

8. RECURSOS CLAVE (5%)

8.1. RECURSOS TANGIBLES E INTANGIBLES

Se centra en la venta de productos ecológicos y sostenibles, se identifican recursos clave tanto tangibles como intangibles:

Recursos Tangibles:

Inventario de Productos Sostenibles:

Descripción: Existencia de productos ecológicos y sostenibles para la venta, incluyendo alimentos, productos de cuidado personal, artículos para el hogar, etc.

Instalaciones Físicas:

Descripción: Espacio físico para la tienda que incluye áreas de exhibición, estanterías, cajas registradoras y cualquier infraestructura necesaria para operar.

Sistema de Almacenamiento y Logística:

Descripción: Un sistema eficiente para el almacenamiento y la gestión de inventario, así como una cadena de suministro sostenible.

Embalaje Sostenible:

Descripción: Materiales de embalaje respetuosos con el medio ambiente, como bolsas reutilizables, envases compostables y etiquetas ecoamigables.

Transporte Ecológico:

Descripción: Flota de vehículos o acuerdos con servicios de entrega que utilicen medios de transporte sostenibles, como vehículos eléctricos o bicicletas.

Punto de Venta (POS) y Tecnología de Pagos:

Descripción: Sistemas de punto de venta para facilitar las transacciones y tecnología de pagos electrónicos que promuevan la eficiencia y la comodidad del cliente.

Recursos Intangibles:

Marca y Reputación:

Descripción: Desarrollo de una marca sólida asociada a la sostenibilidad, la calidad y la responsabilidad social, lo que contribuye a una reputación positiva.

Relaciones con Proveedores Sostenibles:

Descripción: Establecimiento de relaciones sólidas con proveedores que compartan los valores de sostenibilidad, garantizando la autenticidad de los productos ofrecidos.

Conocimientos en Sostenibilidad:

Descripción: Conocimientos especializados sobre prácticas sostenibles, certificaciones ecológicas y la capacidad de proporcionar información a los clientes sobre la procedencia y el impacto ambiental de los productos.

Experiencia del Cliente:

Descripción: Enfoque en la experiencia del cliente, brindando un servicio personalizado, educación sobre la sostenibilidad y fomentando la lealtad a través de programas de recompensas.

Plataforma de Comercio Electrónico:

Descripción: Si la empresa opera en línea, contar con una plataforma de comercio electrónico eficiente y fácil de usar.

Campañas de Marketing Sostenible:

Descripción: Estrategias de marketing que resalten los valores de sostenibilidad de la empresa, como campañas en redes sociales, blogs y colaboraciones con influencers ambientales.

Compromiso Comunitario:

Descripción: Participación activa en iniciativas comunitarias y eventos locales que refuercen el compromiso con la sostenibilidad y fortalezcan los lazos con la comunidad.

La integración efectiva de estos recursos tangibles e intangibles permitirá que la empresa "Eco-Shop" no solo ofrezca productos sostenibles, sino que también construya una marca fuerte y una conexión auténtica con sus clientes comprometidos con el medio ambiente.