

1. Contextualización de la situación económica mundial

Situación económica a nivel Mundial:

La economía mundial en abril de 2025 enfrenta una serie de desafíos y dinámicas que influyen en su desempeño:

Crecimiento Económico:

El Fondo Monetario Internacional (FMI) proyecta un crecimiento global del 3,3% tanto para 2025 como para 2026, por debajo del promedio histórico del 3,7% registrado entre 2000 y 2019.

IMF.

El Banco Mundial estima que el crecimiento global se mantendrá estable en un 2,7% durante 2025-2026, indicando una tendencia hacia tasas de crecimiento más bajas que podrían ser insuficientes para fomentar un desarrollo económico sostenido.

Inflación:

Se prevé que la inflación general mundial disminuya al 4,2% en 2025 y al 3,5% en 2026, acercándose gradualmente a los niveles objetivos especialmente en las economías avanzadas.

Tensiones Comerciales:

El presidente de Estados Unidos, Donald Trump, ha impuesto recientemente aranceles del 10% a todas las importaciones, con tasas más altas para países como China (34%) y la Unión Europea (20%). Estas medidas han generado preocupaciones sobre su impacto en la economía global, con advertencias del FMI sobre riesgos significativos para el crecimiento económico mundial.

reuters.com

The Guardian

Impacto Regional:

En América Latina y el Caribe, se espera que el crecimiento aumente al 2,5% en 2025, impulsado por la recuperación de economías clave y la normalización de las tasas de interés.

En Europa y Asia Central, se proyecta una moderación en el crecimiento al 2,5% en 2025, debido a la desaceleración en países como Rusia y Turquía.

Tratando mi sector (Moda y venta textil):

1. Inflación y Tipos de Interés

- En muchas economías, la inflación ha bajado desde los picos , pero los bancos centrales aún mantienen tipos de interés relativamente altos.
- Esto afecta tanto a la financiación (créditos más caros para empresas) como al consumo (los clientes compran menos si sienten presión económica).

2. Tensiones Geopolíticas

- Conflictos persistentes como el de Ucrania y las tensiones en Medio Oriente han encarecido los combustibles y dificultado la logística global.
- Esto puede impactar en el precio del transporte y la disponibilidad de materias primas, incluido el algodón.

3. Mercado del Algodón

- El precio del algodón es volátil por factores como:
 - Cambios climáticos que afectan las cosechas (sequías, inundaciones).
 - Políticas comerciales (como restricciones a las exportaciones en India o subsidios en EE.UU.).
- En 2025, hay una ligera escasez de algodón de alta calidad, lo que sube los precios para marcas como la tuya que priorizan lo orgánico o ético.

4. Consumo Responsable y Tendencias de Moda

- Hay una fuerte tendencia global hacia el consumo sostenible.
- Los consumidores jóvenes valoran la transparencia, materiales naturales y producción ética.
- Aumenta el interés por productos “slow fashion” frente al fast fashion.
- Esto abre oportunidades, pero también implica que tendrás que comunicar bien tu propuesta de valor.

5. Logística y Cadenas de Suministro

- Aunque han mejorado desde la pandemia, todavía hay retos logísticos:
- Retrasos en puertos.
- Costes variables de transporte marítimo.
- Optar por producción local o regional puede ser una ventaja en este contexto.

6. Transformación Digital

- La digitalización del comercio sigue en auge:

- E-commerce en crecimiento.
 - Integración de tecnologías como IA y realidad aumentada en la experiencia de compra.
- Tener una estrategia digital sólida es clave para destacar.

Enlace a [bibliografía](#)

2. Contextualización de la situación económica europea y nacional

Año	2020	2021	2022	2023	2024	2025
PIB EU(mill. €)	13.400.000	13.900.000	14.500.000	14.800.000	15.100.000	15.400.000
PIB España (mill. €)	1.120.000	1.190.000	1.250.000	1.300.000	1.340.000	1.370.000
Índice Export. UE	100	108	115	118	122	125
Índice Export. España	100	105	110	113	117	120
Índice Import. UE	100	110	120	125	128	130
Índice Import. España	100	112	123	127	130	

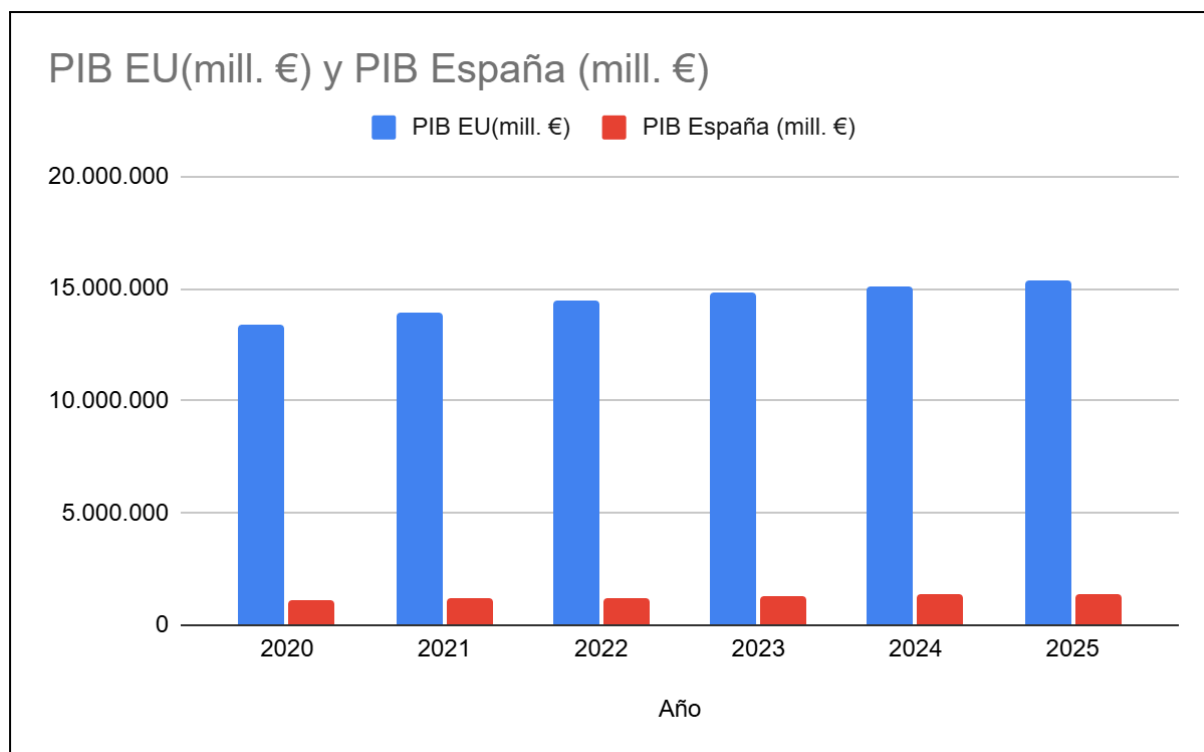
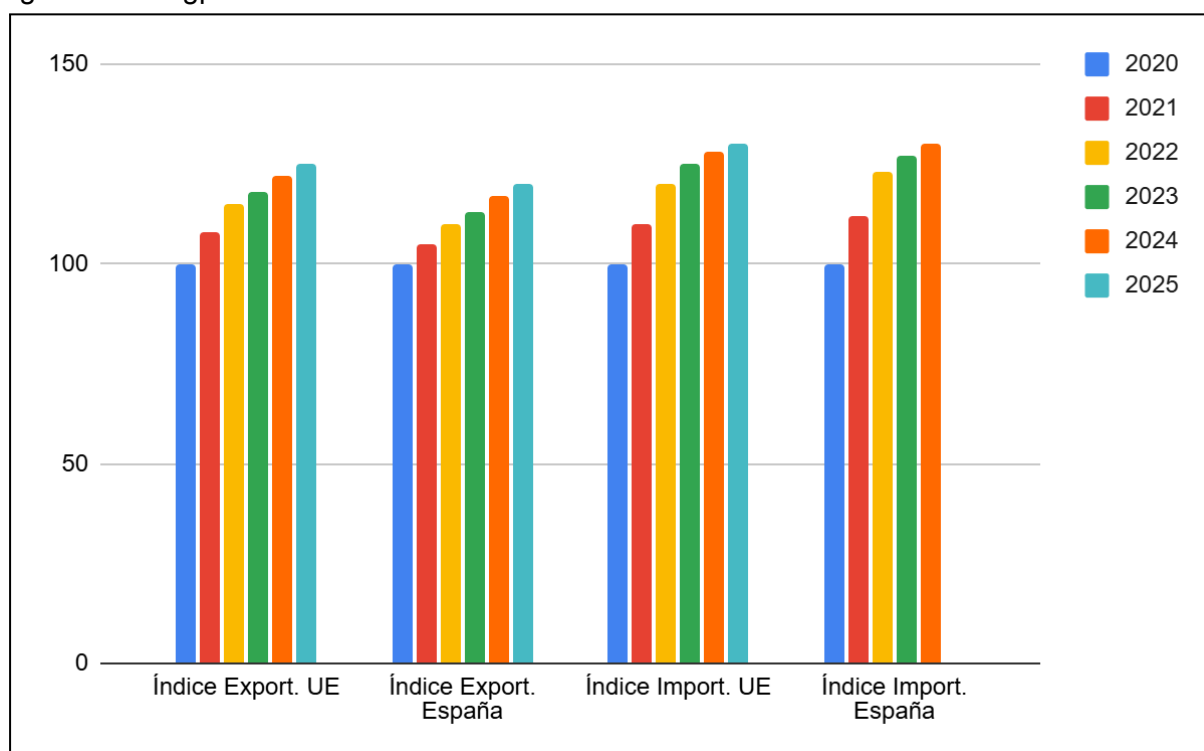


figura 1: chat gpt



3. Estudio del sector de mi actividad: análisis factores PESTEL

MI ACTIVIDAD: MODA Y VENTA TEXTIL	
POLÍTICO	Políticas europeas y nacionales están impulsando la sostenibilidad (moda circular, reducción CO ₂).
	Incentivos fiscales y ayudas a empresas "verdes"
	Posibles aranceles o restricciones por importación de algodón de ciertos países (India, China).
ECONÓMICO	Crecimiento económico moderado en Europa tras los shocks post-pandemia y conflictos.
	Tipos de interés altos: encarecen créditos e inversiones
	Las fluctuaciones en el precio del algodón afectan los márgenes de beneficio.
	Crece el consumo responsable, pero el poder adquisitivo aún es limitado para muchos.
SOCIAL	Aumento del interés por la moda ética, sostenible y de cercanía.
	Consumidores más conscientes, sobre todo los más jóvenes
	Rechazo creciente al fast fashion
	Tendencia a comprar menos pero de más calidad.
TECNOLÓGICO	Avance en e-commerce, realidad aumentada (pruebas virtuales), personalización digital.
	Redes sociales (TikTok, Instagram) clave para construir marca.
	Herramientas de trazabilidad blockchain para probar la sostenibilidad del algodón.
ECOLÓGICO	Algodón natural favorece la imagen eco, pero debe ser gestionado éticamente (agua, pesticidas).
	Riesgos por cambio climático (afecta cosechas de algodón).
	Presión por empaques sostenibles y logística verde.
	Certificaciones como GOTS o OEKO-TEX son cada vez más valoradas.
LEGAL	Normativas europeas cada vez más estrictas sobre transparencia, etiquetado y huella ecológica.
	Leyes laborales para garantizar condiciones justas en la cadena de producción.
	Legislación sobre protección del consumidor y comercio online.

4. Clasificación de las empresas del sector (tabla tres empresas de la competencia con las siguientes columnas: localización, tamaño, producto o servicio, organigrama, facturación, tipo de clientes).

EMPRESA	NOMBRE	LOCALIZACIÓN	TAMAÑO	PRODUCTO O SERVICIO	ORGANIGRAMA	FACTURACIÓN	TIPO DE CLIENTE
1	Scuffers	Avenida Valdemarin 1362 B., Madrid	Pequeña (16 trabajadores)	Moda y Venta Textil	- Financiero - Logística - Persona y Cultura - Desarrollo Web - Gestión Retail - Dirección - Sostenibilidad - Recursos Humanos - Diseño	2021: 600.000 euros. 2022: 2,5 millones de euros 2023: 6 millones de euros. 2024: No se dispone de información pública 2025: No se dispone de información pública	Cliente Joven entre 18-35 años
2	Eme Studios	Madrid, España	Pequeña (26 trabajadores)	Moda y Venta Textil	- Administración y Contabilidad - Marketing e Influencer Relations - Compras - Diseño - Sostenibilidad - Dirección - Financiero - Recursos Humanos	2021: 226.000 euros. 2022: 1,2 millones de euros 2023: 4 millones de euros 2024: 16 millones de euros 2025: No se dispone de información pública	Cliente Joven entre 18-35 años

3	Silbon	Córdoba, España	Grande (Más de 400 emplead os)	Moda y Venta Texti	<ul style="list-style-type: none">- Diseño- Producción- Comercial- Marketing- Online- Recursos Humanos- Visual- Tecnologías de la Información (IT)- Sostenibilidad- Financiero- Dirección	2021: 18 millones de euros. 2022: 30 millones de euros 2023: 45 millones de euros. 2024: 65 millones de euros 2025: 100 millones de euros. (Proyección)	Clientes principalmente hombres jóvenes y adultos, de entre 25 y 50 años
---	--------	--------------------	--	-----------------------	---	--	--

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

D

- 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.

FORTALEZAS

F

- 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.

AMENAZAS

A

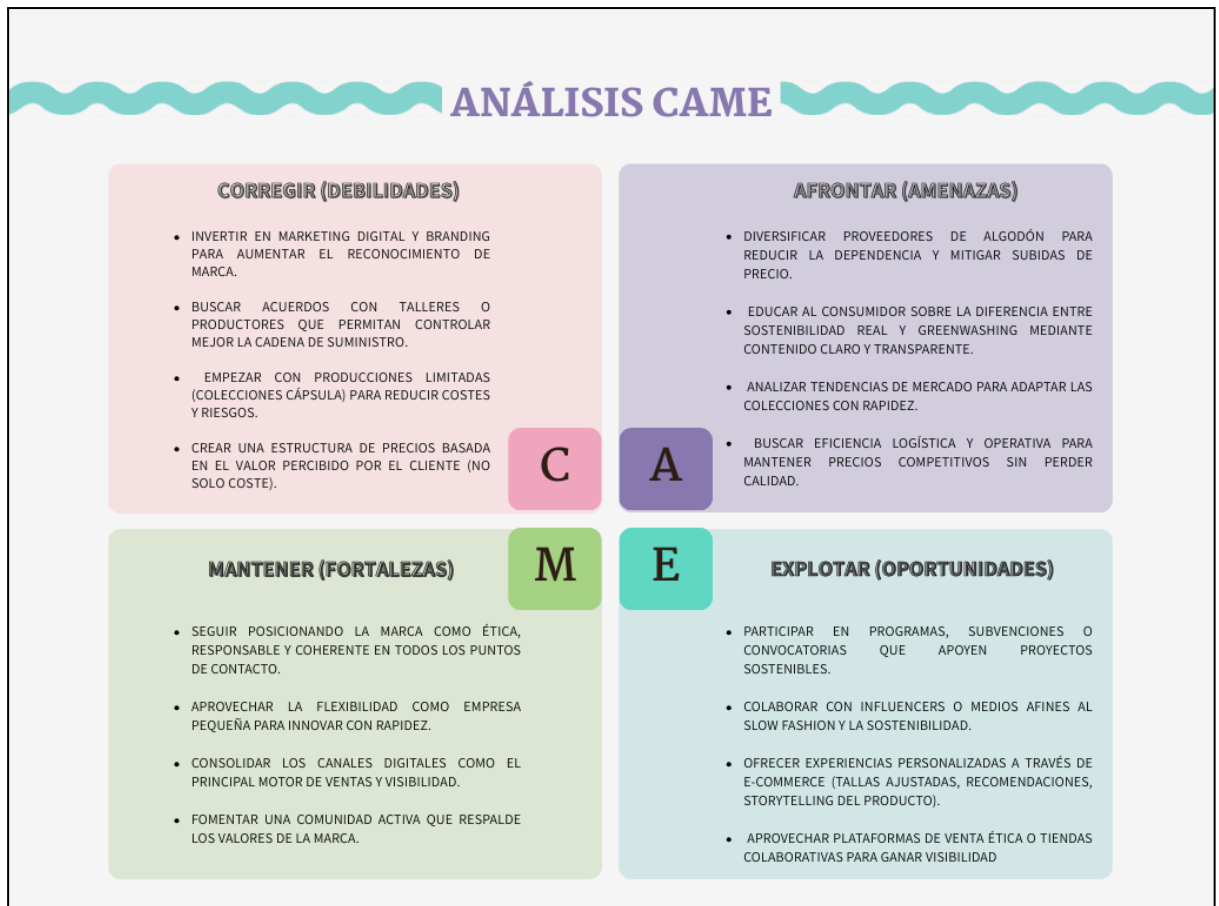
- VOLATILIDAD EN EL PRECIO DEL ALGODÓN O INTERRUPCIONES EN LA CADENA DE SUMINISTRO.
- COMPETENCIA DE GRANDES MARCAS QUE PRACTICAN GREENWASHING Y CONFUNDEN AL CONSUMIDOR.
- CAMBIOS RÁPIDOS EN LA MODA QUE PUEDEN DESFASAR PRODUCTOS SI NO SE ANTICIPA BIEN.
- SITUACIÓN ECONÓMICA QUE PUEDE REDUCIR EL PODER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

OPORTUNIDADES

O

- CRECIMIENTO DEL INTERÉS DE LOS CONSUMIDORES POR LA MODA SOSTENIBLE Y DE CALIDAD.
- EXISTENCIA DE INCENTIVOS INSTITUCIONALES Y POLÍTICAS QUE 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:



1. Características específicas requeridas para el proyecto (La idea de negocio da respuesta a las oportunidades detectadas en el análisis DAFO):

- Demanda creciente de moda sostenible: los consumidores buscan productos ecológicos y éticos.
- Tendencia a la diferenciación por valores de marca: la producción 100% algodón y con enfoque responsable se alinea con los hábitos de consumo actuales.
- Falta de propuestas asequibles y sostenibles en moda urbana: el proyecto se posiciona como una alternativa moderna, ecológica y accesible.

Requiere:

- Proveedores certificados en algodón 100% orgánico.
- Producción ética con trazabilidad.
- Presencia online potente (ecommerce, redes sociales).
- Identidad visual coherente con valores sostenibles.
- Infraestructura ligera pero escalable (showroom, almacén o punto físico con stock reducido).

2. Público objetivo

- Edad: 18 a 35 años.
- Género: Unisex, aunque podría segmentarse por colecciones.
- Perfil sociodemográfico: Jóvenes urbanos, preocupados por el medioambiente y el consumo consciente, con poder adquisitivo medio.
- Hábitos de compra: digitales, con sensibilidad hacia el diseño, la exclusividad, y los valores de marca.
- Ubicación: Principalmente en grandes ciudades (Madrid, Barcelona, Valencia, etc.), aunque con potencial nacional e internacional vía online.

3. Estrategias de marketing mix

Producto:

- Ropa urbana y casual fabricada con algodón 100% sostenible.
- Colecciones limitadas que generan exclusividad.
- Diseño minimalista con identidad de marca fuerte.

Precio:

- Política de precios medios con buena relación calidad/sostenibilidad.
- Precios competitivos en comparación con otras marcas del mismo estilo.

Distribución (Place):

- Venta online mediante ecommerce propio.
- Pop-ups y colaboraciones con tiendas multimarca.
- Futuro showroom o tienda física en zonas clave.

Promoción:

- Redes sociales (Instagram, TikTok) como canales principales.
- Marketing de influencers éticos.
- Storytelling sobre el proceso de producción y valores.
- Colaboraciones con artistas o diseñadores.
- Email marketing y programas de fidelización.

4. Ubicación, permisos, obligaciones y PRL

Ubicación del negocio:

- Local de pequeño tamaño para oficina/almacén en zona urbana asequible.
- Venta y promoción principalmente online.

Permisos y autorizaciones:

- Alta en el IAE (Impuesto de Actividades Económicas).
- Licencia de apertura y actividad del local (si es físico).
- Inscripción en la Seguridad Social y obtención de CIF como empresa.
- Cumplir con el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) en el ecommerce.

Obligaciones fiscales:

- Declaración del IVA trimestral (modelo 303).
- Declaración de IRPF o Impuesto sobre Sociedades.
- Retenciones de trabajadores y profesionales (modelo 111).
- Presentación de resúmenes anuales (modelo 390, 190, etc.).

Obligaciones laborales:

- Contratación conforme al Estatuto de los Trabajadores.
- Alta de empleados en la Seguridad Social.
- Cumplimiento del convenio colectivo correspondiente.

Prevención de Riesgos Laborales (PRL):

- Contratación de un servicio externo de prevención.
- Plan de prevención adaptado a la actividad textil (si hay confección en taller).
- Formación básica a los empleados.

5. Subvenciones para incorporar nuevas tecnologías

Puedes optar a varias ayudas públicas para mejorar la digitalización y sostenibilidad:

- Kit Digital (España): subvención para soluciones digitales (web, ecommerce, redes sociales, ciberseguridad).
- Ayudas del Ministerio de Industria para la modernización de empresas textiles.
- Subvenciones autonómicas: cada comunidad autónoma ofrece líneas para:
 - Incorporación de tecnologías limpias.
 - Digitalización del proceso comercial.
 - Economía circular.
- CDTI y ENISA: financiación pública para innovación en pymes.
- Fondos Next Generation EU (a través de programas regionales).