

Nombre del proyecto: La Saucana S.L.

Tipo de proyecto: Compra-venta nacional e internacional (Intermediación)

Autores: Pablo Blanco Martín, Diego García Benito, Diego García Cubillo, Alberto González Argüello, Enrique González Hidalgo.

Asignatura: Itinerario Personal para la Empleabilidad II.

Curso: 2º CFGM Sistemas Microinformáticos y Redes.



La Saucana S.L.

COMERCIO E INTERMEDIACIÓN

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

La Saucana S.L es una empresa fundada en 2024 con sede en España dedicada a la intermediación en la compra y venta de productos nacionales e internacionales, especializada en artículos de colecciónismo como cartas, figuras, antigüedades y ediciones limitadas. La empresa actúa como intermediaria de confianza, gestionando la verificación, el almacenaje, la venta, el envío y la atención al cliente.

Tras un año en el mercado, la empresa opera a nivel nacional e internacional buscando productos exclusivos con garantías de calidad.

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPIEDAD DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTE	
La Saucana S.L.	<p>Captación de productos.</p> <p>Gestión de ventas.</p> <p>Verificación de la autenticidad de productos de colección.</p> <p>Logística y envíos.</p> <p>Marketing.</p>	<p>Compradores desconfían de la autenticidad y estado de los productos y del envío.</p> <p>Los vendedores no encuentran compradores seguros.</p>	<p>Atención personalizada. Seguimiento del proceso de venta.</p> <p>Soporte postventa. descuentos.</p> <p>Información sobre novedades.</p> <p>Comunicación continua por e-mail y redes sociales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Coleccionistas particulares interesados en la compra. • Personas que quieren vender productos de colecciónismo de forma segura. • Tiendas pequeñas o comercios sin canal de venta internacional. • Compradores online. 	
	<p>RECURSOS CLAVE</p> <p>RECURSOS TANGIBLES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Infraestructura tecnológica. ● Equipo humano (5 personas) ● Plataforma web. ● Almacenes. <p>RECURSOS INTANGIBLES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Conocimientos de comercio internacional y nacional. ● Marca y confianza. ● Base de datos de clientes y de nuestros productos. ● Habilidades para la atención personalizada a nuestros clientes. 	<p>CANALES</p> <p>A. VÍAS DE COMUNICACIÓN</p> <p>Página web: Canal principal.</p> <p>Redes sociales para dar visibilidad.</p> <p>E-mail y mensajería directa para la atención a nuestros clientes y hacer el seguimiento de los pedidos.</p> <p>B. VÍAS DE DISTRIBUCIÓN</p> <p>Envíos nacionales e internacionales para entregar los productos.</p> <p>Subastas online.</p> <p>Marketplaces asociados.</p>			
ESTRUCTURA DE COSTES <ul style="list-style-type: none"> • Alquiler de almacenes Transporte y logística Desarrollo web Marketing. 		FUENTES DE INGRESOS <ul style="list-style-type: none"> • Comisiones por intermediación en la venta y compra de productos. • Comisiones en subastas. • Servicios extra (almacenaje, envíos urgentes, fotos) • Venta de productos propios. 			