

1. TÍTULO PROVISIONAL

Plan de negocio de una *Start-Up* real de Moda Sostenible

2. OBJETIVOS

Evaluar la viabilidad de la start-up a través del desarrollo de un plan de negocio integral. Se trata de una plataforma online dedicada a la venta de ropa de segunda mano, donde se encargan de recoger las prendas que los usuarios desean vender, colaborando con empresas de transporte ya establecidas. Posteriormente, las prendas son tratadas para garantizar su limpieza y calidad, fotografiadas y publicadas en la página web . Los compradores pueden adquirir las prendas asumiendo los gastos de envío, permitiendo a "2Hand" generar ingresos principalmente a través de comisiones sobre las ventas.

OBJETIVOS A FUTURO:

1. Diseñar un modelo de negocio que sea comercial y operativamente viable, asegurando la rentabilidad del proyecto.
2. Desarrollar un plan financiero que permita evaluar la sostenibilidad del negocio y facilite la búsqueda de financiación para su crecimiento.
3. Explorar la posibilidad de expandir la Start Up a otros países en el futuro, estableciendo estrategias para escalar el negocio de manera efectiva.

3. METODOLOGÍA

La metodología de elaboración del trabajo va a versar en un primer lugar en la revisión bibliográfica de fuentes académicas mediante herramientas como Dialnet, Google Scholar, repositorios de diferentes universidades, análisis gubernamentales, etc. También será de gran ayuda la búsqueda de informes empresariales sobre el sector tanto del mundo del comercio online como del textil, para ello va a ser de gran utilidad conocer el funcionamiento de otras empresas como Vinted, Vestiaire Collective, Ebay, Wallapop...

El trabajo radica en desarrollar un plan de negocio integral para la futura start up de moda sostenible, enfocada en la reutilización y revalorización de prendas de segunda mano. Todo ello en el marco de participación del Concurso de Ideas Comillas Emprende, para lo cual se hará uso de la plataforma Elevatorfy, la cual incluye diversas píldoras de aprendizaje e información que serán esenciales para la consecución de nuestros objetivos y, además para estructurar el Business Model Canvas, con especial énfasis en el desarrollo de los planes estratégicos, financieros y de marketing.

Se usarán diferentes herramientas para los análisis tanto internos como externo, como PESTEL, para la identificación de factores clave del entorno macroeconómico y su impacto en el sector de la moda sostenible; 5 Fuerzas de Porter para la evaluación de la competencia y la estructura de la industria en la que opera nuestra Start up; Análisis de los grupos de interés, para la definición y evaluación del mercado objetivo y de los stakeholders clave.

Por otro lado, el análisis interno de la cadena de valor, un análisis VRIO y DAFO, entre otros, para establecer conclusiones estratégicas, la identificación y optimización de las actividades internas que generen valor para los clientes y la

evaluación de los recursos y capacidades que puedan proporcionar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

El Plan Financiero se centrará en proyecciones a corto y medio plazo, incluyendo estimaciones de ingresos, gastos, punto de equilibrio y análisis de sensibilidad para evaluar diversos escenarios de crecimiento y sostenibilidad, así como en la identificación de necesidades de financiación y posibles fuentes de capital. El Plan de Marketing definirá estrategias para posicionar la marca en el mercado de la moda sostenible, mediante la segmentación, targeting y posicionamiento (STP), junto con un plan de comunicación digital que integre redes sociales, campañas de contenido y marketing de influencers para aumentar su visibilidad.

El proyecto concluirá con un plan de negocio sólido que considere tanto los aspectos financieros como estratégicos de “2Hand,” demostrando su viabilidad económica y potencial de crecimiento en el mercado de moda sostenible.

4. ÍNDICE PROVISIONAL

1. Introducción
 - a) Descripción de la Startup y el problema encontrado
 - b) Objetivos
 - c) Metodología
 - d) Misión, visión y valores
2. Marco teórico
 - a) Análisis de la industria de la moda sostenible.
3. Plan de negocio
 - a) Business Model Canvas
 - b) Plan Estratégico
 - b.1) Análisis interno (EFI matrix)
 - b.2) Análisis externo (PESTEL, PORTER)
 - b.3) Análisis de la competencia
 - c) Plan de Marketing
 - d) Plan de Financiación
 - e) Plan Comercial
4. Plan de Recursos Humanos
5. Conclusiones sobre la viabilidad de la *Start-Up, futuras líneas, limitaciones*
6. Bibliografía
7. Anexos

5. BIBLIOGRAFÍA

Ellen MacArthur Foundation. (2020). *Vision of a circular economy for fashion*. Recuperado de: <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/fashion/overview>

Ferraro, C., Sands, S., y Brace-Govan, J. (2016). *The role of fashionability in second-hand shopping motivations*. Journal of Retailing and Consumer Services, 32.

Valor, C., Larranaga, A. (2022). Consumers' categorization of eco-friendly consumer goods: An integrative review and research agenda. Sustainable Production and Consumption 30 (2022)

Webhelp. (2021). *Por qué el comercio de segunda mano está en auge*. Recuperado de <https://webhelp.com/es/news/comercio-de-segunda-mano-en-auge/>