

■ 1. SEGMENTO DE CLIENTES

¿Para quién creamos valor?

Con la aplicación móvil de asesoría de imagen

creamos valor para personas que quieren mejorar su imagen personal sin necesidad de tener conocimientos de moda ni dedicar tiempo excesivo a elegir ropa.

Nuestro público objetivo incluye:

- Jóvenes y adultos entre 16 y 40 años, una franja muy activa digitalmente.
- Personas interesadas en la moda, pero que no saben combinar prendas.
- Usuarios con poco tiempo (estudiantes, trabajadores, creadores de contenido).
- Personas que sienten inseguridad con su cuerpo o su estilo.
- Usuarios que quieren causar buena impresión en su entorno personal y profesional.
- Personas que compran ropa online y suelen equivocarse.
- Creadores de contenido que buscan una imagen coherente para redes sociales.

Clientes clave

Usuarios finales (B2C) que usan la app/web.

Marcas y tiendas online interesadas en integrar el sistema (B2B).

■ 2. PROPUESTA DE VALOR (aquí está la magia)

¿Qué ofrecemos?

Ofrecemos una plataforma de estilismo inteligente basada en IA que actúa como un asesor de imagen personal, disponible en todo momento, capaz de recomendar outfits adaptados a:

- Tipo de cuerpo, altura y compleción.
- Tono de piel y rasgos físicos.
- Personalidad y estilo de vida.
- Contexto específico (evento, clima, horario).
- Presupuesto del usuario.
- Tendencias actuales de moda.
- Problemas que resolvemos
- Indecisión diaria al vestirse.
- Frustración por compras que no favorecen.
- Pérdida de dinero en ropa que no se usa.
- Falta de confianza y autoestima.
- Saturación de información de moda en redes.
- Beneficios emocionales
- Seguridad al vestir.
- Aumento de la autoestima.
- Sensación de control de la imagen personal.
- Tranquilidad y ahorro de tiempo.
- Valor diferencial
- Personalización extrema.
- Uso de psicología del color y percepción.
- Combinaciones únicas, no copiadas.
- Precio accesible frente a un estilista humano.
- Evolución constante según el usuario.

■ 3. CANALES (estrategia real)

Canales digitales

El principal canal será la app móvil, concebida como el eje de la experiencia del usuario, desde la inspiración hasta la conversión. La web funcionará como apoyo, orientada a la captación de nuevos usuarios, consulta de información y posicionamiento de marca.

En redes sociales, se trabajarán distintos enfoques según la plataforma:

- TikTok se utilizará para generar contenido viral, mostrando transformaciones de looks, tendencias y vídeos dinámicos.
- Instagram se centrará en outfits diarios, reels inspiracionales, stories y colaboraciones con marcas y creadores.

Se reforzará la visibilidad mediante influencers de moda y lifestyle, alineados con los valores de la marca. Además, se implementará email marketing personalizado según intereses y comportamiento del usuario, junto con push notifications inteligentes para comunicar novedades, recomendaciones y promociones relevantes.

Estrategia de captación hacer charlas por instis

La captación se basará en una combinación de contenido educativo y de entretenimiento, que aporte valor y refuerce la conexión con la audiencia. Se impulsarán colaboraciones con creadores de contenido para ampliar el alcance y generar confianza.

Como apoyo, se utilizarán campañas de retargeting publicitario para impactar a usuarios interesados y una estrategia de SEO aplicada a un blog de moda, orientada a atraer tráfico orgánico cualificado.

■ 4. RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Tipo de relación

La relación con los clientes constituye un pilar estratégico del proyecto, ya que el valor diferencial del servicio se basa en la personalización, la cercanía y la experiencia digital avanzada. El objetivo principal es construir relaciones duraderas, basadas en la confianza, el acompañamiento continuo y la mejora constante del servicio.

Tipo de relación

La empresa establecerá una relación 100% digital, apoyada en plataformas tecnológicas intuitivas y accesibles, que permitan una interacción fluida con el usuario en todo momento.

La comunicación será cercana, moderna y humana, utilizando un lenguaje claro y empático que refuerce la percepción de asesoramiento personal, evitando interacciones impersonales o automatizadas en exceso.

El sistema ofrecerá recomendaciones adaptativas e inteligentes, basadas en el análisis del perfil del usuario, sus preferencias de estilo, historial de outfits, hábitos de uso y feedback previo. De este modo, el servicio evolucionará junto al cliente, ajustándose progresivamente a sus gustos y necesidades cambiantes.

■ 5. FLUJO DE INGRESOS

1. Flujo de Ingresos

El flujo de ingresos del proyecto se fundamenta en un modelo híbrido y diversificado, diseñado para maximizar la rentabilidad, garantizar ingresos recurrentes y permitir una escalabilidad progresiva. La estrategia combina monetización directa del usuario final con fuentes indirectas y B2B, reduciendo el riesgo financiero y aumentando el potencial de crecimiento a largo plazo.

Ingresos principales

Los ingresos principales provienen de la monetización directa del valor percibido por el usuario, ofreciendo diferentes niveles de acceso y servicios según sus necesidades.

■ 6. RECURSOS CLAVE

Tecnología de IA

- Algoritmos de recomendación personalizados según tipo de cuerpo, preferencias, contexto y tendencias.
- Modelos de visión por computador para analizar siluetas, proporciones y combinaciones de prendas.
- Sistemas de aprendizaje continuo que mejoran con el uso y feedback del usuario.
- Motor de generación de outfits (reglas de estilo + IA generativa).
- Integraciones con APIs de e-commerce y marcas de moda.

Base de datos de moda

- Catálogo estructurado de prendas (tipo, color, corte, tejido, talla).
- Base de datos de estilos, tendencias y normas de estilismo.
- Información de marcas, precios, disponibilidad y enlaces de compra.
- Datos de usuarios: gustos, historial de outfits, feedback y métricas.
- Dataset inclusivo (diversidad de cuerpos, géneros, edades y estilos).

Infraestructura cloud

- Servidores escalables para procesamiento de IA.
- Almacenamiento seguro de datos e imágenes.
- Sistemas de respaldo y alta disponibilidad.
- Cumplimiento de normativas de privacidad (GDPR).
- Capacidad para picos de tráfico y crecimiento futuro.

Equipo técnico y creativo

- Desarrolladores (frontend, backend, IA/ML) expertos en machine learning.
- Especialistas en UX/UI enfocados en experiencia de usuario.
- Estilistas y expertos en moda para entrenar y validar la IA.
- Marketing para adquisición y retención de usuarios.

Marca y comunidad

- Identidad de marca clara (valores, tono, propósito).
- Confianza del usuario en las recomendaciones.
- Comunidad activa que aporta feedback y contenido.
- Presencia en redes sociales y colaboraciones con influencers.
- Reputación basada en inclusión, personalización y utilidad real.

7. ACTIVIDADES CLAVE

- Entrenamiento y mejora continua del algoritmo, asegurando su precisión, escalabilidad y adaptación a nuevos patrones de uso.
- Análisis avanzado de datos, transformando grandes volúmenes de información en insights accionables para la toma de decisiones.
- Identificación y seguimiento de tendencias, garantizando contenido relevante y actualizado para los usuarios.
- Diseño, desarrollo y optimización de la experiencia UX/UI, enfocada en la usabilidad, accesibilidad y satisfacción del usuario.
- Ejecución de estrategias de marketing y crecimiento, orientadas a la adquisición, retención y fidelización de usuarios.
- Gestión y fortalecimiento de alianzas estratégicas, colaborando con partners clave para ampliar alcance, capacidades y valor del producto.

■ 8. SOCIOS CLAVE

- Marcas de moda, que aportan productos, identidad y exclusividad, permitiendo ofrecer un catálogo atractivo y alineado con las tendencias del mercado.
- Marketplaces y plataformas de comercio electrónico, que facilitan la distribución, amplían el alcance comercial y optimizan la conversión de ventas.
- Influencers y creadores de contenido, que actúan como prescriptores de marca, impulsan la visibilidad y fortalecen la confianza del público objetivo.
- Proveedores tecnológicos, responsables de la infraestructura, el desarrollo de software, la inteligencia artificial y la escalabilidad de la plataforma.
- Pasarelas de pago y servicios financieros, que garantizan transacciones seguras, eficientes y adaptadas a distintos mercados y métodos de pago.

■ 9. ESTRUCTURA DE COSTES (a fondo)

- La estructura de costes se divide en costes fijos y costes variables, necesarios para el funcionamiento y crecimiento del proyecto.
- **Costes fijos:** Incluyen el desarrollo tecnológico de la app y la web, así como su mantenimiento. También se contemplan los servidores e infraestructura, el personal necesario para la gestión y operación del negocio, y las licencias y herramientas digitales utilizadas en el día a día.
- **Costes variables:** Están vinculados al nivel de actividad del proyecto. Destacan los gastos en marketing y publicidad, las comisiones de pago o colaboración, los costes asociados al escalado de la plataforma y el soporte al usuario, que aumenta a medida que crece la base de clientes.