

LA CADENA DE TIENDAS DE ROPA

# FOREVER 21

Equipo: 1

Miguel Angel Jalomo Hernández

1857876

Aldo Román Martínez González

1844044

Mario Alberto Rodríguez Morales

1860043

Grupo: 007



# LA CADENA DE TIENDAS FOREVER 21

La cadena de ropa Forever21 nació el 16 de abril de 1984, fue fundada por Do Won Chang en Figueroa Street en Los Ángeles (CA), con una inversión inicial de \$11,000 dólares. Durante su primer año, bajo el nombre inicial que tuvo el cual fue Fashion21 logró recaudar más de \$700,000 dólares de ingresos, y a finales de 1984 cambió de nombre a Forever21. Entre 1984 y 1989, se abrieron 11 tiendas de Forever21 en Los Ángeles y fue en 1995 que abrieron su primera tienda fuera de CA, siendo esta en Miami (FL). Entre 2001 y 2014 se expandieron esta vez a más países alrededor del mundo, siendo el primero de ellos Canadá, y posteriormente llegaron a Reino Unido, China, España, Corea del Sur, México, Brasil, entre otros. En 2015 se tenían más de 800 tiendas dentro de los Estados Unidos y 262 fuera de este. Sus principales competidores son Zara y H&M.



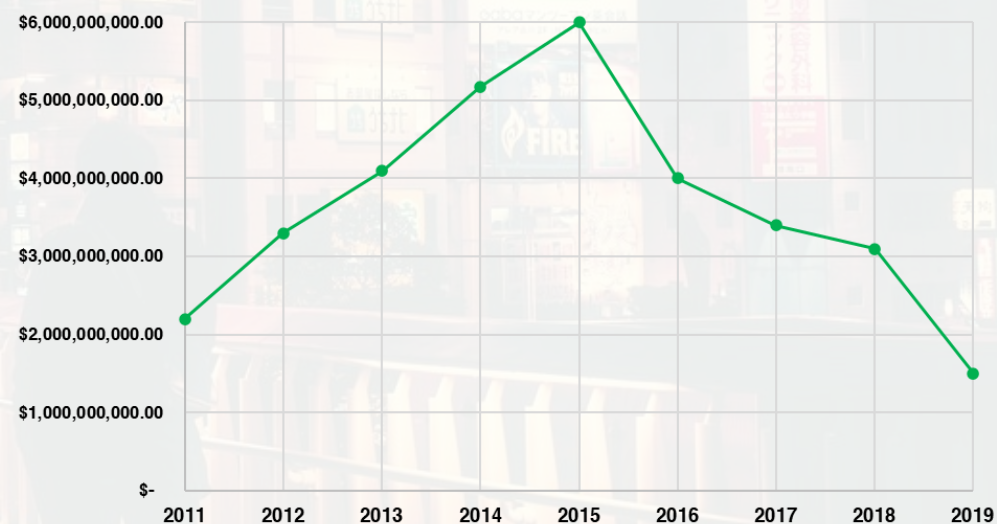


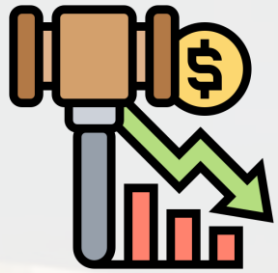
# LA DECADENCIA DE FOREVER 21

Al comienzo de la década pasada, el patrimonio de Forever21 iba en ascenso, incluso se hablaba de Do Won Chang como un caso de un asiático que logro consolidar el sueño americano. Ya que durante los primeros 5 años de la década, el patrimonio neto de Forever21 iba cada vez más en ascenso.

Pero al mismo tiempo que sus ventas aumentaban, también cambiaba la forma de vender de las tiendas, ya que cada vez los clientes recurrían más a las compras online que a las compras de manera presencial, esto junto con algunos escándalos hizo que Forever21 se declarara casi en bancarrota en 2020.

Patrimonio Neto de Forever21





# LOS PROBLEMAS DE FOREVER 21

Entre los 4 principales problemas a los cuales se enfrenta financieramente la cadena de tiendas de ropa se encuentra:

El comercio en línea	Tiendas enormes y mal distribuidas	Rechazo a la moda rápida	Una demanda
Las compras en línea cada vez son más comunes y más con la contingencia sanitaria que se vive actualmente, a diferencia de sus competidores, Forever21 tiene una muy mala tienda en línea.	Las tiendas de Forever21 suelen ser tiendas muy grandes, lo cual conlleva mayores gastos en mantenimiento, además de un número excesivo de tiendas dentro de los Estados Unidos.	A comparación de otras tiendas en las cuales se vende ropa para poco uso debido a que “pasan de moda”, Forever21 no se enfoca en este tipo de modas que es lo actualmente es el auge en el mercado de ropa.	En 2019, cuando la cadena iba a la bancarrota, sacaron prendas con temática de la canción 7 Rings de Ariana Grande sin autorización, por lo cual, la cantante los demandó por \$10M de dólares.





# SOLUCIÓN A LAS PROBLEMÁTICAS DE FOREVER 21

Se puede optar con varias alternativas independientes entre sí para obtener números positivos, de manera que se pueda obtener una mejor rentabilidad, a un plazo no tan largo, como:

- **Rediseñar** la plataforma web (y su app) para hacerlo mas atractivo para el consumidor.



- Después de mejorar la estética de la plataforma, también es viable hacer una **optimización** de la plataforma (como su app) para que a los consumidores les resulte mas cómodo realizar la búsqueda de sus productos como al momento de comprar.





# SOLUCIÓN A LAS PROBLEMÁTICAS DE FOREVER 21

- A su vez, trabajar con un artista grande para hacer una **colaboración** con la tienda para cumplir con el mismo fin.
- Hacer una colaboración con Dua Lipa porque sus seguidores pueden ser un grupo de consumidores potenciales de la marca Forever21, aprovechando el actual éxito a nivel mundial de su canción "Levitating".



- **Hacer** campañas en sus redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter promocionando su sitio Online para atraer a mas consumidores.





# PROYECCIÓN PARA FOREVER 21 (2021+)

Con la implementación de las soluciones que tenemos pensadas, se tiene una proyección positiva para la compañía con ganancias rondando entre los 1.071 y 2.73 millones de dólares de manera mensual, se tiene esta proyección debido a como se comportaron las ganancias de otras compañías dedicadas a la moda cuando realizaron colaboraciones con artistas reconocidos mundialmente, en nuestro caso se tiene pensado una colaboración con Dua Lipa, la cual es una artista que actualmente esta en las primeras posiciones de la industria musical, esto provocaría que sus seguidores voltearan a ver a la marca.

Por la situación en la que se encuentra la compañía, en un principio las ganancias serian muy pocas lo cual es bueno tomando en cuenta que viene de tener solo perdidas y nos mostraría que la compañía va por buen camino. Durante un tiempo implementando las soluciones ya mencionadas, se tiene estimado que la compañía pueda volver a una situación positiva para ella.







# CONCLUSIONES

## **Miguel Angel Jalomo:**

Forever21 es el claro ejemplo de lo importante que es el uso de la tecnología actualmente, y de como las compañías deben de adaptarse a los tiempos para seguir en el mercado. En la actualidad son factores muy importantes, el uso de las plataformas, el marketing digital y las influencias. Algo que esta empresa no ha sabido manejar de la mejor manera. Es de suma importancia localizar las debilidades de una compañía y atacarlas para sobrevivir en el mercado, así como aprender de ellas para seguir rindiendo económicamente.





# CONCLUSIONES

## **Aldo Román Martínez:**

Lo cierto es que nadie nace sabiendo como hacer de un mercado lo mas rentable posible, todo o casi todo se basa en la experiencia tanto ajena como la que no te corresponde, enseñanzas que pasa de un ámbito a otro porque es el mismo concepto. Lo mejor que se puede hacer durante una crisis es el aprender de ella y proponer muchas posibles soluciones y llegar a un acuerdo con tu equipo y aprender de como se desarrollan tus ideas, y estas son las ideas que proponemos para hacer mas rentable de Forever 21.



# CONCLUSIONES

## **Mario Alberto Rodríguez:**

Forever21 es un claro ejemplo de la frase “adaptarse o morir”, ya que esta marca llegó al mercado en línea cuando su competencia ya era un éxito en esto, cada vez las personas preferían más comprar desde casa que ir a la tienda y Forever21 no era parte de esto. Al aplicarse nuestras soluciones, Forever21 podría recuperarse, ya que con la contingencia sanitaria actual las compras en línea están en su mayor auge ya que debemos quedarnos en casa, y aunque su colaboración con Ariana Grande no fue una colaboración oficial, esta colaboración fue un éxito, por lo que al lanzar una colaboración con un artista que tenga un gran número de fans, Forever21 tendría muchísimas ganancias alrededor del mundo y más si estos productos se venden en una página web o una app cómoda de usar.