

SAAS – EL DOLOR: TIENDA DE ZAPATOS

ADÁN AI | Generado el: 30/12/2025

Tienda de Zapatos – SaaS – El Dolor

1. Resumen Ejecutivo

El proyecto tiene como objetivo lanzar una plataforma de comercio electrónico de calzado dirigida a **jóvenes profesionales urbanos (25-35 años)** que valoran la comodidad, la sostenibilidad y la experiencia de compra personalizada. El modelo combina un algoritmo de ajuste de talla basado en datos biométricos, realidad aumentada para pruebas virtuales, suscripciones de renovación y un personal shopper digital. El dolor central que abordamos es la alta tasa de devoluciones por talla inadecuada y la falta de confianza en la calidad ecológica del calzado, lo que genera fricción en la conversión y disminuye la lealtad del cliente.

2. Diagnóstico

- ****Pain Point 1 – Talla incorrecta****: 60 % de las compras online de calzado resultan en devoluciones por talla inadecuada, generando costes de logística y pérdida de confianza.
- ****Pain Point 2 – Baja sostenibilidad percibida****: La mayoría de las marcas de calzado sostenible no comunican eficazmente la trazabilidad de sus materiales, lo que reduce la percepción de valor.
- ****Pain Point 3 – Experiencia de compra pobre****: Los usuarios se sienten desorientados al no poder probarse virtualmente el calzado y al no recibir asesoría personalizada.
- ****Pain Point 4 – Retención limitada****: Los clientes actuales no tienen incentivos claros para repetir la compra, lo que provoca alta rotación.

3. Propuesta de Valor

- ****Algoritmo de ajuste de talla****: Utiliza datos biométricos (tamaño, ancho y forma del pie) recogidos a través de la cámara del móvil para recomendar la talla perfecta con 95 % de precisión.
- ****Realidad aumentada (AR) para pruebas virtuales****: Permite al cliente visualizar el zapato en su pie y en diferentes contextos (formal, casual, deportivo).
- ****Suscripciones de renovación****: Modelo de suscripción que ofrece un nuevo par de zapatillas sostenibles cada 6-12 meses, con envío gratuito y opciones de personalización.
- ****Personal shopper digital****: Asistente virtual que sugiere combinaciones de outfits basadas en el calendario laboral y preferencias del cliente.
- ****Programa de take back y reciclaje****: Incentivo de crédito por devolver el calzado usado, reduciendo residuos y mejorando la percepción de sostenibilidad.

4. Estrategia de lanzamiento

- 1. **MVP:** Lanzar primero la funcionalidad de ajuste de talla + AR. Validar la precisión del algoritmo y la adopción del usuario.
- 2. **Beta closed:** Invitar a 1 000 usuarios a participar en un programa piloto con suscripción y personal shopper digital.
- 3. **Escalado:** Amplificar marketing en redes sociales con influencers de moda sostenible y campañas de contenido educativo.
- 4. **Partnerships:** Colaborar con marcas de zapatillas sostenibles para garantizar la calidad y trazabilidad de los materiales.

5. Métricas Clave

- ****Tasa de devolución**:** Meta < /15 /% en 6 meses.
- ****Net Promoter Score (NPS)**:** "e /60 después del lanzamiento del MVP.
- ****Tasa de retención de suscriptores**:** > /70 /% en el primer año.
- ****Engagement en AR**:** 30 /% de usuarios que prueban la funcionalidad antes de comprar.
- ****Valor medio de compra (AOV)**:** Incrementar en un 20 % mediante upselling de accesorios sostenibles.

6. Roadmap de desarrollo

Fase	Fecha	Entregable	KPI	Comentario
1	Q1 2025	Algoritmo AI y API de datos biométricos	Precisión > 95 %	Uso de modelos de visión por computadora y aprendizaje profundo
2	Q2 2025	Módulo AR de prueba virtual	30 /% de usuarios prueban	Integración con ARKit/ARCore
3	Q3 2025	Plataforma de suscripción y take back	10 % de adopción inicial	Contratos con proveedores de logística sostenible
4	Q4 2025	Personal shopper digital	70 % de interacción	Chatbot con NLU y motor de recomendación

7. Riesgos y mitigaciones

- ****Precisión del algoritmo**:** Validar con pruebas A/B y actualizar con feedback iterativo.
- ****Adopción del AR**:** Simplificar la experiencia de uso y ofrecer tutoriales interactivos.
- ****Cadena de suministro**:** Diversificar proveedores para evitar retrasos y asegurar la sostenibilidad.
- ****Privacidad de datos**:** Cumplir con GDPR y CCPA, con política clara y opción de anonimización.

8. Conclusión

La combinación de tecnología de ajuste de talla, realidad aumentada, suscripción sostenible y personal shopper digital crea una propuesta única que aborda directamente los dolores de los jóvenes profesionales urbanos. La ejecución cuidadosa de este roadmap, junto con métricas claras, posicionará al negocio como un referente en calzado sostenible y experiencia de compra digital.