5. Detección de las necesidades más demandadas en este tipo de empresas a través de un cuadro DAFO y la herramienta CAME.

DAFO:

ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES

- DIFICULTAD PARA COMPETIR EN PRECIO CON GRANDES MARCAS DE BAJO COSTE.
- BAJO RECONOCIMIENTO DE MARCA AL COMENZAR, LO QUE REQUIERE MAYOR ESFUERZO EN MARKETING.
- COSTES DE PRODUCCIÓN MÁS ALTOS AL TRABAJAR CON ALGODÓN ÉTICO Y PROCESOS SOSTENIBLES.
- POSIBLE DEPENDENCIA DE PROVEEDORES EXTERNOS SI NO SE CONTROLA TODA LA CADENA DE VALOR.
- CAPACIDAD LIMITADA PARA ESCALAR LA PRODUCCIÓN EN LAS PRIMERAS FASES.

AMENAZAS

- VOLATILIDAD EN EL PRECIO DEL ALGODÓN O INTERRUPCIONES EN LA CADENA DE SUMINISTRO.
- COMPETENCIA DE GRANDES MARCAS QUE PRACTICAN GREENWASHING Y CONFUNDEN AL CONSUMIDOR.
- CAMBIOS RÁPIDOS EN LA MODA QUE PUEDEN DESFASAR PRODUCTOS SI NO SE ANTICIPA BIEN.
- SITUACIÓN ECONÓMICA QUE PUEDE REDUCIR EL PODER ADQUISITIVO Y FAVORECER EL CONSUMO DE BAJO COSTE.
- AUMENTO EN LA REGULACIÓN AMBIENTAL QUE PODRÍA REQUERIR INVERSIONES CONTINUAS EN ADAPTACIÓN Y CUMPLIMIENTO.

FORTALEZAS

- PRODUCCIÓN CON ALGODÓN 100% NATURAL, ALINEADA CON LAS TENDENCIAS DE SOSTENIBILIDAD.
- IMAGEN DE MARCA ÉTICA Y RESPONSABLE, LO QUE PUEDE GENERAR FIDELIZACIÓN Y CONFIANZA DEL CLIENTE.
- POTENCIAL DE DIFERENCIACIÓN FRENTE A GRANDES CADENAS DE FAST FASHION.
- AGILIDAD COMO MARCA EMERGENTE PARA ADAPTARSE RÁPIDAMENTE A NUEVAS TENDENCIAS.
- USO DE CANALES DIGITALES QUE PERMITEN OPERAR SIN NECESIDAD DE TIENDAS FÍSICAS DESDE EL INICIO.

OPORTUNIDADES

- CRECIMIENTO DEL INTERÉS DE LOS CONSUMIDORES POR LA MODA SOSTENIBLE Y DE CALIDAD.
- EXISTENCIA DE INCENTIVOS INSTITUCIONALES Y POLÍTICAS OUE PROMUEVEN LA SOSTENIBILIDAD.
- EXPANSIÓN DEL E-COMMERCE Y DE PLATAFORMAS DIGITALES QUE FACILITAN EL ACCESO AL MERCADO.
- POTENCIAL PARA EDUCAR AL CONSUMIDOR Y CREAR UNA COMUNIDAD FIEL MEDIANTE UNA COMUNICACIÓN HONESTA Y TRANSPARENTE.
- POSIBILIDAD DE COLABORACIÓN CON INFLUENCERS

CAME:

ANÁLISIS CAME

CORREGIR (DEBILIDADES)

- INVERTIR EN MARKETING DIGITAL Y BRANDING PARA AUMENTAR EL RECONOCIMIENTO DE MARCA.
- BUSCAR ACUERDOS CON TALLERES O PRODUCTORES QUE PERMITAN CONTROLAR MEJOR LA CADENA DE SUMINISTRO.
- EMPEZAR CON PRODUCCIONES LIMITADAS (COLECCIONES CÁPSULA) PARA REDUCIR COSTES Y RIESGOS.
- CREAR UNA ESTRUCTURA DE PRECIOS BASADA EN EL VALOR PERCIBIDO POR EL CLIENTE (NO SOLO COSTE).

DIVERSIFICAR PROVEEDORES DE ALGODÓN PARA REDUCIR LA DEPENDENCIA Y MITIGAR SUBIDAS DE

AFRONTAR (AMENAZAS)

- EDUCAR AL CONSUMIDOR SOBRE LA DIFERENCIA ENTRE SOSTENIBILIDAD REAL Y GREENWASHING MEDIANTE CONTENIDO CLARO Y TRANSPARENTE.
- ANALIZAR TENDENCIAS DE MERCADO PARA ADAPTAR LAS COLECCIONES CON RAPIDEZ.



BUSCAR EFICIENCIA LOGÍSTICA Y OPERATIVA PARA MANTENER PRECIOS COMPETITIVOS SIN PERDER CALIDAD.

MANTENER (FORTALEZAS)





- SEGUIR POSICIONANDO LA MARCA COMO ÉTICA, RESPONSABLE Y COHERENTE EN TODOS LOS PUNTOS DE CONTACTO.
- APROVECHAR LA FLEXIBILIDAD COMO EMPRESA PEQUEÑA PARA INNOVAR CON RAPIDEZ.
- . CONSOLIDAR LOS CANALES DIGITALES COMO EL PRINCIPAL MOTOR DE VENTAS Y VISIBILIDAD.
- FOMENTAR UNA COMUNIDAD ACTIVA QUE RESPALDE LOS VALORES DE LA MARCA.

Ε

EXPLOTAR (OPORTUNIDADES)

- PARTICIPAR EN PROGRAMAS, SUBVENCIONES O CONVOCATORIAS QUE APOYEN PROYECTOS PROYECTOS SOSTENIBLES.
- COLABORAR CON INFLUENCERS O MEDIOS AFINES AL SLOW FASHION Y LA SOSTENIBILIDAD.
- OFRECER EXPERIENCIAS PERSONALIZADAS A TRAVÉS DE E-COMMERCE (TALLAS AJUSTADAS, RECOMENDACIONES, STORYTELLING DEL PRODUCTO).
- APROVECHAR PLATAFORMAS DE VENTA ÉTICA O TIENDAS COLABORATIVAS PARA GANAR VISIBILIDAD