



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
ICADE

PLAN DE NEGOCIO: RENTIQUE BY PATRICIA

Autor: Patricia Celestino Esteban
Director: Juan Antonio Gil Serra

MADRID | Marzo 2025



Resumen

El objetivo de este plan de negocio es analizar la viabilidad de Rentique by Patricia, una plataforma digital centrada en el alquiler, la compra y la reventa de prendas sostenibles. Esta iniciativa surge como respuesta al creciente interés por un consumo más responsable en el sector de la moda, especialmente entre mujeres que buscan opciones exclusivas sin necesidad de adquirir una prenda de forma permanente. Rentique se posiciona como una alternativa diferenciadora al fast fashion, combinando sostenibilidad, digitalización y estilo en una sola propuesta.

La plataforma está dirigida principalmente a mujeres de entre 25 y 45 años, con un poder adquisitivo medio-alto, que valoran la estética y la conciencia medioambiental. A través de un modelo híbrido y flexible, se ofrece una experiencia de uso premium, con una interfaz intuitiva, procesos logísticos sostenibles y la posibilidad de revender prendas directamente entre usuarias.

Este proyecto se apoya en un análisis estratégico detallado, un plan de marketing digital orientado al posicionamiento en redes sociales, y un enfoque financiero realista que confirma su viabilidad a medio plazo. Rentique by Patricia no solo busca adaptarse al nuevo comportamiento de consumo, sino también liderar un cambio cultural en la forma de relacionarnos con la moda.

Palabras clave: Rentique by Patricia, moda circular, alquiler de ropa, sostenibilidad, plataforma digital.

Abstract

The aim of this business plan is to analyse the viability of Rentique by Patricia, a digital platform focused on renting, buying, and reselling sustainable fashion. This project responds to the growing demand for more conscious consumption in the fashion industry, particularly among women seeking exclusive garments without the need for permanent ownership. Rentique positions itself as a distinctive alternative to fast fashion, blending sustainability, digital convenience, and style in a single service.



The platform targets women aged between 25 and 45 with a medium-high income level, who value aesthetics and environmental awareness. Through a hybrid and flexible model, it offers a premium user experience, including a user-friendly interface, sustainable logistics, and peer-to-peer garment resale.

This business proposal is based on detailed strategic analysis, a digital marketing plan focused on social media positioning, and a realistic financial plan that supports its viability in the medium term. Rentique by Patricia not only aims to adapt to evolving consumer habits but also to lead a cultural shift in how we engage with fashion.

Key words: Rentique by Patricia, circular fashion, clothing rental, sustainability, digital platform.



Índice

Capítulo I. Introducción.....	5
1.1. Objetivos y metodología del TFG.....	5
1.2. Presentación de la empresa y su actividad.....	6
1.3. Misión, visión y valores.....	7
1.4. Modelo de negocio y diferenciación.....	9
Capítulo II. Análisis de Mercado.....	10
2.1. Análisis externo.....	10
2.2. Análisis de la competencia.....	15
2.3. Análisis DAFO.....	16
2.4. Análisis CAME.....	20
Capítulo III. Modelo de Negocio.....	25
3.1. Modelo CANVAS.....	25
3.2. Estrategia de crecimiento y expansión.....	30
Capítulo IV. Plan de Marketing.....	31
4.1. Segmentación del mercado.....	31
4.2. Posicionamiento de la marca.....	32
4.3. Marketing Mix.....	32
4.4. Estrategia de lanzamiento.....	35
Capítulo V. Plan de Recursos Humanos.....	36
5.1. Estructura organizativa inicial.....	36
5.2. Cultura organizativa.....	38
5.3. Política de contratación y perfiles seleccionados.....	38
5.4. Distribución de tareas y dedicación semanal.....	38
5.5. Costes anuales del equipo.....	39
5.6 Evolución del equipo a medio plazo.....	39
Capítulo VI. Plan Financiero.....	40
6.1. Hipótesis y supuestos financieros.....	40
6.2. Inversión inicial.....	42



6.3. Balance de constitución.....	43
6.4. Cuenta de pérdidas y ganancias.....	44
○ Cuenta de pérdidas y ganancias mensual (año 1).....	44
○ Cuenta de pérdidas y ganancias anual (2025-2027).....	46
6.5. Flujo de caja anual (2025–2027).....	47
6.6. Punto de equilibrio.....	49
6.7. Coste medio ponderado de capital (WACC).....	51
Capítulo VII. Sostenibilidad e Impacto Social.....	54
7.1. Contribución ambiental.....	54
7.2. Elección de proveedores responsables.....	55
7.3. Conciencia social y estilo de vida responsable.....	55
Capítulo VIII. Plan jurídico-fiscal y marco legal.....	56
8.1. Forma jurídica.....	56
8.2. Obligaciones fiscales.....	56
8.3. Marco legal aplicable.....	57
8.4. Protección de datos.....	58
8.5. Contratos y relaciones con colaboradores.....	58
8.6. Condiciones legales de uso para clientas.....	58
Capítulo IX. Conclusiones.....	60
Capítulo X. Bibliografía.....	62



Capítulo I. Introducción

1.3. Objetivos y metodología del TFG

El desarrollo de Rentique by Patricia parte de un análisis detallado del mercado de la moda sostenible y la economía circular. Para garantizar la viabilidad del negocio, se han establecido los siguientes objetivos estratégicos:

- Ofrecer una plataforma digital intuitiva que facilite el acceso al alquiler y compra de ropa sostenible.
- Construir una comunidad de usuarios que promuevan la moda circular y participen activamente en la reventa de prendas.
- Establecer alianzas con diseñadores emergentes y marcas comprometidas con la sostenibilidad.
- Implementar estrategias de marketing digital para atraer clientes y posicionar la marca en el mercado.

La metodología utilizada para el desarrollo de este plan de negocio combina el análisis estratégico con la investigación de mercado y la aplicación de herramientas prácticas. Para entender el contexto actual y detectar oportunidades reales, se han consultado fuentes secundarias, como informes del sector textil, estudios de tendencias de consumo y datos oficiales de instituciones europeas. También se ha recurrido a modelos de negocio similares, tanto en España como en el extranjero, como Rent the Runway, Borrow o Ecodicta, para poder comparar enfoques y extraer aprendizajes aplicables al proyecto.

Durante el proceso se han utilizado herramientas como el análisis PESTEL, que permite identificar factores clave del entorno, y el análisis DAFO, que ayuda a sintetizar los puntos fuertes y débiles del proyecto, así como las oportunidades y amenazas externas. A partir de este último se ha elaborado también un análisis CAME, que orienta las estrategias a seguir.

El plan de marketing incluye un desarrollo completo del marketing mix, adaptado al tipo de cliente objetivo y a las particularidades de una plataforma de moda sostenible. También se ha trabajado en una propuesta de marketing digital centrada en redes sociales, colaboraciones con perfiles afines a los valores de la marca, y generación de comunidad.



En el apartado económico-financiero, se han definido las principales hipótesis y se han desarrollado herramientas clave como la inversión inicial, el balance de constitución, la cuenta de pérdidas y ganancias, el flujo de caja, el análisis del punto muerto y el cálculo del WACC. Todo ello está proyectado para los tres primeros años de actividad, con datos coherentes y ajustados al modelo de negocio.

Además, se ha incluido un plan de recursos humanos que define la estructura del equipo, los perfiles necesarios, el organigrama y la previsión de horas por área, teniendo en cuenta que gran parte del trabajo se externalizará a profesionales freelance.

También se ha elaborado un plan jurídico-fiscal donde se detalla la forma jurídica elegida, las obligaciones tributarias, la normativa aplicable al comercio electrónico y la protección de datos, así como aspectos contractuales con colaboradoras. Por último, el proyecto incorpora un enfoque transversal de sostenibilidad e impacto social, en línea con los valores de la marca y con la estrategia europea para una economía circular.

1.2. Presentación de la empresa y su actividad

En los últimos años, la industria de la moda ha experimentado una transformación significativa debido a los cambios en los hábitos de consumo y la creciente preocupación por la sostenibilidad. El modelo tradicional basado en la compra de prendas nuevas está dando paso a alternativas más responsables, como el alquiler y la reventa de ropa. En este contexto, nace Rentique by Patricia, una plataforma que ofrece a sus clientes la posibilidad de alquilar, comprar y revender prendas exclusivas para eventos especiales.

Rentique by Patricia tiene como objetivo principal proporcionar una alternativa sostenible a la moda tradicional, permitiendo que los clientes accedan a prendas de calidad sin necesidad de realizar una compra permanente. De esta manera, la empresa contribuye a la reducción del desperdicio textil y fomenta un consumo más consciente.

Según datos del Parlamento Europeo, la industria textil es responsable del 10 % de las emisiones globales de carbono y del 20 % de la contaminación del agua industrial a nivel



mundial. Además, se estima que cada ciudadano europeo genera alrededor de 11 kg de residuos textiles al año, de los cuales solo una pequeña parte se reutiliza o recicla.¹

En este contexto, el modelo de alquiler y reventa de prendas que propone Rentique by Patricia representa una solución alineada con las estrategias europeas de economía circular, al prolongar la vida útil de las prendas y reducir la necesidad de nuevas producciones. La propia Unión Europea promueve medidas legislativas que incentivan modelos como el de Rentique, orientados hacia una moda más duradera, reutilizable y reciclable.

El modelo de negocio se basa en un marketplace digital en el que los clientes pueden elegir entre tres opciones:

1. **Alquiler de ropa:** Para eventos especiales, los clientes pueden alquilar prendas de alta calidad y devolverlas una vez utilizadas.
2. **Compra de prendas sostenibles:** Se ofrece una selección de ropa de diseñadores emergentes que apuestan por materiales reciclados y producción ética.
3. **Reventa de prendas:** Los usuarios pueden vender sus propias prendas en la plataforma, dándoles una segunda vida y promoviendo la moda circular.

Este modelo de negocio no solo permite acceder a ropa exclusiva a un precio más accesible, sino que también ayuda a reducir el impacto ambiental de la industria textil.

1.3. Misión, Visión, Valores y Logo

Misión

La misión de Rentique by Patricia es ofrecer una alternativa sostenible y accesible a la moda tradicional a través de un modelo de negocio basado en la reutilización de prendas. La empresa busca democratizar el acceso a ropa de calidad para eventos especiales, promoviendo un consumo responsable y alineado con los valores de la economía circular.

¹ Parlamento Europeo. (2020). *Moda sostenible: la UE aboga por textiles duraderos y reciclables*. Recuperado de <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20201208STO93327>



Visión

Ser la plataforma líder en España en alquiler y reventa de moda sostenible para eventos especiales, ofreciendo a los clientes una experiencia de usuario intuitiva, segura y eficiente. Rentique by Patricia aspira a convertirse en un referente de innovación en la industria de la moda, impulsando un modelo de negocio que reduzca el impacto medioambiental y fomente hábitos de consumo más conscientes.

Valores

- **Sostenibilidad:** Promovemos el uso responsable de los recursos y la reducción del desperdicio textil.
- **Accesibilidad:** Queremos que todas las personas puedan acceder a moda de calidad sin necesidad de realizar grandes inversiones.
- **Innovación:** Incorporamos herramientas tecnológicas para mejorar la experiencia del usuario y optimizar la gestión del alquiler y la reventa.
- **Confianza:** Ofrecemos un entorno seguro para compradores y vendedores, asegurando la calidad de las prendas y garantizando procesos transparentes.

Logo

Imagen 1: Logo Rentique by Patricia



Fuente: Elaboración propia



Nuestro logo refleja la esencia de Rentique by Patricia: donde el lujo se encuentra con la sostenibilidad. Representa la fusión entre exclusividad y responsabilidad ambiental, ofreciendo una nueva forma de entender la moda a través del alquiler, la compra y la reventa de prendas seleccionadas. Un concepto que promueve la elegancia sin desperdicio, permitiendo que cada prenda tenga más de una vida.

1.4. Modelo de negocio y diferenciación

El modelo de negocio de Rentique by Patricia se diferencia de otras plataformas de moda sostenible por la integración de tres servicios en un mismo espacio digital: alquiler, compra y reventa de prendas. Este enfoque permite a los clientes adaptar su consumo según sus necesidades específicas, sin comprometerse con compras innecesarias.

Las principales ventajas competitivas de la empresa son:

- **Triple oferta en un mismo marketplace:** Alquiler, compra de moda sostenible y reventa.
- **Foco en eventos especiales:** Ropa exclusiva para bodas, cenas de gala, fiestas y otros eventos.
- **Proceso simplificado y seguro:** Gestión integral de logística, limpieza y certificación de calidad en las prendas alquiladas y revendidas.
- **Enfoque en la moda circular:** Se priorizan materiales reciclados, diseñadores sostenibles y procesos de producción éticos.

El éxito de la plataforma dependerá de la capacidad para atraer tanto a clientes que buscan ropa para ocasiones especiales como a propietarios de prendas que desean rentabilizar su armario sin generar desperdicio.



Capítulo II. Análisis de Mercado

- **2.1 Análisis externo**
 - **Análisis del Entorno General: PESTEL**

Factores Políticos

Las políticas gubernamentales están desempeñando un papel crucial en la promoción de prácticas sostenibles en la industria textil. La Unión Europea ha establecido directrices que obligan a los Estados miembros a implementar sistemas de recogida separada de residuos textiles antes de 2025, con el objetivo de reducir el impacto ambiental de la moda. En España, empresas líderes como Inditex, H&M, Decathlon, Ikea y Primark han anunciado un proyecto piloto para la recogida de ropa usada a partir de abril de 2025, anticipándose a estas regulaciones.²

Factores Económicos

El mercado de la moda sostenible está en expansión. Según Global Market Insights, el tamaño del mercado de ropa sostenible fue valorado en 3.300 millones de dólares en 2023 y se prevé que registre una tasa compuesta anual de crecimiento (CAGR) del 9,5% entre 2024 y 2032.³

Este crecimiento refleja una demanda creciente de productos éticos y sostenibles por parte de los consumidores.

Factores Sociales

Los consumidores españoles muestran una creciente preocupación por el impacto ambiental de sus compras. Un estudio de One Poll revela que el 81% de los consumidores en España desean que sus compras tengan un impacto positivo, aunque el 70% se siente confundido por

² Reuters. (2024, 10 de octubre). *Spain's top fashion retailers launch trial to collect clothes waste before 2025*. Reuters.

<https://www.reuters.com/sustainability/spains-top-fashion-retailers-launch-trial-collect-clothes-waste-2025-2024-10-10/>

³ Global Market Insights. (2023). *Sustainable Clothing Market Size*. Recuperado de <https://www.gminsights.com/industry-analysis/sustainable-clothing-market>



el etiquetado de sostenibilidad.⁴ Esta tendencia indica una oportunidad para educar y atraer a clientes interesados en opciones de moda más responsables.

Factores Tecnológicos

La digitalización ha facilitado la aparición de plataformas de alquiler de ropa en línea, mejorando la accesibilidad y conveniencia para los usuarios. Empresas como Rent the Runway y GlamCorner han liderado este modelo de negocio, ofreciendo servicios de alquiler a través de plataformas digitales.⁵ La adopción de tecnologías como aplicaciones móviles y sistemas de gestión de inventario en tiempo real es esencial para competir en este mercado.

Factores Ecológicos

La industria de la moda es responsable de aproximadamente el 20% de la contaminación del agua a nivel mundial, y solo el 1% de las prendas se reciclan.⁶ Este contexto ha llevado a una mayor demanda de prácticas sostenibles, como el alquiler y la reventa de ropa, que contribuyen a reducir el desperdicio textil y la huella ambiental.

Factores Legales

La legislación europea y española está avanzando hacia una mayor responsabilidad en la gestión de residuos textiles. La Ley 7/2022 de residuos y suelos contaminados para una economía circular en España establece obligaciones para la recogida separada de textiles, lo que afectará a las empresas del sector. Adaptarse a estas regulaciones es crucial para operar de manera legal y sostenible.⁷

⁴ Cadena SER. (2024, 20 de noviembre). *8 de cada 10 consumidores quieren que su compra tenga un impacto positivo*. Cadena SER. Recuperado de <https://cadenaser.com/aragon/2024/11/20/8-de-cada-10-consumidores-quieren-que-su-compra-tenga-un-impacto-positivo-radio-zaragoza/>

⁵ Mordor Intelligence. (2023). *Online Clothing Rental Market - Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2023 - 2028)*. Recuperado de <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/online-clothing-rental-market>

⁶ El País. (2024, 11 de septiembre). *Las grandes marcas y el reciclaje de ropa: ¿cambio de paradigma o estrategia de marketing?*. El País. Recuperado de <https://elpais.com/proyecto-tendencias/2024-09-11/las-grandes-marcas-y-el-reciclaje-de-ropa-cambio-de-paradigma-o-estrategia-de-marketing.html>

⁷ Gobierno de España. (2022). *Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular*. Boletín Oficial del Estado, 85, 37873-37929. Recuperado de <https://www.boe.es/eli/es/l/2022/04/08/7>

Imagen 2: Análisis PESTEL



Fuente: Elaboración propia

En conjunto, los factores analizados en el modelo PESTEL reflejan un entorno favorable para Rentique. La creciente preocupación social por la sostenibilidad, los avances tecnológicos aplicados al alquiler de ropa y el impulso normativo hacia la economía circular representan claras oportunidades para el modelo de negocio.

Aunque algunos aspectos, como el cumplimiento legal o la presión económica general, pueden suponer ciertos retos, Rentique parte de una posición alineada con las exigencias del mercado actual. Su enfoque digital, sostenible y flexible le permite adaptarse con agilidad a los cambios del entorno y consolidarse en un sector en plena transformación.

○ **Análisis del Entorno Específico: 5 Fuerzas de Porter**

Para analizar la competencia en el sector y entender qué factores pueden afectar a la rentabilidad del modelo de negocio, se ha aplicado el análisis de las 5 Fuerzas de Porter. Esta herramienta permite estudiar el entorno competitivo de Rentique by Patricia desde una perspectiva estratégica, evaluando aspectos como la entrada de nuevos actores, la presión de



productos sustitutos, el poder de proveedores y clientes, y la rivalidad con otras plataformas. Es especialmente útil en sectores en transformación como la moda sostenible, donde el comportamiento del consumidor y la digitalización cambian constantemente.

Poder de negociación de los clientes

Los consumidores tienen múltiples opciones para comprar, alquilar o revender ropa. La competencia con plataformas como Vinted y Vestiaire Collective en la reventa y Borow y Ecodicta en el alquiler da a los clientes más poder para elegir. Para reducir su influencia, Rentique by Patricia debe diferenciarse con un servicio exclusivo, tecnología avanzada y una experiencia de usuario optimizada.

El poder de negociación de las clientas, por tanto, es alto.

Poder de negociación de los proveedores

La empresa trabaja con dos tipos de proveedores: diseñadores sostenibles y clientes que revenden prendas. Los diseñadores pueden tener mayor poder si son reconocidos, mientras que los vendedores particulares dependen de la plataforma para comercializar su ropa. La clave es establecer alianzas estratégicas con marcas emergentes y ofrecer incentivos a los usuarios para fomentar la reventa.

En consecuencia, el poder de negociación de los proveedores es bajo a moderado.

Amenaza de nuevos entrantes

El mercado de la moda circular está en crecimiento, lo que podría atraer a nuevos competidores. Sin embargo, las barreras de entrada incluyen la necesidad de una plataforma tecnológica eficiente, una red logística optimizada y una fuerte inversión en marketing. Rentique by Patricia debe consolidarse rápidamente para crear una comunidad de clientes leales y reducir la vulnerabilidad ante nuevos jugadores.

Por tanto, la amenaza de nuevos entrantes se considera moderada.

Amenaza de productos sustitutos

Alternativas al alquiler y la reventa incluyen la moda rápida, el intercambio de ropa entre particulares y los outlets de lujo. Aunque estas opciones siguen siendo populares, el cambio hacia el consumo responsable y la sostenibilidad está disminuyendo su impacto. Rentique by Patricia debe reforzar su valor diferencial a través de su modelo de moda circular.

Por ello, la amenaza de productos sustitutivos en el sector es alta.

Rivalidad entre competidores

La competencia es fuerte en la reventa con plataformas como Vinted y Vestiaire Collective, y en el alquiler con empresas como Borow y Ecodicta. Sin embargo, Rentique by Patricia se diferencia al combinar ambos modelos en una sola plataforma, con un enfoque exclusivo en ropa para eventos.

Por tanto, la rivalidad entre competidores en este sector es alta.

Imagen 3: Análisis de las 5 fuerzas de Porter



Fuente: Elaboración propia



Aunque el sector de la moda circular y el alquiler de ropa presenta niveles altos de competencia y presión por parte de los clientes, sigue siendo atractivo para nuevos proyectos diferenciados como Rentique. Su combinación de sostenibilidad, digitalización y especialización en eventos le permite destacar en un entorno exigente.

La amenaza de productos sustitutivos y la rivalidad entre competidores son altas, pero se equilibran con barreras moderadas a la entrada, bajo poder de los proveedores y un mercado en crecimiento con una demanda cada vez más interesada en consumir de forma consciente.

● 2.2 Análisis de la competencia

El mercado español ha visto el surgimiento de varias plataformas de alquiler de ropa, cada una con enfoques y propuestas de valor distintas. A continuación, se presentan algunas de las principales competidoras:

1. **Ecodicta:** Ofrece un servicio de renting de prendas, bolsos y accesorios a través de una "fashion box" mensual personalizada según el estilo y preferencias del cliente.⁸
2. **Borow:** Conocida por ser una de las favoritas de las influencers españolas, Borow cuenta con una amplia variedad de modelos y estilos, permitiendo a las clientas encontrar el modelo perfecto para cualquier ocasión.⁹
3. **Pislow:** Ofrece un servicio de renting de prendas, bolsos y accesorios a través de su "fashion box" mensual, permitiendo a los usuarios acceder a un armario sin límites.¹⁰

Aunque estas plataformas han establecido una presencia en el mercado, existe una oportunidad para diferenciarse ofreciendo una combinación única de alquiler y reventa de prendas sostenibles, enfocándose en eventos especiales y proporcionando una experiencia de usuario superior.

⁸ Vogue España. (2019, 20 de marzo). *7 plataformas de alquiler de ropa en España que merece la pena conocer*. Vogue España. Recuperado de

<https://www.vogue.es/moda/articulos/7-plataformas-de-alquiler-de-ropa-en-espana-estilismo-casual-fiesta>

⁹ Vanidad. (2023, 15 de abril). *5 plataformas españolas de alquiler de prendas de lujo que debes conocer*. Vanidad. Recuperado de <https://vanidad.es/5-plataformas-espanolas-de-alquiler-de-prendas-de-lujo>

¹⁰ The Reason Behind. (2022, 24 de septiembre). *Las 10 plataformas de alquiler de ropa en España*. The Reason Behind. Recuperado de <https://thereasonbehind.es/plataformas-alquiler-ropa>



Para poder ver mejor las diferencias entre estas propuestas y la de Rentique by Patricia, incluimos a continuación una tabla comparativa con los aspectos clave de cada modelo de negocio:

Tabla 1: Comparación de los principales competidores de Rentique by Patricia

Plataforma	Tipo de servicio	Modelo de acceso	Público objetivo	Propuesta diferencial
Ecodicta	Alquiler mensual de prendas y accesorios	Fashion box personalizada	Mujeres interesadas en sostenibilidad	Moda circular y estilo diario
Borow	Alquiler puntual de prendas	Catálogo abierto	Eventos, bodas, influencers	Moda de ocasión, fuerte presencia en redes
Pislow	Alquiler mensual de prendas y accesorios	Fashion box ilimitada	Mujeres jóvenes urbanas	Acceso ilimitado a looks variados
Rentique by Patricia	Alquiler, compra y reventa	Catálogo abierto + reventa entre usuarias	Mujeres que buscan exclusividad y sostenibilidad	Enfoque premium para eventos y moda circular

Fuente: Elaboración propia

- **2.3 Análisis DAFO**

Fortalezas

1. Modelo de negocio innovador y diferenciado

Rentique by Patricia combina alquiler, compra y reventa en una sola plataforma, lo que la diferencia de competidores que solo ofrecen una de estas opciones. Este enfoque permite captar distintos tipos de clientes, desde quienes buscan prendas para eventos puntuales hasta aquellos interesados en vender o renovar su armario de manera sostenible.

2. Enfoque en sostenibilidad y moda circular

La creciente preocupación por el impacto ambiental de la industria textil ha impulsado el auge de modelos de negocio basados en la economía circular. Según un informe de Global Fashion Agenda & McKinsey & Company, la moda circular podría representar hasta un 23% del mercado global en 2030, reflejando una oportunidad de crecimiento significativa para plataformas como Rentique by Patricia.¹¹

3. Acceso a un público con alto poder adquisitivo

El alquiler y la compra de prendas sostenibles para eventos especiales atrae a un segmento de clientes que buscan exclusividad y calidad, lo que permite establecer precios competitivos y aumentar el margen de beneficio.

4. Digitalización y experiencia de usuario

La plataforma estará optimizada para facilitar la navegación del usuario con opciones

¹¹ Global Fashion Agenda & McKinsey & Company. (2023). *The GFA Monitor 2023: Scaling circularity in fashion*. Recuperado de <https://globalfashionagenda.org/>



de filtros inteligentes, recomendaciones personalizadas mediante inteligencia artificial y gestión logística eficiente, asegurando una experiencia fluida en alquiler, compra y reventa de prendas.

5. **Menos riesgo de acumulación de inventario**

A diferencia de los negocios tradicionales de moda, el modelo de alquiler y reventa minimiza el riesgo de acumulación de stock no vendido, ya que la plataforma opera con prendas en circulación y bajo demanda.

Debilidades

1. **Reconocimiento de marca limitado**

Rentique by Patricia es una empresa emergente que debe posicionarse en un mercado altamente competitivo, donde marcas como Vinted, Vestiaire Collective y Rent the Runway ya cuentan con una base de usuarios consolidada.

2. **Educación del consumidor sobre el modelo de negocio**

Aunque el alquiler de ropa está creciendo en popularidad, aún es una tendencia relativamente nueva en España. Será necesario invertir en campañas de concienciación y marketing educativo para explicar sus beneficios, desde la sostenibilidad hasta el ahorro económico.

3. **Gestión logística y control de calidad**

La operación de un marketplace que combina alquiler, compra y reventa requiere una infraestructura logística robusta. La empresa deberá garantizar la inspección de calidad, limpieza profesional y tiempos de entrega eficientes, lo que puede suponer un desafío inicial.

4. **Dependencia de proveedores y logística**

La viabilidad del negocio depende de la calidad y disponibilidad de las prendas, lo que requiere establecer alianzas estratégicas con diseñadores sostenibles y usuarios confiables para garantizar un catálogo atractivo.

Oportunidades

1. **Crecimiento del mercado de alquiler de moda**

El mercado de alquiler de ropa está experimentando una expansión acelerada. Según



Allied Market Research, se estima que el sector alcanzará los 2.080 millones de dólares en 2031, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 8,5%.¹²

2. **Mayor conciencia sobre la sostenibilidad en la moda**

Un estudio de Deloitte señala que el 63% de los consumidores jóvenes (millennials y Gen Z) prefieren opciones de moda circular frente a la compra de ropa nueva. Esta tendencia respalda el potencial de crecimiento de modelos basados en alquiler y reventa.¹³

3. **Expansión a nuevos segmentos de mercado**

Además del alquiler para eventos especiales, Rentique by Patricia podría explorar otras categorías, como ropa de oficina, alquiler de accesorios o moda infantil, ampliando su base de clientes.

4. **Colaboraciones con diseñadores emergentes y marcas sostenibles**

La plataforma puede posicionarse como un escaparate para diseñadores independientes que trabajan con materiales sostenibles y procesos éticos, aumentando la oferta exclusiva para los clientes.

5. **Avances tecnológicos para mejorar la experiencia del usuario**

Tecnologías como la realidad aumentada (probadores virtuales), la inteligencia artificial para recomendaciones personalizadas y la integración con blockchain para garantizar la autenticidad de las prendas representan oportunidades clave para diferenciarse en el mercado.

Amenazas

1. **Competencia creciente en el sector de la moda circular**

Plataformas como Vinted, Vestiaire Collective y Borow han establecido una presencia fuerte en el mercado de reventa y alquiler. Atraer clientes a una nueva plataforma requerirá una estrategia agresiva de marketing y diferenciación.

2. **Retos logísticos y operativos**

La gestión de envíos, devoluciones y limpieza de prendas supone un desafío en

¹² Allied Market Research. (2023). *Online Clothing Rental Market: Growth, Trends, COVID-19 Impact and Forecast (2023 - 2031)*. Recuperado de <https://www.alliedmarketresearch.com/online-clothing-rental-market>

¹³ Deloitte. (2023). *Sustainable Consumer 2023: How customers are embracing sustainability*. Recuperado de <https://www2.deloitte.com/uk/en/insights/industry/retail-distribution/consumer-behaviour-sustainability.html>

términos de costes operativos y control de calidad, especialmente en la fase inicial del negocio.

3. Regulaciones y normativas en el sector textil

Las leyes sobre sostenibilidad y gestión de residuos textiles en la Unión Europea están evolucionando. Aunque esto representa una oportunidad para empresas sostenibles, también puede implicar mayores exigencias y costes de cumplimiento en el futuro.¹⁴

4. Desconfianza en la segunda mano y el alquiler

A pesar del crecimiento del mercado de ropa de segunda mano, algunos consumidores siguen mostrando reticencias hacia el alquiler de prendas debido a preocupaciones sobre higiene y calidad. Rentique by Patricia deberá establecer procesos rigurosos de control y limpieza para generar confianza.

5. Impacto de crisis económicas y cambios en hábitos de consumo

En períodos de recesión económica, el gasto en moda puede reducirse, afectando la demanda de alquiler y compra de prendas sostenibles. Sin embargo, la reventa puede fortalecerse en este contexto como una alternativa asequible.

Imagen 4: Análisis DAFO



Fuente: Elaboración propia

¹⁴ Gobierno de España. (2022). *Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular*. Boletín Oficial del Estado, 85, 37873-37929. Recuperado de <https://www.boe.es/eli/es/l/2022/04/08/7>



- **2.4 Análisis CAME**

Tras el análisis DAFO, es esencial plantear una estrategia concreta que permita convertir las debilidades en mejoras, minimizar los riesgos externos, reforzar las fortalezas existentes y aprovechar las oportunidades del entorno. Para ello se utiliza el modelo CAME (Corregir, Afrontar, Mantener, Explotar), una herramienta que permite estructurar la respuesta estratégica a partir del diagnóstico previo. A continuación, se detallan las principales líneas de actuación para Rentique by Patricia.

Corregir las debilidades

1. Reconocimiento de marca limitado

Para reforzar el posicionamiento de marca en un mercado donde ya operan plataformas consolidadas como Vinted o Vestiaire Collective, se desarrollará una estrategia de comunicación digital centrada en colaboraciones con microinfluencers del sector moda sostenible, campañas en redes sociales (especialmente Instagram y TikTok), y generación de contenido propio de valor (como guías de estilo o moda consciente). Este tipo de acciones ya han demostrado ser efectivas para marcas como Ecodicta o Borow en sus primeras etapas de crecimiento.

2. Educación del consumidor sobre el modelo de negocio

El modelo de alquiler de ropa aún está en proceso de maduración en España. Para corregir esta barrera, Rentique destinará recursos a la creación de contenido educativo que explique cómo funciona el servicio, sus ventajas económicas y medioambientales, y ejemplos reales de uso. El objetivo es reducir la fricción en el proceso de adopción y aumentar la confianza del cliente hacia este tipo de consumo.

3. Gestión logística y control de calidad

Al combinar alquiler, compra y reventa, el modelo requiere una estructura operativa ágil. Para ello, se establecerán acuerdos con proveedores especializados en logística inversa y servicios de limpieza profesional, asegurando la correcta recepción, higienización y redistribución de las prendas. Este tipo de alianzas ya se utilizan en plataformas similares como Hurr Collective (Reino Unido) o The Rotation (España).

4. Dependencia de proveedores y usuarios externos

Para evitar una excesiva dependencia de terceros como única fuente de stock,



Rentique combinará prendas en propiedad, acuerdos con diseñadores sostenibles y prendas aportadas por usuarias. Así se asegura una oferta variada y constante sin renunciar al modelo circular.

Afrontar las amenazas

1. Competencia creciente en el sector

La clave para diferenciarse será ofrecer una propuesta integral que incluya alquiler, compra y reventa en una sola plataforma, todo bajo una misma experiencia de marca y con una orientación más premium y personalizada. Este enfoque aún no está del todo explotado por las plataformas actualmente operativas en España, lo que representa una ventaja competitiva si se comunica con claridad.

2. Retos logísticos y operativos

Rentique invertirá desde el inicio en herramientas tecnológicas que faciliten la automatización de procesos logísticos (seguimiento de envíos, notificaciones, control de stock), así como en la formación de protocolos internos de control de calidad. También se evaluará la posibilidad de incorporar centros logísticos colaborativos que ya prestan servicio a startups digitales.

3. Regulaciones en evolución sobre sostenibilidad textil

Dado que la legislación europea y nacional en materia de residuos textiles está avanzando rápidamente (como la Ley 7/2022 en España), Rentique contará con asesoría legal especializada y adaptará su modelo para cumplir con los requisitos que puedan surgir en cuanto a trazabilidad, etiquetado o gestión de residuos, asegurando que la sostenibilidad sea no solo un valor, sino un cumplimiento normativo.

4. Desconfianza en la segunda mano y el alquiler

Para mitigar esta amenaza, se implementarán medidas visibles de control de calidad y limpieza profesional, y se informará de ellas de forma transparente en la web y en cada pedido. También se ofrecerán garantías de devolución o sustitución si la prenda no se encuentra en las condiciones esperadas, siguiendo estándares similares a los que aplican otras plataformas del sector.



5. Impacto de crisis económicas y cambios en hábitos de consumo

En contextos de incertidumbre económica, el modelo de reventa se refuerza como alternativa asequible. Rentique apostará por fomentar la participación de usuarias como vendedoras dentro de la plataforma, facilitando procesos sencillos de publicación, comisiones bajas y una experiencia segura. Esto permitirá atraer a clientas más sensibles al precio sin renunciar al enfoque circular.

Mantener las fortalezas

1. Modelo de negocio innovador y diferenciado

Rentique continuará desarrollando su enfoque híbrido, combinando alquiler, venta de prendas sostenibles y reventa entre particulares. Esta diferenciación será el núcleo de su ventaja competitiva y deberá comunicarse con claridad tanto en la plataforma como en los canales externos.

2. Enfoque en sostenibilidad y moda circular

La apuesta por la sostenibilidad será constante, colaborando exclusivamente con marcas responsables, incorporando embalajes reciclables, y buscando nuevas formas de reducir el impacto ambiental. Este compromiso no solo responde a valores internos, sino también a la demanda creciente del consumidor.

3. Acceso a un público con alto poder adquisitivo

Se mantendrá un posicionamiento de marca que combine exclusividad, conciencia y diseño. Para ello, se cuidará especialmente la selección de prendas, la estética visual de la plataforma y la experiencia de cliente, ofreciendo valor más allá del producto.

4. Digitalización y experiencia de usuario

Rentique continuará invirtiendo en el desarrollo tecnológico de la plataforma, con herramientas como filtros inteligentes, inteligencia artificial para recomendaciones, y probadores virtuales. Este enfoque centrado en la usabilidad será clave para la fidelización de usuarias y la diferenciación frente a otras plataformas más genéricas.

5. Menor riesgo de acumulación de inventario

Al trabajar con un modelo basado en alquiler por rotación y prendas en circulación, se mantendrá una estructura operativa ligera que permite escalar sin necesidad de acumular stock en propiedad. Este aspecto será clave en términos de rentabilidad y sostenibilidad económica.



Explotar las oportunidades

1. Crecimiento del mercado de alquiler de moda

Según Allied Market Research, el mercado de alquiler de ropa alcanzará los 2.080 millones de dólares en 2031, con una tasa de crecimiento anual compuesta del 8,5%. Rentique buscará posicionarse como referente nacional en este sector en auge, especialmente en el segmento premium y sostenible.¹⁵

2. Mayor conciencia sobre la sostenibilidad en la moda

Estudios como el de Deloitte señalan que el 63% de los consumidores jóvenes prefieren opciones circulares frente a la compra tradicional. Esta tendencia ofrece una oportunidad clara de crecimiento y validación del modelo de negocio, especialmente si se comunica desde la autenticidad y el compromiso real.¹⁶

3. Expansión a nuevos segmentos de mercado

Además del alquiler para eventos, se explorarán verticales como ropa de oficina, accesorios o moda infantil, categorías todavía poco desarrolladas en modelos circulares, pero con gran potencial de crecimiento.

4. Colaboraciones con diseñadores emergentes y marcas sostenibles

Rentique establecerá alianzas estratégicas con diseñadores independientes, lanzando colecciones cápsula o ediciones limitadas que permitan ofrecer exclusividad a las clientas y visibilidad a las marcas.

5. Avances tecnológicos para mejorar la experiencia del usuario

Tecnologías como la realidad aumentada, la inteligencia artificial o incluso la trazabilidad mediante blockchain permitirán diferenciarse y generar mayor confianza en el servicio, reforzando la profesionalidad del modelo y facilitando el crecimiento.

¹⁵ Allied Market Research. (2022). *Rental Clothing Market by Clothing Style, End User, and Business Model: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2022–2031*. Allied Market Research.
<https://www.alliedmarketresearch.com/rental-clothing-market-A12389>

¹⁶ Deloitte. (2023). *Sustainable Consumer 2023: The green gap between intent and action*. Deloitte UK.
<https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/consumer-business/articles/sustainable-consumer.html>

Imagen 5: Análisis CAME

**Análisis CAME
Rentique by Patricia**



Fuente: Elaboración propia



Capítulo III. Modelo de negocio

El modelo de negocio de Rentique by Patricia se basa en la moda circular, combinando tres servicios clave en una sola plataforma: alquiler de ropa, compra de prendas sostenibles y reventa de moda de segunda mano. Esta propuesta responde a la creciente demanda de alternativas al fast fashion, permitiendo a los clientes acceder a ropa de calidad para eventos especiales sin necesidad de comprar prendas que solo utilizarán una vez.

La plataforma está diseñada para ofrecer una experiencia digital optimizada, incorporando herramientas tecnológicas como inteligencia artificial para recomendaciones personalizadas, probadores virtuales y una logística eficiente para la gestión de envíos y devoluciones. Además, se garantiza un estricto control de calidad mediante la inspección de las prendas antes de su alquiler o reventa, asegurando su estado óptimo para el próximo usuario.

- **3.1. Modelo CANVAS**

Segmentos de Clientes

Rentique by Patricia está dirigido a varios segmentos de clientes dentro del mercado de la moda sostenible. En primer lugar, se enfoca en mujeres de entre 25 y 45 años con interés en moda circular y con un poder adquisitivo medio-alto. Este rango de edad se considera especialmente relevante porque abarca a mujeres que se encuentran en una etapa activa tanto personal como profesionalmente: muchas de ellas asisten con frecuencia a eventos sociales, celebraciones o actos corporativos, y buscan vestir de forma elegante, original y responsable sin tener que recurrir a la compra tradicional. Además, se trata de un grupo que ya ha interiorizado la importancia de consumir de forma más consciente y que está familiarizado con el uso de plataformas digitales para gestionar sus compras o alquileres.

Otro segmento clave son las personas que desean monetizar su armario, permitiendo que sus prendas en buen estado tengan una segunda vida mediante la reventa en la plataforma. También se dirige a diseñadores emergentes y marcas sostenibles, ofreciéndoles un canal de comercialización enfocado en un público comprometido con la moda responsable.



Propuesta de Valor

El valor diferencial de Rentique by Patricia radica en su modelo híbrido, que combina alquiler, compra y reventa de moda sostenible en una sola plataforma. Esto permite a los clientes acceder a moda de calidad de una manera más flexible y asequible, sin comprometerse con una compra innecesaria.

Además, la empresa ofrece una experiencia digital optimizada, incorporando herramientas tecnológicas como inteligencia artificial para recomendaciones personalizadas, probadores virtuales con realidad aumentada y una logística eficiente para la gestión de envíos y devoluciones.

El compromiso con la sostenibilidad es otro pilar clave, promoviendo la moda circular y reduciendo el impacto ambiental de la industria textil. Gracias a su modelo de negocio, la plataforma ayuda a reducir el desperdicio de ropa y fomenta hábitos de consumo más responsables.

Canales de Distribución

La distribución de los productos y servicios de Rentique by Patricia se realiza a través de varios canales digitales y físicos. El principal canal es su plataforma e-commerce, accesible tanto en formato web como a través de una aplicación móvil, donde los usuarios pueden gestionar alquileres, compras y reventas de manera intuitiva.

Además, la empresa utiliza redes sociales como Instagram, TikTok y Pinterest para promocionar sus productos y generar engagement con su audiencia. También se implementan estrategias de publicidad segmentada y remarketing en Google Ads y redes sociales para captar clientes interesados en moda sostenible.

Para mejorar la experiencia del cliente, se establecerán alianzas con tiendas físicas y showrooms, donde los usuarios podrán probarse las prendas antes de alquilarlas o comprarlas.



Relación con los Clientes

El enfoque de Rentique by Patricia en la relación con los clientes se basa en la personalización y fidelización. Se implementará un servicio de atención omnicanal, que incluirá chatbots con inteligencia artificial para consultas rápidas y asistencia personalizada a través de WhatsApp y correo electrónico.

También se lanzará un programa de miembros, que ofrecerá beneficios exclusivos como descuentos en alquileres y reventas, acceso anticipado a nuevas colecciones y ventajas en el proceso de compra y venta.

Para fomentar la fidelización, se establecerán incentivos por referidos, en los que los usuarios que recomienden la plataforma a nuevos clientes recibirán recompensas en forma de descuentos o puntos acumulables.

Fuentes de Ingresos

El modelo de ingresos de Rentique by Patricia está diversificado en tres fuentes principales:

1. Alquiler de prendas, con tarifas variables según la categoría y marca de la prenda, ofreciendo opciones flexibles de duración.
2. Venta de prendas sostenibles, con márgenes de beneficio establecidos en cada transacción.
3. Comisión por reventa, aplicada a cada prenda revendida en la plataforma, con opciones de tarifas premium para mejorar la visibilidad de los productos de los vendedores.

Además, la empresa podrá generar ingresos adicionales a través de colaboraciones con diseñadores y marcas, quienes pueden pagar por aparecer en secciones destacadas de la plataforma.



Recursos Clave

Para garantizar el correcto funcionamiento del negocio, Rentique by Patricia cuenta con una serie de recursos esenciales. Entre ellos se encuentra su plataforma digital optimizada, equipada con herramientas de inteligencia artificial para mejorar la experiencia del usuario.

Asimismo, la empresa requiere de una red de diseñadores sostenibles y vendedores particulares, que proporcionan productos de calidad al catálogo. También es fundamental contar con una infraestructura logística eficiente, que permita gestionar envíos y devoluciones de manera ágil y sostenible.

Finalmente, la estrategia de marketing digital y fidelización es un recurso clave para el crecimiento de la empresa, asegurando la captación y retención de clientes.

Actividades Clave

Las actividades principales de Rentique by Patricia incluyen el desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital, la gestión de la logística de envíos y devoluciones, el control de calidad y la selección de productos.

Asimismo, la empresa se encarga de la creación de contenido para marketing, como campañas en redes sociales, colaboraciones con influencers y estrategias de fidelización. La negociación de acuerdos con proveedores y diseñadores también forma parte de sus actividades estratégicas.

Socios Clave

Para optimizar su modelo de negocio, Rentique by Patricia establece alianzas estratégicas con diversos socios clave. Entre ellos se encuentran diseñadores y marcas sostenibles, que proporcionan productos exclusivos, y empresas de mensajería y logística, que garantizan un servicio de entrega y devolución eficiente.

Además, la empresa colabora con influencers y embajadores de marca, quienes ayudan a aumentar la visibilidad de la plataforma y atraer nuevos clientes. También trabaja con

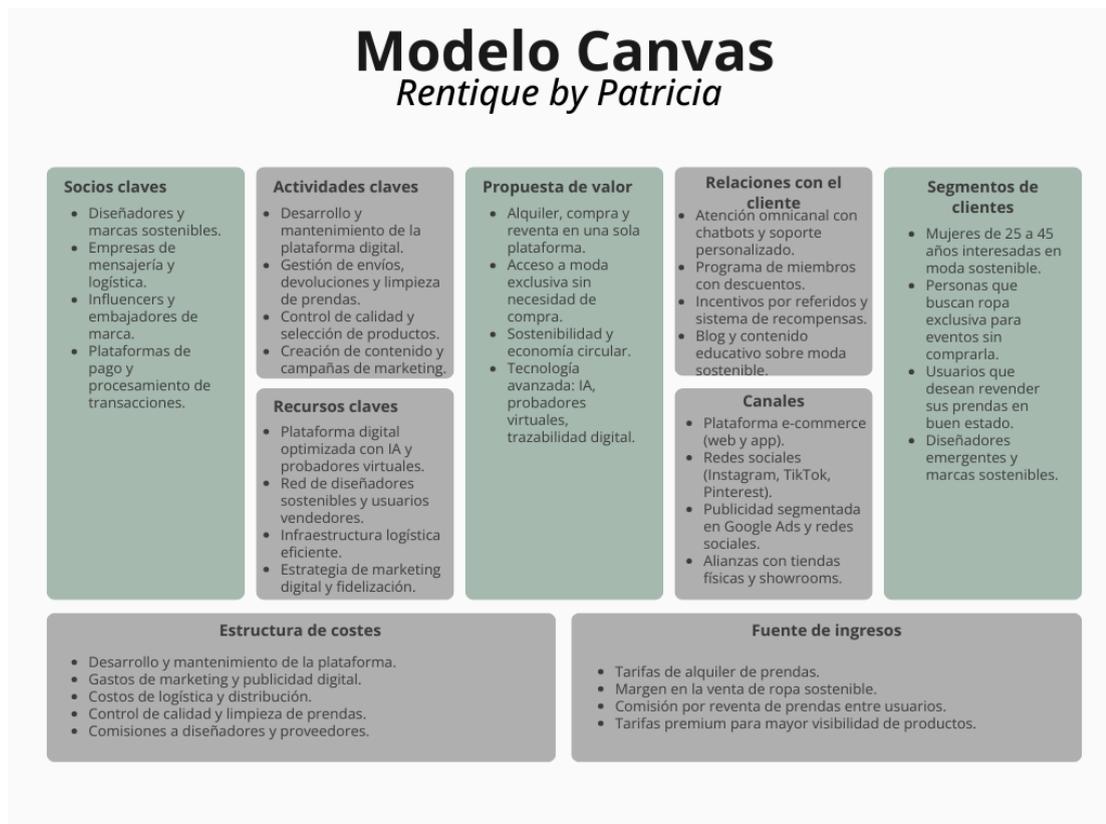
plataformas de pago y procesamiento de transacciones, asegurando un sistema seguro y confiable para las operaciones en línea.

Estructura de Costes

Los principales costos operativos de Rentique by Patricia incluyen el desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital, los gastos de marketing y publicidad, los costos de logística y distribución, y los procesos de control de calidad y limpieza de prendas.

Otros costos incluyen las comisiones a diseñadores y proveedores, así como el mantenimiento de la atención al cliente y las herramientas tecnológicas utilizadas en la personalización de la experiencia de usuario.

Imagen 6: Modelo CANVAS



Fuente: *Elaboración propia*



- **3.2. Estrategia de crecimiento y expansión**

El plan de expansión de Rentique by Patricia contempla varias etapas. Inicialmente, la empresa se centrará en consolidarse en el mercado español, optimizando su plataforma digital y aumentando su base de clientes. Posteriormente, se considerará la expansión a otros países europeos con alta demanda de moda sostenible, como Francia, Alemania y Reino Unido.

Además de la internacionalización, se buscará ampliar la oferta de productos incorporando nuevas categorías, como accesorios y calzado de alquiler, moda infantil y ropa de oficina sostenible. También se explorará la integración de tecnologías innovadoras, como blockchain para garantizar la autenticidad de prendas exclusivas y mejorar la seguridad en las transacciones.



Capítulo IV: Plan de Marketing

El éxito de Rentique by Patricia dependerá en gran medida de una estrategia de marketing bien definida que logre posicionar la marca dentro del sector de la moda sostenible y captar a los clientes adecuados.

4.1 Segmentación del mercado

Para optimizar la estrategia de marketing, Rentique by Patricia se dirige a un público específico que valora la moda sostenible y busca alternativas al consumo tradicional de ropa. La segmentación del mercado se ha realizado con base en los siguientes criterios:

Segmentación Demográfica

El público objetivo principal está compuesto por mujeres de entre 25 y 45 años, que pertenecen a un segmento socioeconómico medio-alto. Estas consumidoras buscan ropa de calidad para eventos especiales y están dispuestas a pagar por prendas exclusivas sin necesidad de comprarlas.

Segmentación Psicográfica

El cliente ideal es una persona con interés en la moda, pero también consciente de la importancia de la sostenibilidad. Valora la exclusividad y la calidad, pero al mismo tiempo busca opciones responsables y accesibles. Se trata de consumidoras que siguen tendencias en redes sociales, están influenciadas por influencers y celebridades, y consideran la experiencia de compra como un factor importante en su decisión de compra.

Segmentación Conductual

Este grupo de consumidoras busca soluciones para eventos específicos, como bodas, cenas de gala, fiestas privadas o eventos de empresa. También está compuesto por personas que desean vender sus prendas en buen estado, dándoles una segunda vida. La flexibilidad y conveniencia de poder acceder a ropa de calidad sin comprometerse con una compra permanente es un factor clave que influye en su comportamiento de compra.



- **4.2 Posicionamiento de la marca**

Rentique by Patricia se posicionará como la plataforma líder en España en alquiler y reventa de moda sostenible para eventos especiales. La empresa no solo ofrecerá prendas de calidad, sino que también garantizará una experiencia de usuario fluida y personalizada, basada en tecnología avanzada y un servicio al cliente excepcional.

El diferencial competitivo de la marca se basa en tres aspectos fundamentales:

1. **Exclusividad y calidad:** Solo se ofrecerán prendas seleccionadas y en perfecto estado, asegurando una experiencia premium.
2. **Sostenibilidad y economía circular:** La plataforma fomenta el consumo responsable, promoviendo el alquiler y la reventa en lugar de la compra impulsiva.
3. **Innovación tecnológica:** Se utilizarán herramientas como probadores virtuales, algoritmos de recomendación personalizados y un proceso de logística optimizado para mejorar la experiencia del usuario.

Para reforzar este posicionamiento, la estrategia de comunicación se enfocará en transmitir los valores de la marca a través de campañas digitales en redes sociales, colaboraciones con influencers y presencia en medios especializados en moda y sostenibilidad.

- **4.3 Marketing Mix**

Producto

El catálogo de Rentique by Patricia estará compuesto por una selección de ropa de alta calidad, incluyendo vestidos de gala, trajes elegantes, conjuntos de fiesta y accesorios. La empresa garantizará la exclusividad y el buen estado de cada prenda mediante procesos de inspección y limpieza profesional.

Para mejorar la experiencia del usuario, se ofrecerán servicios adicionales como asesoría de imagen, probadores virtuales y opciones de personalización en la selección de prendas.

Precio

La estrategia de precios combinará diferentes modelos según el servicio elegido:



- **Alquiler:** Se establecerán precios variables según la prenda y la marca, con opciones de alquiler por días o por eventos específicos. Se implementará una opción de miembros para clientes frecuentes que ofrecerá descuentos y acceso prioritario a nuevas colecciones.
- **Compra de prendas sostenibles:** Se establecerán márgenes de beneficio razonables para garantizar precios competitivos sin comprometer la rentabilidad.
- **Reventa de prendas:** La empresa cobrará una comisión sobre cada transacción realizada en la plataforma. Los vendedores podrán optar por tarifas premium para mejorar la visibilidad de sus productos.

Además, se ofrecerán descuentos exclusivos en la primera compra o alquiler para incentivar la conversión de nuevos usuarios.

Promoción

La estrategia de promoción se desarrollará en varios frentes. En primer lugar, se implementará un enfoque de marketing digital y redes sociales, con campañas en Instagram, TikTok y Pinterest para aumentar la visibilidad de la marca. Se generará contenido atractivo, incluyendo videos de prueba de prendas, tutoriales de estilo y testimonios de clientes, y se trabajará en colaboraciones con influencers y embajadores de marca para reforzar la presencia en estos canales.

En segundo lugar, se utilizará publicidad segmentada y remarketing, con anuncios en Google Ads y redes sociales para llegar a un público objetivo altamente segmentado. Se aplicará una estrategia de remarketing para impactar a usuarios que han visitado la plataforma pero no han completado una compra o alquiler.

En tercer lugar, se llevará a cabo una estrategia de relaciones públicas y prensa, con publicaciones en medios especializados en moda y sostenibilidad para fortalecer la credibilidad de la marca. También se buscará la participación en eventos y ferias de moda sostenible para generar reconocimiento y networking.

Otra manera de promocionar nuestra empresa será mediante el marketing de contenidos, con la creación de un blog que incluirá artículos sobre moda sostenible, tendencias y consejos de



estilo. Se desarrollarán guías sobre cómo alquilar o vender ropa en la plataforma, generando contenido de valor que eduque al consumidor y refuerce la autoridad de la marca en el sector.

Por último, se implementarán programas de fidelización y referidos, ofreciendo incentivos a los clientes que recomienden la plataforma a nuevos usuarios. Se establecerá un sistema de recompensas en el que los usuarios puedan acumular puntos canjeables por descuentos en futuras compras o alquileres.

Distribución

Rentique by Patricia llegará a sus clientas a través de su propia plataforma digital, que funcionará como canal de venta principal y escaparate de la marca. La distribución será principalmente online, mediante una página web optimizada, y más adelante una aplicación móvil, donde las usuarias podrán alquilar, comprar o revender prendas de forma sencilla y desde cualquier dispositivo.

Para dar a conocer la plataforma y atraer clientas, se utilizarán distintas estrategias digitales. Entre ellas, se incluirá la mejora de la visibilidad en buscadores como Google, para que Rentique aparezca cuando una usuaria busque conceptos relacionados con “alquiler de ropa para eventos” o “moda sostenible”. También se apostará por redes sociales, colaboraciones con creadoras de contenido y campañas dirigidas a un público interesado en consumo responsable y estilo.

Además, se valorará la presencia en plataformas de moda sostenible o proyectos colaborativos, lo que permitirá ampliar el alcance de marca. A medio plazo, también se estudiará la posibilidad de realizar acuerdos con showrooms físicos temporales para reforzar la confianza y ofrecer una experiencia más cercana a las clientas.

Imagen 7: Marketing Mix



Fuente: Elaboración propia

● 4.4 Estrategia de lanzamiento

El lanzamiento de Rentique by Patricia se dividirá en tres fases.

La fase de pre-lanzamiento incluirá la creación de expectativa en redes sociales mediante contenido teaser y la captación de correos electrónicos de clientes interesados en la plataforma. Se trabajará en colaboraciones con influencers para generar interés antes del lanzamiento oficial.

Durante el lanzamiento oficial, se ejecutarán campañas de publicidad digital para atraer tráfico a la plataforma. Se ofrecerán descuentos exclusivos para los primeros usuarios registrados y se organizarán eventos online y presenciales en tiendas colaboradoras para promocionar el servicio.

En la fase de expansión y crecimiento, se analizarán los resultados iniciales para optimizar la estrategia de marketing. Se ampliará el catálogo de productos y servicios y se explorará la posibilidad de expansión a nuevos mercados europeos.



Capítulo V: Plan de Recursos Humanos

El equipo humano es uno de los elementos clave para garantizar el correcto desarrollo, crecimiento y sostenibilidad de Rentique by Patricia. A diferencia de empresas tradicionales, este proyecto nace como una plataforma digital basada en la moda circular, por lo que su estructura organizativa está diseñada para ser ligera, flexible y adaptada al entorno digital actual.

Desde el inicio, se apuesta por una combinación de dirección interna fuerte, liderada por la fundadora, y colaboradores externos especializados en áreas como marketing, desarrollo web o atención al cliente. Esta estrategia permite reducir costes fijos, aumentar la agilidad operativa y rodearse de profesionales con experiencia sin asumir contratos indefinidos desde el comienzo.

- **5.1 Estructura organizativa inicial**

Durante la primera fase del proyecto, el equipo estará compuesto por una estructura funcional compacta, en la que cada área estará gestionada por profesionales freelance o agencias especializadas, siempre coordinados por la dirección general. Esta configuración favorece una mayor eficiencia en la gestión y permite escalar el equipo progresivamente en función del crecimiento de la empresa.

Las áreas clave son:

- **Dirección general (Patricia):** liderazgo del proyecto, gestión estratégica, coordinación de equipos, relaciones con diseñadores y proveedores, toma de decisiones y visión de marca.
- **Soporte técnico y desarrollo web (Inés Domínguez):** agencia externa encargada del diseño, desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital. Durante la primera fase, requerirá una carga de trabajo más intensiva.
- **Marketing digital y redes sociales (Alejandra Arauz):** responsable de implementar las estrategias de captación, comunicación, posicionamiento de marca y gestión de



redes sociales.

- **Atención al cliente y gestión de pedidos (Carlos Satrústegui):** freelance encargado de resolver incidencias, gestionar pedidos, devoluciones y ofrecer soporte personalizado a los clientes.
- **Control de calidad y logística de prendas (Antonio Espinar):** colaborador externo que revisa el estado de las prendas, coordina su limpieza y embalaje y gestiona la relación con las empresas de mensajería.
- **Asesoría legal, fiscal y contable (Ramón Peralta):** despacho profesional externo responsable del cumplimiento de las obligaciones legales, fiscales y contables, incluyendo la facturación, declaraciones y seguimiento normativo.

Imagen 8: Estructura organizativa



Fuente: Elaboración propia



- **5.2 Cultura organizativa**

Rentique by Patricia apuesta por una cultura basada en la sostenibilidad, la innovación y la cercanía. Se priorizarán dinámicas de trabajo colaborativas, comunicación fluida y responsabilidad compartida, aunque gran parte del equipo opere de forma remota.

Los valores de marca estarán presentes en la forma de trabajar: compromiso con el consumo responsable, respeto al entorno y mentalidad abierta al cambio y a la mejora continua. La dirección fomentará un entorno profesional en el que los colaboradores se sientan valorados, escuchados y alineados con el propósito del proyecto.

- **5.3 Política de contratación y perfiles seleccionados**

El criterio principal para seleccionar a los profesionales ha sido la especialización en su área, la capacidad de trabajar de forma autónoma y la afinidad con los valores del proyecto. El modelo de contratación está basado en colaboraciones freelance, agencias externas y asesoría profesional.

Este enfoque permite alinear talento con objetivos concretos, minimizando riesgos y costes fijos. La selección se ha basado en experiencia previa, referencias verificadas y entrevistas personales.

- **5.4 Distribución de tareas y dedicación semanal**

Cada colaborador tiene asignada una carga horaria semanal adaptada a las necesidades del proyecto y su fase actual. A continuación, se detalla la dedicación prevista por área:

Tabla 2: Distribución de tareas y horas

Área	Tipo de colaboración	Horas estimadas/semana	Observaciones
Fundadora (dirección general)	Interno	40 h	Gestión estratégica, dirección y operaciones clave
Marketing digital	Freelance	12 h	Campañas, redes sociales y posicionamiento digital
Atención al cliente	Freelance	15 h	Gestión de pedidos, soporte y devoluciones
Desarrollo web / app	Agencia externa	20–25 h (fase inicial)	Desarrollo completo inicial. Luego bajará a 5–8 h/semana (mantenimiento)
Control de calidad y logística	Colaboración puntual	Según demanda	Supervisión de prendas, limpieza y envíos
Asesoría legal, fiscal y contable	Despacho externo	2–4 h	Gestión mensual de contabilidad, impuestos y obligaciones legales

Fuente: Elaboración propia



Este modelo permite escalar el equipo sin comprometer recursos de forma rígida, y se adapta a las necesidades cambiantes del proyecto.

● 5.5 Costes anuales del equipo

En base a las tarifas reales del mercado en 2024 y al número de horas estimadas, se ha proyectado el siguiente coste anual por área:

Tabla 3: Costes anuales del equipo

Área	Tipo de contrato	Horas estimadas/semana	Coste anual estimado (€)	Justificación
Marketing digital	Freelance mensual	12 h	17.280	12 h/semana × 30 €/h × 48 semanas
Atención al cliente	Freelance por horas	15 h	14.400	15 h/semana × 20 €/h × 48 semanas
Desarrollo y mantenimiento web	Agencia externa	20–25 h (fase inicial)	10.000	Desarrollo inicial intensivo + mantenimiento
Control de calidad y logística	Colaboraciones puntuales	Según demanda	3.600	Servicios estimados 300 €/mes
Asesoría legal, fiscal y contable	Despacho externo	2–4 h	1.500	Cuota asesoría mensual 125 €/mes
Total			46.780	

Fuente: Elaboración propia

Este presupuesto se adapta a la fase de lanzamiento del proyecto, permitiendo un nivel profesional sin asumir estructuras fijas.

● 5.6 Evolución del equipo a medio plazo

Conforme Rentique by Patricia crezca, se prevé una transición progresiva hacia una estructura más estable. A partir del segundo año de actividad, y si se cumple la previsión de ingresos y escalabilidad, se contempla:

- Contratación de un responsable de marketing interno.
- Incorporación de un perfil logístico para la gestión del almacén y control de stock.
- Ampliación del equipo de atención al cliente.
- Asistente administrativo o comercial.
- Técnico/a en sostenibilidad y alianzas.

Este crecimiento será gradual y condicionado al rendimiento del negocio. La evolución no solo busca reforzar el equipo, sino también consolidar una cultura de trabajo sólida, alineada con los valores de la marca.



Capítulo VI: Plan financiero

• 6.1 Hipótesis y supuestos financieros

Antes de desarrollar los estados financieros proyectados para Rentique by Patricia, es necesario establecer una serie de hipótesis que sirven como base para construir las estimaciones de ingresos, gastos, márgenes y resultados. Estas hipótesis han sido definidas a partir de un análisis del sector, datos de empresas comparables como Borow o Ecodicta, y referencias extraídas de plataformas similares en el ámbito de la moda sostenible, alquiler y reventa.

El objetivo de este apartado es ofrecer transparencia y coherencia respecto a las variables clave que determinan la viabilidad económica del proyecto. Estas hipótesis serán aplicadas posteriormente en las cuentas de pérdidas y ganancias, cash flow y otros indicadores financieros.

Tabla 4: Supuestos y parámetros financieros utilizados

Variable	Valor estimado	Justificación
Precio medio de alquiler por prenda	32 €	Media del sector alquiler moda sostenible (ej. Borow, Ecodicta)
Nº alquileres mensuales (año 1)	100	Estimación conservadora según comportamiento plataformas similares
Precio medio de venta de prenda sostenible	50 €	Basado en precios medios de marcas sostenibles (Thinking MU, SKFK)
Margen medio venta sostenible	50%	Margen habitual en venta directa bajo control de stock limitado
Comisión por reventa entre usuarias	15%	Estándar en plataformas P2P como Vinted, Vestiaire Collective
Precio medio de prenda revendida	30 €	Precio medio realista en ropa de segunda mano premium
Nº transacciones reventa mensual (año 1)	200	Objetivo alcanzable tras campaña de lanzamiento y captación
Cuota mensual programa miembros	20 €	Referencia a servicios tipo suscripción similares (Ecodicta, Borow Plus)
Nº socias con membresía inicial	100	Base inicial asumible con estrategia digital activa
Tipo impositivo (IS)	25%	Tipo general aplicable a sociedades S.L. en España
Tipo de IVA	21%	Régimen general para operaciones sujetas a IVA
Horizonte de proyección	3 años	Estándar en planes de viabilidad de startups
Inflación media anual		3% Proyección conservadora (media UE 2024-2025)

Fuente: Elaboración propia

- **Precio medio de alquiler por prenda (32 €):** Se ha establecido en base a la media del sector de moda circular en España, teniendo como referencia plataformas como Borow o Ecodicta, que ofrecen alquileres de prendas sostenibles entre los 25 € y 40 € dependiendo de la marca, exclusividad y duración del alquiler.



- **Nº de alquileres mensuales (100 en año 1):** Estimación prudente basada en un lanzamiento con marketing digital segmentado y una oferta inicial limitada pero bien seleccionada. Esta cifra contempla un crecimiento progresivo, alineado con el aumento de la notoriedad de marca y la captación de usuarias a través de redes sociales.
- **Precio medio de venta de prenda sostenible (50 €):** Calculado tomando como base los precios actuales de marcas como SKFK o Thinking MU, que ofrecen prendas de diseño consciente con márgenes elevados.
- **Margen medio en venta sostenible (50 %):** Debido a que se trabajará bajo un modelo de stock limitado y controlado, se espera alcanzar un margen estándar en la industria de moda ética y sostenible.
- **Comisión por reventa entre usuarias (15 %):** Esta comisión se aplicará en el caso de transacciones P2P (de usuaria a usuaria), como ya hacen plataformas como Vinted o Vestiaire Collective. La comisión se justifica por la gestión de intermediación, visibilidad y soporte al cliente que ofrece Rentique.
- **Nº de transacciones en reventa mensual (200):** Objetivo razonable tras la implementación de campañas de captación y gracias a la posibilidad de que las propias clientas actúen como proveedoras de prendas.
- **Cuota mensual del programa de miembros (20 €):** El programa de socias ofrecerá ventajas como acceso prioritario a nuevas prendas, descuentos exclusivos o condiciones preferentes en envíos. Este modelo ya funciona en otras plataformas del sector como Borow Plus.
- **Nº de socias iniciales (100):** Meta realista para el primer año, considerando una estrategia de marketing activa y la creación de comunidad desde los primeros meses de actividad.
- **Impuestos y tipos aplicables:** Se contempla un 25 % de Impuesto sobre Sociedades (IS), y un 21 % de IVA, que corresponde al régimen general aplicable a los servicios de alquiler, compra y reventa de bienes en España.
- **Horizonte de proyección (3 años):** Este plazo es el estándar para evaluar la viabilidad y rentabilidad de startups o negocios emergentes, especialmente en sectores digitales o innovadores.



- **Inflación media estimada (3 %):** Tomada como media conservadora en línea con las proyecciones macroeconómicas de la Unión Europea para los años 2024–2026.

- **6.2 Inversión inicial**

La puesta en marcha de Rentique by Patricia requiere una inversión inicial total de 25.600 euros, una cantidad ajustada teniendo en cuenta que se trata de un negocio digital, sin necesidad de local físico, y con un enfoque flexible y escalable basado en tecnología y colaboraciones externas.

Esta inversión se distribuye en cinco grandes bloques:

- **Desarrollo tecnológico**, con la creación de una web tipo e-commerce con funcionalidades de alquiler, reventa y experiencia personalizada para el usuario.
- **Imagen y comunicación**, donde se incluye la identidad visual de la marca, el lanzamiento digital y la generación de contenido para redes sociales.
- **Operaciones y logística**, con la compra del primer stock de prendas sostenibles y materiales para los envíos.
- **Administración y asesoría**, que abarca la constitución de la empresa y los servicios de gestión inicial.
- **Tesorería**, para disponer de liquidez suficiente que permita hacer frente a los primeros meses de actividad con cierta holgura.

A continuación, se presenta la tabla resumen con el desglose completo:

Tabla 5: Inversión inicial

Grupo	Importe (€)	Justificación
DESARROLLO TECNOLÓGICO	7.400	
Desarrollo web y app	6.500	Web tipo e-commerce con funcionalidades de alquiler y reventa, diseño UX/UI personalizado.
Licencias, dominio, herramientas SaaS	900	Hosting, dominio, CRM, Mailchimp, plugins premium, software de análisis. (Coste medio anualizado)
IMAGEN Y COMUNICACIÓN	5.700	
Branding e identidad visual	1.200	Logo, paleta, tipografía, manual básico de marca.
Campaña de marketing de lanzamiento	3.500	Ads en RRSS, colaboración con influencers, contenido promocional inicial.
Producción de contenido visual	1.000	Fotografía de producto, edición, recursos para web y RRSS.
OPERACIONES Y LOGÍSTICA	5.500	
Stock inicial de prendas	4.000	Compra de primeras prendas de diseñadores sostenibles para alquiler/venta.
Embalajes sostenibles personalizados	1.500	Cajas, sobres, etiquetas, precintos con branding ecológico.
ADMINISTRACIÓN Y ASESORÍA	1.000	
Asesoría legal, fiscal + constitución SL	1.000	Constitución S.L. + gestión durante los primeros meses.
TESORERÍA	5.000	
Fondo de maniobra inicial	5.000	Liquidez para cubrir pagos imprevistos o rotación baja en los primeros meses.
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	25.600	



Fuente: Elaboración propia

Es decir, en el activo de Rentique encontraremos lo siguiente:

Tabla 6: Activo de la empresa

Grupo	Importe (€)
ACTIVO NO CORRIENTE	12.000
Inmovilizado intangible	6.500
Equipamiento logístico	1.500
Stock inicial de prendas	4.000
ACTIVO CORRIENTE	13.600
Tesorería	13.600
TOTAL ACTIVO	25.600

Fuente: Elaboración propia

- **6.3 Balance de constitución**

El balance de constitución recoge la situación patrimonial inicial de Rentique by Patricia en el momento de su creación, en enero de 2025. Se trata de una fotografía financiera que refleja cómo se han distribuido los recursos de la empresa en sus primeros activos, así como la forma en que se han financiado.

En el activo se incluyen las principales inversiones realizadas con los 25.600 euros de desembolso inicial, repartidas entre activos no corrientes —como tecnología, equipamiento y stock inicial— y activos corrientes, centrados en la tesorería disponible para el funcionamiento operativo. El pasivo y patrimonio neto, por su parte, está íntegramente financiado con fondos propios aportados por la fundadora, sin recurrir a financiación externa en esta primera fase.

A continuación, se presenta el balance de constitución:

Tabla 7: Balance de la empresa a fecha 01/25

Balance de constitución 01/2025	
Grupo	Importe (€)
ACTIVO NO CORRIENTE	12.000
Inmovilizado intangible	6.500
Equipamiento logístico	1.500
Stock inicial de prendas	4.000
ACTIVO CORRIENTE	13.600
Tesorería	13.600
TOTAL ACTIVO	25.600
FONDOS PROPIOS	25.600
CAPITAL SOCIAL	3.000
RESERVAS	22.600
RESULTADOS DEL EJERCICIO	-
PASIVO NO CORRIENTE	-
PRÉSTAMO BANCARIO L/P	-
PASIVO CORRIENTE	-
PRÉSTAMO BANCARIO C/P	-
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	25.600

Fuente: Elaboración propia

Este balance refleja una estructura financiera inicial sólida, sin deudas, que permite a la empresa operar con autonomía y capacidad de maniobra. La totalidad de la inversión proviene de recursos propios, lo que reduce el riesgo financiero y refuerza la viabilidad del proyecto en sus primeros meses de vida.

- **6.4 Cuenta de Pérdidas y Ganancias**

La cuenta de pérdidas y ganancias permite analizar la rentabilidad prevista de Rentique by Patricia durante sus primeros años de actividad. A través de esta herramienta, se proyectan los ingresos y gastos anuales, así como su evolución mensual en el primer ejercicio, con el objetivo de validar la sostenibilidad económica del modelo de negocio.

A continuación, se presenta el desglose en dos bloques: una visión mensual detallada para el primer año (2025), y una proyección anual para los tres primeros años (2025–2027).



- **6.4.1 Cuenta de Pérdidas y Ganancias mensual (año 1)**

Durante el primer año, Rentique espera una evolución progresiva en sus ingresos, con una etapa inicial de captación, un incremento en meses clave y una estabilización al cierre del ejercicio. La estimación tiene en cuenta las campañas de marketing, la tracción progresiva de clientas y la estacionalidad del sector moda, con picos de demanda en primavera (eventos, bodas) y finales de año (Navidad).

Ingresos:

Los ingresos se dividen en dos grandes categorías:

- **Prestaciones de servicios (alquiler y venta directa):** Suponen el grueso de la facturación. Se ha estimado una media de 100 alquileres al mes en el primer año a un precio de 32 €, y un número de ventas directas más reducido pero con márgenes más elevados.
- **Servicios adicionales:** Incluyen ingresos por comisiones de reventa entre usuarias y la cuota del programa de miembros, con 100 socias estimadas. Estos ingresos aumentan progresivamente a lo largo del año gracias a la fidelización.

Gastos:

Los principales costes operativos se han desglosado en las siguientes partidas:

- **Logística y envíos:** Basado en un coste medio por operación (alquiler o venta) de 2 €, incluyendo tanto entregas como devoluciones.
- **Limpieza y control:** Servicio profesional para garantizar la calidad y estado de las prendas tras cada uso.
- **Publicidad y RRPP:** Se mantiene constante durante el año, con una inversión mensual centrada en Instagram, TikTok y colaboraciones con influencers del nicho sostenible.
- **Asesoría y gestión:** Coste mensual por la gestión fiscal, contable y legal con un despacho externo.



- **Tecnología (plataforma):** Incluye costes SaaS como CRM, dominio, plugins, analítica, etc.
- **Costes de personal:** Corresponden al equipo externo freelance: marketing digital, atención al cliente, desarrollo web y logística. Se han calculado en base al número de horas semanales y tarifas por servicio.
- **Otros gastos:** Incluyen costes indirectos como material de oficina, imprevistos operativos o gastos de mantenimiento menores.

Tabla 8: Cuenta de pérdidas y ganancias mensual Año 1

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Prestaciones de servicios (€)	10.000,0 €	11.000,0 €	12.500,0 €	13.500,0 €	15.000,0 €	15.000,0 €	14.000,0 €	9.000,0 €	12.000,0 €	13.000,0 €	11.500,0 €	14.500,0 €	151.000,0 €
Servicios adicionales (€)	4.000,0 €	4.200,0 €	5.000,0 €	5.200,0 €	6.000,0 €	6.200,0 €	5.900,0 €	3.500,0 €	5.000,0 €	5.800,0 €	4.700,0 €	6.100,0 €	61.600,0 €
Total ingresos (€)	14.000,0 €	15.200,0 €	17.500,0 €	18.700,0 €	21.000,0 €	21.200,0 €	19.900,0 €	12.500,0 €	17.000,0 €	18.800,0 €	16.200,0 €	20.600,0 €	212.600,0 €
Logística y envíos (€)	2.000,0 €	2.000,0 €	2.000,0 €	2.000,0 €	2.000,0 €	2.000,0 €	2.000,0 €	2.000,0 €	2.000,0 €	2.000,0 €	2.000,0 €	2.000,0 €	24.000,0 €
Limpieza y control (€)	600,0 €	600,0 €	600,0 €	600,0 €	600,0 €	600,0 €	600,0 €	600,0 €	600,0 €	600,0 €	600,0 €	600,0 €	7.200,0 €
Publicidad y RRPP (€)	1.500,0 €	1.500,0 €	1.800,0 €	1.800,0 €	2.000,0 €	2.000,0 €	1.800,0 €	1.200,0 €	1.500,0 €	1.600,0 €	1.500,0 €	2.000,0 €	20.200,0 €
Asesoría y gestión (€)	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	3.600,0 €
Tecnología plataforma (€)	800,0 €	800,0 €	800,0 €	800,0 €	800,0 €	800,0 €	800,0 €	800,0 €	800,0 €	800,0 €	800,0 €	800,0 €	9.600,0 €
Costes de personal (€)	3.898,3 €	3.898,3 €	3.898,3 €	3.898,3 €	3.898,3 €	3.898,3 €	3.898,3 €	3.898,3 €	3.898,3 €	3.898,3 €	3.898,3 €	3.898,3 €	46.780,0 €
Otros gastos (€)	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	300,0 €	3.600,0 €
Total gastos (€)	9.398,3 €	9.398,3 €	9.698,3 €	9.698,3 €	9.898,3 €	9.898,3 €	9.698,3 €	9.098,3 €	9.398,3 €	9.498,3 €	9.398,3 €	9.898,3 €	114.980,0 €
Resultado de explotación (€)	4.601,7 €	5.801,7 €	7.801,7 €	9.001,7 €	11.101,7 €	11.301,7 €	10.201,7 €	3.401,7 €	7.601,7 €	9.301,7 €	6.801,7 €	10.701,7 €	97.620,0 €
Gastos financieros (€)	150,0 €	150,0 €	150,0 €	150,0 €	150,0 €	150,0 €	150,0 €	150,0 €	150,0 €	150,0 €	150,0 €	150,0 €	1.800,0 €
Resultado financiero (€)	-150,0 €	-1.800,0 €											
Resultado antes de impuestos (€)	4.451,7 €	5.651,7 €	7.651,7 €	8.851,7 €	10.951,7 €	11.151,7 €	10.051,7 €	3.251,7 €	7.451,7 €	9.151,7 €	6.651,7 €	10.551,7 €	95.820,0 €
Impuestos sobre beneficios (€)	1.112,9 €	1.412,9 €	1.912,9 €	2.212,9 €	2.737,9 €	2.787,9 €	2.512,9 €	812,9 €	1.862,9 €	2.287,9 €	1.662,9 €	2.637,9 €	23.955,0 €
Resultado del ejercicio (€)	3.338,8 €	4.238,8 €	5.738,8 €	6.638,8 €	8.213,8 €	8.363,8 €	7.538,8 €	2.438,8 €	5.588,8 €	6.863,8 €	4.988,8 €	7.913,8 €	71.865,0 €

Fuente: Elaboración propia

El resultado acumulado del primer año asciende a **71.865,00 €**, lo que valida la viabilidad del proyecto incluso desde sus primeras etapas. Este beneficio permite reinvertir en crecimiento y afrontar con solidez la expansión a nuevos segmentos de mercado en los ejercicios siguientes.

● 6.4.2 Cuenta de Pérdidas y Ganancias anual (2025–2027)

La siguiente tabla refleja una proyección realista del desempeño económico de Rentique by Patricia durante sus tres primeros ejercicios fiscales. Los ingresos crecen anualmente en torno al 15 %, impulsados por una mayor captación de clientas, la consolidación de la marca, y la incorporación de nuevas líneas de producto (ropa de oficina, accesorios o colaboraciones exclusivas con diseñadoras sostenibles).

Por el lado de los gastos, se observa un incremento controlado. Aunque aumentan las operaciones, Rentique mantiene una estructura de costes escalable al trabajar con freelancers y servicios bajo demanda. El coste de personal y los servicios logísticos crecen



proporcionalmente al volumen de actividad, mientras que otros gastos como publicidad o tecnología se optimizan progresivamente.

Tabla 9: Cuenta de pérdidas y ganancias anual 2025–2027

	2025	2026	2027
Prestaciones de servicios (€)	151.000,0 €	173.650,0 €	196.300,0 €
Servicios adicionales (€)	61.600,0 €	70.840,0 €	80.080,0 €
Total ingresos (€)	212.600,0 €	244.490,0 €	276.380,0 €
Logística y envíos (€)	24.000,0 €	24.720,0 €	25.440,0 €
Limpieza y control (€)	7.200,0 €	7.344,0 €	7.488,0 €
Publicidad y RRPP (€)	20.200,0 €	19.796,0 €	19.392,0 €
Asesoría y gestión (€)	3.600,0 €	3.492,0 €	3.420,0 €
Tecnología plataforma (€)	9.600,0 €	9.120,0 €	8.640,0 €
Costes de personal (€)	46.780,0 €	53.797,0 €	58.475,0 €
Otros gastos (€)	3.600,0 €	3.492,0 €	3.420,0 €
Total gastos (€)	114.980,0 €	121.761,0 €	126.275,0 €
Resultado de explotación (€)	97.620,0 €	122.729,0 €	150.105,0 €
Gastos financieros (€)	1.800,0 €	1.800,0 €	1.800,0 €
Resultado financiero (€)	-1.800,0 €	-1.800,0 €	-1.800,0 €
Resultado antes de impuestos (€)	95.820,0 €	120.929,0 €	148.305,0 €
Impuestos sobre beneficios (€)	23.955,0 €	30.232,3 €	37.076,3 €
Resultado del ejercicio (€)	71.865,0 €	90.696,8 €	111.228,8 €

Fuente: Elaboración propia

Estas cifras evidencian un crecimiento económico sólido, con una mejora continua del beneficio neto. Este margen positivo permite a Rentique reinvertir en tecnología, nuevas campañas de captación y en la ampliación del equipo en las áreas de atención al cliente y gestión de marca.

- **6.5 Flujo de caja anual (2025–2027)**

Para complementar el análisis contable de la cuenta de pérdidas y ganancias, se ha calculado el flujo de caja libre (Free Cash Flow, FCF) de Rentique by Patricia durante los tres primeros ejercicios.



A diferencia del resultado contable, el flujo de caja libre refleja la liquidez real generada por la empresa una vez considerados no solo los ingresos y gastos operativos, sino también elementos clave como las inversiones necesarias (CapEx), el pago de impuestos y las necesidades de capital circulante (working capital). Este indicador resulta especialmente útil en startups, donde los beneficios contables no siempre se traducen en liquidez disponible.

Aunque existen empresas nacionales como Borow o Ecodicta con modelos similares de alquiler de moda sostenible, se ha tomado como referencia a la compañía Rent the Runway (NASDAQ: RENT) por disponer de datos financieros públicos y auditados, y compartir un modelo de negocio muy alineado con Rentique: alquiler, venta y reventa de prendas, bajo un enfoque digital y sostenible.

Rent the Runway ha sido utilizada para extraer márgenes e indicadores clave como:

- **Margen EBITDA** estimado: 9 %
- **CapEx medio anual**: 5 % de los ingresos
- **Variación de working capital**: estimada en 5 % del incremento de ingresos
- **Tipo impositivo aplicado**: 25 % (según normativa española)

Para calcular los Flujos de Caja hemos utilizado la siguiente fórmula:

$$\text{FCF} = \text{EBITDA} - \text{Impuestos} - \text{CapEx} - \Delta \text{Working Capital}$$

Donde:

- EBITDA se estima como el 9 % de los ingresos anuales.
- Impuestos son los reales calculados previamente en la cuenta de pérdidas y ganancias.
- CapEx es el 5 % de los ingresos anuales (reversión en tecnología, plataforma y mejoras).
- Variación del Working Capital (WC) se estima como el 5 % del crecimiento anual de los ingresos.

Tabla 10: Flujo de caja libre anual (FCF) Rentique 2025–2027



	2025	2026	2027
Ingresos	212.600	244490	276380
EBITDA (9%)	19.134	22004,1	24874,2
CapEx (5%)	10.630	12224,5	13819
Impuestos (25%)	23.955	30232,3	30076,3
Variación WC (5%)	0	1594,5	1594,5
Flujo de Caja Libre (FCF)	-15.451	-22.047,20	-20.615,60

Fuente: Elaboración propia

Como se observa, el flujo de caja libre es negativo en los tres primeros años. Este comportamiento es habitual en negocios emergentes con fuerte inversión inicial y alto ritmo de crecimiento, donde los beneficios contables aún no se traducen en generación de liquidez. Aun así, estos resultados no reflejan una inviabilidad del proyecto, sino una estrategia de reinversión, que es habitual en modelos de plataforma digital escalables.

Este análisis permite anticipar la necesidad de financiación complementaria externa (aportaciones de capital, rondas o préstamos) en los primeros ejercicios para garantizar la operativa con holgura y apostar por el crecimiento.

- **6.6 Punto de equilibrio**

Para evaluar la viabilidad económica de Rentique by Patricia, se ha calculado el punto de equilibrio o Break-even Point, es decir, el número mínimo de operaciones (alquileres o ventas) necesarias para cubrir todos los costes del primer año. A partir de este umbral, la empresa comenzaría a generar beneficios.

Este análisis permite conocer de forma gráfica y cuantitativa la relación entre ingresos y costes totales, y es una herramienta clave para la toma de decisiones estratégicas, como la planificación comercial o la evaluación de la sostenibilidad financiera en las primeras etapas del negocio.

El cálculo se ha realizado considerando los costes totales anuales (tanto fijos como variables) y el ingreso medio por operación. Para ello, hemos seguido la siguiente fórmula:



Punto muerto (nº de operaciones)= Costes fijos totales/ Precio medio por operación–Coste variable medio por operación.

Los valores utilizados, extraídos del plan económico-financiero de Rentique by Patricia, son:

- **Costes fijos totales (anuales):** 74.100 €
(Incluye personal freelance, tecnología, asesoría, logística fija y otros costes estructurales)
- **Precio medio por operación:** 32 €
(Precio medio de alquiler de prenda según datos del sector, Borow y Ecodicta)
- **Coste variable medio por operación:** $0,4 \times 32 \text{ €} = 12,8 \text{ €}$
(Estimación de costes asociados al envío, mantenimiento, limpieza y gestión logística por prenda)

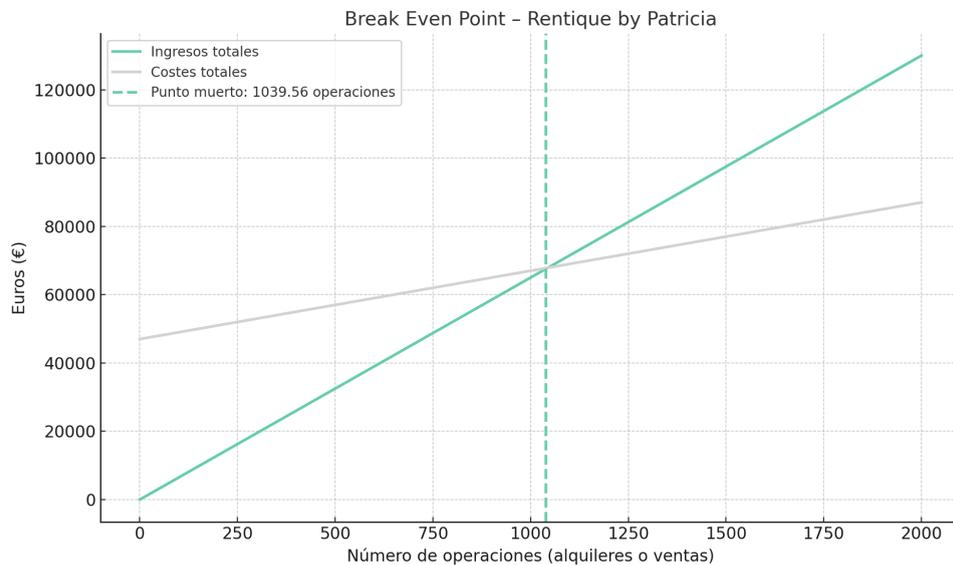
Por lo que, sustituyendo en la fórmula mencionada anteriormente quedaría de la siguiente manera:

Punto muerto= $74.100 / 32 - 12,8 \approx 1.039,56$ operaciones

Esto significa que Rentique by Patricia necesita alcanzar unas 1.039,56 operaciones (entre alquileres, ventas o reventas) en el primer año para cubrir sus costes y comenzar a generar beneficios. Esta cifra se sitúa dentro de un escenario alcanzable, especialmente teniendo en cuenta la previsión de 100 alquileres mensuales y más de 200 transacciones mensuales en reventa planteadas en el plan inicial.

El siguiente gráfico muestra visualmente la intersección entre los ingresos totales y los costes totales. La línea vertical indica el umbral de rentabilidad (*break-even*), momento a partir del cual la empresa comenzaría a obtener beneficios:

Gráfico 1: Break-even Point Rentique by Patricia



Fuente: Elaboración propia

Este resultado refuerza la viabilidad del modelo híbrido de Rentique, al permitir alcanzar el equilibrio económico con un volumen razonable de operaciones, especialmente teniendo en cuenta el crecimiento proyectado del mercado de alquiler y reventa de moda en España.

- **6.7 Coste medio ponderado de capital (WACC)**

Para determinar el rendimiento mínimo que Rentique by Patricia debería generar para ser financieramente viable desde el punto de vista del inversor, se ha calculado el Coste Medio Ponderado de Capital (WACC). Dado que el proyecto no contempla financiación ajena, el WACC coincide con el Coste del Equity.

Tal y como se explicó en el análisis de flujos de caja, aunque plataformas como Borow o Ecodicta comparten modelo de negocio, se ha optado por utilizar los datos de Rent the Runway por la disponibilidad de datos financieros oficiales y su similitud en estructura operativa.



El cálculo ha tenido en cuenta los siguientes parámetros:

- **Tasa libre de riesgo (RF):** 2,80 % (bono español a 10 años)
- **Beta (β):** 2,34 (valor estimado para Rent the Runway)
- **Rentabilidad esperada del mercado (RM):** 5,50 % (basado en rentabilidad histórica del IBEX 35)
- **Prima de riesgo (RM - RF):** 2,70 %

Aplicando la fórmula del modelo CAPM:

$$\text{Coste de Equity} = \text{RF} + \beta \times (\text{RM} - \text{RF})$$

$$\text{Coste del Equity} = 2,80 \% + (2,34 \times 2,70 \%) = 9,12$$

Como no existe financiación externa, este valor coincide con el WACC del proyecto:

$$\text{WACC} = 9,12 \%$$

Tabla 11: WACC Rentique by Patricia

Parámetro	Valor	Fuente
Beta (β)	2,34	Beta de Rent the Runway (empresa comparable)
Prima de riesgo del mercado (RM - RF)	2,70%	Cálculo propio
RF (Tasa libre de riesgo)	2,80%	Bono español 10 años
RM (Rentabilidad del mercado)	5,50%	Rentabilidad histórica estimada IBEX 35
Cálculo del Coste de Equity	$2,80 \% + (2,34 \times 2,70 \%) = 9,12 \%$	Modelo CAPM
WACC (Coste de Equity)	9.12%	Sin deuda \rightarrow WACC = Coste de Equity

Fuente: Elaboración propia

Que El WACC calculado sea del 9,12 %, significa que la empresa debe generar al menos esa rentabilidad anual sobre la inversión realizada para ser considerada financieramente viable. Este valor se sitúa en una franja razonable para startups digitales del sector moda, y refleja tanto el riesgo del sector como las expectativas de retorno por parte de posibles inversores.



Aunque Rentique no contempla financiación ajena en su fase inicial, este porcentaje es útil como referencia para evaluar la rentabilidad futura del proyecto y valorar decisiones estratégicas, como una posible ronda de inversión.



Capítulo VII. Sostenibilidad e Impacto Social

Rentique by Patricia nace con un compromiso profundo con la sostenibilidad ambiental y el impacto social positivo. Desde su concepción, el modelo de negocio se ha diseñado para promover la economía circular dentro del sector textil, reducir el impacto ambiental asociado al consumo de moda, y fomentar valores de consumo consciente en la sociedad.

● 7.1 Contribución ambiental

La industria de la moda es una de las más contaminantes del planeta. Según datos del Parlamento Europeo, produce cerca del 10 % de las emisiones globales de carbono y es responsable del 20 % de la contaminación del agua industrial a nivel mundial. Además, se estima que cada europeo consume alrededor de 26 kilos de ropa al año, de los cuales más de la mitad termina en la basura en menos de un año.¹⁷

Ante este panorama, Rentique se posiciona como una alternativa viable y necesaria al consumo lineal de moda. Al ofrecer un modelo basado en el alquiler, la compra de moda sostenible y la reventa entre usuarias, se prolonga la vida útil de las prendas, se reduce la producción innecesaria y se evita la generación de residuos textiles. Este modelo está en línea con los principios de la economía circular y responde directamente a las políticas europeas que promueven la reutilización, el ecodiseño y la trazabilidad en la industria textil.¹⁸

Además, se estima que extender la vida útil de una prenda en tan solo nueve meses puede reducir su impacto medioambiental hasta en un 30 %.¹⁹ Rentique contribuye a este objetivo al facilitar la circulación de prendas entre diferentes usuarias y fomentar un uso responsable de los recursos.

¹⁷ European Environment Agency. (2022). *Textiles and the environment: The role of design in Europe's circular economy*. Recuperado de <https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-and-the-environment-the>

¹⁸ Parlamento Europeo. (2020). *Moda sostenible: la UE aboga por textiles duraderos y reciclables*. <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20201208STO93327>

¹⁹ WRAP. (2017). *Valuing Our Clothes: The cost of UK fashion*. Recuperado de <https://wrap.org.uk/resources/report/valuing-our-clothes-cost-uk-fashion>



- **7.2 Elección de proveedores responsables**

Rentique trabajará con diseñadoras y marcas que compartan su compromiso con la sostenibilidad. Se dará prioridad a firmas que utilicen materiales reciclados, orgánicos o de bajo impacto, así como a procesos de producción éticos y certificados. Este enfoque no solo garantiza una oferta coherente con los valores de la marca, sino que también impulsa el crecimiento de pequeños productores y emprendedoras del sector sostenible.

Asimismo, se explorará la colaboración con diseñadoras emergentes que trabajen bajo principios de slow fashion, favoreciendo la durabilidad de las prendas y la producción local.

- **7.3 Conciencia social y estilo de vida responsable**

El modelo de Rentique no solo reduce el impacto medioambiental, sino que también promueve un cambio cultural en la forma de consumir moda. Cada vez más personas, especialmente entre las generaciones más jóvenes, buscan alternativas al fast fashion.

Un estudio de Statista reveló que el 63 % de los consumidores millennials y de la Generación Z en España afirman que la sostenibilidad influye directamente en sus decisiones de compra.²⁰ Además, el 45 % estaría dispuesto a alquilar ropa para eventos puntuales o evitar comprar prendas que solo usará una vez.²¹

Rentique se presenta como una opción accesible y elegante para todas aquellas personas que desean disfrutar de la moda sin comprometer el planeta. La plataforma también promoverá campañas de concienciación, colaboraciones con influencers sostenibles y contenido educativo para ayudar a normalizar el consumo responsable.

²⁰ Statista. (2023). *Sustainability attitudes in fashion consumption in Spain*. Recuperado de <https://www.statista.com>

²¹ Forbes España. (2022). *Moda circular y nuevas generaciones: el auge del alquiler de ropa*. <https://forbes.es>



Capítulo VIII. Plan jurídico-fiscal y marco legal

● 8.1 Forma jurídica

Rentique by Patricia adoptará la forma jurídica de Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.), por ser la más adecuada para un negocio digital en fase de lanzamiento. Esta fórmula ofrece varias ventajas importantes: limita la responsabilidad patrimonial de la fundadora al capital aportado, facilita la obtención de financiación o inversión futura, y ofrece una imagen más sólida y profesional frente a colaboradoras, usuarias y proveedores.²²

La constitución de la S.L. se realizará mediante escritura pública ante notario y posterior inscripción en el Registro Mercantil. El capital social mínimo exigido por ley, fijado en 3.000 euros, ha sido contemplado en el plan financiero inicial del proyecto.²³

● 8.2 Obligaciones fiscales

Como sociedad mercantil, Rentique estará sujeta al Impuesto sobre Sociedades, con un tipo impositivo del 25 % sobre el beneficio neto anual. La empresa presentará el modelo 200 de forma anual, junto con los pagos fraccionados a cuenta mediante el modelo 202.²⁴

También deberá gestionar el IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido), aplicando el tipo general del 21 % a todas las operaciones de alquiler, venta o reventa realizadas en la plataforma. Las liquidaciones se realizarán de forma trimestral a través del modelo 303, con resumen anual mediante el modelo 390.²⁵

Además, si se recurre a profesionales autónomos (como diseñadores, desarrolladores o asesores), la empresa deberá practicar retenciones de IRPF en sus facturas y declararlas mediante el modelo 111.

²² Agencia Tributaria. (s.f.). *Formas jurídicas de empresa*. Recuperado de <https://www.agenciatributaria.es>

²³ Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (s.f.). *Guía de creación de empresas*. Recuperado de <https://www.ipyme.org>

²⁴ Agencia Tributaria. (s.f.). *Impuesto sobre Sociedades*. Recuperado de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/impuesto-sobre-sociedades.html>

²⁵ Infoautónomos. (2025). *IVA en actividades de comercio electrónico*. Recuperado de <https://www.infoautonomos.com/blog/autonomos/nueva-normativa-iva-comercio-electronico/>



- **8.3 Marco legal aplicable**

Rentique, al operar como plataforma digital de alquiler y venta de moda, se encuentra sujeta a varias normativas tanto mercantiles como tecnológicas y de consumo. Las más relevantes son:

- **Ley de Sociedades de Capital:** regula los aspectos básicos de la constitución y funcionamiento de la empresa.
- **Ley de Servicios de la Sociedad de la Información (LSSI):** exige transparencia en la información legal que debe aparecer en la web y regula los servicios digitales.
- **Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios:** establece obligaciones en cuanto a devoluciones, desistimientos, garantías, atención al cliente y contratos electrónicos.
- **Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y LOPDGDD (Ley Orgánica 3/2018):** obligan a tratar los datos personales de usuarias con garantías de seguridad, consentimiento explícito y derechos de acceso o supresión.

Asimismo, es importante tener en cuenta el desarrollo de nuevas normativas europeas en materia de economía circular y gestión de residuos textiles, como es el caso de la Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular y la Estrategia de la Unión Europea para los Productos Textiles Sostenibles y Circulares. Aunque la empresa no genera residuos directos como un fabricante, su modelo de alquiler y reventa contribuye activamente a los objetivos de esta normativa, prolongando el ciclo de vida de las prendas y reduciendo el impacto medioambiental de la moda.



- **8.4 Protección de datos**

Dado que la plataforma gestionará información personal de clientes, como datos de contacto, direcciones de envío o historial de transacciones, será obligatorio cumplir con el RGPD y la legislación nacional en materia de protección de datos.²⁶

Rentique dispondrá de una política de privacidad clara y accesible, y solo recogerá los datos necesarios para la prestación del servicio. Asimismo, se formalizarán contratos con proveedores tecnológicos (pasarelas de pago, servicios de mailing...) en calidad de encargados del tratamiento, garantizando su cumplimiento legal.

Las usuarias podrán ejercer sus derechos (acceso, rectificación, oposición, supresión) de forma sencilla desde su área personal o mediante contacto con el equipo legal.

- **8.5 Contratos y relaciones con colaboradores**

Como parte del modelo operativo, Rentique contará con la colaboración de freelancers o agencias externas para áreas como desarrollo web, atención al cliente o gestión logística.

Estos acuerdos se formalizarán mediante contratos mercantiles, en los que se definirán claramente las condiciones de colaboración: duración, tareas, remuneración, confidencialidad y propiedad intelectual en caso de trabajos técnicos o creativos.

Se exigirá que todos los colaboradores estén legalmente dados de alta como autónomos o constituidos como empresas.

- **8.6 Condiciones legales de uso para clientes**

En la plataforma se incluirán los Términos y Condiciones de uso, accesibles para todas las usuarias antes de registrarse o completar una operación. En ellos se regularán aspectos como: las condiciones del alquiler, compra o reventa de prendas; los derechos y obligaciones de cada parte; las políticas de devoluciones, cancelaciones y penalizaciones por retrasos o daños;

²⁶ Agencia Española de Protección de Datos. (s.f.). *Guía de cumplimiento para PYMEs*. Recuperado de <https://www.aepd.es/guias-y-herramientas/guias>



y las responsabilidades legales de usuarias que actúan como vendedoras dentro de la sección de reventa.

Como referencia, plataformas como Vinted establecen condiciones muy específicas para garantizar la transparencia entre usuarias, como la obligatoriedad de enviar las prendas dentro de un plazo determinado, asegurar que el artículo no es falso y que se encuentra en buen estado. Además, se contempla un proceso de resolución de disputas para proteger tanto a la compradora como a la vendedora. Rentique adoptará una política similar, pero adaptada a su enfoque sostenible y premium, con cláusulas adicionales relacionadas con la conservación de las prendas alquiladas, así como un sistema de valoraciones y penalizaciones si se incumplen las normas básicas del servicio.

Esta documentación será validada por asesoría legal especializada y constituirá la base jurídica para resolver cualquier posible conflicto dentro del funcionamiento de la plataforma.



Capítulo IX. Conclusiones

Tras haber desarrollado el análisis completo de la idea de negocio Rentique by Patricia, podemos concluir con que el proyecto se encuentra alineado con las tendencias actuales del mercado y responde a una necesidad real de consumo más consciente y responsable dentro del sector moda.

A partir del análisis externo, hemos comprobado que el entorno ofrece numerosas oportunidades para el crecimiento de propuestas como Rentique. A nivel político y legal, el avance en normativas europeas y españolas hacia una economía circular y la gestión responsable de residuos textiles refuerza el enfoque del modelo. Económicamente, aunque el contexto general presenta ciertas incertidumbres, el crecimiento constante del mercado global de la moda sostenible y el aumento del interés por alternativas como el alquiler y la reventa muestran que la demanda está evolucionando. Socialmente, se detecta un cambio claro en los hábitos de consumo, especialmente en generaciones jóvenes y urbanas, cada vez más preocupadas por el impacto ambiental de sus decisiones. Y desde el punto de vista tecnológico, la digitalización del sector y el auge de plataformas online hacen que el canal elegido por Rentique sea no solo viable, sino esencial.

El análisis de las cinco fuerzas de Porter ha reflejado un entorno competitivo exigente, con alta rivalidad y una importante amenaza de productos sustitutivos, pero también con oportunidades de diferenciación si se consolida una propuesta clara y bien posicionada. Rentique puede destacar combinando alquiler, compra y reventa dentro de una misma plataforma digital enfocada en eventos especiales, un nicho menos saturado y con potencial de fidelización.

A través de la segmentación se ha definido un perfil de clientela muy concreto: mujeres entre 25 y 45 años, con poder adquisitivo medio-alto, interesadas en la sostenibilidad y que valoran la moda como forma de expresión. Este enfoque ha permitido desarrollar una estrategia de marketing coherente, apoyada en un posicionamiento premium, presencia digital cuidada, y la posibilidad de extender la experiencia a través de colaboraciones físicas (showrooms o pop ups). La propuesta de valor no se basa únicamente en el producto, sino en la experiencia de alquiler, en la estética, y en los valores que transmite la marca.



En cuanto al análisis interno, el DAFO y su posterior CAME han servido para identificar que las fortalezas y oportunidades superan ampliamente a las amenazas y debilidades. La diferenciación frente a la competencia, la flexibilidad operativa, el modelo híbrido y la orientación al detalle son puntos clave que refuerzan la viabilidad del proyecto. A su vez, se han detectado áreas de mejora como la necesidad de construir notoriedad de marca o gestionar de forma eficiente la logística de alquileres, aspectos que se abordan desde el propio plan operativo.

En el plano económico-financiero, Rentique by Patricia presenta resultados positivos. Con una inversión inicial contenida, se alcanza un punto de equilibrio cercano al primer año de actividad, y los beneficios estimados para los tres primeros ejercicios muestran una progresión sostenida. Aunque los flujos de caja son negativos en la fase inicial (algo común en modelos digitales emergentes) el negocio se vuelve rentable a medida que crece la comunidad de clientas.

Además, el plan incorpora desde el inicio aspectos fundamentales como el marco jurídico-fiscal, la estructura de recursos humanos y un enfoque transversal en sostenibilidad e impacto social. Rentique no solo cumple con la normativa, sino que se posiciona activamente como agente del cambio dentro de la industria textil, contribuyendo a reducir el desperdicio de ropa y fomentando nuevos hábitos de consumo más responsables.

En definitiva, Rentique by Patricia es un proyecto sólido, realista y alineado con los valores de una nueva generación de consumidoras. Su éxito dependerá de la capacidad para comunicar bien su propuesta, adaptarse al crecimiento y mantener una coherencia constante entre lo que ofrece y lo que representa.



Capítulo X. Bibliografía

Agencia Española de Protección de Datos. (s.f.). *Guía de cumplimiento para PYMEs*.

Recuperado de <https://www.aepd.es/guias-y-herramientas/guias>

Agencia Tributaria. (s.f.). *Formas jurídicas de empresa*. Recuperado de

<https://www.agenciatributaria.es>

Agencia Tributaria. (s.f.). *Impuesto sobre Sociedades*. Recuperado de

<https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/impuesto-sobre-sociedades.html>

Allied Market Research. (2022). *Rental Clothing Market by Clothing Style, End User, and Business Model: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2022–2031*.

Recuperado de <https://www.alliedmarketresearch.com/rental-clothing-market-A12389>

Allied Market Research. (2023). *Online Clothing Rental Market: Growth, Trends, COVID-19 Impact and Forecast (2023 - 2031)*. Recuperado de

<https://www.alliedmarketresearch.com/online-clothing-rental-market>

Cadena SER. (2024, 20 de noviembre). *8 de cada 10 consumidores quieren que su compra tenga un impacto positivo*. Recuperado de

<https://cadenaser.com/aragon/2024/11/20/8-de-cada-10-consumidores-quieren-que-su-compra-tenga-un-impacto-positivo-radio-zaragoza/>

Deloitte. (2023). *Sustainable Consumer 2023: How customers are embracing sustainability*.

Recuperado de

<https://www2.deloitte.com/uk/en/insights/industry/retail-distribution/consumer-behaviour-sustainability.html>

Deloitte. (2023). *Sustainable Consumer 2023: The green gap between intent and action*.

Deloitte UK. Recuperado de

<https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/consumer-business/articles/sustainable-consumer.html>

1

El País. (2024, 11 de septiembre). *Las grandes marcas y el reciclaje de ropa: ¿cambio de paradigma o estrategia de marketing?*. Recuperado de



<https://elpais.com/proyecto-tendencias/2024-09-11/las-grandes-marcas-y-el-reciclaje-de-ropa-cambio-de-paradigma-o-estrategia-de-marketing.html>

European Environment Agency. (2022). *Textiles and the environment: The role of design in Europe's circular economy*. Recuperado de <https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-and-the-environment-the>

Forbes España. (2022). *Moda circular y nuevas generaciones: el auge del alquiler de ropa*. Recuperado de <https://forbes.es>

Global Fashion Agenda & McKinsey & Company. (2023). *The GFA Monitor 2023: Scaling circularity in fashion*. Recuperado de <https://globalfashionagenda.org/>

Global Market Insights. (2023). *Sustainable Clothing Market Size*. Recuperado de <https://www.gminsights.com/industry-analysis/sustainable-clothing-market>

Gobierno de España. (2022). *Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular*. Boletín Oficial del Estado, 85, 37873-37929. Recuperado de <https://www.boe.es/eli/es/l/2022/04/08/7>

Infoautónomos. (2025). *IVA en actividades de comercio electrónico*. Recuperado de <https://www.infoautonomos.com/blog/autonomos/nueva-normativa-iva-comercio-electronico/>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (s.f.). *Guía de creación de empresas*. Recuperado de <https://www.ipyme.org>

Mordor Intelligence. (2023). *Online Clothing Rental Market - Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2023 - 2028)*. Recuperado de <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/online-clothing-rental-market>

Parlamento Europeo. (2020). *Moda sostenible: la UE aboga por textiles duraderos y reciclables*. Recuperado de <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20201208STO93327>

Reuters. (2024, 10 de octubre). *Spain's top fashion retailers launch trial to collect clothes waste before 2025*. Recuperado de



<https://www.reuters.com/sustainability/spains-top-fashion-retailers-launch-trial-collect-clothes-waste-2025-2024-10-10/>

Statista. (2023). *Sustainability attitudes in fashion consumption in Spain*. Recuperado de <https://www.statista.com>

The Reason Behind. (2022, 24 de septiembre). *Las 10 plataformas de alquiler de ropa en España*. Recuperado de <https://thereasonbehind.es/plataformas-alquiler-ropa>

Vanidad. (2023, 15 de abril). *5 plataformas españolas de alquiler de prendas de lujo que debes conocer*. Recuperado de <https://vanidad.es/5-plataformas-espanolas-de-alquiler-de-prendas-de-lujo>

Vogue España. (2019, 20 de marzo). *7 plataformas de alquiler de ropa en España que merece la pena conocer*. Recuperado de <https://www.vogue.es/moda/articulos/7-plataformas-de-alquiler-de-ropa-en-espana-estilismo-casual-fiesta>

WRAP. (2017). *Valuing Our Clothes: The cost of UK fashion*. Recuperado de <https://wrap.org.uk/resources/report/valuing-our-clothes-cost-uk-fashion>

Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado

ADVERTENCIA: Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, Patricia Celestino Esteban, estudiante de ADE y Derecho de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "PLAN DE NEGOCIO: RENTIQUE BY PATRICIA ", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación:

1. **Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
2. **Constructor de plantillas:** Para diseñar formatos específicos para secciones del trabajo.
3. **Corrector de estilo literario y de lenguaje:** Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
4. **Sintetizador y divulgador de libros complicados:** Para resumir y comprender literatura compleja.
5. **Revisor:** Para recibir sugerencias sobre cómo mejorar y perfeccionar el trabajo con diferentes niveles de exigencia.
6. **Traductor:** Para traducir textos de un lenguaje a otro.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 26/03/2025

Firma: Patricia Celestino Esteban

