

# Tema2. La empresa y su entorno

## Análisis del macroentorno

### Tendencias Económicas del Mercado de la Moda

La industria de la moda ha experimentado cambios significativos en los últimos años. Según un informe de Bain & Company y Altagamma, los consumidores de lujo a nivel mundial están reduciendo su gasto en artículos discrecionales debido a la incertidumbre económica y al aumento de precios de las marcas. Se espera que el mercado de artículos de lujo personal disminuya un 2% respecto al año anterior, con una notable desaceleración entre los miembros de la generación Z. Sin embargo, los clientes con mayor poder adquisitivo siguen incrementando su consumo de lujo. Además, las experiencias de lujo, como viajes y eventos sociales, están en auge, mientras que los productos tangibles como gafas y productos de belleza muestran buenos resultados. El mercado de segunda mano también está creciendo, y los canales de venta como las tiendas físicas y online presentan dinámicas variadas. Se prevé una ligera mejora en el mercado del lujo para 2025, condicionada por los escenarios económicos globales.

### Normativas Específicas

La Unión Europea ha implementado regulaciones que obligan a las empresas textiles a recoger selectivamente los residuos textiles y prohíben la destrucción de excedentes, con el objetivo de fomentar la economía circular y reducir el impacto ambiental de la industria. Estas normativas entrarán en vigor en 2025 y podrían influir en las prácticas de producción y consumo a nivel global.

### Hábitos de Consumo

Los consumidores están adoptando prácticas más sostenibles, como la compra de ropa de segunda mano y el alquiler de prendas. Plataformas como Vinted y Humana han ganado popularidad, y grandes marcas han lanzado iniciativas para fomentar la economía circular. Por ejemplo, Inditex ha introducido su línea Zara Pre-owned, y Decathlon y Primark también han lanzado programas de recompra. Sin embargo, existe escepticismo sobre si estas acciones son verdaderos cambios o simplemente marketing ecológico.

### Influencia de la Tecnología

La tecnología desempeña un papel crucial en la transición de la industria de la moda hacia prácticas más sostenibles. Innovaciones como el diseño sostenible, la

ecoinnovación y la adopción de modelos de negocio digitales están proporcionando soluciones creativas y efectivas para disminuir el impacto ambiental relacionado con la moda rápida. Por ejemplo, el diseño sostenible implica la creación de productos y sistemas teniendo en cuenta su ciclo de vida completo, desde la obtención de materias primas hasta la eliminación o reciclaje al final de su uso. Esto incluye la elección de materiales sostenibles, la reducción de residuos y la optimización de la eficiencia energética.

## Consideraciones Medioambientales

La industria textil es una de las más contaminantes, generando el 10% de las emisiones globales de CO<sub>2</sub> y contaminando el 20% del agua del planeta. Solo el 1% de la ropa se recicla, y cada europeo desecha, de media, 11 kilos de ropa anualmente. En respuesta, tanto empresas como consumidores e instituciones están adoptando medidas para una mayor sostenibilidad. La nueva normativa de la Unión Europea, que entrará en vigor en 2025, podría ser crucial para impulsar cambios genuinos en el sector al imponer la recogida selectiva y la prohibición de la destrucción de excedentes textiles.

Nuestra aplicación tiene el potencial de posicionarse en un mercado que valora cada vez más la personalización, la sostenibilidad y la integración tecnológica. Al ofrecer recomendaciones de estilo adaptadas a las características físicas de los usuarios y opciones de compra responsables, podemos satisfacer las demandas de consumidores conscientes y alinearnos con las tendencias actuales de la industria.

## Análisis del microentorno

### ¿A quien le puede interesar la aplicacion?

Nuestra aplicación puede atraer el interés de varios actores clave dentro de la industria de la moda, la tecnología y el comercio electrónico. Estos son los principales perfiles a los que les podría interesar:

### 1. Marcas de Moda y Retailers

- **Fast Fashion:** Empresas como Zara, H&M y Shein buscan constantemente innovaciones que mejoren la experiencia de compra personalizada.
- **Moda Premium y Lujo:** Marcas como Massimo Dutti, Mango Premium o incluso firmas de lujo como Hugo Boss y Ralph Lauren podrían estar interesadas, especialmente si la app promueve la sostenibilidad y la personalización.

- **Moda Sostenible:** Marcas como Ecoalf, Patagonia o Stella McCartney podrían encontrar valor si la app recomienda prendas producidas con criterios ecológicos.

## 2. Plataformas de E-commerce y Marketplaces

- Empresas como Zalando, Asos, About You y Amazon Fashion pueden integrar la aplicación para mejorar la conversión de ventas y reducir las devoluciones, uno de los mayores desafíos del comercio electrónico de moda.

## 3. Startups y Empresas Tecnológicas

- Las compañías que trabajan con IA, realidad aumentada y tecnología de escaneo corporal, como True Fit o Fit Analytics, podrían estar interesadas en colaborar o adquirir esta tecnología.

## 4. Inversores y Aceleradoras

- Aceleradoras enfocadas en moda y tecnología, como **Fashion for Good**, **Startupbootcamp FashionTech** y **Plug and Play**, buscan proyectos innovadores como el nuestro.
- Inversores de capital riesgo que se enfocan en retail tech, como **Sequoia Capital**, **Kibo Ventures** y **Nina Capital**, podrían ver potencial en esta idea.

## 5. Consumidores Finales

- Personas que compran moda online y buscan una mejor experiencia personalizada. Esto incluye desde jóvenes consumidores de fast fashion hasta compradores de lujo que valoran la exclusividad.

### ¿Competencia?

Existen varios sustitutos para esta aplicación, pero la clave está en cómo nos diferenciamos de ellos. Los principales sustitutos pueden clasificarse en tres categorías:

### 1. Plataformas de Recomendación de Moda

- **True Fit:** Integra IA para sugerir tallas y estilos en tiendas como Zalando y Nordstrom.
- **Fit Analytics (Snapchat):** Ofrece soluciones de ajuste personalizadas para retailers.

- **Virtusize:** Permite comparar medidas de prendas propias con las que desean comprar.

## 2. Apps de Estilo Personalizado y Asistentes Virtuales

- **The Yes:** Recomienda ropa según gustos y preferencias del usuario.
- **Wishi:** Ofrece un servicio de estilistas personales online.
- **Stylebook:** Ayuda a organizar el armario y sugerir combinaciones.

## 3. Experiencia en Tienda y Proveedores Tradicionales

- **Probadores virtuales:** Empresas como H&M y Uniqlo están implementando probadores virtuales basados en IA.
- **Personal Shoppers:** Servicios en tiendas físicas o plataformas como Stitch Fix.

### Propuesta de Valor Única (PVU):

*"Una aplicación de moda inteligente que analiza las medidas y el aspecto físico del usuario para ofrecer recomendaciones de estilo personalizadas y sostenibles, con la opción de compra integrada, todo en una experiencia 100% automatizada y sin esfuerzo."*

### Pilares Clave de Diferenciación:

1. **Personalización Total:** No solo se basa en preferencias de estilo, sino en la morfología corporal real y las características físicas del usuario.
2. **Experiencia 360°:** Desde la recomendación hasta la compra en un solo lugar, sin necesidad de consultar múltiples plataformas.
3. **Sostenibilidad:** Promueve marcas y prendas responsables, ayudando al usuario a tomar decisiones de compra conscientes.
4. **Tecnología de Precisión:** IA avanzada y análisis físico para reducir devoluciones y mejorar la satisfacción.
5. **Accesibilidad:** Experiencia intuitiva y sin necesidad de estilistas humanos o probadores físicos

### Las posibles barreras

#### 1. Barreras Tecnológicas

- **Precisión en la Captura de Medidas:** El desarrollo de un algoritmo que analice con precisión las medidas y características físicas puede ser complejo, especialmente si se basa solo en fotografías o escaneos.
- **Integración con E-commerce:** Conectar la aplicación con múltiples tiendas y marketplaces requiere APIs bien desarrolladas y acuerdos comerciales.
- **Actualización de Stock:** Si las recomendaciones incluyen productos que se agotan rápidamente, la experiencia del usuario puede ser frustrante.

💡 **Solución:** Implementar tecnologías de visión por computadora, machine learning y establecer alianzas con plataformas de e-commerce que ofrezcan acceso a su inventario en tiempo real.

## 2. Barreras de Mercado y Adopción

- **Resistencia del Usuario:** Algunos consumidores pueden ser reacios a compartir datos físicos por privacidad o desconfianza tecnológica.
- **Competencia Establecida:** Empresas como True Fit, Fit Analytics y Stitch Fix ya operan en este espacio, aunque sin la personalización total que proponemos.
- **Educación del Cliente:** El concepto puede requerir explicar claramente cómo funciona y por qué es superior a métodos tradicionales de compra.

💡 **Solución:** Ofrecer una experiencia de usuario intuitiva, asegurar la protección de datos y destacar los beneficios de conveniencia y precisión.

## 3. Barreras Legales y de Privacidad

- **Protección de Datos:** El tratamiento de información corporal y de estilo puede entrar en conflicto con normativas como el **GDPR** en Europa o la **CCPA** en California.
- **Derechos de Imagen:** Si usamos escaneo o fotos, debemos asegurarnos de que los usuarios otorguen permisos claros.

💡 **Solución:** Implementar una política de privacidad transparente y encriptar los datos del usuario para garantizar la seguridad.

## 4. Barreras Medioambientales y Sociales

- **Impacto Sostenible:** Si las recomendaciones incluyen marcas de moda rápida, podría generar críticas desde una perspectiva ambiental.
- **Ética en la IA:** Los algoritmos deben evitar sesgos relacionados con el cuerpo, la talla o la diversidad cultural.

💡 **Solución:** Priorizar marcas sostenibles y asegurar que la IA esté entrenada con datos diversos e inclusivos.

## 💰 5. Barreras Financieras y Operativas

- **Costes de Desarrollo:** La construcción de la app, la IA y la infraestructura de backend pueden requerir una inversión significativa.
- **Monetización Sostenible:** Encontrar el equilibrio entre ingresos por comisiones, suscripción premium o publicidad sin afectar la experiencia del usuario.

💡 **Solución:** Empezar con un *MVP* (producto mínimo viable) y buscar inversores o socios estratégicos para reducir el riesgo financiero.

### ¿Cuanto pagamos?

Para definir una estrategia de precios para la aplicación, es clave equilibrar la accesibilidad para los usuarios y la rentabilidad mediante las colaboraciones con empresas. Aquí tenemos una propuesta de precios:

## 💰 1. Modelo para Usuarios Finales

### 🌿 Opción Freemium (Gratis):

- Registro y análisis básico de medidas.
- Recomendación de estilo limitada a pocas categorías de ropa.
- Acceso a marcas patrocinadas.
- Publicidad ocasional.

### ★ Opción Premium (Suscripción Mensual o Anual):

Incluye todas las funciones avanzadas:

- Análisis detallado del cuerpo y estilo personalizado.
- Recomendaciones ilimitadas y exclusivas.
- Descuentos y acceso prioritario a promociones.
- Asesoría virtual (si integras una función de personal shopper).

### Precios aproximados:

- **Mensual:** 4,99 € - 9,99 €/mes.
- **Anual:** 49,99 € - 79,99 €/año.

## 2. Modelo para Empresas (Tiendas y Marcas de Moda)

Las empresas pueden pagar por visibilidad, integración y acceso a la audiencia de la app.

### Planes por Suscripción:

- **Básico:** 49 €/mes – Listado de productos y acceso a análisis básicos de usuarios.
- **Avanzado:** 149 €/mes – Recomendaciones destacadas, integración de inventario en tiempo real y analíticas avanzadas.
- **Premium:** 299 €/mes – Personalización total de escaparates virtuales, campañas promocionadas y asesoramiento en IA.

### Modelo por Comisión (opcional):

- **10-15 %** de cada venta generada a través de la app.
- Este modelo puede complementar la suscripción o ser una opción para empresas que prefieran pagar solo por resultados.

## 3. Ingresos Adicionales:

- **Publicidad:** Marcas que quieran destacar sus productos pueden pagar por campañas personalizadas dentro de la app.
- **Colaboraciones:** Ofrecer colecciones exclusivas o cápsulas en colaboración con marcas específicas.

# **Análisis DAFO de Made4U**

## **Fortalezas (Internas)**

1. **Personalización Avanzada:** Recomendaciones basadas en medidas corporales y estilo individualizado.
2. **Experiencia Integral:** Desde la captura de datos hasta la compra, todo en una sola plataforma.
3. **Reducción de Devoluciones:** Recomendaciones precisas que minimizan errores de talla y estilo.
4. **Enfoque Sostenible:** Posibilidad de priorizar marcas eco-friendly y moda circular.
5. **Escalabilidad:** Aplicable a diferentes mercados y segmentos (moda masculina, femenina, infantil).

## **Debilidades (Internas)**

1. **Desarrollo Tecnológico Complejo:** Necesidad de algoritmos precisos para capturar medidas exactas.
2. **Dependencia de Integraciones:** Requiere colaboración con e-commerce y marketplaces.
3. **Protección de Datos:** La recopilación de información corporal implica riesgos de privacidad.
4. **Educación del Usuario:** Explicar claramente los beneficios para superar la resistencia inicial.
5. **Costes Operativos:** Inversión inicial alta para desarrollo, marketing y mantenimiento.

## **Oportunidades (Externas)**

1. **Crecimiento del E-commerce:** El auge de la compra online post-pandemia impulsa la demanda de soluciones personalizadas.
2. **Tendencia Hacia la Sostenibilidad:** Los consumidores buscan marcas responsables y experiencias personalizadas.
3. **Innovación Tecnológica:** Avances en IA, realidad aumentada y escaneo corporal simplifican la implementación.



4. **Expansión Global:** La aplicación puede adaptarse a diferentes mercados y colaboraciones internacionales.
5. **Nuevos Modelos de Negocio:** Oportunidades de monetización mediante suscripción, afiliación o publicidad.

## Amenazas (Externas)

1. **Competencia Establecida:** Plataformas como True Fit, Fit Analytics y Stitch Fix ya operan en el mercado.
2. **Regulaciones de Privacidad:** Leyes como el GDPR y la CCPA pueden dificultar la recopilación de datos.
3. **Cambio en Hábitos de Consumo:** Si el mercado se inclina hacia la moda circular o alquiler, la compra tradicional puede disminuir.
4. **Riesgo Tecnológico:** Problemas técnicos o fallos en el análisis corporal pueden afectar la confianza del usuario.
5. **Incertidumbre Económica:** La reducción del gasto en moda podría afectar la adopción de la aplicación.

## Cultura empresarial

Nuestra empresa se define por la innovación, la personalización y el compromiso con la satisfacción del cliente. Nos guiamos por una visión moderna de la moda, apoyada en la tecnología y el respeto por la diversidad de estilos y cuerpos. Creemos en la importancia de crear una experiencia única para cada usuario, combinando inteligencia artificial y asesoramiento personalizado para ofrecer recomendaciones de moda que reflejen la identidad y las necesidades de cada persona.

## Misión

Nuestra misión es revolucionar la forma en que las personas encuentran y compran ropa, proporcionando recomendaciones personalizadas basadas en sus características físicas y gustos personales. A través de nuestra aplicación, buscamos simplificar el proceso de compra, ahorrar tiempo y asegurar que cada cliente se sienta cómodo, representado y satisfecho con las prendas y complementos sugeridos.

## Visión

Queremos ser la plataforma líder en el asesoramiento personalizado de moda online, reconocida por la precisión de nuestras recomendaciones, la innovación de nuestra tecnología y la calidad de nuestra experiencia de usuario. Aspiramos a colaborar con

las principales marcas y tiendas del sector, creando un ecosistema donde la tecnología y la moda se unan para ofrecer soluciones únicas y personalizadas.

## Valores

- **Innovación:** Apostamos por el desarrollo y la mejora continua de nuestra tecnología para ofrecer un servicio eficiente y moderno.
- **Personalización:** Nos centramos en entender las necesidades y preferencias individuales de cada cliente.
- **Diversidad e Inclusión:** Respetamos y valoramos la variedad de estilos, tallas y formas, promoviendo la representación de todas las personas.
- **Ética y Transparencia:** Operamos con honestidad y claridad en nuestras relaciones con clientes, socios y empleados.
- **Compromiso con el Cliente:** La satisfacción de nuestros usuarios es nuestra prioridad.

## Código Ético

Nuestro código ético establece las normas y principios que guían el comportamiento de todos los miembros de la empresa:

- **Respeto y Tolerancia:** Fomentar un ambiente de trabajo inclusivo, libre de discriminación y respetuoso con todas las personas.
- **Confidencialidad:** Proteger la información personal de los usuarios y cumplir estrictamente con las leyes de protección de datos.
- **Integridad Profesional:** Actuar con honestidad, evitando cualquier conflicto de interés y priorizando siempre el bienestar del cliente.
- **Compromiso con la Calidad:** Garantizar la precisión de nuestras recomendaciones y la excelencia de nuestro servicio.
- **Cumplimiento Legal:** Ajustarse a todas las normativas vigentes en el ámbito comercial, laboral y de protección de datos.

## Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Nos comprometemos a generar un impacto positivo en la sociedad y el entorno mediante las siguientes acciones:

- **Promoción de la Diversidad:** Colaborar con marcas que ofrezcan una amplia gama de tallas, estilos y precios, fomentando la inclusión.
- **Sostenibilidad:** Priorizar acuerdos con tiendas que adopten prácticas de producción responsable y sostenible.

- **Educación en Moda Consciente:** Informar a nuestros usuarios sobre el impacto ambiental de sus decisiones de compra y promover el consumo responsable.
- **Desarrollo Profesional:** Ofrecer oportunidades de formación y crecimiento a nuestros empleados, asegurando un entorno laboral justo y enriquecedor.
- **Apoyo a la Comunidad:** Participar en iniciativas sociales relacionadas con la moda, la tecnología y el emprendimiento.

Con esta base, nuestra empresa no solo busca el éxito comercial, sino también contribuir positivamente al bienestar de nuestros clientes, empleados y la sociedad en general.

## Tema 8. Plan financiero

### PLAN DE TESORERÍA (3 MESES)

Entradas previstas:

- Aportación de los fundadores: 12,000 EUR (mes 1)
- Inversores privados: 110,000 EUR (mes 1)
- Préstamo bancario: 70,000 EUR (mes 1)
- Subvenciones y ayudas tecnológicas: 25,000 EUR (mes 2)

Total entradas: 217,000 EUR

Salidas previstas:

- Desarrollo de la aplicación: 45,000 EUR (mes 1)
- Diseño UX/UI: 6,000 EUR (mes 1)
- Registro de marca y patentes: 2,000 EUR (mes 1)
- Equipos informáticos: 6,000 EUR (mes 1)
- Servidores iniciales: 8,000 EUR (mes 1)
- Licencias de software y herramientas IA: 4,000 EUR (mes 1)
- Mobiliario de oficina: 3,000 EUR (mes 1)
- Alquiler local (fianza 2 meses): 5,000 EUR (mes 1)
- Página web y dominio: 1,500 EUR (mes 1)
- Publicidad inicial: 6,000 EUR (mes 1)
- Gastos legales y contables iniciales: 2,500 EUR (mes 1)
- Costes operativos mensuales (salarios, alquiler, servicios): 32,000 EUR (mes 1)
- Costes operativos mensuales: 32,000 EUR (mes 2)
- Costes operativos mensuales: 32,000 EUR (mes 3)

Total salidas: 185,000 EUR

Saldo final previsto después de 3 meses: 217,000 EUR - 185,000 EUR = 32,000 EUR

## BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

Activo:

- Equipos informáticos: 6,000 EUR
- Servidores: 8,000 EUR
- Licencias de software y herramientas IA: 4,000 EUR
- Mobiliario de oficina: 3,000 EUR
- Página web y dominio: 1,500 EUR

Total activo: 22,500 EUR

Pasivo:

- Préstamo bancario: 70,000 EUR

Patrimonio neto:

- Aportación fundadores: 12,000 EUR
- Inversores privados: 110,000 EUR

- Subvenciones y ayudas: 25,000 EUR

Total pasivo y patrimonio neto: 217,000 EUR

Punto muerto

Hacerlo en clase

FACTURA PROPUESTA

Proveedor: Tech Solutions S.L. Fecha: 01/03/2025 Concepto: Equipos informáticos (4 ordenadores) Cantidad: 4 Precio unitario: 1,500 EUR Total: 6,000 EUR

Forma de pago: Transferencia bancaria Plazo de pago: 30 días