

SOCIEDADES CLAVES

Las SOCIEDADES CLAVE están compuestas por la red de proveedores y socios que permiten que un modelo de negocio funcione.

Una empresa puede establecer alianzas con otras por múltiples razones: para optimizar su modelo de negocio: busca normalmente una reducción de costes y suele implicar la subcontratación o la puesta en común de infraestructuras.

-Para reducir riesgos: una alianza puede disminuir las probabilidades de tener pérdidas o incluso de bancarrota

-Para adquirir recursos: con el objetivo de extender sus propias capacidades empleando a otras empresas y conseguir recursos específicos, adquirir conocimiento, licencias o acceder a nuevos clientes.



Identificar los socios claves de una empresa es muy importante para la planificación estratégica del negocio. Canvas nos facilita un modelo ágil, útil y sencillo para hacerlo.

- Intercambia el antiguo Plan de Empresa por un formato mucho más rápido y flexible a cambios con el modelo Canvas. Con solo un folio, un puñado de post-its y muchas ideas puedes empezar.
- Los socios clave son alianzas estratégicas que ayudan al negocio a crecer y funcionar de manera óptima.

Crear una plataforma que permita a los usuarios escanear sus cuerpos, tomar medidas y probarse ropa en línea requiere la participación de varias partes interesadas o socios clave.

A continuación se detallan algunas de las posibles asociaciones importantes de nuestra empresa:

Usuario final:

Consumidores: los usuarios finales utilizan su plataforma para escanear sus cuerpos, tomar medidas precisas y probarse ropa en línea.

Fabricantes y vendedores de ropa:

Proveedores de ropa: las marcas y minoristas de moda pueden asociarse con usted para permitir que los usuarios se prueben ropa en su plataforma.

Creador de la tecnología de escaneo:

Empresas que venden tecnología de escaneo 3D. Si utiliza tecnología de escaneo 3D u otras soluciones similares, debe cooperar con empresas especializadas en este campo.

Plataforma de comercio electrónico:

Integre con plataformas de comercio electrónico. Integrar la plataforma con sitios de comercio electrónico existentes puede resultar beneficioso, ya que permite a los usuarios realizar compras directamente desde la aplicación.

Empresas de seguridad de datos:

Proveedores de ciberseguridad: dado que su plataforma procesará datos personales, será importante asociarse con empresas que se especializan en ciberseguridad para garantizar que la información del usuario esté protegida.

Empresas de publicidad y marketing:

Agencia de marketing digital: trabaje con expertos en marketing para promocionar su plataforma y atraer más usuarios.

Empresas de logística:

Empresas de transporte y logística. Si tu plataforma facilita la compra de ropa, puedes asociarte con empresas de logística para gestionar las entregas.

Servicios financieros:

Procesador de pagos: asóciese con servicios de procesamiento de pagos para gestionar las transacciones realizadas a través de su plataforma.

Empresas de desarrollo de software:

Desarrolladores de software y tecnología: Tener un equipo de desarrolladores manteniendo y mejorando constantemente la plataforma siempre es beneficioso.

Autoridades regulatorias y legales:

Consejero legal.

Trabaje con su asesor legal para garantizar que su plataforma cumpla con todas las normas de privacidad y seguridad de datos.

Comunidad de moda y estilo:

Blogs de moda, influencers: colabora con la comunidad de moda e influencers para aumentar la visibilidad de tu plataforma.

Tras realizar un análisis sobre el mercado en el que trabajamos y observar distintos negocios en los que el factor de compra-venta online es imprescindible hemos seleccionado como negocios favorables para colaborar con nuestra empresa a:

- **SECTOR INDITEX:** Inditex teje su liderazgo también en Internet. El gigante de la moda gallego alcanzó el año pasado unas ventas *online* de 7.806 millones de euros, lo que supone un 4,08% más que en 2021, cuando el negocio en la Red alcanzó cifras históricas debido a la pandemia, llegando a crecer un 14%. La tienda online de Inditex supone ahora el 22,4% de la facturación total del grupo y sus ventas duplican con creces las cifras de 2019.



- **H&M:** Está empresa lidera el segundo puesto tras Inditex en la venta online. El comercio por Web en esta empresa, gracias a su diseño y a sus guías en tallas, es de grandes cantidades y favorece a sus clientes con sus detalles y experiencia online. En total esta empresa para finalizar el año obtiene 5,991 millones en la página web.



- **SHEIN:** Shein es considerada la empresa de *e-commerce* de mayor crecimiento en todo el mundo. Obtuvo casi 10.000 millones de dólares por

ingresos y ha presentado un crecimiento de más del 100% en los últimos ocho años. Además, se posiciona como la aplicación de compras más grande en EEUU, así logrando aventajar a Amazon (Lopez, 2021). La ventaja de Shein, una empresa china, es que es capaz de competir en la categoría de ropa. Esto debido a que la fabricación es local, a grande escala, con buena calidad y a un precio reducido. Shein fue una de las primeras compañías en recurrir a influencers. También estuvo presente en Pinterest y recientemente en la famosa red social Tik Tok llegando a convertirse en la marca más comentada de la misma en el año 2020 (McCormick, 2021).

SHEIN

- **STUSSY:** Esta marca californiana, nacida en 1954, es trending topic en la juventud actual. Debido a la escasa cantidad de tiendas, la venta online es clave en ella ya que la mayoría acceden a esta para la obtención de hoodies, lo cual es su prenda más popular, al no tener tienda en su ciudad. Se considera una marca que pese a no ser de lujo, sí que es de alta categoría y el precio de cada sudadera se rodea en torno a 120/240€. Teniendo en cuenta este dato y analizando las ventas de los demás productos observamos como la marca llega a fin de año con un beneficio de entre 17 y 20 millones de dólares, una cifra más que considerable.

