

5. Comunidades

Racon L.A.N. fomentará la creación de comunidades digitales a través de redes sociales, donde los clientes puedan compartir opiniones, experiencias y recomendaciones sobre productos de temporada.

6. Co-creación

Los clientes podrán participar en la selección de productos mediante encuestas, votaciones o sugerencias, influyendo en las tendencias y artículos que se ofrecerán en la plataforma.

Recursos clave

Los recursos clave de Racon L.A.N. permiten a la empresa desarrollar su propuesta de valor, llegar eficazmente a sus clientes, mantener relaciones duraderas con ellos y, en última instancia, generar ingresos de forma sostenible.

♦ Recursos físicos

Infraestructura logística mínima: espacios de almacenamiento temporal y puntos de recogida asociados a eventos o pop-up stores.

Equipamiento tecnológico básico: ordenadores, dispositivos móviles y herramientas necesarias para la gestión operativa.

Material para eventos efímeros: stands, expositores y elementos de marca para acciones presenciales temporales.

Red de distribución externa: acceso a servicios logísticos subcontratados que permiten la entrega de productos sin necesidad de flota propia.

Estos recursos físicos permiten operar con flexibilidad y sin elevados costes fijos.

♦ Recursos intelectuales

Marca Racon L.A.N. y su identidad corporativa: elemento diferenciador que transmite exclusividad, cultura y modernidad.

Conocimiento del mercado joven y de tendencias: análisis de hábitos de consumo, comportamiento digital y productos de temporada.

Base de datos de clientes y suscriptores: información clave para la personalización de la oferta y la fidelización.

Relaciones con proveedores, artistas y socios estratégicos: red de contactos que aporta valor competitivo.

Derechos de uso y licencias: necesarios para la comercialización de productos culturales y colaboraciones.

Estos recursos constituyen una ventaja competitiva difícilmente imitable.

♦ Recursos humanos

Equipo de gestión y dirección: responsable de la estrategia, planificación y toma de decisiones.

Especialistas en marketing digital y redes sociales: encargados de la comunicación, la captación de clientes y la creación de contenido.

Responsables de curaduría de producto: seleccionan productos estacionales alineados con las tendencias del momento.

Atención al cliente y gestión de pedidos: aseguran una experiencia de compra satisfactoria y personalizada.

Colaboradores externos: diseñadores, creadores y técnicos contratados por proyecto.

El capital humano es clave para mantener la innovación y la coherencia del modelo.

♦ Recursos financieros

Capital inicial propio o de socios: necesario para el lanzamiento del proyecto.

Ingresos recurrentes por ventas y suscripciones: fuente de financiación continua.

Capacidad de inversión en marketing y colaboraciones: para aumentar visibilidad y crecimiento.

Acceso a financiación externa puntual: créditos, subvenciones o inversores si el proyecto escala.

Actividades clave

Las actividades clave son aquellas acciones fundamentales que permiten a la empresa ofrecer su propuesta de valor, llegar a los clientes, mantener la relación con ellos y generar ingresos. En el caso de Racon L.A.N., estas actividades se clasifican en producción, solución de problemas y plataforma o red.

1) Actividades de producción

Son las relacionadas con la creación y gestión del servicio que ofrece la empresa.