

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.