

DIAGNÓSTICO CANVAS PERSONAL.

Daniela González.

Docente: Felipe Velázquez.

Facultad de Ciencias Económicas (Cali)

Universidad de San Buenaventura.

Administración de Negocios.

Procesos Administrativos.

Santiago de Cali, Colombia.

5 de abril de 2025.

Análisis del plan de negocios personal.

Fortalezas

Propuesta de valor diferenciada: Moda Verona no solo se enfoca en vender ropa, sino que busca ofrecer una experiencia sensorial y atención enfocada en el cliente.

Segmento de mercado claro: Se enfoca en mujeres con un estilo de vida moderno y activo, con poder adquisitivo medio-alto.

Uso de tecnología innovadora: Plan de integrar herramientas que faciliten la prueba de ropa sin cambiarse, lo que puede ser un gran diferenciador.

Canales digitales efectivos: Uso de Instagram, Facebook, Tiktok, Youtube y e-commerce para alcanzar a su audiencia de manera efectiva.

Oportunidades

Crecimiento del mercado de moda digital: Cada vez más mujeres compran ropa en línea, lo que refuerza la importancia del e-commerce.

Mayor conciencia sobre la sostenibilidad: Se pueden incorporar más prácticas de moda sustentable para atraer clientas preocupadas por el impacto ambiental.

Colaboraciones con influencers: Pueden impulsar la visibilidad y credibilidad de la marca en redes sociales.

Expansión geográfica: Aunque la marca está centrada en Cali, puede explorar Bogotá y Medellín con estrategias dirigidas.

Debilidades

Reconocimiento de marca limitado: Todavía está en crecimiento y debe fortalecer su presencia en el mercado.

Dependencia de redes sociales: Aunque Instagram es un canal clave, depender en exceso de plataformas externas puede ser riesgoso.

Requiere inversión en tecnología y publicidad: La integración de herramientas innovadoras para probar ropa virtualmente puede ser costosa y requerir desarrollo, además de la publicidad para aumentar el alcance.

Falta de capital: Para mejorar el alcance, o campañas publicitarias, se requiere un alto capital.

Pocas ventas mensuales: Moda Verona, aún no llega a un sostenimiento en ventas mensuales, incluso hay meses sin ventas.

Amenazas

Competencia con marcas consolidadas y mayores niveles adquisitivos: Existen muchas marcas en el segmento casual chic que pueden dificultar el posicionamiento.

Cambios en el comportamiento del consumidor: La moda es volátil, y los cambios de tendencias pueden afectar las ventas.

Dependencia del poder adquisitivo del cliente: En tiempos de crisis económica, las compras de moda pueden reducirse.

Dificultades logísticas: Envíos, devoluciones y experiencia de compra en línea pueden representar desafíos.

Conclusión:

Moda Verona tiene una propuesta única con potencial para diferenciarse en el mercado, pero necesita consolidar su presencia, fortalecer su estrategia de expansión y manejar los retos tecnológicos. Apostar por innovación y sostenibilidad puede ser clave para su crecimiento.