

## 7. RECURSOS CLAVE

### Recursos Clave

Los recursos clave son aquellos elementos, tanto tangibles como intangibles, que permiten que el proyecto funcione, genere valor para los clientes y se mantenga competitivo frente a otras plataformas. En nuestro marketplace para comercio local, los recursos clave se dividen en tres grandes categorías: tangibles, intangibles y humanos.

#### 1. Recursos Tangibles

- **Plataforma digital (web):**

- Núcleo operativo del proyecto donde se conecta a clientes y comercios.
- Incluye catálogos de productos, buscador geolocalizado, carrito de compras y sistema de pagos.

- **Infraestructura tecnológica:**

- Servidores y alojamiento web, sistemas de seguridad y backups, herramientas de analítica y seguimiento.

- **Logística local:**

- Acuerdos con servicios de mensajería urbana y puntos de recogida en tienda.
- Espacios físicos o puntos de referencia para recogida rápida de productos.

- **Material de marketing físico:**

- Carteles, folletos, pegatinas en tiendas y elementos de visibilidad para acciones locales.

## 2. Recursos Intangibles

- **Conocimiento del mercado local:**

- Entendimiento de las necesidades del comercio de proximidad y los hábitos de compra de los clientes por ciudad.

- **Propiedad intelectual y know-how tecnológico:**

- Diseño y desarrollo de la plataforma, experiencia en UX/UI, gestión de bases de datos y algoritmos de búsqueda local.

- **Imagen y reputación de marca:**

- Posicionamiento como plataforma que apoya al comercio local, genera confianza y conecta con valores sociales.

- **Propósito social:**

- El enfoque de “proteger y fortalecer los comercios locales” genera un vínculo emocional con clientes y tiendas.

## 3. Recursos Humanos y Relacionales

- **Equipo de gestión y desarrollo:**

- Experiencia en digitalización de negocios, marketing online, desarrollo tecnológico y operaciones.

- **Habilidades en comunicación y captación de comercios:**

- Capacidad para persuadir a pequeños negocios, explicar el valor de la plataforma y acompañarlos en el proceso digital.

- **Red de contactos estratégicos:**

- Tiendas locales, asociaciones de comerciantes, cámaras de comercio, instituciones públicas y aliados locales.
- Facilita la expansión de la plataforma, colaboración en campañas y acceso a subvenciones o programas de apoyo al comercio.

Los recursos clave del proyecto no solo son tecnológicos, sino también humanos, relacionales y sociales. La combinación de una plataforma robusta, conocimiento del mercado, habilidades de comunicación y una red de contactos locales permite ofrecer un valor real tanto a los clientes como a las tiendas, diferenciándose de grandes plataformas y fortaleciendo el comercio de proximidad.