



VINTAGE  STYLE
EL VINTAGE HA VUELTO

start 
Innova



5

RECURSOS CLAVE

Samuel Campos Álvarez
Raquel Sainz Dopico
Adrián Barajas García

RECURSOS CLAVE

En este apartado se describen los activos más importantes para que un modelo de negocio funcione. Los recursos clave permiten a las empresas crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercados y percibir ingresos. Los recursos clave pueden dividirse en las siguientes categorías:



- **Físicos**
- **Intelectuales**
- **Humanos**
- **Económicos**



Plantilla Modelo Canvas

@dheche_creativo para [Club de la Farmacia](#)



RECURSOS CLAVE

RECURSOS FÍSICOS:

En este apartado incluimos activos físicos como por ejemplo edificios, vehículos, máquinas, etc. Vintage Style contará con una **infraestructura de almacenamiento** donde se acumulará ropa que vayamos recogiendo hasta que sean enviadas a la tienda para tratar la prenda y examinarla antes de que pase a ser expuesta para su venta (mercado de segunda mano). Asimismo, la **gran variedad de materia prima** (camisas, pantalones, abrigos, camisetas, zapatos) que recogeremos supone una fortaleza para la empresa.

Por otra parte, dentro de los recursos físicos se encuentra la **logística**, actividad clave para el desarrollo de nuestro plan de empresa. No obstante, los altos costes logísticos se sitúan como una clara debilidad en nuestro modelo inicial, ya que se requiere de una alta inversión para poder afrontarlos.



RECURSOS CLAVE

Una eficiente red logística es una clara ventaja competitiva para la empresa. La **logística permite comprender las necesidades del cliente**, en este caso: **adquirir ropa reciclada a precios asequibles y en armonía con el medioambiente.**

Por otro lado, acorde con los **profesores Guerras, Navas y Rimbau** (2002), ***la complementariedad hace referencia a la combinación de recursos y capacidades para desarrollar mejor las actividades de la empresa.*** Por ello, para lograrla, una alternativa sería contar con la contratación de alguna empresa de mensajería que nos facilitara la labor.



RECURSOS CLAVE

RECURSOS CLAVE NO FÍSICOS:

Nombre de marca: Queremos conseguir que Vintage Style sea **referente en el modelo de economía circular textil** tanto dentro como fuera del país, posicionándose como clara alternativa y solución a la contaminación de los residuos textiles y al aprovechamiento de las prendas olvidadas en el armario que suponen coste económico y problema de almacenaje para muchas familias.

No obstante, la falta de experiencia por parte de los promotores en el campo comercial y de marketing, es una debilidad, y éstas son áreas esenciales tanto para adecuado funcionamiento de nuestra empresa, como para poder llegar a ser una marca de referencia. Por este motivo, debemos trabajar concienzudamente en nuestra diferenciación y realizar una campaña de marketing para proyectar una imagen de marca ecológica, sostenible y barata.



RECURSOS CLAVE

Tecnología: Vamos a implementar **técnicas de machine learning** para saber mejor la viabilidad del negocio, necesarias para la recopilación de información de valor comercial y segmentación de clientes mediante la inteligencia artificial. En línea con lo anterior, nuestra ventaja competitiva se basa en **ofrecer un servicio de calidad, actualizado y dirigido a cubrir al 100% las necesidades de nuestros clientes.**

(**machine learning:** consiste en una técnica de la IA (inteligencia artificial) que enseña a los equipos informáticos a aprender de la experiencia)



RECURSOS CLAVE

Económicos: Para el desarrollo del producto es necesario realizar una inversión inicial. A parte de las aportaciones que realice cada miembro del equipo, es **necesaria la financiación ajena**. Por ello, recurrimos a los business angels (familiares, amigos y otros pequeños inversores). Sabemos que recientemente se ha producido un **aumento de la financiación para startups e iniciativas sostenibles**.

Humanos: Entre nuestras fortalezas destaca el **compromiso de los promotores** con el medioambiente y la conciencia social, **creyendo firmemente en los valores y objetivos del proyecto**. Un buen equipo, comprometido, es un factor vital para el éxito. Sin embargo, entre nuestras principales debilidades destaca la falta de experiencia por parte de los miembros del grupo. Por ello, creemos conveniente la **inversión en cursos formativos** para poder ofrecer un mejor servicio y aprender en profundidad sobre la formación y gestión de un negocio

