



PROPUESTA DE VALOR:

- **Productos o servicios propuestos**

Nuestra propuesta de valor, conocida como **la razón por la cual nuestra empresa resalta en el mercado**, cubre unas ciertas necesidades tanto sociales y ecológicas.

Para ello, prestaremos a nuestros clientes productos de textil de buena calidad tanto en la materia prima utilizada de origen natural o reutilizada eliminando los químicos, y además reduciremos en el proceso de producción los gases contaminantes y el uso excesivo de agua.

Ya que en la actualidad hay numerosas empresas que utilizan materias primas las cuales su producción y uso afectan notablemente al medio ambiente, por lo tanto, buscamos reducir esta acción.

También, impartiremos colaboraciones y eventos con entidades y personajes relacionados con el mundo de la moda y la ecología para que esta empresa se dé a conocer en diferentes mercados.

- **Qué necesidades cubren**

Nuestro proyecto ofrece una gran variedad de soluciones a **necesidades no cubiertas**.

La primera y principal necesidad cubierta es la necesidad primaria de vestirse de una manera digna (nuestra empresa garantiza tallas inclusivas tanto las más grandes como las más pequeñas)

También abordamos con nuestra empresa todo tipo de necesidades sostenibles en relación al medio ambiente como puede ser reutilizar en nuestros productos como son las telas, de la misma manera también intentamos mejorar el problema sociológico denominado la España vaciada.

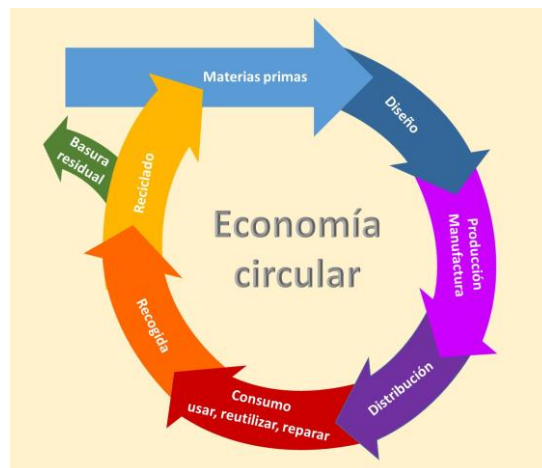
De manera aditiva a esta necesidad primaria le añadimos que dentro de nuestra gama de productos no solo tenemos una amplia variedad de productos básicos sino que también puedes optar por una gama más alta y de mayor calidad supliendo así la necesidad de 'ir a la moda'.



- **Qué tipo de proyecto es**

El desarrollo de la **economía circular** debería reducir el uso de residuos perjudiciales y limitar el consumo tanto de energía como del agua. Con todo esto crearemos beneficios medioambientales y además intentaremos sumar valores positivos a la sociedad.

Por lo tanto, gracias a esto tendremos una mayor ventaja competitiva en el mercado. Y además usamos una economía social ya que gracias a ella tendríamos mayor conocimiento de las preferencias y necesidades de los ciudadanos y además mantendremos unidas a las comunidades y fortaleceremos los procesos de integración social y productiva.



- **Características diferenciadoras o ventajas competitivas**

- **Precios competitivos** que no se excedan en la gama baja para que todas las personas puedan optar a nuestro producto.
- **Invertir en el mundo rural**, nuestra empresa se ha comprometido con la España vaciada ya que nuestra sede y nuestras futuras sedes van a estar en los distintos pueblos vaciados de Castilla y León.
- Nuestra empresa se ha embarcado en la aventura de ser **una de las marcas que más se comprometen con el medio ambiente** ya que todos nuestros productos, además de ser biodegradables, serán reciclados con diferentes telas ya usadas para no apoyar las producciones en masa que se dan en las empresas de la actualidad.



- Al apostar por los pueblos para poner nuestras sedes productoras, vamos a fomentar el trabajo textil en dichos pueblos creando así **numerosos puestos de trabajo** para estos habitantes de dichos pueblos
- Nuestra empresa va a contar con un cierto grado de **exclusividad** en sus productos ya que, al ser telas recicladas, no todos los productos tendrán la misma tela y cada uno será único, aunque sea el mismo modelo.
- El **consumo responsable** se está haciendo fuerte, y los últimos estudios muestran que no es una moda, sino una tendencia. La información ha calado, hay más concienciación. Por consiguiente, nuestra empresa va a apostar por fomentar dicha manera de consumo

EL ENTORNO GENERAL (PESTEL):

Vamos a analizar los factores que afectan a nuestra empresa dentro de nuestro ambiente. Para conocerlos recurrimos al análisis PESTEL (Político-legal, Económico, Sociocultural y Tecnológico).

- **Factores políticos/legales**

Vamos a estudiar el nivel de influencia que el gobierno puede tener en nuestra empresa.

El gobierno nos exige

- Los impuestos y la seguridad social que hay que pagar , *1,69 euros en impuestos y aportaciones a la Seguridad Social por cada euro de salario que abonan a sus trabajadores.*
- Política industrial (regulaciones como la publicidad, subvenciones, prevención de riesgos laborales y la protección del medio ambiente factor el cual es clave en nuestra empresa
- Política de normas de competencia con otras empresas del mismo sector.
- Política monetaria y fiscal (impuestos y la seguridad social que hay que pagar).
- Leyes o políticas que nos influyen: Ley de prevención y control integrados de contaminación, ley relativa al etiquetado de composición de los productos textiles ...





Todo esto nos va a repercutir a la hora de conseguir beneficios.

- **Factores económicos**

Estudiaremos la situación general de la economía, analizando los factores que pueden hacer que nuestra empresa venda más o menos, o que pueda producir más o menos barato, como:

- Poder de compra de los usuarios de un mercado oferta y demanda – ya que nuestra empresa va dirigida a varios públicos y mercados, por lo tanto, nuestros clientes van a tener un elevado poder de compra por la gran variedad tanto de precios y de productos.
- El **desempleo** (*tasa de paro actual 12,5%*) existente en cierta parte nos beneficia o repercute a la hora de llevar a cabo funciones de recursos humanos.
- El **nivel de desarrollo** del país (*sitúa al país en la categoría de desarrollo humano muy alto y en el 25º lugar de 189 países y territorios.*) nos afectará en el precio de compra de materias primas y también en el precio de venta y capacidad económica de nuestros clientes.
- Los tipos de **interés** (*2,00%*). y la **inflación** (*7,3%*) también nos afectará en los precios y en el poder de compra de nuestros clientes.

- **Factores socioculturales**

Nos referimos a factores que estudian los estilos de vida, los hábitos de consumo, etc. que también influyen en las ventas de las empresas.

- También van a ser importantes los hábitos de consumo de la sociedad, que será clave a la hora de obtener beneficios.
- La actitud y tendencias sociales de la población también es clave para saber si este negocio nos va a salir rentable y si vamos a destacar en nuestro mercado. En los últimos años hay cada vez una mayor sensibilidad por el medioambiente, lo que nos va a beneficiar a la hora de dar a conocer nuestro producto.
- La distribución de edad de los consumidores también es clave para saber qué público va a comprar nuestros productos por lo tanto vamos a destacar ya que vamos a tener numerosos productos adquiribles por numerosos mercados.

- **Factores tecnológicos**

Los cambios tecnológicos influyen en los productos que nuestra empresa puede fabricar. Además, los continuos avances hacen que ciertos productos se queden obsoletos por lo tanto tenemos que reaccionar para no quedarnos anticuados.



Nuestra empresa va a tener:

- Una página web, la cual facilitara la adquisición de la clientela, ya que los avances en Internet han sido claves para numerosas empresas de nuestro mismo sector.
- También tendremos un acceso continuo a las nuevas tecnologías (máquinas que ayuden a fomentar las nuevas tendencias o modas nivel de innovación continuo)
- También optamos por algún proceso de externalización (para ciertas actividades productivas como para adquisición de nuestras telas)
- Y una compatibilidad en todas nuestras plataformas.

- **Factores ecológicos**

Como ya hemos hablado las variables ambientales han ganado una inmensa relevancia en todos los sectores productivos, pero sobre todo en la industria textil.

Los aspectos ambientales y ecológicos que predominan en nuestro mercado y que tienen impacto sobre el medio ambiente, son:

- El nivel de contaminación ambiental que produce nuestra empresa.
- Las materias primas reciclables utilizadas.
- Uso de fuentes de energía renovable en el proceso de producción.

EL ENTORNO GENERAL (PESTEL)
● Factores político/legales - (cumplimiento de leyes , impuestos...)
● Factores económicos - (situación del mercado)
● Factores socioculturales - (situación de la clientela)
● Factores ecológicos - (situación medioambiental)



ENTORNO ESPECÍFICO:

Análisis del microentorno. Fuerzas de Porter:

El microentorno de nuestra empresa está conformado de varios factores

1. El primero y el más importante son los **clientes** que al final son el pilar más importante de nuestra empresa. Sus preferencias van a ir marcando la producción y los valores que caracterizan la empresa. Buscamos unos clientes fieles y concienciados, que elijan nuestra marca frente a otras por los valores que representa y los compromisos medioambientales por los que luchamos. Buscamos un público diverso, con todo tipo de economías, clases sociales y edades, esto se persigue con productos tan diversos como clientes buscamos.
2. También los **proveedores** son una parte muy importante de nuestro



microentorno, estos nos garantizan textiles de segunda mano y de buena calidad. Que sean compatibles con nuestra idea e imagen de marca. Productos que aun siendo reciclados puedan ser usados para transformarlos en otros nuevos. Algunos proveedores van a ser distintas entidades que recogen ropa en distintos contenedores. Por ejemplo, Cáritas a la que compraremos

ropa a cambio de un dinero que ellos destinarán a causas benéficas. También podemos comprar en otras empresas de corte privado como "verde universal, "madre coraje" y "recuprenda".

3. En el mercado podemos encontrar varias marcas que pueden ser **competidores** de SOS como back to the roots, clotsy brand, fieito, veraluna...
4. Por último, nuestros **prescriptores** serán asociaciones ecologistas locales como Ecologistas en acción Valladolid o su referente a nivel comarcal, con pretensiones a ir creciendo a nivel nacional.



CONCLUSIÓN DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO

En resumen, hay que tener unas buenas condiciones tanto con los proveedores como con los competidores para tener ciertas ventajas en nuestro entorno, y también buenas relaciones con los clientes para tener ciertas virtudes ante los competidores y a la hora de conseguir beneficios. Además, una vez analizado el entorno general ya sabemos el nivel de rentabilidad que tendrá nuestro mercado en los distintos factores y ámbitos de nuestro país.

ANÁLISIS DAFO



- **Fortalezas**

1. Concienciación de acabar con la España vaciada
2. Producción única y exclusiva
3. Cambio de mentalidad frente al medioambiente y el desarrollo sostenible
4. Ganas de trabajar por nuestra juventud

- **Oportunidades**

1. Apertura en los distintos pueblos y ciudades de castilla y león
2. Tienda online
3. Colaboraciones con otras marcas
4. Muchas prendas a la hora de seleccionar una de nuestras tiendas



- **Debilidades**

1. No tenemos amplia experiencia en este ámbito
2. La gente no sabe que para que sea un producto ecológico tiene que pagar mas
3. A la vez que puede ser una oportunidad también es una debilidad tener nuestras sedes en pueblos.

- **Amenazas**

1. Nuevos competidores
2. Crisis económica
3. Subida de impuestos
4. Coste de materias primas