

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	Media
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.