenible de la Eco Shop.

Importancia: Alta. Su inversión sustenta la viabilidad financiera y expansión del negocio.

### **Proveedores Clave:**

### **Rol:**

Suministrar productos sostenibles y de calidad.

### **Importancia:**

Alta. La calidad y sostenibilidad de los productos dependen directamente de la relación con proveedores confiables.