



FACULTAD DE COMUNICACIÓN DE FUENLABRADA

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

EMPRESA PUBLICITARIA Y GESTIÓN DE CUENTAS

PLAN DE NEGOCIO → Outfit to go S.L.

GRUPO 3:

Muñoz Esteban, Javier - 09135331 F

Nogales Santisteban, Patricia - 48205859 K

Peralta García, Inmaculada - 50343452 V

Pérez Arribas, María Julia – 48080869 J

Pérez González, Jaime - 02291981 P

Roselló de la Torre, Gabriela - 06629436 P

Serradilla Rodríguez, Paloma - 48158516 N

Tavio Ramos, Carolina - 79065211 C

Madrid, Marzo 2020

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. NEGOCIO	3
1.2. MISIÓN	3
1.3. VISIÓN	3
1.4. VALORES CORPORATIVOS	3
1.5. IDENTIDAD VISUAL	4
2. OBJETIVOS.....	4
2.1. OBJETIVO GENERAL.....	4
2.2. OBJETIVOS SECUNDARIOS.....	5
3. PERFIL DEL CLIENTE	5
4. PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	6
4.1. NUESTRAS CAJAS A TU GUSTO.....	7
5. ANÁLISIS DEL MERCADO	7
5.1. DAFO	8
5.2. COMPETENCIA	9
6. PLAN DE MARKETING.....	14
6.1. ESTRATEGIAS	14
6.2. PLAN DE ACCIÓN	15
6.2.1. <i>Acciones de comunicación:</i>	15
6.2.2. <i>Acciones sobre precios:</i>	17
6.2.3. <i>Acciones sobre producto:</i>	17
7. RECURSOS HUMANOS	18
8. PLAN DE VENTAS	19
9. VIABILIDAD ECONÓMICO-FINANCIERA	22
10. ASPECTOS LEGALES	26
11. CONCLUSIONES.....	28

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Negocio

El proyecto de negocio, Outfit to go S.L., está creado para ofrecer un servicio de alquiler de ropa por suscripción, para mujeres a través de una página web. Este servicio es un nuevo método para vestir bien sin acumular tantas prendas en el armario, además de dar solución a los problemas que se enfrentan los amantes de la moda, de no repetir *outfit*, en ocasiones especiales o para vestirse a diario.

Se utilizará una economía colaborativa y ayudará a moderar el consumo sin dejar de lado el gusto por la moda. Dándoles opción a adquirirlas durante una semana o un mes, según sus deseos.

De esta manera, alargamos la vida útil de las prendas reduciendo el consumo textil y creando conciencia con el cambio climático, siendo este uno de los más contaminantes del planeta.

1.2. Misión

Ser la empresa líder en alquiler de ropa, ofreciendo la moda exclusiva a un precio asequible para nuestro público, como agentes externos de las grandes marcas de moda de gama media-alta. Creando nuevas fórmulas que posibiliten cambios positivos en el medio ambiente, con la posible reducción del cambio climático, aportando soluciones innovadoras que además, generen experiencias agradables en las clientas.

1.3. Visión

Convertirse en una empresa líder en sostenibilidad y garantizar el mejor servicio posible a sus clientes, para crecer y dar a entender al público objetivo que el alquiler de ropa es el futuro.

1.4. Valores Corporativos

- Trabajo en equipo: compartimos conocimientos, información y experiencia entre los socios para alcanzar una meta en común.
- Cercanía y accesibilidad: teniendo una relación próxima reconociendo tanto a clientes como a los empleados como seres humanos, interesándonos en sus emociones para una relación amena a largo plazo.
- Confiabilidad: escuchamos abiertamente y con transparencia.
- Pasión: creamos un ambiente positivo y entusiasta, reconocemos y celebramos nuestros logros y éxitos. Siempre queriendo alcanzar una meta más alta.

- Sostenibilidad: creando conciencia sobre la situación del cambio climático, proporcionando posibilidades de colaboración con la causa.

1.5. Identidad visual

Este isotipo firma, está empleado para definir la forma de la marca Outfit to go S.L., es una variante del logotipo y se diferencia por su aplicación en marcas de calidad y exclusivas. Además, a este isotipo firma le rodea un círculo, el cual se ha seleccionado por varias razones, en diseño gráfico el círculo es una de las formas geométricas más utilizadas, porque evoca la perfección, la protección de los productos y servicios, en este caso, el movimiento y la adaptabilidad necesaria para entender a las clientas y por último, porque transmite vida social y creatividad, lo que hace que podamos utilizarlo con mayor libertad en todas las redes sociales corporativas.



Los colores corporativos de la empresa son, el negro (#000000), el blanco (#ffffff) y el lila (#e793ff). La explicación de la elección de estos colores, es la siguiente:

- **Negro** → Por su elegancia, estatus, fuerza y seriedad.
- **Blanco** → Por su inocencia, pureza y limpieza, además de ese minimalismo que tanto gusta en la actualidad.
- **Lila** → Por la tranquilidad que transmite, su dulzura y calidez. Las mujeres son las que más se representan con este color, por su madurez, equilibrio y empatía, por eso decidimos utilizar este color como toque creativo, para que destacar, sobre todo, quien es el target de Outfit to go S.L.

La tipografía seleccionada es la “La storia, regular”, es una fuente manuscrita simple y con clase, elegante y legible.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

El objetivo principal de la empresa Outfit to go S.L., es obtener beneficios rentabilizando la inversión inicial de cada socio, además de conseguir que cualquier persona tenga acceso a prendas, que normalmente no están a su alcance por su valor económico, durante un periodo de tiempo concreto.

Lo cual se conseguirá fomentando un mundo más sostenible y reduciendo la producción masiva de ropa, mediante la estrategia de alargar la vida útil de cada prenda y así transformar la industria de la moda, ya que esta es la segunda más contaminante del mundo, debido a su superproducción.

Cada año se producen alrededor de cien mil millones de prendas en todo el mundo, si esto continua igual, para el 2050 la industria de la moda utilizará una cuarta parte del presupuesto mundial de carbono. GreenPeace recomienda estirar la vida útil de las prendas ya fabricadas,

lo que convierte esta situación en el principal objetivo y más a largo plazo de la empresa Outfit to go S.L., mediante la plataforma de alquiler de ropa y accesorios online.

2.2. Objetivos secundarios

- Definir de manera precisa y objetiva la viabilidad financiera de la empresa, siendo consultado y actualizado constantemente para no perder la orientación del negocio. Además de aumentar la rentabilidad de la empresa mínimo un 10% cada año excluyendo el primer año.
- Para el 2025 Outfit to go S.L., será el líder en alquiler de ropa en todo el sector español.
- Proporcionar productos de gama media alta a un precio asequible. Identificando y satisfaciendo de la mejor manera posible las necesidades y deseos del segmento femenino, mediante una atención personalizada, de calidad e innovación.
- Reconocimiento en todas las ciudades principales del país por nuestra variedad en estilos para todas las ocasiones. Superando y mejorando las expectativas de las clientas.
- Obtener notoriedad a partir de nuestra plataforma web manteniéndola actualizada y facilitando el manejo de esta. Realizando un estudio de mercado donde se evalúe la oferta y demanda, estableciendo gustos y preferencias del segmento de mercado. Además de obtener una ventaja competitiva con respecto a los competidores.
- Los objetivos corporativos son, realizar un estudio de mercado donde se evalúe la oferta y demanda, estableciendo gustos y preferencias del segmento de mercado. Además de obtener una ventaja competitiva con respecto a los competidores.
- Los objetivos de la publicidad serán, la constante evaluación y adaptación, para conseguir que las subscriptoras aporten una valoración del servicio y producto, además de la motivación para que publiquen en sus redes sociales fotografías en donde mencionen su experiencia favorable con la empresa Outfit to go S.L., además de conseguir que sea una clienta fiel a la marca.

3. PERFIL DEL CLIENTE

El target de Outfit to go S.L., al que se va a dirigir la empresa, se divide en varios segmentos:

Por un lado, uno de sus segmentos son la gente joven de 25 a 35 años, españoles, de clase media, que no quieren gastar grandes cantidades de dinero, pero si quieren vestir bien y vestir con las últimas tendencias. Están más concienciados con la situación del medio ambiente y quieren aportar su granito de arena. Hartos de tener mil cosas en sus armarios, para luego usar las cinco mismas prendas de siempre. Buscan variedad, novedad y quieren lucir con estilo prendas de buena calidad y prestigio.

Por otro lado, se dirige a un público más mayor, señoras de 35 a 50 años, que les gusta la sensación de comprar ropa nueva, pero que tienen mucha más ropa de la que necesitan. Estas mujeres quieren lucir modelitos nuevos todos los meses y sorprender a la gente que les rodea con un gran estilo, luciendo siempre a la última moda.

Por último, está el segmento de aquel público que engloba todas las edades a las que nos dirigimos, de 25 a 50 años, que no quieren gastarse mucho dinero en un vestido o en un *outfit*, que saben que solo se van a poner en una ocasión, dos como mucho, y que va a estar ocupando espacio en el fondo del armario. Por lo que, quieren alquilar la ropa perfecta para esa ocasión concreta y las futuras e ir siempre a la última, luciendo ropa nueva en cada evento y sin gastarse mucho dinero.

4. PRODUCTOS Y SERVICIOS

Outfit to go S.L., es una nueva marca que ofrece un servicio de alquiler de ropa y complementos. La empresa se dividirá en dos partes principales:

Por una parte, las clientas o usuarias (ya que se trata de un servicio totalmente online, a través de nuestra página web) podrán seleccionar prendas concretas para la ocasión que ellas necesiten, seleccionando las fechas específicas, permitiéndoles acceder, aunque sea por poco tiempo, a piezas especiales a las que, de manera normal, no tienen acceso o por ser prendas de las que no se necesita disponer en casa permanentemente, como por ejemplo, un vestido o un bolso para una boda o un evento.

Por otro lado, las clientas podrán suscribirse por medio de un pago mensual fijo a nuestro servicio de cajas de ropa mensuales. Cada mes, las clientas recibirán en sus casas un paquete que contiene tres prendas de ropa (las cuales tienen un valor siempre superior al que los usuarios pagan por su suscripción) que podrán disfrutar durante todo ese mes, hasta que, al acabar este periodo de tiempo, tengan que ser devueltas a Outfit to go S.L., para ser reemplazadas por una nueva caja de productos diferentes, si la clienta así lo desea. Este sistema permite a las clientas disfrutar cada mes de esa renovación de armario que muchas personas buscan, acabando con ese problema que nos da una prenda cuando “nos cansamos de ella”, haciendo que se quede guardada y estropeándose en el fondo del armario.

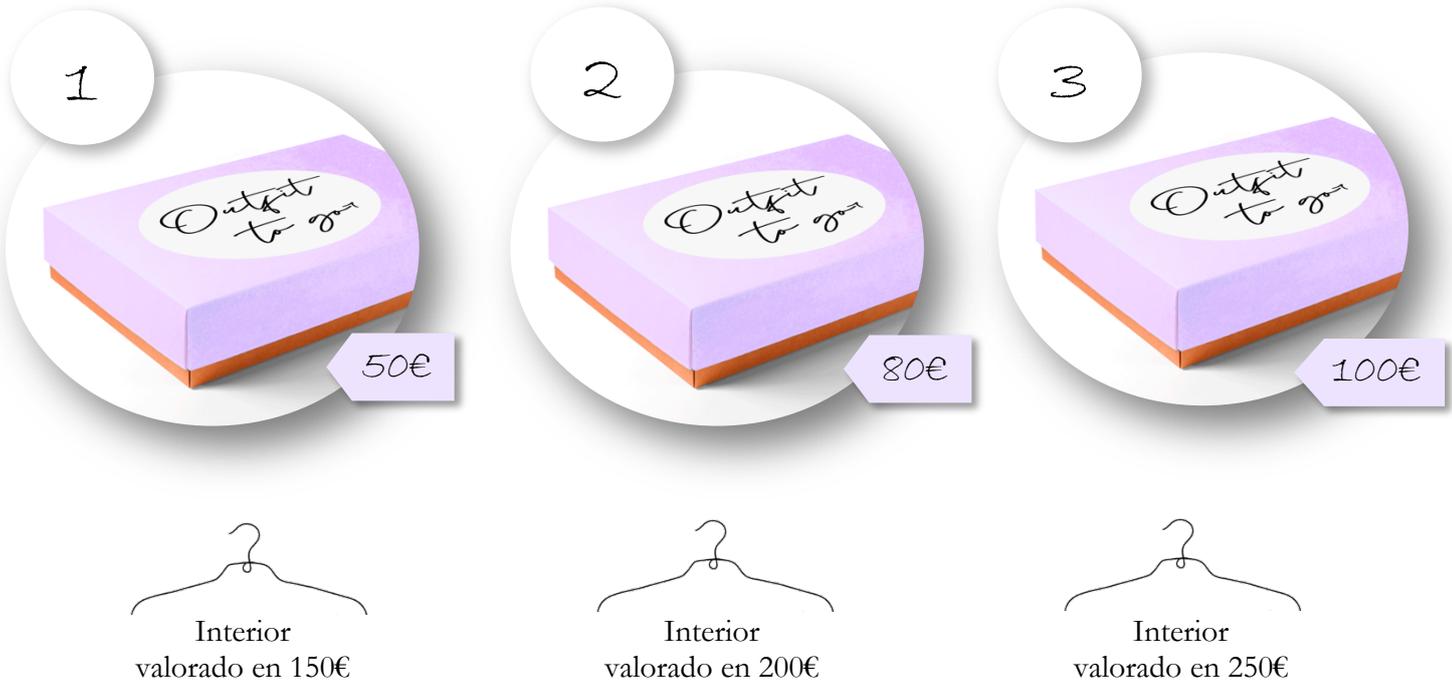
Las tres prendas de ropa, que vendrán en el interior de las cajas, habrán sido elegidas por el usuario antes de finalizar su compra, buscando así que el cliente disfrute al máximo de nuestra caja mensual. Una vez haya sido seleccionado el tipo de caja que se quiere adquirir ese mes, la clienta podrá acceder a un apartado de la web en el que visualizará el conjunto de prendas disponibles para ese tipo de caja en concreto; ya que las prendas de cada caja tienen un valor económico diferente. Entre las opciones, se podrán encontrar piezas de diferentes estilos: casual, de trabajo o más orientadas a eventos o citas.

Si un usuario opta por la opción mensual, se le hará un cuestionario previo, en el momento de su registro, con el objetivo de conocer, principalmente, sus medidas, y poder aconsejarle así la talla de nuestras prendas que mejor le vaya a sentar, además, al registrar sus tallas podrá agilizar el momento de hacer el pedido de cualquier producto.

Además, las prendas que vendrán en el interior de las cajas procederán de marcas de media gama como Bimba y Lola, Tous, Poète, entre muchas otras.

4.1. Nuestras cajas a tu gusto

Outfit to go S.L., ofrece a las clientas que acudan a la página web, tres tipos de cajas mensuales, en las que podrán recibir cada mes en sus hogares, una caja con tres prendas en su interior, con un valor muy superior al que tendrán que pagar, concretamente:



Se podrá elegir entre 8 prendas

Se podrá elegir entre 16 prendas
(las 8 de la caja 1 + 8 nuevas
prendas)

Se podrá elegir entre 24 prendas
(las 16 de las cajas 1 y 2 + 8 nuevas
prendas)

5. ANÁLISIS DEL MERCADO

El sector textil es uno de los sectores que más dinero producen en España y en todo el mundo. Sin embargo, a pesar de todo el dinero que supone para el país, la industria textil está cada vez viéndose más afectada.

En España hay 20 485 empresas dedicadas al sector textil. La industria de la moda es una industria muy derrochadora, y hoy en día uno de los principales problemas a los que se enfrenta el mundo es el cuidado por el medio ambiente. La investigación del EAC identifica cinco aspectos de la industria de la moda perjudiciales para el medioambiente:

- Trabajo forzoso y otras prácticas laborales ilícitas.
- Fibras sintéticas que liberan partículas de plástico.

- Uso excesivo de agua durante la fabricación de las prendas.
- Consumo y demanda crecientes de moda rápida.
- Residuos textiles a gran escala.

Por ello, cada vez es más normal ver como las propias tiendas de ropa ponen a disposición de sus clientes la opción de alquilar prendas por un mes en lugar de comprarlas.

El alquiler de ropa es el futuro. Es una nueva expresión de la economía colaborativa (que se basa en prestar, alquilar, comprar o vender productos en función de necesidades específicas y no tanto en beneficios económicos).

Los clientes (sobre todo entre los 20 y 30 años) no tienen tanto interés en ser propietarios ni en hacer grandes inversiones, pero de todos modos quieren tener acceso a distintas marcas y servicios.

5.1. DAFO



D

DEBILIDADES

Servicio poco conocido y novedoso por lo que será difícil conseguir un gran flujo de clientas.

Que se estropeen varias prendas de ropa en un mismo momento y nos sea difícil reponerlas.

Cualquier fallo puede influir negativamente en la imagen de Outfit to go.

A

AMENAZAS

La inversión inicial es muy elevada y puede sufrir pérdidas en el caso de que no sea aceptada por el target.

Preferencia por la compra, en vez del alquiler.

Existe la posibilidad de robos.

Rendimiento financiero estable

F

FORTALEZAS

Servicio integral, mostrando una amplia gama de producto, mayor que la de los competidores, con la posibilidad de adaptación a los deseos, necesidades y motivaciones de las clientas.

Cambio en las preferencias de las consumidoras, en cuanto a la necesidad de colaboración con el medio ambiente.

Alto conocimiento de las nuevas tecnologías, para la captación de nuevas clientas y para construir una estrategia de difusión boca a boca, lo cual conseguirá un aumento en la reputación de marca.

O

OPORTUNIDADES

Aprender sobre la actividad de los competidores.

El nivel de competencia no es muy alto, ya que es un nicho de mercado bastante actual.

Mantener la calidad de la ropa y las marcas, a la vez que se amplía la gama.

Buscar una asociación con marcas a las que les pueda interesar deshacerse.

El cambio climático empuja a la necesidad de colaborar.

5.2. Competencia

Aunque el alquiler de prendas de ropa aún no está del todo implantado, en los últimos años ha habido un crecimiento tanto de este tipo de empresas como de compañías de venta de ropa de segunda mano, esto último ya está casi del todo normalizado, sobre todo gracias a aplicaciones como Wallapop o Vinted.

Y es que estos proyectos no solo son beneficiosos para las personas debido a sus bajos precios sino para el medio ambiente, ya que las empresas textiles, después de las petroleras, son las empresas más contaminantes. Debido a que el cambio climático y que el cuidado de nuestro planeta se está promoviendo cada vez más, cualquier empresa que aporte beneficios también a nuestro planeta es bien recibida.

El alquiler de ropa no es algo nuevo, ya que el alquiler de smokings, vestidos de novia, o disfraces se lleva haciendo ya desde hace tiempo, pero, ¿por qué no con ropa normal?, muchas empresas pensaron lo mismo que nosotros y salieron al mercado, sin embargo muy pocas de ellas se centran en ropa de diario, casual, este tipo de empresas sobre todo se realizan para alquiler de ropa para eventos o fiestas, algo que sabes que solo te pondrás una vez, dos como mucho.

En Outfit to go S.L., combinamos ambos tipos, además de tener la asesoría de nuestros estilistas, y esto es lo que nos hace destacar en el mercado.

Algunas empresas competidoras son:

Ouh Lo Là:

O U H — L O L À

OUH LO LÀ, es una tienda online que consiste en el alquiler solo de ropa, no cuentan con accesorios o zapatos. Los envíos se realizan en toda la Península Ibérica (España y Portugal).

Ofrecen diversas marcas de ropa entre ellas Missguided, ASOS, River Island, Bimba y Lola, boohoo, Mango, aunque dan la opción de sugerencias de marcas. En cuanto a las tallas que ofrecen, van desde la talla 32 hasta la 42.

OUH LO LÀ funciona de la siguiente manera, dan tres opciones de compra, cada compra consiste en una caja con un número de prendas y de duración. Las tres opciones se entregan y se recogen de forma gratuita, de esta forma encontramos:

- La FLASH BOX, la cual contiene cinco prendas que podrás usar durante doce días y está valorada en 250€, el precio de esta caja es de 49,90€.
- En segundo lugar está la STAR BOX, que contiene siete prendas que usarás durante quince días, esta caja está valorada en 300€ y tiene un precio de 69,90€
- Y por último la DIVA BOX, con diez prendas durante 30 días y valorada en 500€, esta caja cuesta 89,90€

Estas tres opciones pueden ser una compra puntual, pero además en OUH LO LÀ se tiene la opción de suscribirse, habiendo dos posibilidades, por un lado suscribiéndose a la STAR BOX, durante tres meses recibirás la caja sin necesidad de realizar nuevos pedidos y a la DIVA BOX, con una duración de seis meses.

Esta empresa cree firmemente que el alquiler de ropa es el futuro, por lo que no da opción de compra.

El contenido de las cajas no es elegido por las clientas sino por estilistas, que a raíz de un cuestionario, eligen las cajas personalizadas. Sin embargo, en caso de no estar de acuerdo con la selección se puede contactar con la empresa para realizar cambios.

Se permite lavar la ropa las veces que quieras, no obstante, no hay que lavarlas para la entrega, ya que se ocupan ellos.

Toda la gestión se realiza a través de su página web, <https://ouhlola.com/>, donde además encontrarás un blog con artículos, noticias, recomendaciones y mucho más para estar a la moda.

La más mona:

LA MÁS MONA

Es una tienda de venta y alquiler de ropa, un armario con gran variedad de productos. Además de la venta online, cuentan con tiendas físicas en Madrid, Málaga, Valencia, Zaragoza, Murcia y Bilbao.

Los productos que están en alquiler no se pueden comprar. Sin embargo, en la web tienen una pestaña de VENTA donde podrás comprar cosas de *outlet* y prendas de nueva colección.

Cuentan con gran cantidad de diseñadores, su uso es muy sencillo, puedes filtrar por talla, precio, diseñador, ocasión, etc., y elegir el producto que quieres y alquilarlo. Además puedes regalar una tarjeta regalo a otra persona.

Las compras online se entregarán en un plazo máximo de siete (7) días hábiles. Normalmente los pedidos se entregan en un periodo entre 48h y 72h, y se tiene la opción de recibirlos en 24h.

En LA MÁS MONA dan la opción a sus clientes a alquilar sus propias prendas de ropa, deben cumplir una serie de requisitos, con el Club Vintage, en caso de que la prenda se alquile, la empresa pagará el 35% a su dueña.

<https://www.lamasmona.com/>

Dresseos:

DRESSEOS

Dresseos es una tienda de venta y alquiler de centrada en ropa para bodas o fiestas, realizan envíos a toda la Península Ibérica. Cuentan con más de 2 000 vestidos y accesorios de la talla 34 a la 50 para todas las edades, estilos y eventos.

En Dresseos eliges tú las prendas que quieres alquilar o comprar, y pagando los gastos de envío (excepto en compras superiores a 60€) lo recibirás en tu casa en cuestión de días. Para devolverlo, hay que llevar el producto antes de las 14:00 h del último día de alquiler a un lugar acordado o en otra oficina MRW antes de las 20:00 h.

Se tiene cuatro o cinco días de alquiler y la tintorería está incluida. En Dresseos dan la opción de contratar un seguro por 9,90€ en caso de quemaduras, rasguños, cremalleras rotas, etc., para poder despreocuparse.

Cuenta con una tienda online y una tienda física en la Calle Almirante 25, Madrid 28004, donde se puede pedir cita con una estilista que te guiará y ayudará durante 45 minutos.
<https://dresseos.com/>

Rental Model:



Son una empresa Sevillana con diecisiete franquicias actualmente por toda España, pero con alquiler y ventas también en el extranjero. Son pioneros en el sector del alquiler de ropa y referente de moda.

En Rental Model encontrarás looks para eventos y bodas. En el caso de alquiler, todos los modelos tienen el mismo precio. El importe son 60€ con todo lo que se necesite para complementar el look, ya sea un cinturón, bolso, pendientes, etc., a excepción del tocado que va a aparte. Está incluida la limpieza de las prendas y se ofrece un servicio de arreglo en caso de que sea necesario. El importe del look se abona el mismo día que se realiza la reserva, y podrás ir a por él en cualquier Rental Model o pedir el envío a domicilio, los gastos de envío a domicilio se especifican al realizar el pedido en función del peso, volumen y destino (envíos a la península 6,10€, menores de 3kg) y la entrega es de siete días laborables, en el extranjero.

No es necesario cita previa excepto los sábados. Para la devolución del look no se puede entregar otro día que no sea lunes. Y luego tienes la sección de tienda, donde encontrarás looks para comprar.

<https://rentalmode.com/home/>

Ecodicta:

ECODICTA

Empresa liderada por tres socios, en primer lugar está ubicado el CEO Raúl González, en segundo lugar la CMO Mercedes García y en tercer lugar la estilista Marta De Miguel. El concepto base de Ecodicta es “Fashion sharing” y su objetivo es crear una economía circular, aprovechando las ventajas de esta economía colaborativa para fomentar un mundo más sostenible, mediante la estrategia de alargar el ciclo de vida útil de cada prenda, reduciendo el consumo y por lo tanto, disminuyendo la producción y así evitando la tala de árboles o la contaminación de ríos.

Además, Ecodicta quiere conectar a las personas creando experiencias en una comunidad consciente del impacto negativo de la industria de la moda en el planeta, con el valor de compartir como motor y con una convicción por transformar la industria de la moda.

Funciona mediante una suscripción mensual, donde recibes prendas diferentes cada treinta días. Los pasos a seguir son, en primer lugar decir el estilo con el que te identificas, después elegir una “box”, disfrutarla durante un mes, devolverla y a empezar de nuevo.

El valor de la suscripción consta de cuatro planes mensuales, el primero se llama “Be you box” con un valor de 30€ iva incluido por mes. Después está la “Be Amazing Box”, por 40€ iva incluido al mes. En tercer lugar tienen la “Be Wild Box” por 50€ iva incluido por mes y por último, está la “Be Canussa Box” por un valor de 9,90€ iva incluido al mes.

Seleccionan las prendas de marcas como Bimba y Lola, Poète, Pepa Loves, María Malo, entre otras. Posteriormente realizan un lavado de alta calidad con productos ecológicos en las lavanderías artesanales de Tele Lavo, encargados de lavar, retocar, desinfectar y planchar cada prenda, gastando menos agua.

Calculan que cada prenda que pasa por Ecodicta tiene una vida útil mínima de 18 meses, después de pasar por su tienda, envían la ropa a Upcyclick para que se encarguen de transformarlas.

<https://www.ecodicta.com/nosotros/>

Pislow:

PISLOW

Pislow es una startup de moda, te proporciona infinitos estilos desde un precio de 39€ al mes, en esta tienda puedes alquilar y estrenar ropa, bolsos y accesorios, mediante una suscripción mensual, nació con la misión de crear una nueva experiencia para las mujeres, tener un armario sin fin, afín a las necesidades de cada *lifestyle*. Lo que hace que, en un plazo de cinco días, durante todos los meses que dure la suscripción, recibas una caja compuesta por dos prendas y un accesorio personalizados.

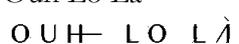
Pislow trabaja con más de cien marcas como Versace, Cavalli, Dolce & Gabbana, Fred Perry, entre otras. Además, proporciona la posibilidad de envíos y devoluciones gratuitos, con cancelación o pausa del plan en el momento que se desee y si por algún casual te enamoras de una prenda, dan la opción de comprar.

Los envíos son gratuitos, recogen las devoluciones y te entregan la nueva “box”, además de encargarse de la lavandería, se encargan del seguro que cubre pequeños daños en las prendas durante el *renting*.

Tienen diferentes tipos de suscripciones, en primer lugar está la “Standard box”, donde envían dos prendas y un accesorio standard por 39€ al mes. Por otro lado, está la “Premium box” en la que envían dos prendas y un accesorio premium, por un precio de 59€ al mes y por último, la suscripción “Luxury box” la cual abarca dos prendas y un accesorio de lujo por 109,00€ al mes.

<https://www.pislow.com/>

Principales características de la competencia

Competencia	Sector	Tiempo en el mercado	Características de los productos	Forma de pago
Ouh Lo Là 	España y Portugal.	Desde 24 de enero de 2019	Alquiler solo de ropa. No da opción a compra.	VISA MasterCard PayPal
La Más Mona 	España, cuentan con tienda física en Madrid, Málaga, Valencia, Zaragoza, Murcia y Bilbao.	Desde 9 de septiembre de 2018	Venta y alquiler de vestidos y complementos de fiesta. Los productos en alquiler no se pueden comprar, pero cuentan con un apartado de venta de outlet y de nueva colección.	Cualquier tarjeta débito/crédito PayPal Contra Reembolso
Dresseos 	España, cuenta con tienda online y física en Madrid. Envíos gratis en península por compras superiores a 60€.	23 de noviembre de 2016	Venta y alquiler centrada en ropa para bodas o fiestas.	Tarjeta débito/crédito PayPal
Rental Model  rental mode	Empresa Sevillana con 17 franquicias en España y alquiler y venta por el extranjero.	12 de mayo de 2015	Alquiler y venta de looks para eventos y bodas.	Envíos península, 6,10€, menores de 3kg.

<p>Ecodicta ECODICTA</p>	España.	25 de octubre de 2018	Alquiler de ropa y accesorios en general.	VISA MasterCard American Express Discover
<p>Pislow PISLOW</p>	España, Barcelona	5 de diciembre de 2017 (fecha de fundación)	Alquiler de ropa en general.	FAAS Fashion as a Service. MasterCard

Positivas:

- La Más Mona y Dresseos, cuentan con tienda tanto online como física, donde puedes ir a probarte la ropa que quieres alquilar.
- Rental Model también vende al extranjero.
- Ecoadicta, Ouh Lo Lá y Pislow alquilan todo tipo de ropa y accesorios.

Negativas:

- Ouh lo Lá, solo permite alquilar cajas, donde ellos eligen la ropa, no dan la opción de alquilar ropa suelta o elegir tú el contenido.
- La Más Mona, Rental Model y Dresseos solo alquila ropa para eventos, no mas tipo.
- Llevan poco tiempo en el mercado.

6. PLAN DE MARKETING

6.1. Estrategias

Se ha realizado una estrategia de segmentación para poder llegar mejor a nuestros públicos objetivos. De esta forma se han realizado tres segmentos dentro del público potencial:

- Los segmentos son la gente joven de 25 a 35 años.
- Un público más mayor, señoras de 35 a 50 años.
- Un público que engloba todas las edades a las que nos dirigimos, de 25 a 50 años.

Dentro de esta segmentación vamos a orientar más nuestros productos a uno que a los otros, de tal manera que las cajas sean para mujeres de 25-35 años, la ropa suelta está más orientada a mujeres de 35-50 años y la ropa para eventos para todo el público.

Para identificar y satisfacer de la mejor manera posible las necesidades y deseos del segmento femenino, realizaremos cuestionarios en nuestra web, para conocer los gustos y las necesidades que quieren satisfacer con esa compra, así como mantener una relación cercana y activa en nuestras redes sociales.

En cuanto a la estrategia de posicionamiento, queremos ser percibidos por nuestros clientes como una empresa que lucha contra el consumo abusivo que existe dentro del sector textil y que quiere ayudar al mundo. Se quiere dar la imagen de que, para ser ecologista y ayudar al medio ambiente, no se tiene que gastar mucho dinero para que la ropa dure menos o consumir menos, simplemente buscar vías alternativas dentro del sector textil y eso somos nosotros, la alternativa para ser más responsable.

El posicionamiento de ropa es de gama media, pero a un precio muy razonable.

Para definir las estrategias que seguiremos respecto al Marketing Mix es necesario establecer las 4Ps del Marketing:

- Producto → ropa de gama media
- Precio → a un precio mucho menor de lo que valen, se podrán conseguir productos de 100-200€ a la mitad de precio. El precio medio que se gastará un cliente en Outfit to go S.L., es de 50-100€
- Distribución → se realizará con la empresa de correos y se entregará al domicilio de los clientes.
- Comunicación → estrategias en redes sociales y páginas web, publicidad en internet. Se realizarán varias estrategias en nuestras redes sociales con el fin de llegar mejor a nuestros clientes y conseguir la cercanía y fiabilidad con ellos.

6.2. Plan de acción

6.2.1. Acciones de comunicación:

- Los servicios de tres *influencers*, de rangos distintos de seguidores:
 - Carla Campra: actriz española con más de 80.000 seguidores en Instagram. A pesar de su temprana edad ha salido en películas y series de gran visualización. Es ideal para la primera caja, puesto que su estilo es sencillo. Y para también patrocinar los productos que se alquilan individualmente, puesto que acude a eventos importantes del mundo de la interpretación. Cobrará 600 euros por cada publicación.
 - Bárbara Pérez: *influencer* a la que su público sigue fundamentalmente por la ropa que se pone. Ha participado en *markets* de ropa en la que se hicieron colas interminables para conseguir comprar su ropa. Tiene más de 230.000 seguidores en Instagram. Es ideal para la segunda caja, puesto que le encanta lucir looks de fiesta. Cobrará 1 200 por publicación.
 - Paula Ordovás: *influencer* de moda con más de 480 000 seguidores en Instagram. Es ideal para la tercera caja, dado que se viste con ropa y accesorios de marcas más caras y sofisticadas. Cobrará 1 800 por cada publicación.

Cada una de las *influencers* subirá una publicación promocionando la empresa durante su primer mes de vida. Tras ello, subirán dos publicaciones cada una de ellas en diferentes

meses. Es decir, el segundo mes subirá dos publicaciones Carla Campra, el tercer mes las subirá Bárbara Pérez y el cuarto mes lo hará Paula Ordovás; y así sucesivamente durante el primer año desde la creación de la marca, exceptuando el segundo mes que Carla no subirá sus respectivas publicaciones, porque ya lo hará para el sorteo previsto el segundo mes, descrito unas líneas más abajo, en el apartado de sorteos.

Las dos primeras publicaciones de cada una las harán mediante publicidad por intercambio, es decir, como la empresa se acaba de crear y todavía no tiene suficientes beneficios, se les ofrece el servicio de forma gratuita a cambio de la publicación. Más adelante se les pagará lo indicado anteriormente. En el segundo año se hará de forma diferente. Dado que la inversión en *influencers* será menos necesaria, se reducirá a una publicación de cada una en trimestres distintos. El primer trimestre se realizará un sorteo, por lo que en éste se prescindirá de más publicaciones. En el segundo trimestre, Carla Campra subirá una publicación; en el tercero, Bárbara Pérez; y en el cuarto, Paula Ordovás.

En el caso de Carla Campra, cuando tenga un evento hará promoción de uno de nuestros productos (un bolso de lujo) como que ha acudido al evento con él, subiendo una publicación.

Creación de un perfil tanto en Facebook como en Instagram, creando mucho contenido en ellas para generar visitas y feedback por parte de nuestros seguidores y/o clientes.

Anuncios promocionando publicaciones de Instagram durante treinta días, alternando un mes sí y uno no, durante un año, dirigiéndonos así a nuestro público más joven.

Anuncios promocionando la página de Facebook durante treinta días, alternando un mes sí y uno no, durante un año, dirigiéndonos así a nuestro público más adulto. Se alternarán con los de Instagram, pero dejando un mes de descanso entre ellos, es decir: publicidad en Facebook un mes, publicidad de Instagram otro mes, siempre dejando un mes entremedias sin publicidad ni en una red social ni en la otra. Un ejemplo sería: en enero ponemos publicidad en Facebook, en febrero no ponemos publicidad y en marzo la ponemos en Instagram.

Banners en páginas de Google que estén relacionadas con el mundo de la moda durante cuatro meses, uno por cada trimestre del año. Hemos escogido las revistas digitales: Telva (CPM - 50€), Mujer Hoy (CPM - 16€), Yodona (CPM - 50€) y Cosmopolitan (CPM - 35€). En el mes escogido de cada trimestre será una revista diferente. Es decir, en el primer trimestre Yodona, en el segundo Telva, etc. Hemos escogido estas revistas porque fundamentalmente la leen mujeres de edades similares a las de nuestro público objetivo y aparece contenido de moda en todas ellas.

Outfit To Go 

Negocio local

¿Cansada de repetir Outfit? ¿De gastarte un dineral en algo que usaras dos veces?

Ya está aquí tu tienda de alquiler de ropa para el día a día   

inmaperalta.wixsite.com/outfittogo

Editar **Promociones** **Enviar correo el...**



Un posicionamiento SEO durante dos años.

Creación de la página web, www.outfittogo.es, donde estará a disposición de las clientes toda la información de nuestras prendas, nuestros planes, suscripciones y el contacto con Outfit to go S.L., en caso de dudas o problemas. Lo consideramos una herramienta de marketing porque además de ser nuestra plataforma de compra, también lo es de contacto e información.

Realización de sorteos en Instagram con la colaboración de las *influencers*. Se realizarán dos, uno en el primer año concretamente en el segundo mes de vida de la empresa y otro en el segundo año, en el primer trimestre. Cada una de ellas sorteará una caja y los requisitos para participar serán:

- Mencionar a un amigo, todos los que quieras mientras sean diferentes y personas que conozcas.
- Seguir al resto de *influencers* y al perfil de Outfit to go S.L.
- Subir una *story* (no es obligatorio pero aumenta las posibilidades de ganar en el sorteo) → de tal manera que las personas que no quieran por pereza no lo hagan, pero también tengamos presencia en *stories*, y lleguemos hasta a gente que no han mencionado.

6.2.2. Acciones sobre precios:

Descuentos en nuestras cajas ofrecidos por *influencers*. Es decir, con un código compuesto por el nombre del *influencer* y el tanto por ciento que se aplicará: NOMBRE10, por lo tanto, se hará un 10% de descuento en las cajas. Cada *influencer* ofrecerá el descuento en un solo tipo de caja, el que más se ajuste (indicado anteriormente en el apartado de cada *influencer*). Cada uno de los descuentos se anunciará en una publicación del respectivo *influencer*.

Por el día mundial del inquilino (1 de octubre), ofrecer un 20% en todas las cajas. Se anunciará en los perfiles de nuestras redes sociales (Instagram y Facebook) y con una publicación de nuestras *influencers*.

Por la semana de la moda (o más conocida como Fashion Week), durante los siete días de duración poner un código de descuento como FWOUTFITTOGO y que se aplique un 20% de descuento en TODOS nuestros productos. Se anunciará de nuevo en nuestros perfiles de Facebook e Instagram y por parte de nuestras *influencers* con una publicación.

6.2.3. Acciones sobre producto:

Añadir tras tres meses, la posibilidad de ofrecer un asesoramiento en caso de evento (es decir, para las prendas que se alquilan por individual, no las cajas). Se patrocinará haciendo un sorteo en redes sociales de dos asesoramientos gratuitos, uno en Facebook y otro en Instagram.

7. RECURSOS HUMANOS

Outfit to go S.L., es una empresa pequeña organizada como holocracia en la que todos sus componentes aportan lo mismo y por tanto no hay jefes; sin embargo, tenemos en cuenta los recursos humanos para hacer de ésta un proyecto rentable y duradero a largo plazo. Para eso necesitamos un equipo cualificado y unido con la aspiración suficiente de crecer en el futuro.

Los componentes de la empresa buscan una comunicación abierta entre los diferentes departamentos, potenciar las fortalezas de cada uno y utilizarlas en el desarrollo y funcionamiento de Outfit to go S.L. Uno de los pilares fundamentales para conseguir esto es la transparencia de resultados y de opiniones, algo que fortalecerá la confianza y el conocimiento de nuestra situación como empresa; para ello el equipo se reunirá una o dos veces por semana.

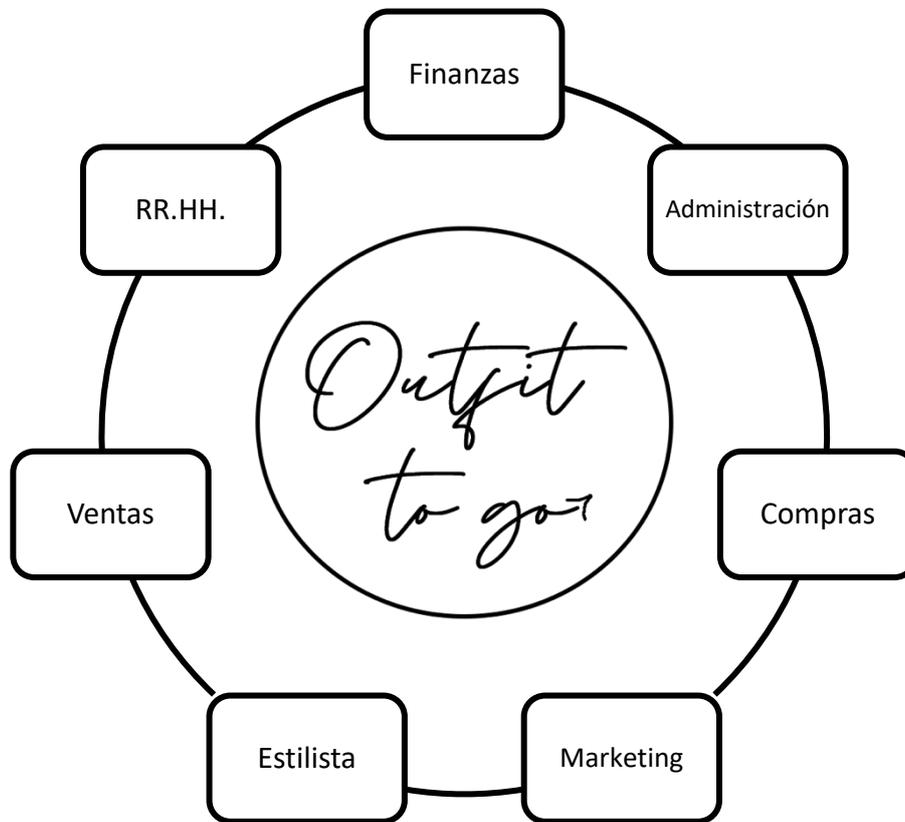
Los puestos se asignan a cada trabajador en función de sus competencias y motivaciones, con esto buscamos la satisfacción del equipo a la par que la máxima rentabilidad para la empresa.

Queremos mantener un buen clima de trabajo en el que todos aporten ideas e información y haya un feedback entre departamentos que posibilite la ejecución de los objetivos pensados.

Outfit to go S.L., como hemos dicho antes, es una pequeña empresa que está formada por siete departamentos:

- El primero de ellos es el departamento de administración encabezado por nuestra profesional administrativa, Paloma Serradilla. Acompañado de un auxiliar administrativo que servirá de apoyo con las gestiones venideras. Número de empleados: 1. Salario: Administración 15.000 año*.
- El segundo departamento le corresponde a las finanzas y contabilidad cuyos responsables serán Carolina Tavio y Javier Esteban que tendrán una equitativa división de responsabilidades. Número de empleados: 2. Salario: 15000€/año*.
- En el departamento de compras se encuentra nuestra experta en el mundo de la moda y administrativa de compras, Inmaculada Peralta que será la encargada de establecer todo el *stock* de la tienda. Número de empleados: 1. Salario: 15000€/año*.
- El departamento de marketing, encabezado por Patricia Nogales, una profesional muy competente en este sector. Salario: jefa de departamento 15000€/año*.
- Un departamento fundamental para la actividad que vamos a desarrollar es el departamento de ventas cuya jefa sería Gabriela Roselló. Número de empleados: 1. Salario: jefa 15000€/año*.
- Con respecto al departamento de recursos humanos nuestro responsable es Jaime Pérez. Número de empleados: 1. Salario: 15.000€/año*.

- Por último, pero no menos importante, nos encontramos con nuestro departamento de estilismo que asentará las bases del estilo de ropa que dispondremos y estará encabezado por María Julia Pérez y contará con el apoyo de la administrativa de compras. Número de empleados: 1. Salario 15.000€/año*.



8. PLAN DE VENTAS

El plan de ventas ha sido diseñado de cara a los dos primeros años de vida de Outfit to go S.L., intentando prever los ingresos que obtendría la empresa. Calculando los ingresos que se obtendrían de cada caja por separado, la primera caja tiene un precio de cincuenta euros, la segunda de ochenta euros y la tercera de cien euros. Por otro lado, también se han calculado los ingresos que se adquirirán de aquellos clientes que solo quieran escoger unas prendas específicas por separado.

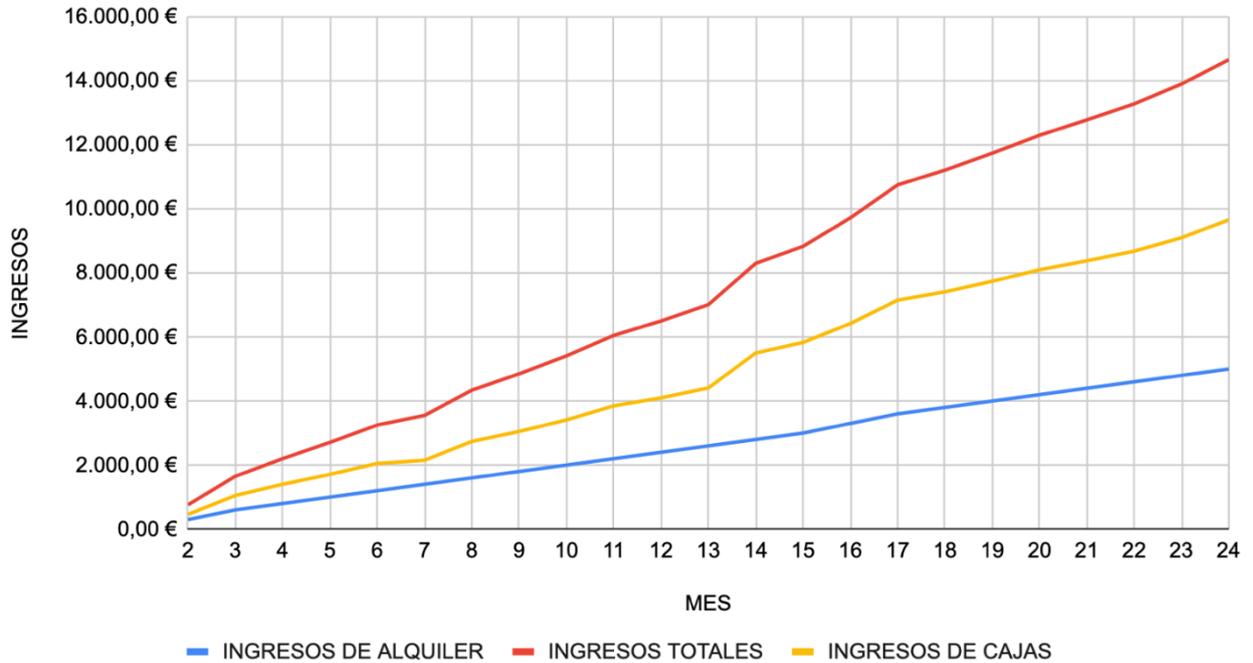
En la siguiente tabla, se pueden observar los ingresos individuales y totales de cada producto durante los primeros 24 meses.

*A partir del mes 13 cada socio dispondremos de 500€/mes (6.000€/año) y a partir del tercer año comenzarían a subir los sueldos.

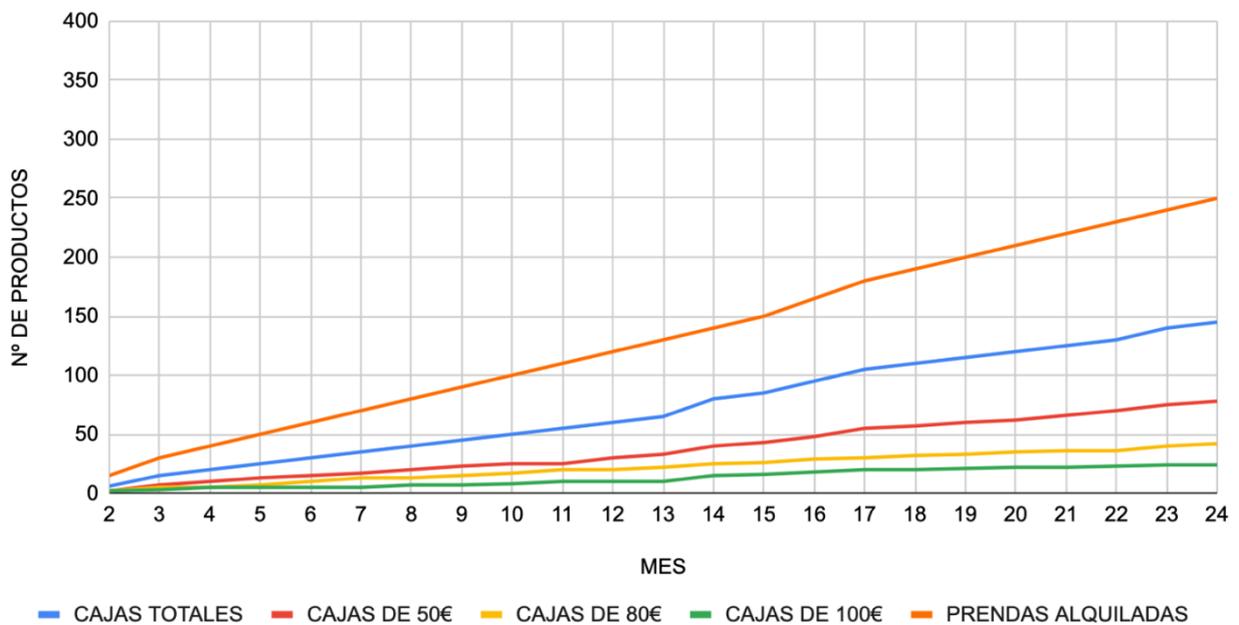
MES	CAJAS TOTALES	CAJAS DE 50€	CAJAS DE 80€	CAJAS DE 100€	PRENDAS ALQUILADAS	INGRESOS DE CAJAS	INGRESOS DE ALQUILER	INGRESOS TOTALES
1	6	2	2	2	15	460,00 €	300,00 €	760,00 €
2	15	7	5	3	30	1.050,00 €	600,00 €	1.650,00 €
3	20	10	5	5	40	1.400,00 €	800,00 €	2.200,00 €
4	25	13	7	5	50	1.710,00 €	1.000,00 €	2.710,00 €
5	30	15	10	5	60	2.050,00 €	1.200,00 €	3.250,00 €
6	35	17	13	5	70	2.150,00 €	1.400,00 €	3.550,00 €
7	40	20	13	7	80	2.740,00 €	1.600,00 €	4.340,00 €
8	45	23	15	7	90	3.050,00 €	1.800,00 €	4.850,00 €
9	50	25	17	8	100	3.410,00 €	2.000,00 €	5.410,00 €
10	55	25	20	10	110	3.850,00 €	2.200,00 €	6.050,00 €
11	60	30	20	10	120	4.100,00 €	2.400,00 €	6.500,00 €
12	65	33	22	10	130	4.410,00 €	2.600,00 €	7.010,00 €
13	80	40	25	15	140	5.500,00 €	2.800,00 €	8.300,00 €
14	85	43	26	16	150	5.830,00 €	3.000,00 €	8.830,00 €
15	95	48	29	18	165	6.420,00 €	3.300,00 €	9.720,00 €
16	105	55	30	20	180	7.150,00 €	3.600,00 €	10.750,00 €
17	110	57	32	20	190	7.410,00 €	3.800,00 €	11.210,00 €
18	115	60	33	21	200	7.740,00 €	4.000,00 €	11.740,00 €
19	120	62	35	22	210	8.100,00 €	4.200,00 €	12.300,00 €
20	125	66	36	22	220	8.380,00 €	4.400,00 €	12.780,00 €
21	130	70	36	23	230	8.680,00 €	4.600,00 €	13.280,00 €
22	140	75	40	24	240	9.100,00 €	4.800,00 €	13.900,00 €
23	145	78	42	24	250	9.660,00 €	5.000,00 €	14.660,00 €
24	150	80	45	24	260	10.000,00 €	5.200,00 €	15.200,00 €

En los siguientes gráficos, se puede observar de forma visual como los ingresos van subiendo a medida que avanza el tiempo. En el primero, está plasmado el aumento de ingresos por cada producto que se ofrece en nuestra empresa (caja de 50 euros, caja de 80, caja de 100 y las prendas individuales alquiladas). En el segundo, se aprecia el avance de los ingresos según el cómputo total de caja y alquiler, y el general de toda la empresa.

Plan de ventas e ingresos de Outfit to go para 2 años



Plan de las ventas mensuales de Outfit to go en número de productos para 2 años



9. VIABILIDAD ECONÓMICO-FINANCIERA

Para comenzar con el proyecto de la empresa, se contará con financiación propia, la cual es correspondida por los ocho socios. Que se empleará parte del capital de cada socio, para la inversión en el negocio. Si cada uno contribuye con un total de 18 000€, la inversión total sería de 144 000€, pero al aportar un socio una furgoneta con importe de 8 000 €, el valor líquido de su aportación tendría un total de 10 000€, igual a 136000€.

En lo que respecta a los gastos fijos; los principales gastos que se van a asumir son el del almacén, la tintorería y el seguro.

El gasto del almacén, en el cual la luz, el agua y la limpieza vienen incluidos en el precio total, correspondería a 420€/mes y su localización se encuentra en San Sebastián de los Reyes (Madrid).

En lo que respecta a la tintorería, se le encargarán los pedidos. Se barajá también la posibilidad de comprar nuestra propia maquinaria de limpieza, pero es un equipo y una actividad arriesgada y menos rentable que la otra opción, ya que la ropa será delicada y si ocurre cualquier problema con ella o con el mobiliario de lavandería los costes de reparación y de la propia prenda saldría más caro a la larga que contratar el servicio con un profesional. Por lo tanto, el coste total sería de unos 300€/mes.

Se contratarán, a su vez, una serie de seguros para la prevención de cualquier situación adversa. Por un lado, se encuentra el seguro de Responsabilidad Civil que tendrá un coste anual de 850€, uno multirriesgo por si se producen robos, desperfectos en los productos, problemas con el agua y con la luz que supondrá un coste de 350€. Para la furgoneta el socio propietario de este bien ya posee un seguro de 750€ que lo cubre de accidentes y desperfectos.

Por último, en lo que respecta a los sueldos, los primeros meses los socios carecerán de ningún beneficio económico pues toda actividad empresarial, en sus inicios, rige de una gran inversión no correspondida por los ingresos de la empresa dado que se ha de cubrir muchos gastos. Con los sueldos estimados que los socios quieren atribuirse a cada uno, la empresa necesitará un tiempo para poder hacer frente a estos pagos a través de los beneficios que vaya obteniendo.

Sin contar con los sueldos, el equilibrio entre los gastos y los ingresos totales se encontraba en el mes décimo (véase tabla 2). Al introducir estos sueldos subió el coste fijo de 3 449€ a 7 449€, por lo que el punto de equilibrio se aplazó hasta casi el mes quince (véase tabla 1).

TABLA DE GASTOS FIJOS ANUAL:

	Coste Mensual	Coste Anual 0
Adword	395€ (cada 3 meses)	1.580€
Alquiler del almacén	420€	5.040€
Documentos a hacienda	115€	1.380€
Dominio de la web	0€	14€
Gasolina	100€	1.200€
Posicionamiento SEO	550€	6.600€
Registro Mercantil	0€	100€
Seguros: - Multirriesgo. - Responsabilidad civil - Accidentes.	0€	350€ 850€ 750€
Sueldos(a partir del mes 13)	4.000€	48.000€
Tintorería	300€	3.600€
TOTAL:	5.880€	69.464€

MES	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES		GASTOS TOTALES	INGRESOS TOTALES
		ROPA	MÁRKETING		
0	3.944,00 €	22.420,00 €	0,00 €	26.364,00 €	0,00€
1	1.485,00 €	1.200,00 €	900,00 €	3.585,00 €	760,00€
2	1.485,00 €	3.196,00 €	35,00 €	4.716,00 €	1.650,00€
3	1.880,00 €	954,00 €	2.850,00 €	5.684,00 €	2.200,00€
4	1.485,00 €	2.446,00 €	3.600,00 €	7.531,00 €	2.710,00€
5	1.485,00 €	894,00 €	1.700,00 €	4.079,00 €	3.250,00€
6	1.880,00 €	2.494,00 €	2.400,00 €	6.774,00 €	3.550,00€
7	1.485,00 €	954,00 €	4.050,00 €	6.489,00 €	4.340,00€
8	1.485,00 €	2.446,00 €	1.250,00 €	5.181,00 €	4.850,00€
9	1.880,00 €	948,00 €	2.850,00 €	5.678,00 €	5.410,00€
10	1.485,00 €	2.698,00 €	3.600,00 €	7.783,00 €	6.050,00€
11	1.485,00 €	750,00 €	1.666,00 €	3.901,00 €	6.500,00€
12	1.880,00 €	2.446,00 €	2.400,00 €	6.726,00 €	7.010,00€
13	7.449,00 €	2.904,00 €	450,00 €	10.803,00 €	8.300,00€
14	5.485,00 €	2.500,00 €	3.600,00 €	11.585,00 €	8.830,00€
15	5.880,00 €	1.848,00 €	0,00 €	7.728,00 €	9.720,00€
16	5.485,00 €	3.352,00 €	450,00 €	9.287,00 €	10.750,00€
17	5.485,00 €	696,00 €	650,00 €	6.831,00 €	11.210,00€
18	5.880,00 €	2.500,00 €	450,00 €	8.830,00 €	11.740,00€
19	5.485,00 €	948,00 €	1.200,00 €	7.633,00 €	12.300,00€
20	5.485,00 €	2.398,00 €	500,00 €	8.383,00 €	12.780,00€
21	5.880,00 €	852,00 €	1.800,00 €	8.532,00 €	13.280,00€
22	5.485,00 €	3.394,00 €	450,00 €	9.329,00 €	13.900,00€
23	5.485,00 €	846,00 €	16,00 €	6.347,00 €	14.660,00€
24	5.616,00 €	2.494,00 €	450,00 €	8.560,00 €	15.200,00€
TOTAL	92.444,00 €	68.578,00 €	37.317,00 €	198.339,00 €	190.950,00€



(Tabla 1. Gastos e ingresos de Outfit to go S.L., en 2 años con salario)

MES	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES		GASTOS TOTALES	INGRESOS TOTALES
		ROPA	MÁRKETING		
0	3.944,00 €	22.420,00 €	0,00 €	26.364,00 €	0,00€
1	1.485,00 €	1.200,00 €	900,00 €	3.585,00 €	760,00€
2	1.485,00 €	3.196,00 €	35,00 €	4.716,00 €	1.650,00€
3	1.880,00 €	954,00 €	2.850,00 €	5.684,00 €	2.200,00€
4	1.485,00 €	2.446,00 €	3.600,00 €	7.531,00 €	2.710,00€
5	1.485,00 €	894,00 €	1.700,00 €	4.079,00 €	3.250,00€
6	1.880,00 €	2.494,00 €	2.400,00 €	6.774,00 €	3.550,00€
7	1.485,00 €	954,00 €	4.050,00 €	6.489,00 €	4.340,00€
8	1.485,00 €	2.446,00 €	1.250,00 €	5.181,00 €	4.850,00€
9	1.880,00 €	948,00 €	2.850,00 €	5.678,00 €	5.410,00€
10	1.485,00 €	2.698,00 €	3.600,00 €	7.783,00 €	6.050,00€
11	1.485,00 €	750,00 €	1.666,00 €	3.901,00 €	6.500,00€
12	1.880,00 €	2.446,00 €	2.400,00 €	6.726,00 €	7.010,00€
13	3.449,00 €	2.904,00 €	450,00 €	6.803,00 €	8.300,00€
14	1.485,00 €	2.500,00 €	3.600,00 €	7.585,00 €	8.830,00€
15	1.880,00 €	1.848,00 €	0,00 €	3.728,00 €	9.720,00€
16	1.485,00 €	3.352,00 €	450,00 €	5.287,00 €	10.750,00€
17	1.485,00 €	696,00 €	650,00 €	2.831,00 €	11.210,00€
18	1.880,00 €	2.500,00 €	450,00 €	4.830,00 €	11.740,00€
19	1.485,00 €	948,00 €	1.200,00 €	3.633,00 €	12.300,00€
20	1.485,00 €	2.398,00 €	500,00 €	4.383,00 €	12.780,00€
21	1.880,00 €	852,00 €	1.800,00 €	4.532,00 €	13.280,00€
22	1.485,00 €	3.394,00 €	450,00 €	5.329,00 €	13.900,00€
23	1.485,00 €	846,00 €	16,00 €	2.347,00 €	14.660,00€
24	1.616,00 €	2.494,00 €	450,00 €	4.560,00 €	15.200,00€
TOTAL	44.444,00 €	68.578,00 €	37.317,00 €	150.339,00 €	190.950,00€



(Tabla 2. Gastos e ingresos de Outfit to go S.L., en 2 años sin salario)

10. ASPECTOS LEGALES

Para la constitución de esta empresa, es fundamental definir aspectos legales porque es a través de estudio como se determinan los procesos correctos para conocer las limitaciones y alcances del proyecto y lograr un adecuado desarrollo.

Outfit to go S.L., es una sociedad mercantil de responsabilidad limitada, por tanto, la empresa está regulada por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 julio en el que se aprueba la Ley de Sociedades de Capital. Este modelo de empresa es el más adecuado, ya que es una empresa que está comenzando sus andaduras en el mundo de la moda y el alquiler de ropa, de esta manera se limita la responsabilidad en cuanto al capital aportado y en caso de deuda, los socios no responderán con su patrimonio personal.

Elegir este modelo conlleva una serie de ventajas:

- Los socios solo responderán ante los acreedores con el capital social.
- Permite un mayor acceso a créditos, debido a la buena imagen de las S.L.
- Una vez se superen los 40 000€ de beneficio, el tipo de impuesto es solamente del 25%, marcando una importante diferencia con los impuestos del IRPF, los cuales aumentan según aumentan los beneficios.
- Poco capital inicial, puesto que somos una empresa sin numerosos recursos económicos y materiales.

Pero también tiene desventajas como el hecho de tener que esperar cuarenta días para darse de alta y que los pasos y trámites son más complejos que otros modelos de negocio. Además de añadir que, está sujeto a más trámites burocráticos y fiscales.

Al ser una Sociedad Limitada el número mínimo de socio debe ser uno, pero en nuestro caso es de **ocho socios**, pudiendo incluir más si así lo creemos conveniente, ya que, nos consideramos socios trabajadores.

En cuanto a nuestra denominación social, decidimos que nuestro nombre sería Outfit to go S.L. Para registrar este nombre tuvimos que asistir al Registro Mercantil Central y solicitar el certificado negativo de denominación social, es decir, el documento que acredita que el nombre elegido para nuestra sociedad no coincide con ninguna otra existente, con un coste de dieciséis euros.

Posteriormente abrimos una cuenta bancaria a nombre de la empresa y depositamos el capital inicial superior a 3 000€ y que está dividido en participaciones sociales, después presentamos este documento en la notaría y lo dimos de alta en hacienda. Teniendo en cuenta que, si tenemos pérdidas, y estas dejan reducido nuestro patrimonio a más de la mitad, tendríamos causa legal de disolución. Por el contrario, en causa de deudas sociales y sin posibilidad de afrontarlas, el administrador o administradores serán los responsables solidarios.

Como Sociedad Limitada se debe tener en cuenta que es importante tener un domicilio y objeto social.

El domicilio social es el siguiente:

Calle de las Acacias, 1.
San Sebastián de los Reyes
Madrid
28703

Así mismo, como socios de la empresa nos hemos ocupado de redactar junto a un abogado los Estatutos Sociales como objeto social que fueron incorporados a la escritura pública de la constitución y han sido firmados ante el notario para después poder presentarlo en el Registro Mercantil.

Finalizado el proceso de la escritura, se procedió a dar de alta a cada socio en Hacienda y a realizar la declaración censal. Con estos trámites se obtuvo el NIF, que después de seis meses se canjeará por el definitivo, además se dio de alta a cada socio en el Impuesto de Actividades Económicas, realizando el trámite de la obtención de la Declaración Censal (IVA), donde se tuvo que describir cada actividad que se realizaron y el comienzo de estas.

Por otro lado, como empresa de comercio electrónico textil, se deben tener en cuenta las siguientes leyes que serán la base de todas nuestras actividades:

- Ley de Sociedades de Capital (Real Decreto Legislativo 1/2010 por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital).
- Orden JUS/3185/2010, por la que se aprueban los Estatutos-tipo de las sociedades de responsabilidad limitada.
- Real Decreto-Ley 13/2010, de actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo.
- Ley 14/2013 de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.
- Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios.
- Ley de Servicios de la Sociedad de la Información.
- Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Política de precios.
- Ley de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley de Comercio Electrónico (LSSI).

Los aspectos importantes que se deben tener en cuenta sobre estas leyes, para evitar que abran expedientes sancionadores, multen o cierren el negocio, son los siguientes:

Al entrar en la plataforma web, el usuario deberá recibir un aviso legal y unas condiciones de uso donde se muestra quienes somos, además compartir los derechos y deberes que tienen como clientes. Por ser un e-commerce se debe tener en cuenta que el usuario debe aceptar la política de *cookies* nada más entrar a la página. De este modo, poder dar su consentimiento, junto a una página donde tengan toda la información de la política de privacidad de la web.

En cuanto a la Ordenación de Comercio Minorista, debemos tener en cuenta los plazos de entrega, que si este no se indica no puede sobrepasar los treinta días. Si el cliente desea devolver un producto, tiene un plazo de siete días para que la empresa estemos obligados a devolver su ingreso.

Por último, según la Ley del Consumidor y la Política de precios, el comercio electrónico no puede vender por debajo del coste de la mercancía, evitando lo denominado “dumping”. Así

mismo, se debe poner un formulario de desistimiento al servicio del cliente, un precio final claro y sin sorpresas después de realizar la transacción, y será nuestra responsabilidad ocuparnos si hay daños durante el transporte de la mercancía.

11. CONCLUSIONES:

Para concluir queríamos aportar nuestra opinión como grupo acerca de la empresa. Ha sido un proyecto que ha dedicado gran cantidad de nuestro tiempo personal, ha requerido comunicación entre todos nosotros para que cada departamento saliese a delante y hemos comprobado en nuestro propio negocio que el sistema holocrático sin jefes que está apareciendo en las nuevas empresas no solo es posible, sino que también es un sistema muy rentable y humanizado, en el cual todas las opiniones son importantes para mejorar la rentabilidad del negocio.

Hemos podido tener problemas en algunas ocasiones como la búsqueda de subvenciones, la manera de cuadrar los sueldos, etc. Sin embargo, después los hemos sabido solucionar y nos ha servido de mucha ayuda para futuros proyectos profesionales.

Es impactante ver que después de crear este proyecto, no se obtengan beneficios hasta pasados tres años, y esto nos hace valorar la importancia de los autónomos y las personas que crean su propio negocio y apoyan la economía.

Como idea de proyecto consideramos que si este tipo de empresas aumentase sería algo muy positivo para el medio ambiente. La industria de la moda es un gigante que crece cada año y esto conlleva consecuencias para el planeta, por eso Outfit to go S.L., ha sido creada para aportar su granito de arena en esta evolución ecológica.