

ACTIVIDADES CLAVE

Las actividades clave de SÉNÉ están orientadas a ganar viabilidad, escalabilidad y, sobre todo, diferenciación de su modelo de negocio basado en la moda circular por suscripción. Las actividades que vamos a mencionar nos permiten generar valor de forma sostenible, optimizar recursos y ofrecer un servicio innovador apoyado en tecnología.

1) Gestión integral del ciclo de vida de las prendas

La actividad principal y estratégica es la **gestión del ciclo de vida completo de las prendas** de ropa. SÉNÉ se encarga de la selección, aprovisionamiento y reacondicionamiento de prendas de calidad mediante acuerdos con proveedores, marcas y cabales responsables, priorizando criterios de sostenibilidad. La empresa gestiona el inventario de forma dinámica, asegurando una rotación eficiente que maximice el uso de cada prenda y reduzca costes asociados a stock inmovilizado. SÉNÉ adquiere prendas mediante acuerdos con marcas sostenibles. El coste medio de adquisición por prenda se sitúa de media en 10€, dependiendo del tipo. Invertiremos de forma inicial unos 40.000€ para un stock de lanzamiento de unas 1500 prendas. La vida útil media por prenda se ha estudiado que será entre 12 y 18 ciclos de uso.

Además, la empresa emplea un sistema digital de inventario con trazabilidad por QR, permitiendo un control de rotación, la reducción del stock y la optimización del miz por prenda.

Este sistema permite a SÉNÉ reducir costes logísticos y mejorar la rentabilidad del activo textil en un 22% frente a modelos tradicionales de venta.

2) Reacondicionamiento, limpieza y control de calidad.

El **reacondicionamiento y control de calidad** constituye un pilar fundamental. Tras cada ciclo de uso, las prendas devueltas son sometidas a procesos estandarizados de inspección, limpieza profesional, reparación y clasificación. Esta actividad permite mantener altos estándares de calidad, preservar la imagen de marca y prolongar la vida útil de los productos, optimizando la rentabilidad del activo textil dentro del modelo circulas.

Los procesos que hemos estandarizado mediante acuerdos con nuestra empresa de limpieza será que cada prenda pase por un circuito de los siguientes pasos:

- Inspección visual y funcional
- Limpieza profesional ecológica (2,5/4€ por prenda)
- Reparación menor (costuras, botones, cremalleras...) (1/3€ por prenda)
- Clasificación por estado (A, B o retirada)
- Es decir, el coste total de reacondicionamiento por uso de cada prenda se estima que sea de unos 5€.

A la hora de hablar del impacto económico y ambiental, este modelo de negocio hemos estudiado que aumenta un 60% la vida de la prenda. Además, reducimos emisiones de CO₂ hasta un 70%. Y la reducción de consumo de agua por prenda llega hasta 3000 litros evitados en algunos estudios que hemos realizado.

3) Gestión logística y logística inversa

Otra actividad clave es la **gestión logística** del modelo de suscripción, que incluye la planificación, preparación y envío de pedidos trimestrales, así como la recepción y trazabilidad de las devoluciones. SÉNÉ diseña procesos logísticos eficientes apoyados en embalajes sostenibles y acuerdos con operadores especializados, garantizando puntualidad, control de costes y una experiencia de cliente inmejorable. La logística inversa es especialmente relevante, al ser un elemento central del modelo circular.

La frecuencia de envío es 1 por trimestre, al igual que la de devoluciones. El coste medio que nos supone cada envío es de 7€. El embalaje reutilizable y reciclado nos cuesta 1,3€ la unidad.

Estimamos un volumen de 1000 suscriptores, lo que supone unos 4000 envíos al año y 4000 devoluciones.

Es decir, un coste logístico medio anual de 35.000€.

La logística inversa representa una ventaja frente a la competencia, permitiendo comodidad y una experiencia fluida al cliente.

Hemos creado también un modelo de packaging que recibirán nuestros clientes.



4) Desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital

La **gestión y el desarrollo de la plataforma digital** es una actividad crítica para la operativa diaria del negocio. La empresa mantiene y optimiza su página web como canal principal de venta y relación con el cliente, integrando funcionalidades como gestión de suscripciones, pagos recurrentes, perfiles personalizados y seguimiento de pedidos. La plataforma actúa como el núcleo tecnológico que conecta usuarios, inventario y logística.

Las funcionalidades clave son varias: gestión de suscripciones y pagos recurrentes, control de inventario en tiempo real, perfiles de usuario y preferencias, seguimiento logístico y analítica de datos.

Para el desarrollo inicial de la web invertiremos unos 2000€.

5) Asistente virtual de recomendación (IA)

Dentro de esta dimensión tecnológica, destaca el **desarrollo y mantenimiento del asistente virtual** de recomendación, basado en análisis de datos e inteligencia artificial. Este sistema permite personalizar la experiencia del usuario mediante la sugerencia de *looks* y prendas adaptadas a sus preferencias, historial de uso y tendencias. Esta actividad incrementa el valor percibido del servicio, mejora la retención de clientes y refuerza la diferenciación competitiva de SÉNÉ en el mercado.

El desarrollo inicial nos costará unos 1500€.

El estudio de esta actividad nos ha llevado a sacar las siguientes conclusiones:

- Las devoluciones se reducirán en un 15%
- La satisfacción del cliente aumentará un 20%
- El aumento de retención será de un 10%

6) Atención al cliente y experiencia de usuario

Asimismo, SÉNÉ desarrolla actividades de **atención al cliente y gestión de la experiencia de usuario**, orientadas a la fidelización y satisfacción a largo plazo. Esto incluye la resolución de incidencias, la gestión de cambios o ajustes de suscripción y el acompañamiento continuo del cliente durante todo el ciclo de uso del servicio. Una atención eficiente y profesional es clave para sostener buenas relaciones con los clientes.

Los clientes obtendrán, si lo desean, la posibilidad de una atención omnicanal (email, chat y redes).

Al principio no tendremos agentes, por lo que nos encargaremos nosotras.

7) Marketing, marca y crecimiento.

Finalmente, la empresa lleva a cabo actividades de **marketing estratégico, posicionamiento de marca y comunicación corporativa**. Estas acciones están enfocadas a la captación de nuevos suscriptores, la consolidación de la marca en el sector de la moda sostenible y la transmisión de los valores de economía circular, innovación y consumo responsable. El uso de canales digitales, alianzas estratégicas y campañas de contenido refuerza la visibilidad y crecimiento del proyecto.

Los canales principales en los que nos centraremos serán: las redes sociales, los influencers de moda adecuados, colaboraciones y marketing de contenidos.

El presupuesto que establecemos para este apartado de media anual es una cantidad aproximada de 3500€.

Los resultados esperados que nos gustaría obtener son: una tasa de conversión en la web del 3% y una vida media del cliente de 500€.

8) Modelo de suscripción por packs de temporada.

El modelo de negocio de SÉNÉ se basa en un sistema de suscripción por temporadas, inspirado en plataformas como Netflix, pero aplicado al consumo de moda. El cliente no compra prendas, sino que accede a un catálogo rotativo mediante el pago de una cuota periódica, lo que refuerza la recurrencia de ingresos y la fidelización.

Las suscripciones tienen una duración mínima de una temporada (3 meses) y se renuevan automáticamente, salvo cancelación. Cada temporada, el usuario recibe un pack de prendas elegidas por él que puede utilizar libremente durante ese periodo de tiempo y devolver al finalizar para recibir un nuevo pack adaptado a la siguiente temporada.

Este modelo permite a la empresa:

- Prever los ingresos
- Optimizar la rotación del inventario
- Reducir el consumismo puro impulsivo
- Maximizar el número de usos por prenda

Los packs de suscripción que hemos establecido son los siguientes:

★ Pack ESSENTIAL

Pensado para usuarios que buscan un armario funcional y versátil para el día a día. Incluye 4 prendas por temporada (prendas más sencillas como serían camisetas, pantalones o jerséis). Tiene un coste de 95€ por trimestre. Tiene un coste de 23,75€ la prenda.

Perfil ideal de cliente: estudiantes, jóvenes profesionales, consumidores conscientes que quieren iniciarse en la moda circular.

★ Pack BALANCE

El pack más equilibrado y de mayor rotación, orientado a clientes recurrentes.

Incluye 7 prendas por temporada (looks completos combinables, incluyendo bolsos o zapatos). Tienen un coste de 145€ por trimestre, es decir, un coste de 20,71€ la prenda.

Perfil ideal de cliente: profesionales, usuarios habituales de moda, clientes que buscan variedad sin acumular ropa.

★ Pack PREMIUM

Diseñado para clientes intensivos en moda.

Incluye 10 prendas por temporada (incluye prendas de mayor valor como abrigos o vestidos especiales de sastrería). Tiene un coste de 220€ por temporada, es decir, el coste por prenda es de 22€.

Perfil ideal de cliente: amantes de la moda, eventos frecuentes, perfiles creativos y amantes de la sostenibilidad y la moda circular.

También hemos establecido unas condiciones comunes a todas las suscripciones:

- Cambios de talla sin coste adicional
- Limpieza y mantenimiento incluidos
- Seguro básico por desgaste normal
- Penalización solo por daños irreparables o pérdida
- Bonificación por un muy buen cuidado de la prenda.

Este sistema de packs refuerza la percepción de valor, reduce la tasa de cancelación y permite a SÉNÉ ajustar precios.

El modelo de suscripción por packs de temporada convierte a SÉNÉ en una empresa de ingresos recurrentes, escalable y alineada con las nuevas formas de consumo. Al igual que otras plataformas, SÉNÉ redefine el acceso a la moda, priorizando uso frente a propiedad y sostenibilidad frente a sobreconsumo.

En conjunto, estas actividades clave permiten a SÉNÉ operar de manera eficiente, escalar su modelo de negocio y consolidarse como una empresa innovadora dentro del sector de la moda circular y los servicios por suscripción.