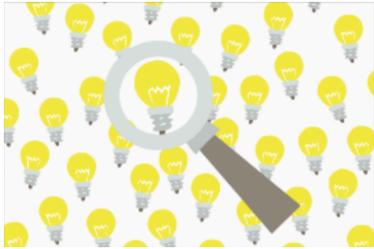


ALQUILA TU LOOK

IDEA



La idea del proyecto se llama “Alquila tu look” consiste tener la posibilidad de alquilar ciertas prendas de ropa a través de una aplicación. Es decir, poder alquilar ropa durante un día, sin necesariamente tener que comprar esa prenda. Las prendas se podrán alquilar por un 25% de su precio, de manera que al cliente le resulte más económico alquilarla que comprarla. Existirá una aplicación a través de la cual se podrá elegir la ropa y realizar el pedido ya que se entregará a domicilio. Se incluirá ropa de marcas de precios intermedios y caros.

El Logo de la empresa será el siguiente:



1. PROPUESTA DE VALOR



Lo que tiene de diferente “Alquila tu look” de las demás empresas existentes es que ninguna de ellas te permite la posibilidad de poder alquilar las prendas por un día y por un 25% del precio inicial de la prenda. Es cierto que existen marcas donde se pueden alquilar vestidos por ejemplo, pero no existe una aplicación que te permita alquilar ropa de diferentes marcas conocidas de precios intermedios. Además lo que la diferencia de otras empresas es que los looks que se alquilan son entregados a domicilio, lo que da una comodidad al cliente que no encontrará en otras empresas

2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO



- Edad: estará enfocado a gente entre los 15 y los 65 años.
- Género: servirá tanto para hombres como para mujeres.
- Región: primero se comercializará solo en Madrid
- Nivel económico: se dirigirá a clientes con un nivel económico medio.

Hemos seguido este criterio de segmentación porque la edad de la gente que más podría hacer uso de esta app es entre 15 (puesto que a una edad inferior no tienes facilidades para poder comprar o alquilar por internet) y 65 (puesto que a una mayor edad la gente no suele necesitar ropa diferente cada día porque sus agendas tienden a estar menos ocupadas); y la ropa abarcará ambos géneros habiendo ropa tanto de hombre como de mujer; hemos decidido que la localización para empezar a producir y comercializar en Madrid, pero en un futuro la empresa se expandirá y llegará a toda la Península Ibérica; y el nivel económico medio al que estará dirigido la empresa es el nivel medio, aunque perfectamente pueden hacer uso de la app personas con niveles económicos inferiores, o superiores.

3. SOCIEDADES CLAVE



Las sociedades clave están compuestas por la red de proveedores y socios que permiten que un modelo de negocio funcione.

Nuestra empresa ha establecido alianzas con otras por múltiples razones:

- para optimizar nuestro modelo de negocio:

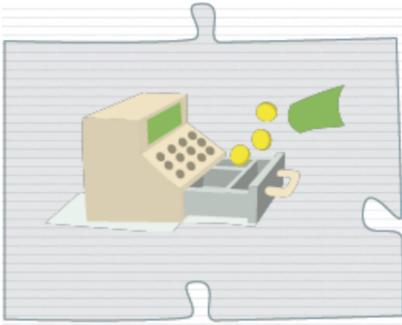
contaremos con otras empresas, que son las tiendas de ropa de las cuales adquirimos dichos productos, para posteriormente y alquilarla a nuestros consumidores.

También por medio de un contrato de subcontratación, haremos uso de los servicios de los motoristas de la empresa de "Glovo" (o cualquiera similar que se haga cargo de entregas a domicilio).

- para reducir riesgos, puesto que una alianza con otras empresas puede disminuir las probabilidades de tener pérdidas, y de esta forma tendríamos asegurado la entrega de los productos, de lo cual se encargará otra empresa, sin tener que hacerlo nosotros mismos, así como del aprovisionamiento de dichos productos, que los adquiriremos de otras marcas, para así poder comercialarlos sin tener que producirlos nosotros mismos. Esta alianza se hará mediante un contrato de subcontratación.
- Para adquirir recursos, con el objetivo de extender nuestras propias capacidades utilizando a otras empresas que estén especializadas en dichas, y así conseguir recursos específicos que satisfagan plenamente las necesidades de nuestros clientes.

Son estas redes de proveedores y socios las que permiten que nuestro modelo de negocio funcione plenamente.

4. FUENTE DE INGRESOS



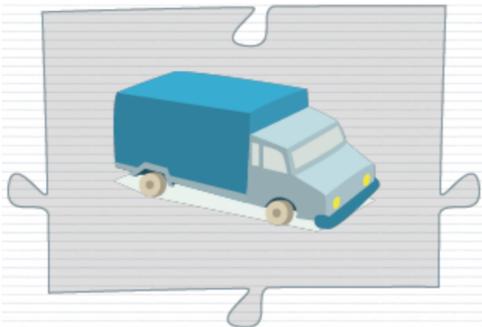
Las fuentes de ingreso hacen referencia a cuánto y cómo está dispuesto a pagar nuestro cliente potencial por el producto o servicio que le ofrecemos.

Existen dos tipos diferentes de fuentes de ingreso:

-Ingresos por pago único: los resultantes de pagos realizados por el cliente una vez. Este precio variará en función del coste de la prenda. Pues alquilarlo costará un 25% del coste de la prenda, por ejemplo, si una sudadera cuesta originariamente 80€, nuestros clientes pagarán 20€ y podrán hacer uso de ella. Esto supone para ellos poder hacer uso de la prenda ¡POR UNA CUARTA PARTE DE SU PRECIO INICIAL!

- En caso de querer disponer del producto durante más días, tendrás que informarlo en el momento de compra, y el precio aumentará un 10% por cada día "extra". Por ejemplo, la misma sudadera de 80€, que cuesta 20€ alquilarla un día, hacerlo dos tendría un valor de 30€, tres días 40€, y así sucesivamente.
-
- Los ingresos por pago recurrentes, resultantes de pagos continuos que realiza el cliente para disponer de un servicio o producto, que en caso de nuestra empresa será nulo, puesto que la app será gratuita, y no se cobrará nada por tener la opción de hacer uso de ella.

5. CANAL DE DISTRIBUCIÓN



Los canales son la vía de comunicación de nuestra empresa para alcanzar a los segmentos de mercado y hacerles llegar nuestra propuesta de valor a los consumidores.

3 tipos de canales:

- Comunicación (Instagram)
- Distribución (Servicio de motoristas)
- Venta (tienda física y App)

5 fases distintivas de las que se compone un canal:

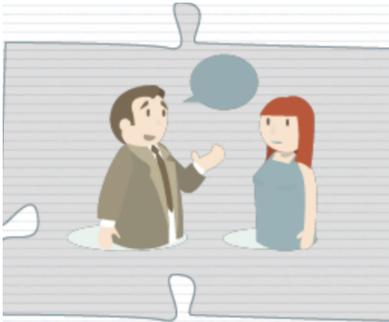
- Percepción: a través de Instagram, donde los consumidores buscarán las prendas que quieren comprar, y ven de forma atractiva como quedan éstas, puestas en otras personas, para hacerse a la idea de cómo les quedará a ellos.
- Evaluación : la mediremos con los seguidores que tengamos en Instagram, observando si conforme pasa el tiempo, dicho número aumenta o disminuye. También podremos apreciar la evaluación en el número de ventas que tenemos, y en si los consumidores hacen uso de nuestra app frecuentemente, porque les agrada el servicio que se ofrece.
- Compra : la compra se realizará a través de internet, desde donde los consumidores por medio de la app, elegirán los productos que comprar/alquilar.
- Entrega : la entrega será a domicilio, puesto que dispondremos de un servicio de motoristas que podrán acercar a los consumidores a sus propias casas, los productos que han decidido comprar.
- Postventa : a las 24h de que se haya entregado el producto, un motorista lo recogerá en el mismo domicilio en el que entregó dicho producto. En caso de querer disponer de la ropa durante más tiempo, se tendrá que indicar en el momento de la compra, puesto que el precio aumentará, en función de los días.

Operamos a través de un canal directo, basado en una fuerza de ventas propia, ventas por Internet (App), con un conjunto de empleados motoristas que se encargarán de entregar los pedidos a domicilio, y recogerlos al día siguiente (postventa).

Usando un canal asociado, adquiriendo las prendas de otras marcas, pero vendiéndolas nosotros a través de nuestra app y nuestro propio canal.

De esta forma, llegamos hasta nuestros clientes con nuestros propios canales; y obtenemos la ropa a través de un canal asociado, por ello, usamos una mezcla de ambos.

6. RELACIÓN CON EL CLIENTE



Las formas de llegar a los clientes han crecido exponencialmente en los últimos años y actualmente nuestra empresa tiene múltiples opciones de configuración de los canales de comunicación (la publicidad, app, redes sociales, ej: instagram) y distribución (tienda propia).

Estamos llegando a los clientes y consumidores a través de una app, desde la cual ellos pueden elegir la ropa que van a alquilar, y ésta será entregada a domicilio, ofreciendo así una facilidad que hará a los clientes querer seguir utilizando nuestro servicio, debido a la gran comodidad que aporta éste.

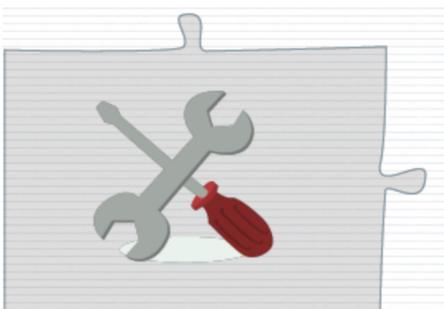
La entrega domicilio implicará una relación directa con el cliente. Tendrá un coste de 2€ extra

Si el cliente no desea alquilar a domicilio, también habrá una tienda física a la que podrán acudir. De esta forma queda resaltada la relación directa con el cliente, con personal shoppers cualificados en las nuevas tendencias.

La relación con el cliente será directa y buena, debido a la gran publicidad que se dará sobre la empresa, la redes sociales con las que contamos, y la asistencia del personal especializado en la tienda física, y la comodidad que supone alquilar ropa con nosotros.

Además, dispondremos de redes sociales para que los consumidores vean propuestas para alquilar sus look, Instagram será una de ellas. De esta forma causaremos una buena imagen para los clientes, y les ayudaremos a ver los looks mas populares; y de esta forma, la empresa crecerá y se dará a conocer socialmente.

7. RECURSOS CLAVE



Los recursos clave son los que permiten a una empresa desarrollar su oferta de proposición de valor, llegar hasta sus clientes, mantener relaciones con ellos y generar ingresos.

Éstos pueden dividirse en las siguientes categorías:

- recursos físicos: las tiendas de donde adquirimos la ropa, y las prendas de ropa física que comercializamos.
- recursos intelectuales: el conocimiento de los distintos trabajadores que desarrollan la App, gestionan las redes sociales....

- recursos humanos: el servicio de motoristas, la persona que crea la app, los comerciales de la tienda física

- recursos financieros: adquiriremos el capital aportado primero de nuestros propios recursos, con la intención de que en un futuro, se generen más ganancias que pérdidas y la tienda se mantenga por sí sola.

8. ACTIVIDADES CLAVE



Cada modelo de negocio implica la realización de cierto número de actividades clave para que la empresa u organización opere con éxito.

Las actividades clave son esenciales para desarrollar nuestra oferta de proposición de valor, para alcanzar a nuestros clientes potenciales, relacionarnos eficazmente con ellos y obtener ingresos.

Son a su vez aquellas que realiza una empresa y que añaden valor a la misma por ser diferentes al resto de ellas, es decir, las actividades internas y propias de la empresa que la hacen distinguirse de otras empresas en el mercado frente a los clientes.

La actividad clave de “Alquila tu Look” es el hecho de que es la única empresa que permite alquilar la ropa además de entregarla a domicilio. La actividad que la diferencia de otras empresas y por tanto aporta el valor a la empresa es adquirir las prendas y después alquilarlas a los clientes por un 10% de su precio original. Esta actividad hace que a los clientes les resulte más barato alquilar que comprar y por tanto la empresa tenga demanda y obtenga beneficios.

9. ESTRUCTURA DE COSTES



La estructura de costes se compone de todos los costes que implica sacar adelante un modelo de negocios.

Todos los procesos detallados implican una serie de gastos que nuestra empresa debe ser capaz de afrontar.

Presentan las siguientes características:

- Costes fijos: aquellos que se mantienen iguales.

- I. El alquiler mensual del local/tienda física, lo que suponemos que nos costará 1500€/mes, teniendo en cuenta que lo queremos localizar en un sitio visible y transitado
- II. El sueldo de los comerciales que habría en la tienda para ayudar a los clientes 900€/persona
- III. La iluminación del local 100€/mes,
- IV. La calefacción/aire acondicionado 150€/mes
- V. Teléfono e internet 50€/mes
- VI. Seguro responsabilidad civil 500€/año
- VII. Mantenimiento de la app y la página web 300€/año

- Costes variables: varían en función del volumen de bienes y servicios producidos.

- VIII. Los costes variables varían en función del coste de cada prenda. Por lo tanto no habría un coste variable fijo, ya que cada tipo de prenda cuesta diferente en función de la tienda donde se haya obtenido, si la prenda se ha adquirido con algún tipo de descuento o en época de rebajas. Además varía ya que el coste de una sudadera no es el mismo que el de un pantalón o unas zapatillas, por ello no es posible establecer un coste variable fijo, sino que es cada uno en función de la prenda de la que se trate
- IX. El servicio de motoristas que nos ayudarán a acercar al cliente sus productos elegidos para alquilar, variará en función del número de veces que hagan distintos pedidos, teniendo un coste cada uno de ellos 3€/viaje, precio incluido a su vez en la devolución del producto pasadas las 24 horas
- X. El coste del transporte de las prendas que compramos desde las tiendas donde realizamos las compras hasta nuestra tienda, donde los guardaremos en un propio almacén, dicho coste algunas veces será nulo, puesto que en la mayoría de tiendas si sobrepasas X número de dinero en compras los gastos de envío salen de forma gratuita, pero aún así es posible que algunas veces hubiese que pagar por los envíos

- Economías de escala: es la reducción de costes obtenida debido al aumento de las unidades producidas. De esta forma, en un futuro, nos podríamos plantear si el descuento que hacemos sobre la ropa aumenta o no, puesto que nuestro mayor objetivo es comercializar el mayor número de ropa, a la vez que la empresa vaya creciendo, obtengamos más beneficios e ingresos, mientras bajamos el precio por unidad del producto, puesto que si existe una mayor producción los costes son menores una vez se aplican al producto. De esta forma aumentaría la eficiencia de la empresa, tendríamos una estructura más óptima, habría una mejora en los productos comercializados y obtendríamos a la vez una mayor experiencia en el mercado. Las fuentes de las economías de escala son los componentes de toda cadena de suministro que juegan un papel clave en este tipo de economías:
 - producción: en un contexto microeconómico, a mayor compra, menor resulta el coste medio del producto.
 - Ventas: el área comercial y de ventas es la responsable de dar una salida rentable al esfuerzo productivo, es de máxima importancia a la adopción de estrategias de venta, que, en sintonía con la economía de escala: a mayores pedidos, precios más reducidos, de esta forma se incentivan las ventas
 - Gestión logística del transporte: cuanto mayores sean los volúmenes a gestionar, mayor será el coste logístico de la compañía, sin embargo, esta relación no siempre es proporcional: un transporte a media carga siempre resultará más caro que la carga completa por lo que una correcta gestión logística poderse presentar una reducción importante en los costes del transporte, por ello compraremos ropa de otras tiendas a gran escala, reduciendo es transforman los costes del transporte.