

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.

- Gestión y actualización de la **plataforma online**.
- Selección y validación de **proveedores de productos de temporada**.
- Creación y mantenimiento del catálogo digital.
- Gestión de pedidos personalizados bajo demanda.
- Coordinación de la logística sin stock (dropshipping).

2) Actividades de solución de problemas

Se centran en resolver las necesidades y posibles incidencias de los clientes.

- Atención al cliente antes, durante y después de la compra.
- Gestión de devoluciones y reclamaciones.
- Resolución de incidencias en envíos o productos.
- Asesoramiento al cliente en la elección de productos.
- Adaptación rápida a cambios en tendencias y demanda.

3) Actividades de plataforma o red

Relacionadas con el funcionamiento de la plataforma como intermediaria y con la red de colaboradores.

- Gestión de la relación con proveedores y marcas asociadas.
- Gestión de pagos y comisiones.
- Análisis de datos de ventas y comportamiento del cliente.
- Captación y fidelización de usuarios.
- Coordinación con empresas de mensajería y servicios externos.

Estructura de costes

Con el modelo de negocio de Racon L.A.M. Se centra en la distribución de productos temporales, mediante pedidos personalizados para minimizar el desperdicio y el sobrestock, este análisis tiene