

# SAAS - EL DOLOR

---

ADÁN AI | Generado el: 31/12/2025

## SaaS – El Dolor

### 1. Resumen Ejecutivo

Tu proyecto consiste en lanzar una **tienda de ropa virtual** que funcione como un SaaS para pequeños y medianos retailers de moda. El objetivo es resolver los **dolores críticos** que impiden a estos negocios escalar: altas tasas de abandono de carrito y costes de adquisición de clientes (CAC) elevados. El valor diferencial se centra en una **experiencia de compra personalizada** impulsada por IA y un **funnel de checkout optimizado** con pruebas A/B automáticas.

### 2. Diagnóstico

#### 2.1 Dolor principal

- **\*\*Tasa de abandono de carrito\*\*:** Estudios muestran que el 70 % de los carritos quedan abandonados. Esto afecta directamente los ingresos y la percepción de la marca.
- **\*\*Costes de adquisición de clientes (CAC)\*\*:** En la industria de moda digital, el CAC puede superar el 30 % del valor de vida del cliente (LTV), reduciendo márgenes.

#### 2.2 Oportunidades de mercado

- **\*\*Segmento de moda sostenible\*\*:** Creciente demanda de marcas responsables.
- **\*\*Diseñadores emergentes\*\*:** Necesitan una plataforma para pre ventas y crowdfund.

#### 2.3 Benchmark de competidores

- **\*\*Bold Metrics\*\*:** Reduce abandono en 15 % mediante analytics.
- **\*\*Klaviyo\*\*:** Disminuye CAC en 20 % con email segmentado.

### 3. Recomendaciones

#### 3.1 Producto

1. **Motor de recomendación de estilo:** IA que sugiere productos basados en historial y preferencias, incrementando la conversión.
2. **Checkout dinámico:** Pruebas A/B automáticas (CTA, flujo de pagos, upsell) para optimizar la tasa de conversión.
3. **Gamificación de carrito:** Recordatorios y recompensas para reducir abandono.

#### 3.2 Modelo de negocio

- \*\*Suscripción mensual\*\* (USD /29 //mes) con acceso a herramientas básicas.
- \*\*Comisión por venta\*\* (5 %) sobre features premium (IA, analytics, marketing automation).
- \*\*Marketplace de accesorios\*\* que genere ingresos adicionales por transacción.

### 3.3 Estrategia de marketing

- \*\*Inbound\*\*: Contenido educativo sobre moda sostenible.
- \*\*Outreach\*\*: Programas de afiliados para diseñadores.
- \*\*Ads\*\*: Segmentación por intereses y retargeting de carritos abandonados.

### 3.4 Roadmap de MVP (6 /meses)

Mes	Entregable	Prioridad
1	Arquitectura SaaS & API	Alta
2	Motor de recomendación MVP	Alta
3	Checkout dinámico (A/B)	Media
4	Dashboard de analytics	Média
5	Integración de pagos locales	Alta
6	Beta con 10 tiendas piloto	Alta

## 4. Métricas Clave

- \*\*Tasa de abandono de carrito\*\* (objetivo: < 50 %)
- \*\*CAC / LTV ratio\*\* (objetivo: < 0.3)
- \*\*CTR de recomendaciones\*\* (objetivo: > 10 %)
- \*\*Número de tiendas activas\*\* (objetivo: 500 en 12 /meses)

## 5. Próximos pasos

1. Validar la necesidad de motor de recomendación con 5 tiendas piloto.
2. ~~Definir la arquitectura técnica para escalar a 10,000 usuarios.~~
3. Planificar la campaña de lanzamiento con enfoque en moda sostenible.

**Nota:** Este documento sintetiza la fase de diagnóstico y propuesta de valor. Para avanzar, sería útil comprender si priorizas la **reducción de abandono** o la **optimización del CAC** como objetivo inicial.