

Borrador de la propuesta del Trabajo de Fin de Grado

Nombre del alumno: Beatriz Cerezo Albaladejo	Fecha: 16 – 10 - 2024
Programa: Administración de Empresas y Relaciones Internacionales	

Director Asignado: _____, _____
Apellidos Nombre

Título provisional para el TFG:

Moda sostenible

PROPUESTA TFG – Administración de Empresas

CONTEXTUALIZACIÓN

La industria de la moda es una de las industrias más contaminantes del mundo, generando aproximadamente un 10% de las emisiones de carbono globales, además de producir una gran cantidad de residuos textiles. (Parlamento Europeo, 2020). El consumo masivo de ropa es impulsado por el modelo de “*fast fashion*”, lo que está provocando sobreproducción, uso excesivo de recursos naturales y aumento del volumen de ropa nueva que los consumidores deciden tirar.

Asimismo, el concepto de economía circular es cada vez más relevante y se da una mayor importancia a la sostenibilidad, apoyada por los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (Silván, Silván-Martínez, Trespalcios, y Fernández, 2023). Como resultado, ha surgido un creciente interés en moda sostenible y en la reutilización de la ropa, lo que convierte a la compra de segunda mano en una solución clave para las necesidades del consumidor.

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA DE ESTUDIO

La propuesta de nuestra empresa juega un papel fundamental ya que simplifica el proceso de venta de ropa de segunda mano. Ésta es crear un *Marketplace* encargado de la logística, desde la recogida en el domicilio del vendedor hasta la entrega del producto al comprador final. Adicionalmente, ofrecemos una solución innovadora para aquellas prendas que no sean posibles de vender en un plazo determinado, facilitando su donación a determinadas organizaciones benéficas. De esta forma, reduciremos las dificultades y, sobre todo, la negligencia de algunos consumidores ante participar en este mercado por numerosas barreras que presenta.

Aun siendo conscientes de que se trata de un mercado amplio con muchos competidores, como pueden ser Wallapop, Vinted o Poshmark, todas ellas requieren de usuarios que gestionen manualmente el proceso, como la toma de fotografías y el envío del producto, lo que en muchas ocasiones puede desmotivar a posibles vendedores. Mientras tanto, esta propuesta se posiciona como más conveniente al ofrecer un servicio integral de principio a fin, eliminando las limitaciones para los vendedores e incluso aumentando probabilidades de transacción exitosas.

OBJETIVOS

- 1) Desarrollar un modelo de negocio de moda sostenible que permite la revalorización de prendas de segunda mano a través de una plataforma web que gestione la recogida, limpia, fotografía, venta y entrega de prendas.
- 2) Realizar un *Business Model Canvas* para visualizar y diseñar de manera clara y sencilla nuestro modelo de negocio de moda sostenible, mostrando una visión integral del mismo.
- 3) Analizar el mercado actual de segunda mano, identificando competidores, tendencias y oportunidades a aprovechar, realizando un análisis externo e interno que permita analizar el entorno de la empresa.
- 4) Diseñar una estrategia de logística eficiente que garantice una correcta llegada y salida del producto al punto de venta, de una manera rápida y efectiva.
- 5) Evaluar el impacto social y ambiental por la donación de prendas no vendidas a ONGs y promover la economía circular, respetando el ODS 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles (Naciones Unidas, 2015).

METODOLOGÍA

En cuanto a la metodología de este trabajo, se va a utilizar un análisis mixto, tanto cuantitativo como cualitativo. Para el análisis cuantitativo se realizará una encuesta a potenciales usuarios de la plataforma para medir el interés en la propuesta de valor, la disposición a usar el servicio, y la importancia de la sostenibilidad en sus decisiones de compra. Para el análisis de estos datos, se emplearán estadísticas descriptivas, que reflejarán una visión general de las tendencias y comportamiento de un amplio número de usuarios. Adicionalmente, se tomará información de fuentes secundarias, tanto como parte del análisis cuantitativo como cualitativo.

Tras el análisis inicial, se desarrollará un *Business Model Canvas* en el que se incluirá la propuesta de valor del negocio, la segmentación de clientes, los canales de distribución, relación con los clientes, los flujos de ingresos, la estructura de costes, los recursos clave, las actividades clave y los *partners* clave. También se desarrollará un análisis DAFO para

detectar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del modelo, un análisis PESTEL para abarcar de manera profunda el entorno y un análisis de las 5 fuerzas de Porter que conforma la estructura competitiva de la industria en la que nos queremos sumergir.

ÍNDICE PROVISIONAL

1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN
 - a. Equipo de emprendedores
 - b. Introducción de la empresa
 - c. Motivación de emprender
 - d. Objetivos del modelo de negocio
 - e. Metodología de desarrollo

2. CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA. INEFICIENCIA Y LIMITACIONES DEL PROCESO ACTUAL DE VENTAS DE ROPA DE SEGUNDA MANO

3. CAPÍTULO III: BUSINESS MODEL CANVAS

4. CAPÍTULO IV: ANÁLISIS ESTRATÉGICO
 - a. Análisis de la industria de la moda de segunda mano
 - b. Análisis DAFO
 - c. Análisis PORTER
 - d. Análisis PESTEL

5. CAPÍTULO V: PROYECCIONES FINANCIERAS
 - a. Inversión inicial y fuentes de financiación
 - b. Estimación de ingresos
 - c. Costos operativos
 - d. Proyección de beneficios y pérdidas

6. CAPÍTULO VI: PLAN DE COMERCIO Y MARKETING
 - a. Análisis del mercado objetivo

- b. Estrategias de marketing digital
- c. Análisis de competencia y diferenciación

7. CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES

8. CAPÍTULO VIII: BIBLIOGRAFÍA

9. ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

1. Naciones Unidas. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
2. Parés Sánchez, P. (2018). La moda ética, ¿utopía o realidad? Análisis de las cinco fuerzas de Porter del sector en España. Universidad Pontificia de Comillas. Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/18969>
3. Parlamento Europeo. (29-12-2020). *El impacto de la producción textil y los residuos en el medioambiente*. Recuperado de <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20201208STO93327/el-impacto-de-la-produccion-textil-y-de-los-residuos-en-el-medio-ambiente>
4. Sanz Cabrerros, E. (2021) *Actitudes y comportamiento de los particulares en el mercado de segunda mano: análisis de compradores y vendedores*. Universidad de Valladolid. Recuperado de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/51359/TFG-E-1231.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
5. Silván, P., Silván-Martínez, P. Trespalacios, J.A. y Fernández, I. (2023). *Sostenibilidad y economía circular en el sector textil: análisis del consumo de ropa de segunda mano como alternativa de moda sostenible*. Behanomics, 1,82-98. DOI: <https://behanomics.com/bej/article/view/9>