

ESRUCTURA DE MERCADO

Para poner en marcha UrbanWear Teen, hemos diseñado una estrategia financiera sólida que comienza con una inversión inicial de 85.000 euros, destinados a la creación de nuestra empresa, la rehabilitación de espacios rurales, con la instalación de talleres en pueblos pequeños de Castilla y León, y la apertura de puntos de venta distribuidos por toda esta.

Este capital inicial se obtiene mediante una combinación de aportaciones de los socios, préstamos para jóvenes emprendedores y subvenciones destinadas al Reto Demográfico.

En UrbanWear teen, centralizamos toda la producción en talleres exclusivos situados en pueblos de Castilla y León para fomentar el empleo local. Mientras tanto, nuestras tiendas físicas se localizan estratégicamente en pueblos y ciudades de esta misma.

En cuanto al funcionamiento ordinario, contamos con el apoyo de patrocinios de empresas locales y marcas sostenibles que financian nuestras cuatro galas estacionales. Nuestra actividad genera unos ingresos brutos mensuales de 12.500 euros, alcanzando una facturación anual de 150.000 euros a través de la venta de ropa y la recaudación de eventos.

En el apartado de gastos, destinamos mensualmente 9.200 euros para cubrir sueldos, alquileres y, de forma muy relevante, además del compromiso de donar el 70% de las entradas de las galas a la sanidad y educación rural, lo que eleva el gasto y donación anual a 110.400 euros.

Tras deducir estos costes operativos y logísticos, en UrbanWear Teen logramos una ganancia neta mensual de 3.300 euros y un beneficio anual de 39.600 euros, consolidando un modelo de negocio que une la fabricación artesanal de Castilla y León con el mercado provincial.

Nuestro mercado se define como un grupo estratégico que conecta la moda juvenil con el fin de llenar Castilla y León, donde nos dirigimos a un objetivo de entre 14 y 30 años que busca alternativas a la "fast fashion", el consumismo y valora la exclusividad de un pueblo. Por eso acabamos permitiéndonos competir no por precio sino por valores, principios y cercanía territorial en un entorno donde la oferta de moda sostenible para adolescentes en municipios pequeños es prácticamente inexistente lo que nos otorga una posición de liderazgo en la revitalización del consumo responsable.

Así demostramos que no solo pensamos en dinero, sino que hemos crecido en un buen entorno y queremos demostrar que los sueños, se cumple.