

Fashionize-Me

# Fashionize-Me

Memoria de Proyecto  
marzo 2018

## Grupo 1

Enrique Aroca Moreno  
Sonia Contero Pérez  
José Manuel González Peralta  
Guillermo Herrera de Alba  
Rafael Llorente Castro  
Fco. Javier Mora Santiago

# Índice

Presentación	5
El Proyecto	7
Misión, Visión, Valores	11
Organización del caso de uso	13
Definición oportunidad de negocio	18
Análisis de la Competencia	19
Tendencias Clave	23
Fuerzas de la Industria	25
Fuerzas del Mercado	27
Fuerzas Macroeconómicas	28
Análisis DAFO	29
Análisis y definición de Usuario	31
Marco normativo	37
Modelo de negocio	38
Análisis y definición de Cliente	39
Business Model Canvas	43
Business Model Canvas visión Usuario	44
Business Model Canvas visión Cliente	46



# Índice

Integración caso uso procesos negocio	48
Procesos Internos	50
Procesos Externos	52
Planes operativos	54
Plan de Marketing	55
Plan de Expansión	68
Solución	72
Mapa estratégico	73
Análisis funcional	74
Diseño conceptual	78
Fuentes y catálogo de datos	79
Ingesta de datos	80
Enriquecimiento y unificación	81
Identificación y clasificación de imágenes	82
Procesamiento y reconocimiento de imágenes	83
Modelo predictivo	85
Arquitectura de la solución	86



# Índice

Estudio económico-financiero	89
Introducción	90
Eventos relevantes	92
Estructura de costes. Cuenta de resultados. Balance	93
Cash Flow y Beneficio Neto	94
Ratios y principales indicadores	95
Valoración Startups	96
Fuentes de Financiación	101
Riesgos	104
Bibliografía y Referencias	105
Anexos	107





Fashionize-Me

# Presentación

# Presentación

---

**Fashionize-Me** es el primer estilista personal virtual basado en Inteligencia Artificial que, a un golpe de clic, podrá solucionar todas tus preocupaciones relacionadas con la moda.

¿Una invitación a una boda es un suplicio para ti? ¿Tu armario y tú no os lleváis bien? ¿Eres incapaz de localizar tu vestido favorito de hace dos veranos? ¿Quieres un asesoramiento profesional que te conozca a ti, tus gustos, tu estilo de vida, y te proponga soluciones en base a toda esa información?

Si te identificas con alguna o todas estas preguntas, Fashionize-Me es tu app. Descárgala ya y empieza a beneficiarte del asesoramiento de tu propio estilista, sin salir de casa, en tu móvil y sin que te cueste ni un euro.



# Presentación. El Proyecto

---

**Fashionize-Me** es una solución de Inteligencia Artificial, apoyada en una aplicación móvil y una plataforma web, que aprende de la información proporcionada por cada usuario con el fin de cubrir tres grandes oportunidades de negocio:

- ✓ **Gestión del armario del usuario**, con el fin de tener un inventario de sus prendas y complementos, así como sus respectivas ubicaciones de almacenaje, ver en qué estado se encuentran las prendas, si necesita renovarlas, llevarlas a la tintorería, hacerles algún arreglo...
- ✓ **Efectuar recomendaciones:**
  - ◆ **De estilismos**, con las prendas del armario de cada usuario.
  - ◆ **De compras**, basadas en lo que Fashionize-Me conoce del usuario y lo que aprende a medida que el usuario utiliza el sistema.
  - ◆ **De equipaje para un determinado destino**, basadas en la época del viaje, su duración y el destino elegido.
- ✓ **Gamificación**, a través de la creación de comunidad en torno a la app.

**Personalización:** Fashionize-Me es una evolución de la figura del Personal Shopper: tu Personal Stylist, que conoce todo de ti, conoce tu armario, tus prendas, tu estilo, aprende de ti y es capaz de decirte incluso según el día de la semana y tu agenda qué prendas son las más adecuadas.



# Presentación. El Proyecto

---

Partimos de un oportunidad de negocio que se basa en una de las demandas más repetidas del consumidor/comprador online: la **personalización** del servicio que se le ofrece.

Existe una importante tendencia a venderle al consumidor lo que el retail cree que necesita, pero es menos frecuente escuchar las demandas del usuario y ofrecerle lo que sí quiere realmente.

Según un estudio reciente de McKinsey<sup>1</sup> sobre los hábitos de relación entre compradores y marcas, hay 5 factores que los consumidores consideran clave a la hora de valorar la **personalización** de un servicio:

“ Quiero recomendaciones que a mí no se me hubieran ocurrido ”

No necesito que me recuerdes lo que me he dejado en el carrito de la compra o productos similares a los que ya he comprado: prueba a proponerme artículos y complementos que me ayuden a combinar la prenda que YA tengo, y me aportarás un valor muy superior.



# Presentación. El Proyecto

---

“ *Dirígete a mí cuando esté en <<modo compra>>* ”

Si me envías un email un martes a las 10 am, probablemente me encontrarás saturado de trabajo y con ninguna receptividad a una oferta de venta; prueba a hacerlo un domingo por la tarde, que estaré en mi sofá repasando en mi app de iPad las últimas novedades de tu ecommerce. Recuerda mis patrones de compra: si hace un año compré una prenda y solicité envoltorio de regalo con una nota, es probable que esté buscando un nuevo regalo en estas fechas.

“ *Hazme recordatorios y avisos de temas que me puedan interesar* ”

Por ejemplo, si solicito una talla de un artículo en tu ecommerce, envíame un mail si vuelve a estar en stock (sin necesidad de que yo rellene esa opción). Preocúpate de mis gustos y necesidades, no de lo que tú quieres venderme.

“ *Utiliza la comunicación cruzada: demuestra que me conoces* ”

Tienes mucha información sobre mí: útilízala. Por ejemplo, Starbucks utiliza la geolocalización de los smartphones de sus clientes que han encargado una bebida para indicarles si desean que les surta la bebida un poco más tarde, cuando detectan que la ubicación del cliente está lo suficientemente lejos como para que su café se haya enfriado cuando llegue.



# Presentación. El Proyecto

---

“ *No me envíes ofertas que no me interesan* ”

Si lanzas una promoción y ofreces lo mismo a todos tus usuarios, probablemente para la mayoría de ellos sea totalmente irrelevante: sin embargo, si estudias mis hábitos de compra, podrás ofrecerme productos que, bien se correspondan con una categoría que yo compre frecuentemente, o bien pertenezcan a una categoría de nuevos productos, complementarios o no de los anteriores, pero que permitan que conozca una nueva línea de la compañía que tal vez me interese. Así conseguirás despertar mi interés y fidelizarme, demostrando que te interesan mis necesidades, no solamente las tuyas.



# Presentación. Misión, Visión, Valores

---

## Misión

Fundada en 2018, **Fashionize-Me** es una solución de inteligencia artificial, apoyada en una aplicación móvil y una plataforma web, que aprende de la información proporcionada por un usuario exigente, early-adopter y e-comprador, que quiere una solución que le solvete sus necesidades en lo que respecta a la **Gestión virtual de su armario**, que le proporcione **recomendaciones personalizadas** y que le ayude a **generar comunidad**.

## Visión

**Fashionize-Me** aspira a convertirse en un asesor virtual que facilita la vida de sus usuarios en lo referente a la gestión de su imagen personal de una forma útil y sencilla.



Fashionize-Me

---

# Presentación. Misión, Visión, Valores

---

## Valores

Nuestros valores condicionan la forma en la que nos relacionamos con nuestros empleados, nuestros usuarios, nuestros clientes y nuestro entorno:

- ✓ **Transparencia:** el único interés por el que nos dejamos llevar es alcanzar la satisfacción de nuestros empleados, usuarios y clientes.
- ✓ **Calidad:** ofreciendo siempre el mejor servicio posible.
- ✓ **Vocación de servicio:** no vendemos un producto, estamos al servicio de nuestros usuarios.
- ✓ **Innovación:** trabajamos por estar siempre a la vanguardia para así poder satisfacer las expectativas de nuestros usuarios más exigentes.





Fashionize-Me

# Organización del Caso de Uso

# Organización del Caso de Uso. El Equipo

---

Una de las ventajas diferenciales de la propuesta de **Fashionize-Me** es el equipo que la conforma; **Fashionize-Me** está compuesta por un grupo de seis profesionales de diferentes áreas de conocimiento y gestión empresarial:

- ✓ Telecomunicaciones.
- ✓ Economía.
- ✓ Empresariales.
- ✓ Marketing y Comunicación.

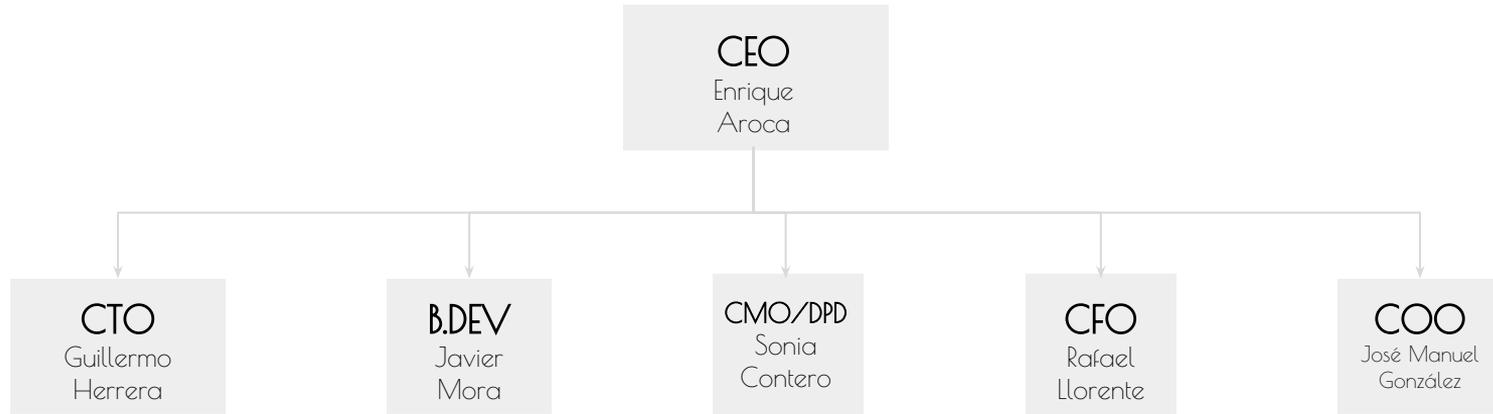
El bagaje personal y profesional del equipo, con una experiencia profesional media de más de 10 años, le capacita para acometer con todas las garantías un proyecto de estas características.

La compañía se constituirá como Sociedad de Responsabilidad Limitada bajo la denominación Fashionize-Me S.L.



# Organización del Caso de Uso. El Equipo

---



# Organización del Caso de Uso. El Equipo

---

NOMBRE	ROL	FUNCIONES
Enrique Aroca Moreno	CEO	Definición de la estrategia de la empresa. Definición del Business Plan. Gestión de RRHH. Relaciones Públicas grandes cuentas. Aseguramiento de los recursos de la organización.
Sonia Contero Pérez	CMO DPD	Definición plan de Comunicación. Definición plan de Marketing. Control de ejecución de las acciones definidas en ambos planes. Delegada de Protección de Datos.
José Manuel González Peralta	COO	Planificación del proyecto. Coordinación directores de áreas. Seguimiento del proyecto en tiempo y forma.



# Organización del Caso de Uso. El Equipo

NOMBRE	ROL	FUNCIONES
Guillermo Herrera de Alba	CTO	Director de IT. Definición políticas de infraestructura y seguridad. Diseño arquitectura de datos. Selección y gestión proveedores IT. Evaluación riesgos y propuesta de medidas correctoras.
Rafael Llorente Castro	CFO	Búsqueda de financiación. Diseño del plan financiero. Cumplimiento de legislación fiscal. Plan de tesorería. Plan de inversiones y gastos. Gestión de cobros y pagos.
Francisco Javier Mora Santiago	BD	Diseño del plan comercial. Responsable de la relación con los clientes. Gestión de usuarios. Gestión de quejas y reclamaciones de clientes y usuarios.





Fashionize-Me

# Definición Oportunidad de Negocio

# Definición Oportunidad de Negocio. Análisis Competencia

---

Para llevar a cabo nuestro análisis de la competencia, hemos rastreado el sector con el fin de identificar aquellas soluciones que contasen entre sus funcionalidades con alguna (o todas) las funcionalidades de las que consta **Fashionize-Me**.

En este sentido, las funcionalidades identificadas han sido las siguientes:

- ✓ **Inteligencia artificial** para la identificación de fisonomía y prendas.
- ✓ Registro/**inventario** de prendas.
- ✓ Recomendaciones de **moda**.
- ✓ Recomendaciones de **outfits** (estilismos).
- ✓ Conexión con la **agenda** del usuario.
- ✓ Sugerencias de equipaje en función del **viaje**.
- ✓ Gestión del **armario** virtual del usuario.
- ✓ **Estilista** virtual.
- ✓ **Gamificación**.
- ✓ Creación de **comunidad**.



# Definición Oportunidad de Negocio. Análisis Competencia

	Inteligencia Artificial	Registro armario	Recomendación moda	Outfits	Conexión agenda	Me voy de viaje	Gestión de mi armario	Estilista virtual	Gamificación	Comunidad
<a href="#">Tizka</a>	-	-	√	√	-	-	-	-	-	√
<a href="#">I Style Myself</a>	√	√	√	√	-	-	-	√	-	-
<a href="#">Chicísimo</a>	-	-	√	√	-	-	-	√	-	√
<a href="#">Stylebook</a>	-	√	√	√	-	√	-	-	-	-
<a href="#">Stylicious</a>	-	√	√	√	-	√	-	-	-	-
<a href="#">21 Buttons</a>	-	-	√	√	-	-	-	-	√	√
<a href="#">Pinterest Lens</a>	√	-	√	√	-	-	-	-	-	-
<a href="#">Amazon AI Designer</a>	√	-	√	√	-	-	-	-	-	-
<a href="#">Amazon Prime Wardrobe</a>	√	-	√	√	-	-	-	-	-	-



# Definición Oportunidad de Negocio. Análisis Competencia

	Inteligencia Artificial	Registro armario	Recomendación moda	Outfits	Conexión agenda	Me voy de viaje	Gestión de mi armario	Estilista virtual	Gamificación	Comunidad
<a href="#">Tizka</a>	-	-	√	√	-	-	-	-	-	√
<a href="#">I Style Myself</a>	Inteligencia Artificial	Registro armario	Recomendación moda	Outfits	Conexión agenda	Me voy de viaje	Gestión de mi armario	Estilista virtual	Gamificación	Comunidad
<a href="#">Christina</a>										
<b>FASHIONIZE -ME</b>	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
<a href="#">Stylishious</a>	-	√	√	√	-	√	-	-	-	-
<a href="#">21 Buttons</a>	-	-	√	√	-	-	-	-	√	√
<a href="#">Pinterest Lens</a>	√	-	√	√	-	-	-	-	-	-
<a href="#">Amazon AI Designer</a>	√	-	√	√	-	-	-	-	-	-
<a href="#">Amazon Prime Wardrobe</a>	√	-	√	√	-	-	-	-	-	-

# Definición Oportunidad de Negocio. Análisis Competencia

---

Tal como vemos en la tabla comparativa, en el mercado nacional no existe ninguna solución que ofrezca un recomendador virtual basado en Inteligencia Artificial.

En el mercado internacional hay algunos tímidos adelantos, como es el caso de I Style Myself que, como su propio lema indica, es el sitio “Where outfits are generated by an algorithm, not a human”. No obstante, es una solución que se centra fundamentalmente en el registro de armario y las recomendaciones, dejando de lado otras funcionalidades que para Fashionize-Me son esenciales, como la conexión con la agenda, la generación de comunidad o la gestión de tu maleta de viaje.

Recientemente, un grande del sector como ASOS ha introducido una [nueva funcionalidad](#) que permite a los usuarios subir una imagen y buscar en su catálogo prendas similares a las que se representen en dicha imagen, lo que nos da una dimensión de la acogida y demanda que un servicio de las características del que proponemos en Fashionize-Me puede alcanzar entre nuestro público objetivo.

La conclusión obtenida a partir del análisis anterior es que nos encontramos ante un **océano azul** en lo que respecta a la oportunidad de negocio a nivel nacional, puesto que ninguno de los competidores analizados cumple con todas las características de las que consta Fashionize-Me.



# Definición Oportunidad de Negocio. Tendencias Clave

---

En base al análisis efectuado mediante la matriz de entorno (véase [Anexo I](#)), en las tendencias clave que afectan al sector en el que se va a desarrollar **Fashionize-Me** se diferencian cuatro grupos diferenciados:

- ✓ Tendencias tecnológicas.
- ✓ Tendencias normalizadoras.
- ✓ Tendencias sociales y culturales.
- ✓ Tendencias socioeconómicas.

Destacan varios elementos clave:

- 1 Tendencia a la **comoditización** de la tecnología: la única forma que tiene una compañía de **diferenciarse** de sus competidores en la era de la comoditización de la tecnología es la **personalización y la experiencia de cliente**. **Fashionize-Me** basa su modelo de negocio, precisamente, en la experiencia de usuario 100% personalizada.
- 2 **Regulación y normalización**: con la entrada en vigor en mayo de 2018 del nuevo GDPR (General Data Protection Regulation o Reglamento General de Protección de Datos) se genera un marco regulatorio cuyo objetivo es reforzar la protección de los datos de los ciudadanos de la Unión Europea. Esta normativa supone todo un reto para las empresas que ofrezcan bienes o presten servicios en este territorio, y es un elemento clave dentro de la actividad que va a desarrollar **Fashionize-Me**.



# Definición Oportunidad de Negocio. Tendencias Clave

---

- 3 El auge del e-commerce y la normalización del uso de dispositivos móviles, junto con el aumento en el consumo de productos y servicios de moda y belleza supone otra de las tendencias clave en el sector en el que se desarrolla Fashionize-Me.

Las recomendaciones se realizan entre pares: el consumidor compra impulsado por las imágenes inspiradoras de influencers que lo son, precisamente, porque consiguen que un segmento de público se identifique con ellos, su estilo, sus costumbres, sus gustos, su lifestyle.

Recomendación P2P, interés en moda y lifestyle, personalización, *mobile* y desarrollo de e-commerce son las claves que definen el consumo en esta segunda década del s.XXI, y ahí es donde Fashionize-Me encuentra su hueco.



# Definición Oportunidad de Negocio. Fuerzas de la Industria

---

Se ha identificado una serie de competidores, tal como se detalla en el apartado de Análisis de la Competencia, que sugieren que Fashionize-Me se encuentra ante una oportunidad, un océano azul, para desarrollar su modelo de negocio.

Refuerza este hecho el análisis competitivo efectuado, en el que se identifican cinco factores a considerar:

- ✓ Proveedores y otros actores de la cadena de valor.
- ✓ Inversores.
- ✓ Competidores (incumbentes).
- ✓ Nuevos jugadores.
- ✓ Productos y servicios sustitutos.

En este sentido, las claves para Fashionize-Me se hallan en:

- 1 Fuerte dependencia de terceros:** con los obstáculos que esto acarrea. Para el desarrollo y gestión de datos se dependerá de los servicios prestados por terceros, de ahí la importancia de conseguir unos partners que se impliquen en el proyecto y garanticen los resultados esperados. El reto se marca en la **eficiencia** y el **ahorro de costes**.



# Definición Oportunidad de Negocio. Fuerzas de la Industria

---

- 2 La **integración del servicio** prestado por **Fashionize-Me** en una gran distribuidora es otra de las claves del modelo de negocio. En este aspecto, el gran desafío será reorientar la masa de usuarios del servicio hacia un horizonte en el que éste esté prestado por una parte interesada.
- 3 Existe un riesgo de **entrada en el mercado** de competidores inspirados en las soluciones que ya existen y se están desarrollando con relativo éxito en el mercado internacional. Por este motivo, otro de los grandes retos de **Fashionize-Me** es alcanzar el punto de maduración necesario en un periodo de tiempo muy reducido, para continuar siendo pioneros antes de que el sector se inunde de alternativas.



# Definición Oportunidad de Negocio. Fuerzas del Mercado

---

Cinco grandes aspectos a considerar en el análisis de las fuerzas del mercado:

- ✓ Segmentos de mercado.
- ✓ Necesidades y demandas.
- ✓ Cuestiones de mercado.
- ✓ Costes de cambio.
- ✓ Capacidad generadora de ingresos.

**1** Aumento del peso de la **Inteligencia Artificial** en los negocios: la comoditización de la tecnología, como decíamos, ha suscitado que la clave se haya desplazado hacia el servicio que las compañías son capaces de prestar gracias a su uso, y no tanto al hecho en sí de la tecnología utilizada. Por ello, **Fashionize-Me** centra su propuesta de valor en el mejor servicio y las funcionalidades que es capaz de ofrecer al usuario gracias al empleo de dicha tecnología.

**2** La **exclusividad** y **diferenciación** serán los pilares sobre los que se asentará el modelo de negocio de Fashionize-Me: nos dirigimos a un usuario interesado por la moda, con poco tiempo y que demanda un **servicio premium**. Es un usuario que exige lo mejor, que está a la vanguardia, que es un *early-adopter*, y Fashionize-Me está desarrollado para cubrir esas expectativas..



# Definición Oportunidad de Negocio. Fuerzas Macroeconómicas

---

El entorno macroeconómico en el que Fashionize-Me se desarrolla viene marcado por cuatro grandes aspectos:

- ✓ Condiciones del mercado global.
- ✓ Mercado de capital.
- ✓ Productos básicos y otros recursos.
- ✓ Infraestructura económica..

La economía está entrando en una fase de consolidación, con una previsión de crecimiento para los años 2018-2019 de alrededor del 2,5% y un ritmo sostenido de crecimiento.

No obstante, la infraestructura económica española adolece de obstáculos estructurales que dificultan la consolidación en el mercado para empresas de nueva creación como son la baja inversión pública en innovación, la elevada tasa de desempleo (que aún se mantiene en términos del 19% de la población activa), un empleo de poca calidad, una deuda pública muy elevada o el problema de la baja productividad.



# Definición Oportunidad de Negocio. Fortalezas / Debilidades

---

Según el análisis DAFO efectuado (véase [Anexo 2](#)), Fashionize-Me nace con una fortaleza clave: se basa en un **modelo difícilmente replicable** sin una fuerte inversión y un elevado grado de conocimiento a nivel tecnológico y de ecosistema Big Data, lo que supone una importante barrera de entrada a competidores una vez que la solución esté desarrollada.

Unido a un **equipo multidisciplinar** y una **oportunidad de negocio muy clara** como fortalezas principales secundarias, es el factor diferenciador que define nuestra propuesta.

Estas fortalezas deben contrarrestar a las debilidades que presenta el proyecto: es necesaria una **inversión inicial** muy fuerte para el desarrollo del MVP, y contamos con plazos muy ajustados para llevarlo a cabo.

La **dependencia de terceros** es otro factor desestabilizante, que se neutralizará con la definición de procesos de relación con nuestros proveedores y partners de manera que se en todo momento tengamos el control sobre el desarrollo realizado.



# Definición Oportunidad de Negocio. Oportunidades / Amenazas

---

Las oportunidades del modelo de negocio de Fashionize-Me están claras:

- ✓ Pioneros en la solución en el mercado nacional.
- ✓ Desarrollo de Inteligencia Artificial.
- ✓ Escalabilidad.
- ✓ Nicho de mercado.
- ✓ Disponibilidad del dato.
- ✓ Demanda de personalización por parte de los usuarios.

Ello nos permitirá hacer frente a las amenazas que se presentan al proyecto:

- ✓ Sector en desarrollo, con el riesgo de que surja algún competidor antes de tener finalizado el MVP.
- ✓ Competencia en posicionamiento en app stores.
- ✓ Escasa fidelidad del usuario de apps móviles.
- ✓ **Conflicto con la propiedad del dato:** este aspecto va a ser clave en el desarrollo de **Fashionize-Me**, puesto que, como ya se ha analizado, en mayo entra en vigor el GDPR, que endurece las condiciones de acceso y tratamiento de datos personales en la Unión Europea.



# Definición Oportunidad de Negocio. Análisis y definición Usuario

Para la definición de nuestro usuario tipo nos hemos basado, entre otras herramientas, en el Mapa de Empatía (véase [Anexo 3](#)).

- 1 Lo que Fashionize-Me impulsa es una **propuesta de valor para el usuario en uno de los aspectos más relevantes para su propia imagen: la moda que lleva**, desde una perspectiva de **PERSONALIZACIÓN** absoluta del servicio. Fashionize-Me es tu Personal Stylist, las recomendaciones y sugerencias se basan en un modelo de inteligencia artificial que permite que toda la información que te ofrezca sea única y exclusivamente dirigida a ti.
- 2 Nuestro usuario objetivo accede a los sites de moda que le interesan desde su **DISPOSITIVO MÓVIL**: nuestra aproximación necesariamente pasará por el entorno que le resulta más familiar, por lo tanto **Fashionize-Me** se articula sobre una aplicación móvil, aunque también esté apoyada en una plataforma web.

Según la información ofrecida por el Estudio sobre conversiones en ecommerce españoles en 2017<sup>2</sup>, elaborado por la consultora Flat 101, el **tráfico móvil**, entendiendo por móvil el que procede desde los dos dispositivos móviles principales (smartphone y tablet), **supone ya el 55% del tráfico total que reciben los ecommerces**, quedando el tráfico procedente de dispositivos desktop en un 45% del total. Abundando en esta cifra, el porcentaje de los sites de **moda y salud y belleza** es todavía superior:

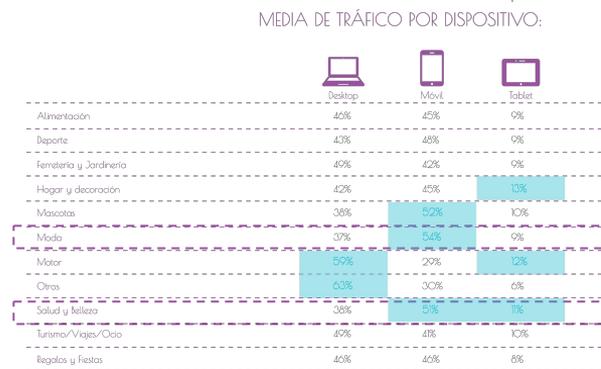


Fig. 1. Media de tráfico por dispositivo y sector. Elaboración propia.  
Fuente: Estudio sobre conversiones en ecommerce españoles en 2017

# Definición Oportunidad de Negocio. Análisis y definición Usuario

3 El usuario de **Fashionize-Me** realiza un gasto por pedido relativamente reducido, pero es un usuario interesado en la moda y que efectúa de media unas 17 compras al año (según datos ofrecidos en el 5º Congreso de ecommerce y Marketing Digital<sup>4</sup>, celebrado en Alicante durante junio de 2017)

Según dicho estudio<sup>3</sup>, el valor medio por pedido de los ecommerce de moda en el año 2017 se sitúa en 82,17€; nos encontramos ante un escenario de **PEQUEÑAS Y RECURRENTE COMPRAS EN EL SECTOR**:

Turismo/Viajes/Ocio	554,48€
Motor	177,02€
Otros	161,60€
Deporte	120,94€
Regalos y Fiestas	114,54€
Ferretería y Jardinería	93,10€
Hogar y Decoración	84,82€
Moda	82,17€
Alimentación	79,80€
Mascotas	51,22€
Salud y Belleza	47,30€

Fig. 2. Importe medio pedido. Elaboración propia. Fuente: Estudio sobre conversiones en ecommerce españoles en 2017

# Definición Oportunidad de Negocio. Análisis y definición Usuario

4 Según datos ofrecidos por el III Estudio anual de ecommerce 2017<sup>5</sup>, elaborado por Elogia e IAB, 16,4 millones de españoles de entre 16 y 65 años se declaran compradores online.

Entre las conclusiones que presenta dicho estudio, destaca que el comprador medio en España se caracteriza por ser un 49% de mujeres y un 51% de hombres, con una edad media de 39 años, estudios universitarios (un 42%) y en activo (un 64% están trabajando).

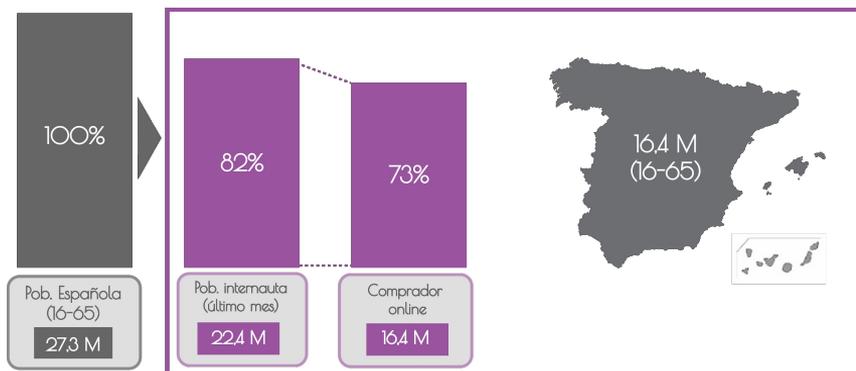


Fig. 3. Penetración mercado ventas online. Elaboración propia.  
Fuente: III Estudio anual de ecommerce 2017

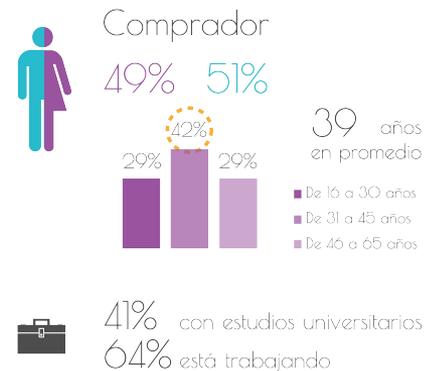


Fig. 4. Caracterización del comprador online. Elaboración propia.  
Fuente: III Estudio anual de ecommerce 2017

# Definición Oportunidad de Negocio. Análisis y definición Usuario

- 5 El estudio "Moda y Estilo de Vida"<sup>6</sup>, de la consultora Kantar Worldpanel, caracteriza a los **consumidores españoles de moda** según sus hábitos de compra y sus características personales.

	Gasto anual en moda por persona	% Peso Población
Smart chic pro blogger	775€	13,3%
Anti aging	727€	13,3%
Time saver	673€	14,1%
Promedio Total España	605€	100%
Marquista convencional	592€	18,6%
Health & Sport	528€	16,2%
Mobile innovation	527€	9,7%
Price controller	404€	13,2%

Fig. 5. Perfil del consumidor de moda en España. Elaboración propia. Fuente: Estudio "Moda y Estilo de Vida", Kantar Worldpanel

Según este estudio, el 40% de la población en nuestro país gasta de media alrededor de 700€ anuales en moda, y pertenece a tres categorías muy definidas:

# Definición Oportunidad de Negocio. Análisis y definición Usuario

---

- ✓ Smart chic pro blogger.
  - ◆ Se definen como apasionados por la moda.
  - ◆ Presentan un gasto anual de unos 775€ en moda.
  - ◆ Son unos grandes consumidores de Internet para compra y consulta de tendencias.
- ✓ Antiaging
  - ◆ Estilo de vestir formal.
  - ◆ Interesados en mantener un aspecto juvenil a través de la alimentación y de un estilo cuidado
- ✓ Timesaver.
  - ◆ Interesados en moda, pero con poco tiempo.
  - ◆ Se mantienen al día de las últimas tendencias a través de internet.

El usuario al que se dirige Fashionize-Me pertenece, por tanto, a estos tres segmentos de población: es un usuario **apasionado** o **con interés por la moda**, que **se mantiene al día de las tendencias** principalmente a través de Internet, y que lleva un **estilo de vida saludable** y con una gran preocupación por su **propia imagen**.



# Definición Oportunidad de Negocio. Análisis y definición Usuario

---

## Valor añadido que ofrece Fashionize-Me al usuario

- ✓ **Amplitud de visión** sobre **combinaciones** con sus propias prendas y lo que hay en el mercado que pueda corresponder a sus preferencias según lo que el sistema sabe de él y de sus gustos.
- ✓ **Ahorro de tiempo**: no tener que ir de tiendas, no tener que pensar en esos días en los que te falta la inspiración, elegir el estilismo perfecto en función del evento al que asista.
- ✓ **Exclusividad, personalización** del servicio: tienes tu propio estilista personal sin tener que invertir en contratar a un estilista para tus eventos.
- ✓ Componente **aspiracional**. "coolhunting": con Fashionize-me, conviértete en el más estiloso de tu entorno y descubre las prendas que nadie más lleva.



# Definición Oportunidad de Negocio. Marco normativo

---

Desde el punto de vista normativo, **Fashionize-Me** se ve afectado por la normativa vigente referente a la protección de datos de carácter personal, debido a que un importante componente de los datos que solicita/recopila del usuario son de este tipo.

En este sentido, el GDPR (Reglamento General de Protección de Datos), que entra en vigor el 25 de mayo de 2018, será la norma marco bajo la que se desarrollará nuestro proyecto. Este reglamento pretende crear un marco legal de protección de datos armonizado en la Unión Europea, con el fin de devolver a la ciudadanía el control sobre sus datos personales imponiendo, a su vez, normas de estricto cumplimiento para todo aquél tercero que aloje y trate estos datos.

Para ello, incorporamos en nuestro organigrama la figura del **Delegado de Protección de Datos**, que velará por registrar y comprobar que el tratamiento que se hace de los datos personales en la organización se adecua a la nueva normativa.

Dentro de las medidas que adoptará la organización para asegurar el cumplimiento de la normativa, se encuentran:

- ✓ Identificar y clasificar los datos potencialmente sensibles con los que vamos a trabajar.
- ✓ Elaboración de cláusulas de consentimiento informado, que permitan a los usuarios la autorización expresa de todos los posibles fines para los que se van a utilizar sus datos, informando también de hasta cuándo se hará uso de ellos.
- ✓ Implantación de la figura del DPD.
- ✓ Auditorías periódicas para garantizar el cumplimiento de la normativa.





Fashionize-Me

## Modelo de Negocio

# Modelo de negocio. Análisis y definición de Cliente

---

El modelo de negocio de **Fashionize-Me** se basa en la identificación de dos tipos de “clientes”:

- ✓ El usuario de la aplicación.
- ✓ El cliente en sí.

Entendemos por **usuario** aquel que hace uso de las funcionalidades que **Fashionize-Me** le propone, y que ha quedado caracterizado en el apartado de Análisis y Definición de Usuario. El servicio que **Fashionize-Me** presta es un servicio gratuito para el usuario, por lo que el ROI que se obtiene de la masa de usuarios son los datos que se recaban de su actividad en la aplicación.

El **cliente**, por contraposición, será el tercero que proporcione:

- ✓ Por un lado, el catálogo en el que se basarán las propuestas de **Fashionize-Me**.
- ✓ Por otro lado, los ingresos de los que se nutrirá el modelo de negocio de **Fashionize-Me**, en el momento en el que se alcance la masa de usuarios que se estima crítica..

Ambas figuras están estrechamente interrelacionadas, ya que nuestro cliente debe ser aquél que sea capaz de satisfacer las demandas de nuestros usuarios. En el modelo de negocio de **Fashionize-Me**, es importante identificar a quien NO debe ser nuestro cliente.

Teniendo en cuenta esta peculiaridad, en esta sección se procede al análisis y clasificación de los diferentes tipos de cliente identificados por **Fashionize-Me**.

# Modelo de negocio. Análisis y definición de Cliente

---

En base a las características identificadas en el Mapa de Empatía de cliente (véase [Anexo 4](#)), el cliente tipo de **Fashionize-Me** se engloba en alguna de las siguientes categorías:

- ✓ **Marcas de ropa / complementos / artículos de belleza.**
  - ◆ Ingreso a través de posicionamiento de la marca (siguiendo el mismo modelo de plataformas de publicidad online).
  - ◆ Acuerdo con marcas (retail).
  - ◆ Comisión por venta ropa.
  - ◆ Tipología de marcas:
    - Marcas pequeñas.
    - Marcas medianas.
    - Marcas de nicho.
    - Marcas que no se deciden a dar el salto al ecommerce.
    - Marcas con una cuota de mercado pequeña.
    - Marcas que deseen renovar, actualizar o modernizar su clientela.
    - Marcas con productos originales.
    - Grandes marcas.



# Modelo de negocio. Análisis y definición de Cliente

---

- ✓ Tiendas.
  - ◆ Tiendas multimarca que no dispongan de e-commerce.
  - ◆ Tiendas multimarca con e-commerce que necesiten un impulso.
- ✓ Cualquier empresa que esté interesada en los datos que almacena la APP.
  - ◆ Ingreso a través de venta de datos de gustos de usuarios.
  - ◆ Empresas de estudios de mercado...
- ✓ Intermediarios de Publicidad y Afiliación.
- ✓ Inversores.

El cliente tipo de Fashionize-Me es propietario de un negocio de moda, ya sea tienda o marca, que quiere aumentar sus ventas y situarse en el imaginario del consumidor, convertirse en el referente de su nicho de mercado y ser en quien piensa dicho consumidor cuando le surge una necesidad que él puede cubrir.

Este negocio ve el auge que está alcanzando la venta online, las recomendaciones P2P y mira con suspicacia el florecimiento de la figura del influencer. Sabe de la necesidad de diferenciarse, pero no tiene muy claro cómo hacerlo. Sabe que no puede competir en precio con las grandes cadenas, pero no es esa su liga: su liga es la de ofrecer tendencia, servicio personalizado y moda exclusiva a un precio razonable.



# Modelo de negocio. Análisis y definición de Cliente

---

El cliente tipo de **Fashionize-Me** quiere ampliar su público objetivo, quiere tener presencia en canales no convencionales de forma orgánica (sin tener que hacer inversiones millonarias) y no tiene los conocimientos o la confianza necesarios para dar el paso.

En este contexto, la solución que ofrece **Fashionize-Me** para sus clientes aúna la comodidad de un servicio para el que no son necesarios conocimientos previos, junto con el escaparate que suponen sus usuarios, el poder de la recomendación y el boca a boca, así como la ingente información que la plataforma obtiene, depura y analiza a partir de los datos proporcionados por sus usuarios, una fuente inagotable de inspiración que **facilita la toma de decisiones basadas en datos**.



# Modelo de negocio. Business Model Canvas

---

En base al enfoque de negocio de **Fashionize-Me**, basado en una **propuesta de valor diferenciada** para usuarios de la app y clientes de la compañía, la definición del modelo de negocio extraída de la elaboración del Business Model Canvas también arroja una perspectiva segmentada en función del usuario y del cliente.

Existen elementos que comparten muchas características comunes entre ambos modelos:

- ✓ Actividades clave.
- ✓ Recursos clave.
- ✓ Estructura de costes.
- ✓ Flujos de ingresos.

Vamos a analizar separadamente la propuesta de valor dirigida a cada uno de los dos segmentos.

# Modelo de negocio. Business Model Canvas visión Usuario

---

Desde el punto de vista del usuario (véase [Anexo 5](#)), la propuesta de valor de **Fashionize-Me** se fundamenta en una aplicación que efectúa recomendaciones personalizadas a través de algoritmos de Inteligencia Artificial. La solución aprende de la información ingestada por el usuario y su actividad en la plataforma, con el fin de que las propuestas que le realiza sean lo más ajustadas posible a su perfil.

Los **factores diferenciales** de la propuesta de valor de Fashionize-Me hacia sus usuarios son:

- ✓ Asistencia.
- ✓ Asesoramiento personalizado.
- ✓ Exclusividad.
- ✓ Comunidad.
- ✓ Recomendador virtual.
- ✓ Gestión integral del armario.
- ✓ Gamificación.

Esta propuesta diferencial de **Fashionize-Me** va dirigida al usuario descrito en el apartado destinado a definirlo: un usuario exigente, al día de las tendencias, que reclama un servicio personalizado, que no quiere que lo persigan con recomendaciones que no van con su estilo, early-adopter, que no suelta su dispositivo móvil y que quiere distinguirse dentro de su grupo.



# Modelo de negocio. Business Model Canvas visión Usuario

---

Los canales a través de los que se establecerá el contacto y la relación entre **Fashionize-Me** y sus usuarios serán, de forma prioritaria:

- ✓ Redes Sociales.
- ✓ Chatbot en la app.
- ✓ Plataforma web.
- ✓ App móvil.
- ✓ Campañas de marketing.

Es crucial el **grado de personalización** que sea capaz de alcanzar el servicio, por lo que el desarrollo y despliegue del modelo es crítico para el éxito del producto. Para ello, es clave la relación que se establezca entre el equipo IT y la compañía de desarrollo: que sea capaz de captar el espíritu que subyace al proyecto, que sea capaz de lanzar un MVP en los plazos marcados y que la propuesta cumpla con los requisitos exigidos.

De la misma forma, la **relación con los influencers y prescriptores** que nos ayuden a difundir el producto, en el marco de la campaña de promoción y marketing, es otro de los pilares clave que jugará un papel básico en el éxito de la iniciativa.



# Modelo de negocio. Business Model Canvas visión Cliente

---

Desde el punto de vista del cliente (véase [Anexo Ó](#)), al igual que hemos visto con los usuarios de la solución, **Fashionize-Me** le ofrece una serie de **características diferenciales**:

- ✓ **Utilización del modelo** para que los clientes (las tiendas/marcas en las que encuadramos a nuestros clientes-objetivo) puedan beneficiarse del algoritmo:
  - ◆ **Creación de un perfil de cliente**, aparte del perfil de usuario, que ofrezca a las marcas/tiendas un espacio donde reciban recomendaciones de prendas que **PODRÍAN COMPRAR/DISEÑAR**, adaptando su producción a los datos de los que disponemos en **Fashionize-Me**, con el fin de “garantizar” su acogida en el mercado.
- ✓ Escaparate virtual.
- ✓ Visibilidad.
- ✓ Posibilidad de publicidad.
- ✓ Alcance.
- ✓ Asistencia Técnica.
- ✓ Facilidad de uso.



# Modelo de negocio. Business Model Canvas visión Cliente

---

Al igual que en el caso de los perfiles de usuario, los canales a través de los que se establecerá el contacto y la relación entre Fashionize-Me y sus clientes serán, de forma prioritaria:

- ✓ Redes Sociales.
- ✓ Chatbot en la app.
- ✓ Plataforma web.
- ✓ App móvil.
- ✓ Campañas de marketing.

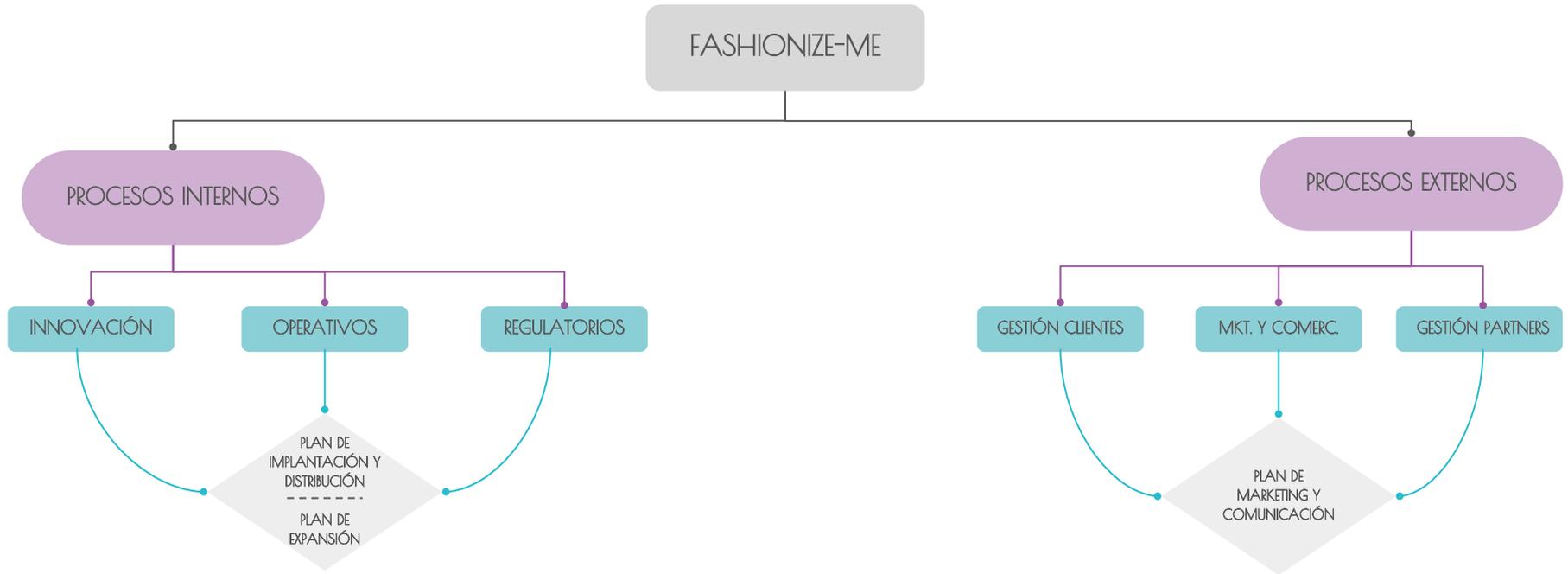
A estos canales se añade también, en el caso de los perfiles de cliente, un servicio de **asistencia técnica 12 horas al día**, de tal manera que esté habilitado para prestar ayuda a los clientes que encuentren algún tipo de problema a la hora de actualizar sus catálogos o cualquier otra característica de sus perfiles.



Fashionize-Me

# Integración Caso de Uso con Procesos de Negocio.

# Integración Caso de Uso con Procesos de Negocio.



# Integración Caso de Uso. Procesos Internos

Procesos de innovación



Procesos de gestión operativa



# Integración Caso de Uso. Procesos Internos

---

Procesos regulatorios



# Integración Caso de Uso. Procesos Externos

---

## Gestión de Clientes y Usuarios



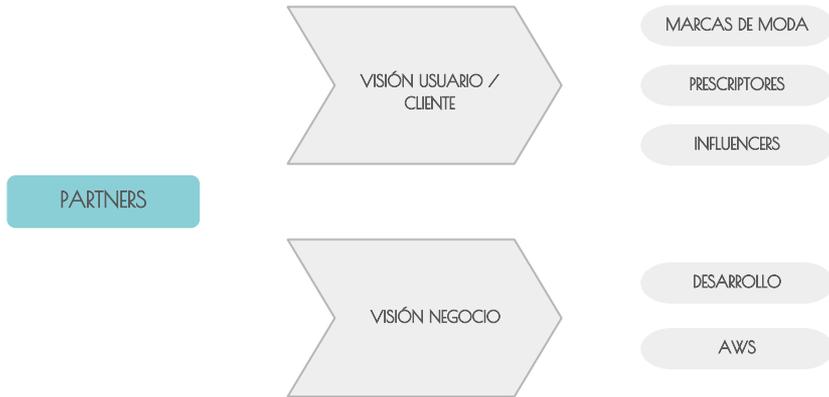
## Marketing y Comunicación

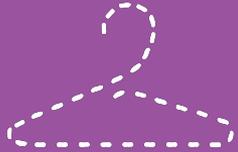


# Integración Caso de Uso. Procesos Externos

---

## Gestión de Partners





Fashionize-Me

Planes Operativos

# Planes operativos. Plan de Marketing

---

## Planteamiento inicial



Para desarrollar nuestra estrategia de Marketing nos inspiraremos en la teoría del Círculo de Oro de Simon Sinek<sup>2</sup>.

La clave de la estrategia se basa en el Por qué: **qué nos hace diferentes**. El valor diferencial de Fashionize-Me se encuentra en que es la única aplicación que ofrece a sus usuarios un servicio de estilista personal virtual diseñado para solucionarle todas sus incidencias y dudas con sus estilismos diarios a un golpe de clic.

En torno a esta idea construiremos nuestro Cómo (las líneas estratégicas) y nuestro Qué (el plan de acciones).

El desglose del plan de acción completo para el primer año se puede ver en el [Anexo 7](#).



# Planes operativos. Plan de Marketing

---

## Por qué

Nos encontramos en la antesala del lanzamiento de **Fashionize-Me**, un momento crucial para la marca; tanto es así que consideramos que la calidad y acierto del despliegue del Plan de Marketing necesariamente determinará la acogida de la aplicación por parte de los clientes y usuarios que se han definido como targets estratégicos del proyecto.

El eje del Plan de Acción girará en torno a nuestro claim: **Fashionize-Me: tu estilista personal virtual a un golpe de clic**.

## Objetivos

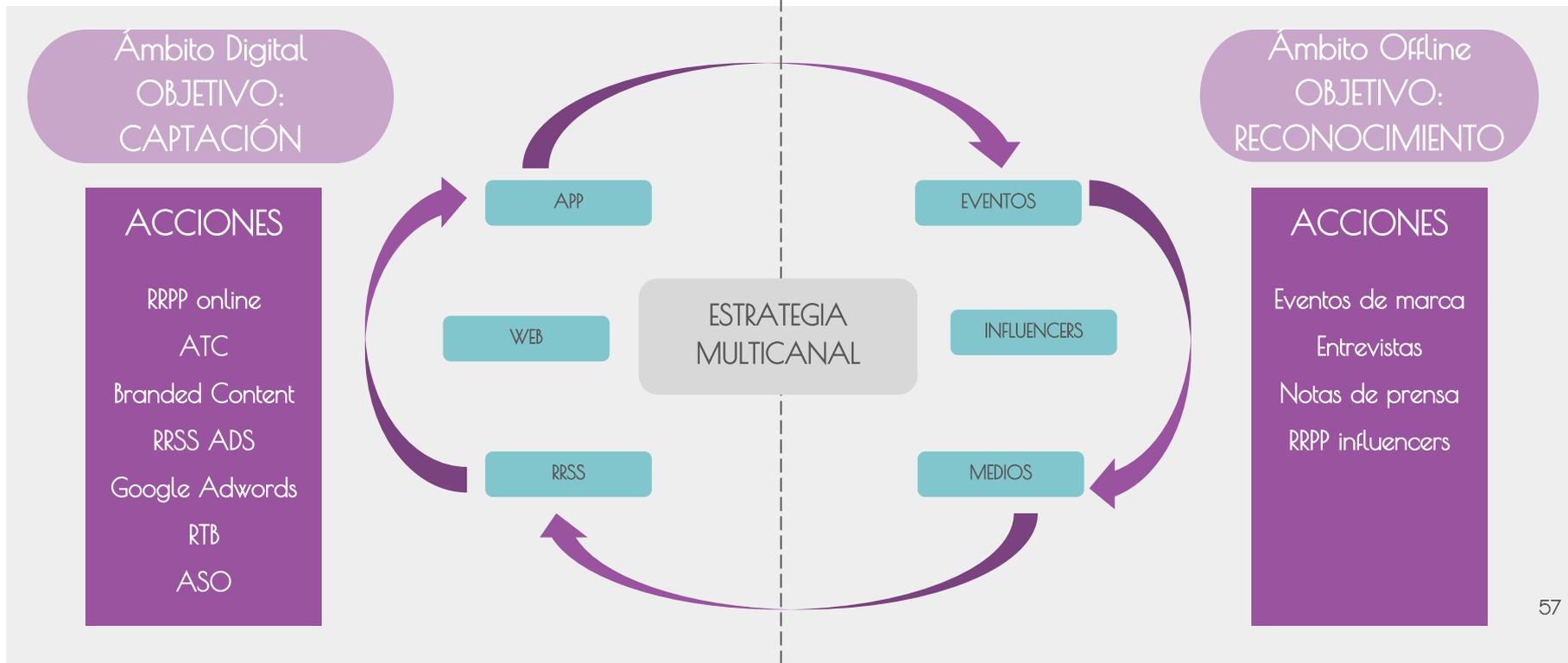
El plan de marketing se desarrolla encaminado hacia dos vertientes:

- ✓ **Branding y reconocimiento:** Dar a conocer la aplicación y sus servicios entre nuestros diferentes públicos objetivos y potenciales clientes y usuarios.
- ✓ **Captación:** Llevar tráfico a las diferentes landings de descarga con el fin de conseguir nuevos usuarios.



# Planes operativos. Plan de Marketing

Cómo. Nuestra estrategia



# Planes operativos. Plan de Marketing

---

## Cómo. Nuestra estrategia

Nuestro Plan de Marketing se basará en dos líneas estratégicas:

- ✓ **Ámbito Digital.** El ámbito digital será donde se desarrollará de forma mayoritaria el plan de acciones previsto: **Fashionize-Me** es una aplicación móvil, sus usuarios se relacionan en un entorno online y su área de desarrollo y promoción natural se encuentra en este ámbito.
  - ◆ En este sentido, se abordará un plan de acción que asegure:
    - El conocimiento de marca, a través de estrategias de Branding (objetivo secundario).
    - La captación de usuarios, a través de estrategias de atracción de tráfico hacia nuestros canales propios (objetivo principal).
- ✓ **Ámbito Offline.** La otra gran línea estratégica se basará en el diseño y desarrollo de eventos presenciales para reforzar la estrategia de Branding y reconocimiento, conocer la marca y las funcionalidades que ofrece **Fashionize-Me**, apoyados en la presencia de influencers y prescriptores que arrastren un volumen importante de los usuarios que tenemos identificados como targets de nuestra solución.



# Planes operativos. Plan de Marketing

---

## Qué. Planes de acción. Ámbito Digital

### Branding - RRPP Online

Para llevar a cabo las acciones de RRPP Online se llevará a cabo una labor de prospección en todos los canales donde Fashionize-Me tenga presencia con el fin de identificar los perfiles que se correspondan con el tipo de usuario que tenemos clasificado como target.

Para ello, se emplearán herramientas que nos permitan efectuar:

- ✓ Monitorización de palabras clave.
- ✓ Segmentación de usuarios según los criterios definidos para los targets de Fashionize-Me.
- ✓ Selección de canales.

Mediante esta estrategia de escucha activa, podremos participar en conversaciones que nos interesen de forma proactiva, contribuyendo al posicionamiento y a la expansión de la marca.



# Planes operativos. Plan de Marketing

---

## Qué. Planes de acción. Ámbito Digital

### Branding - Canales en RRSS

Nuestros canales en RRSS serán el núcleo de nuestra estrategia de Branding, del mismo modo que las landings de descarga lo serán de la estrategia de Tráfico.

Mediante nuestros canales sociales:

- ✓ Ofreceremos información actualizada sobre la plataforma y sobre nuestras campañas y promociones.
- ✓ Ofreceremos vínculos con la descarga de la app.
- ✓ Propondremos consejos de uso.
- ✓ Incorporaremos teasers sobre contenido y campañas específicas.
- ✓ Efectuaremos concursos y promociones.
- ✓ Centralizar la comunidad en torno a **Fashionize-Me**, incorporando servicios de resolución de dudas y atención al usuario y al cliente.



# Planes operativos. Plan de Marketing

---

## Qué. Planes de acción. Ámbito Digital

### Branding - Branded Content

La estrategia de Branded Content se basará en la creación de una estrategia de contenidos que se desarrollará en una doble vertiente:

- ✓ Contenido propio:
  - ◆ Posts en nuestros canales.
  - ◆ Vídeos explicativos del uso de **Fashionize-Me**.
  - ◆ Publicaciones en nuestros canales sociales, adaptadas al tipo de canal y tipología de público que nos sigue en cada una de ellas.
- ✓ Contenido en terceros: Artículos/posts/publirreportajes en las publicaciones online más relevantes del sector.

Nuestra estrategia de Branded Content se basará tanto en contenido textual como, y sobre todo, en contenido tipo imagen y tipo vídeo: diseñaremos, guionizaremos y produciremos una serie de vídeos cortos como apoyo a la estrategia en los que:

- ✓ Se explicará el funcionamiento de la plataforma.
- ✓ Se resolverán dudas.
- ✓ Se participará en temas de actualidad siempre que esté justificado.

# Planes operativos. Plan de Marketing

---

## Qué. Planes de acción. Ámbito Digital

### Tráfico - PPC

Nuestra estrategia de tráfico hacia las landings de descarga de nuestra aplicación se fundamentará en campañas PPC, que se apoyará en tres pilares.

- ✓ Real Time Bidding.
- ✓ Google Adwords.
  - ◆ Búsqueda.
  - ◆ Remarketing.
- ✓ RRSS Ads.
  - ◆ Campañas de atracción de usuarios.
  - ◆ Campañas de captación de leads.
  - ◆ Campañas de derivar tráfico hacia las landings de conversión.
  - ◆ Campañas de reproducción de los vídeos generados en la estrategia de Branded Content.



# Planes operativos. Plan de Marketing

---

## Qué. Planes de acción. Ámbito Digital

### Tráfico - ASO

Para el posicionamiento en stores de nuestra aplicación, será crucial aplicar estrategias de optimización en este ámbito. Según datos de la guía App Store Optimization 2017<sup>8</sup>, elaborada por la consultora PickASO, con fecha septiembre 2017 existían 7.775.820 aplicaciones disponibles para su descarga en iOS App Store y Google Play Store.

Diariamente se publican una media de 4.921 aplicaciones en la iOS App Store, y 3.448 aplicaciones en la Google Play Store. Asimismo, **cada minuto** se descargan 342.000 aplicaciones a nivel mundial.

Ante este panorama, se convierte en determinante disponer de una estrategia de posicionamiento en estos espacios que nos asegure la visibilidad de nuestra aplicación, cuidando los factores ASO On-Metadada y Off-Metadada según las normas que cada una de las stores impone a sus publicadores.



# Planes operativos. Plan de Marketing

---

## Qué. Planes de acción. Ámbito Offline

### Eventos

Otra de las claves de nuestro Plan de Marketing será la realización de eventos presenciales, donde daremos a conocer la aplicación y sus funcionalidades.

Estos eventos se basarán en varios pilares:

- ✓ **Localización:** espacios emblemáticos en ciudades cuya ubicación sea estratégicamente relevante, ya sea por volumen de seguidores procedente de dichas ciudades, o porque por su situación nos interese para cubrir un área determinada. Los eventos presenciales se realizarán a nivel nacional. Como lanzamiento, está previsto realizar eventos en Sevilla, Madrid y Barcelona.
- ✓ **Desarrollo:** la escaleta de los eventos se repartirá entre:
  - ◆ Breve presentación de **Fashionize-Me**.
  - ◆ Demostración insitu del funcionamiento y las features de la plataforma.
  - ◆ Networking entre los asistentes.



# Planes operativos. Plan de Marketing

---

## Qué. Planes de acción. Ámbito Offline

### Eventos

- ✓ **Invitados:** la asistencia será libre, con la única limitación del aforo de los locales donde se lleven a cabo. La difusión de los eventos y las invitaciones se cursarán a través de campañas en nuestros canales sociales, tanto orgánicas como de pago.

### Influencers

Nuestra estrategia offline depositará un importante peso en la **relación con influencers y prescriptores**.

Para ello, seleccionaremos la figura de la **Embajadora Fashionize-Me**, una figura capaz de atraer por sí sola, gracias a su poder de prescripción, a un importante volumen de usuarios que se sienten identificados con ellas y que pertenecen a los targets que tenemos definidos.

En nuestra etapa de lanzamiento, nuestra **Embajadora Fashionize-Me** será la actriz, blogger e influencer Paula Echevarría, que cuenta con más de dos millones de seguidores en Instagram y cuyo blog es seguido a diario por miles de usuarias que siguen a rajatabla sus recomendaciones.



Fashionize-Me

# Planes operativos. Plan de Marketing

---

## Indicadores

Realizaremos un seguimiento personalizado del rendimiento de las campañas que componen este plan de acciones, con el fin de detectar si están ayudando a cumplir los objetivos para los que fueron diseñados y, en su caso, para reenfocar la estrategia en caso de que se detecte que no se están alcanzando los objetivos marcados. Los indicadores clave que utilizaremos para medir el éxito de las campañas serán:

- ✓ Volumen de sesiones.
- ✓ Clics en botón “Descarga”.
- ✓ Descargas efectivas.
- ✓ Usuarios activos.

De forma complementaria, efectuaremos seguimiento a las siguientes KPIs, que mediremos con herramientas de analítica tanto cuantitativa como cualitativa:

- ✓ **Branding**
  - ◆ Asistencia a los eventos.
  - ◆ Volumen de sesiones procedentes de Branded Content.
  - ◆ Tasa de conversión de las sesiones procedentes de acciones de Branding.
  - ◆ ROI de las acciones de Branding.

# Planes operativos. Plan de Marketing

---

## Indicadores

- ✓ Tráfico
  - ◆ Volumen de sesiones procedentes de las campañas PPC.
  - ◆ Tasa de conversión.
  - ◆ Tasa de rebote.
  - ◆ CTR.
  - ◆ ROI de las acciones de Tráfico.



# Planes operativos. Plan de Expansión



Fig. 6. Roadmap de Fashionize-Me

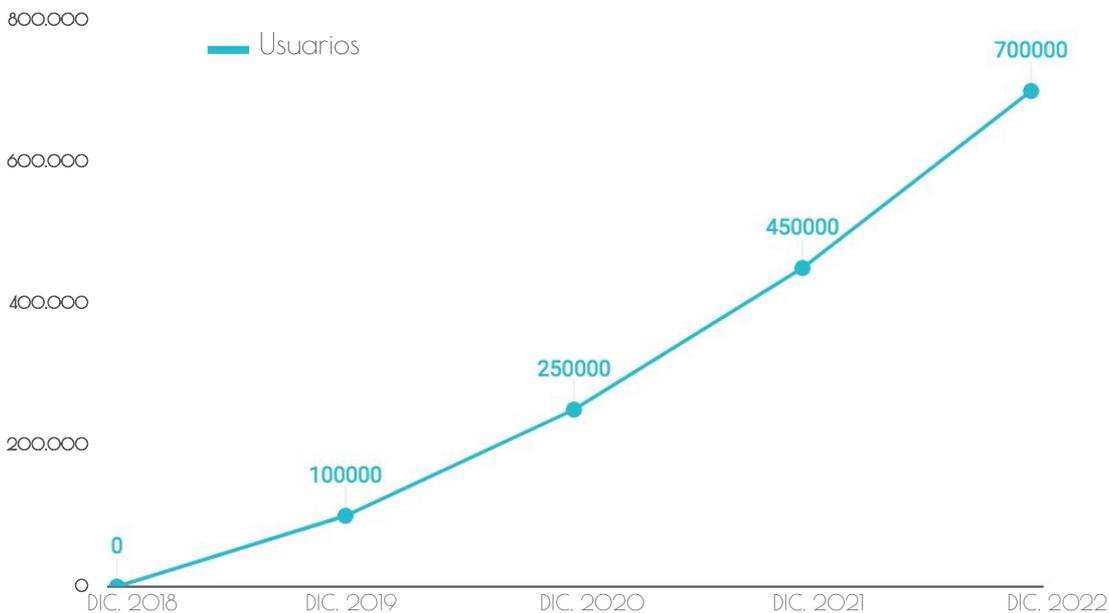
# Planes operativos. Plan de Expansión

## 1ª ETAPA

- ✓ Monetización: AFILIACIÓN
- ✓ Porcentaje: 5%
- ✓ LTV: 3,5€

## 2ª ETAPA

- ✓ Plan EXPANSIÓN
  - ◆ Posicionamiento
  - ◆ % venta



INGRESOS POR AFILIACIÓN

EXPANSIÓN

# Planes operativos. Plan de Expansión

---

Tal como se observa en el RoadMap de las diapositivas anteriores, el plan de **ingresos** de **Fashionize-Me** presenta 2 grandes hitos:

- ✓ Una primera fase donde **provendrán fundamentalmente de redes de afiliación**. Estos ingresos podrán ser de dos tipos:
  - ◆ Mediante el **pago por clic**.
  - ◆ Mediante una **comisión por venta** a través de nuestra app.
- ✓ Una segunda fase, una vez hayamos alcanzado un volumen suficiente de usuarios, que dará comienzo a nuestro **Plan de Expansión**.
  - ◆ Dicho plan se centrará en la captación de los clientes a los que nos dirigimos y que hemos definido dentro de nuestros targets.

Nuestro Plan de Expansión se basará en conseguir clientes que aporten ingresos a través de dos vías principales:

- ✓ Pago **por aparecer en las primeras posiciones** de las sugerencias ofrecidas por nuestro recomendador, aparecerán por delante de las demás marcas, cuyo posicionamiento será orgánico, pero sólo cuando los artículos de su catálogo se correspondan con las preferencias de nuestros usuarios según determine el algoritmo de recomendación. El pago por aparecer en posiciones más avanzadas únicamente afecta a la posición, no a la sugerencia: en ningún caso se priorizará contenido que no se corresponda con el perfil de nuestro usuario.
- ✓ **Comisión por venta** a través de **Fashionize-Me**, que funcionará según el modelo que ya se estaba siguiendo para las redes de afiliación.



# Planes operativos. Plan de Expansión

---

El faseado completo se desglosa de la siguiente manera:

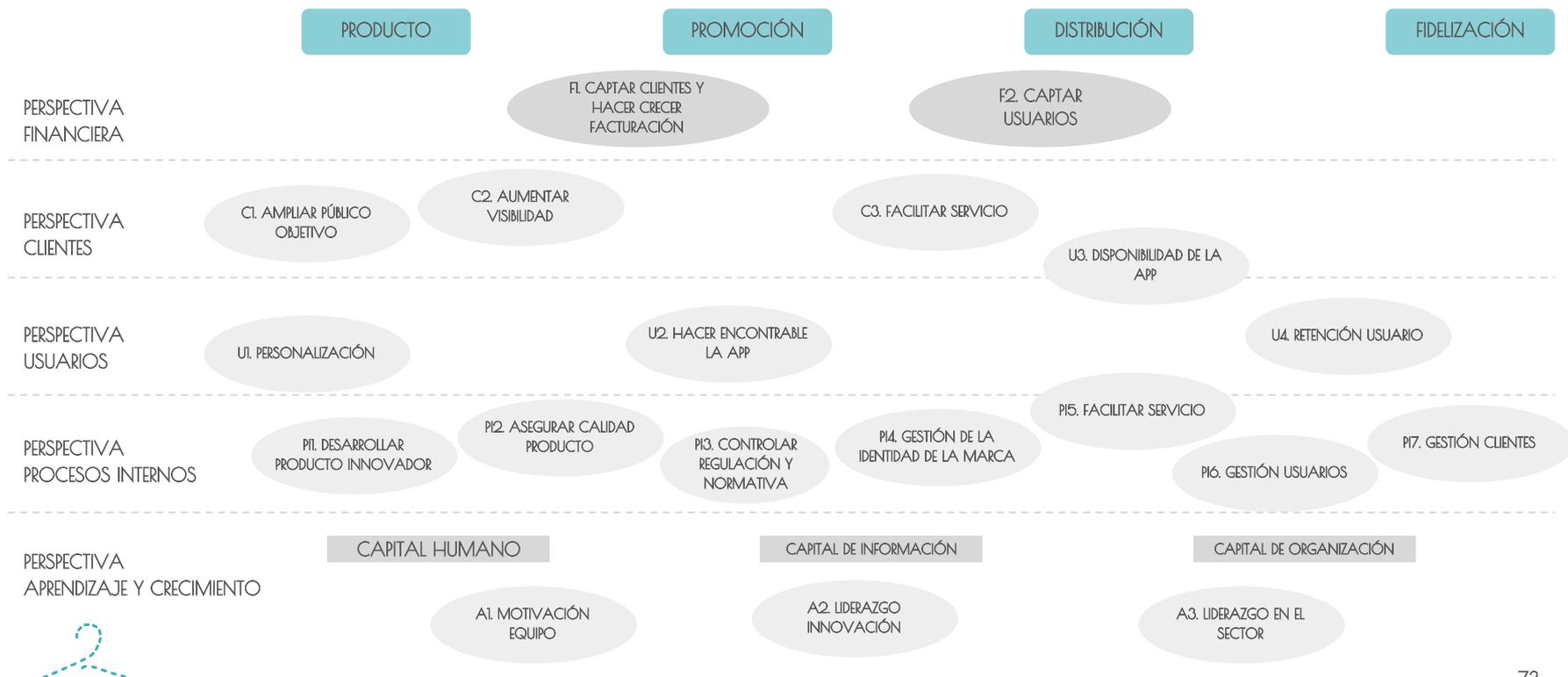
- 1** En una **Fase 0 - Enero 2018** disponemos de recursos propios de un las aportaciones individuales de los seis socios por un total de 200.000€. En **marzo de este año 2018** solicitamos un préstamo bonificado del CDTI de 400.000€; con esta financiación se costeará la creación de la sociedad, el registro de marca y, en el plazo de 6 meses, elaboramos un prototipo de la APP.  
  
En **junio de 2018** calculamos que necesitaremos un impulso económico de unos 750.000€ (el 29% de la valoración de la sociedad), para el que acudiremos a una ronda de inversión, con el fin de finalizar el desarrollo del MVP de la app y lanzarla en **diciembre de 2018**.
- 2** La **Fase 1** dará comienzo en diciembre de 2018 y durará hasta diciembre de 2019, con el lanzamiento de la app, la apertura del portal web y el Plan de Marketing; el objetivo se sitúa en alcanzar en el primer año un total de 100.000 usuarios netos.
- 3** La **Fase 2** irá desde **enero de 2020 hasta diciembre** del mismo año. En este momento habremos alcanzado la cifra clave de 250.000 usuarios.
- 4** La **Fase 3, que se inicia en enero de 2021**, significa el arranque de nuestro plan de Expansión hasta diciembre del mismo año, donde esperamos haber alcanzado una cifra de 450.000 usuarios.



Fashionize-Me

Solución

# Solución Técnica. Mapa estratégico



# Solución Técnica. Análisis funcional

---

## Funcionalidades de la aplicación

- 1 **Idiomas:** castellano e inglés
- 2 **Registro** con login social / login por correo electrónico.
- 3 **Opciones** de usuario
  - ✓ Datos obligatorios:
    - ◆ Nombre - Apellidos - Contraseña.
  - ✓ Datos opcionales (los puede rellenar él o la aplicación los completa a partir de una imagen de cuerpo entero del usuario y de sus hábitos de uso de la app. cuando los tenga):
    - ◆ Fisonomía: Edad, Altura, Color de pelo, Color de ojos, Tallas.
    - ◆ Gustos: Colores "favoritos", Estilo de moda preferido.
    - ◆ Ubicación geográfica.
    - ◆ Gasto medio anual (en función de las marcas de la ropa que favoritee/suba/compre).
  - ✓ Vinculación cuentas sociales:
    - ◆ Instagram-Facebook-Twitter.
  - ✓ Vinculación herramientas externas: Calendar

# Solución Técnica. Análisis funcional

---

4

**Funcionalidades** de la aplicación: estamos hablando de una aplicación que se basa en los gustos del usuario y la información sobre su físico proporcionada por él mismo o identificada por la aplicación para ofrecerle:

- ✓ Por una parte, **recomendaciones** de moda en base a la información contenida en su base de datos, pero también en base a la cercanía por geolocalización con el usuario y en base a tendencias (Google Trends): por ejemplo: Falda rayas negra amarilla. Si creamos una BBDD con la tipología de artículos textiles de moda y combinamos por ejemplo con diferentes descripciones de forma y color, nos puede dar mucho juego. Google son millones de interacciones
- ✓ Por otra parte, **sugerencias de outfits en base a los armarios virtuales** de cada usuario, según los siguientes criterios:
  - ◆ Información meteorológica.
  - ◆ Información procedente de la agenda del usuario.
  - ◆ Día de la semana.
  - ◆ Histórico del usuario (combinaciones ya utilizadas en determinados días de la semana/eventos/meteorología).
- ✓ **Propuestas de moda en función de estacionalidad**. p.ej:
  - ◆ Black Friday.
  - ◆ Rebajas invierno/verano.
- ✓ **Me voy de viaje**: esta funcionalidad permite al usuario introducir algunos datos relativos a su destino y duración del viaje, y la app le propone prendas y le sugiere compras para completar la perfecta maleta de viaje.



# Solución Técnica. Análisis funcional

---

- ✓ **Gestión de tareas** relacionadas con las prendas: adquiere todo su sentido en ocasiones especiales como bodas o demás:
  - ◆ Necesita ir a la tintorería.
  - ◆ Necesita arreglo de bajos o similar.
  - ◆ Se me ha caído un botón...

Esta funcionalidad se puede nutrir, además, de recomendaciones de sitios cercanos donde el usuario pueda solucionar estas incidencias (ingesta de datos procedente de Google Places), así como vincularse directamente con la aplicación de Google Calendar del usuario.

- ✓ **Inventario** de ropa: ¿quién no se ha encontrado ante la tesitura de tener ropa guardada en altillos, debajo de la cama, armarios diferentes, cajones... y a la postre no sabes ni la ropa que tienes? Con Fashionize-me puedes hacer un registro de toda tu ropa y la ubicación donde se encuentra: así, puedes tener la posibilidad de categorizar toda tu ropa y localizar rápidamente todas tus prendas y complementos sólo con consultar la app.



# Solución Técnica. Análisis funcional

---

- ✓ **Gamificación:** al estilo de los badges de aplicaciones como Foursquare (que fue lo que hizo que fuera un boom en su momento), o uno de los factores que contribuyó al posicionamiento de aplicaciones de tanto éxito como Chicfy: crea tu propia comunidad en Fashionize-me, complementa las sugerencias del estilista virtual.

Funcionamiento muy sencillo, al estilo de las encuestas de Instagram Stories, íntegramente a través de la propia app, por ejemplo:

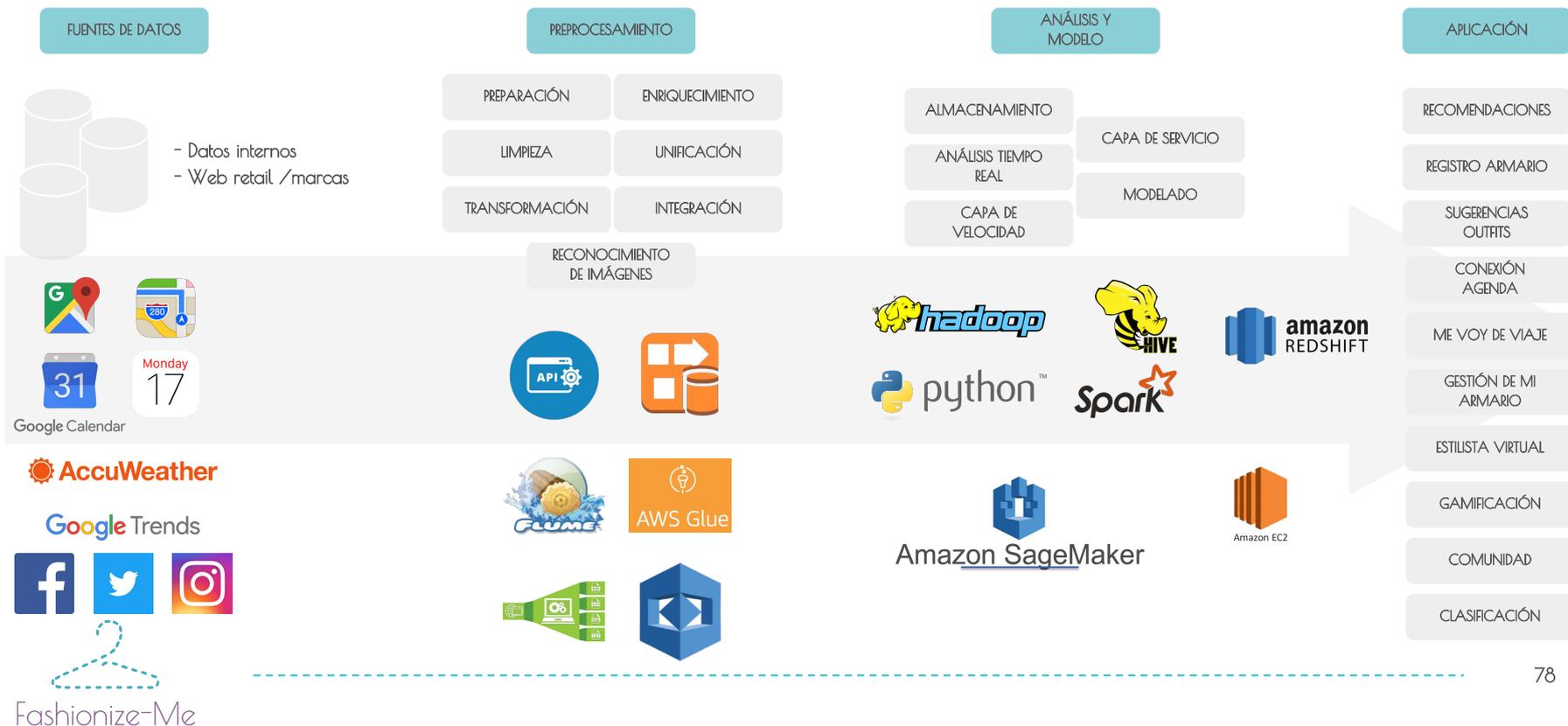
- ◆ "Tu amiga María te ha enviado una sugerencia de su estilista virtual" (pinchas en la notificación y te aparece una imagen del estilismo sugerido y una pregunta de doble respuesta) "¿Te gusta este vestido o me pongo mejor este otro?".
- ◆ "Me he comprado este vestido para la boda de X... ¿no se te ocurra comprártelo!".
- ◆ "¿Te pondrías estas botas con este vestido?"...

- ✓ **Estilista virtual:**

- ◆ Un asistente tipo chatbot, que puede responder a cuestiones como:
  - ¿Este outfit es adecuado? Tanto si la combinación de colores/prendas es adecuada, como si se ajusta al acto/evento al que vaya a asistir el usuario.
  - ¿Dónde podría comprar...? El usuario puede describir una prenda o complemento y el asistente le propone de entre toda su base de datos las aproximaciones que encuentre.



# Solución Técnica. Diseño conceptual



## Solución Técnica. Fuentes y catálogo de datos

---

Las fuentes de datos que vamos a utilizar en Fashionize-Me se pueden clasificar en **dos grandes bloques** (véase Anexo 9): para el desarrollo del modelo, de las fuentes de datos identificadas anteriormente **se ha desglosado un total de 181 datos**, cuya estructura y detalle se pueden consultar en el [Anexo 10](#).



# Solución Técnica. Ingesta de datos

---

Para la ingesta de datos en la aplicación, provenientes de las fuentes de datos y catálogo ya detallados, la **metodología** a seguir consistirá en lo siguiente:

- 1 Con AWS Kinesis Data Firehose se realizará la **carga de datos de las APIs de las redes sociales y resto de datos en tiempo real** para realizar su transformación en destino hacia las estructuras deseadas y habilitar el análisis en un entorno escalable, estable y seguro, con capacidades de compresión y cifrado de datos.
- 2 Con AWS Glue se realizará la **extracción, transformación y carga (ETL)** de los datos seleccionados, almacenando los metadatos asociados (esquemas, definiciones de tablas, etc.) en el catálogo de datos de AWS.
- 3 **Carga de datos** en HDFS en los clústers Hadoop de Amazon de la información obtenida tanto de la aplicación móvil y catálogos, como de las diferentes APIs de las BD anteriormente mencionadas.
- 4 **Instagram:** Dada su extrema importancia como referente en la difusión de imágenes de moda y su enorme utilidad como herramienta para medir el éxito, mencionamos la API Endpoints nativa de Instagram, que proporcionará, para todos aquellos perfiles públicos para los que se solicite, Users, Relationships, Media, Comments, Likes, Tags y Locations.



# Solución Técnica. Enriquecimiento y unificación

---

Una vez dispongamos de todos los datos en nuestro sistema, se procederá al **Enriquecimiento y Unificación** de los mismos en aras de conseguir la mayor calidad y fiabilidad en los resultados:

- ✓ **Cuantitativo:** Incorporando nuevos registros a las BBDD a través de la interconexión con otras BBDD almacenadas relacionándolas por zonas geográficas, edades, etc. Y en general segmentando por grupos homogéneos de registros que respondan a perfiles similares.
- ✓ **Cualitativo:** Incorporando nuevos criterios de segmentación y análisis. Utilizando tipologías para las personas físicas, lo cual nos permitirá crear perfiles de usuario y cuantificar el mercado potencial. La correlación entre los diferentes tipos de usuario y el mercado potencial permitirá trazar un perfil característico que identificará a cada usuario. A partir de las tipologías de las prendas y sus características, zonas geográficas y otras agregaciones se podrán definir aún más categorías de usuario.

Con técnicas de **Data Cleansing** (Limpieza de datos) se realizará la **Unificación** de los datos, imprescindible para minimizar el riesgo de realizar cálculos y análisis con información imprecisa, errónea, incompleta o duplicada. Al proceder los datos de diferentes tipos de fuentes, siempre existen conflictos estructurales que hay que solucionar antes de utilizar los datos con garantías.

La base de este trabajo es la **automatización**, incorporando aplicaciones que actúen sobre los metadatos y **detecten problemas que afecten a sus propiedades para su posterior corrección**, corrección que deberá ser verificada después de cada transformación. Una vez eliminados los errores de calidad, los datos correctos deben reemplazar a los erróneos en las fuentes originales para que finalmente tengamos un set de datos correcto para su utilización.

# Solución Técnica. Identificación y clasificación de imágenes

---

Para la identificación y clasificación de imágenes, un factor crucial en el algoritmo de recomendación de **Fashionize-Me**, se ha diseñado una metodología que sigue los siguientes pasos:

- 1 El primer paso será **almacenar la carga de imágenes** de la que vamos a disponer en uno o varios buckets de S3. Estas imágenes, como se ha detallado en el catálogo de datos y en el inventario de fuentes de datos, podrán venir de redes sociales del usuario, de hacer scraping en las web de las marcas, o de cualquier otra fuente.
- 2 El segundo paso, una vez almacenadas las imágenes en S3, consistirá en la clasificación de dichas imágenes: la llegada de cada nueva imagen lanzará la ejecución del servicio AWS Rekognition, que nos categorizará la imagen.
- 3 Esa categorización ya será información estructurada, que llevaremos a los clústers de Hadoop, donde nuestro algoritmo de recomendaciones hará su trabajo.

# Solución Técnica. Procesamiento y reconocimiento de imágenes

---

Como ya se ha descrito en otros apartados de la memoria, partiremos de diferentes fuentes de datos para nutrir nuestro modelo de recomendación:

- 1 Por una parte, contaremos **con la propia información aportada por el usuario**, a través de sus perfiles en redes sociales (Instagram, Twitter, Facebook...), así como imágenes aportadas directamente desde aplicaciones de mensajería (Whatsapp, Telegram), como desde la propia cámara o galería del dispositivo móvil.

Estas imágenes serán procesadas por nuestro motor de reconocimiento que, **utilizando técnicas de Deep Learning**, extraerá las características de las mismas y el grado de certidumbre de dicha característica.

En el [Anexo 11](#) podemos ver dos ejemplos del funcionamiento de esta tecnología.

Para cada imagen **generaremos un código hash que la identificará de forma unívoca**. De esta forma, una vez procesada la imagen, no será necesario almacenar el original en nuestros sistemas.

Esté código (ID imagen), junto al código de usuario (ID usuario) serán **los dos atributos principales de identificación de cada registro**. Para cada registro almacenaremos tantos pares clave / valor como atributos identifiquemos en el reconocimiento de la imagen. La clave será el concepto identificado (ej: jacket, jeans, long sleeve, etc), y el valor será su probabilidad o certidumbre (0.513, 0.529, 0.552, etc). De esta forma conseguiremos dar estructura a la información que proviene de imágenes de usuario.

## Solución Técnica. Procesamiento y reconocimiento de imágenes

---

- 2 De igual forma procesaremos **otras fuentes de datos visuales**, usando técnicas de webscraping para rastrear las imágenes de diferentes webs de moda, aplicables a nuestro caso. Esta información no estará inicialmente vinculada a ningún usuario concreto, pero serán entrada para nuestro motor de recomendaciones, que será capaz de asociar las características de estas imágenes con las preferencias conocidas de nuestros grupos de usuario.
- 3 Finalmente, toda la información extraída en forma de atributos, será enriquecida con datos de contexto, como la meteorología, geolocalización o tipo de evento (boda, fiesta, conferencia, etc.), información a la postre esencial para nuestro recomendador.

Existirán dos tipos de procesamiento, **uno en modo batch y otro en modo online**.

- 1 El **modo batch** será de aplicación para procesar toda la información histórica de un usuario, rastreando sus redes sociales y su información tras el alta en la aplicación. El modo batch también procesará las actualizaciones que se produzcan en las diferentes webs de moda que monitorizaremos.
- 2 Por otro lado, dispondremos también de un **modo online**, para procesar y categorizar las imágenes subidas por el usuario de forma interactiva, por ejemplo al hacerse una foto con un determinado outfit, o enviar a la aplicación una foto de ropa recibida por una aplicación de mensajería.



# Solución Técnica. Modelo predictivo

---

En un entorno nuevo, de datos masivos y capacidades de procesamiento inéditas, el análisis de la información y los modelos predictivos permiten mejorar en gran medida no sólo la consecución de los objetivos, sino el conocimiento preciso de los ingredientes que provocan los diferentes resultados.

En **Fashionize-Me** utilizaremos **aplicaciones integradas en AWS** de Machine Learning como Amazon SageMaker para obtener predicciones en nuestra aplicación con cierta facilidad, en una plataforma altamente escalable.

Con diferentes algoritmos de segmentación (clustering) como **K-Means**, y mediante **árboles de decisión**, encontraremos tanto los grupos de usuarios como las combinaciones de prendas de vestir y accesorios con las que se identifican dichos grupos, encontrando los patrones que definen los diferentes estilos y tendencias en función del contexto.

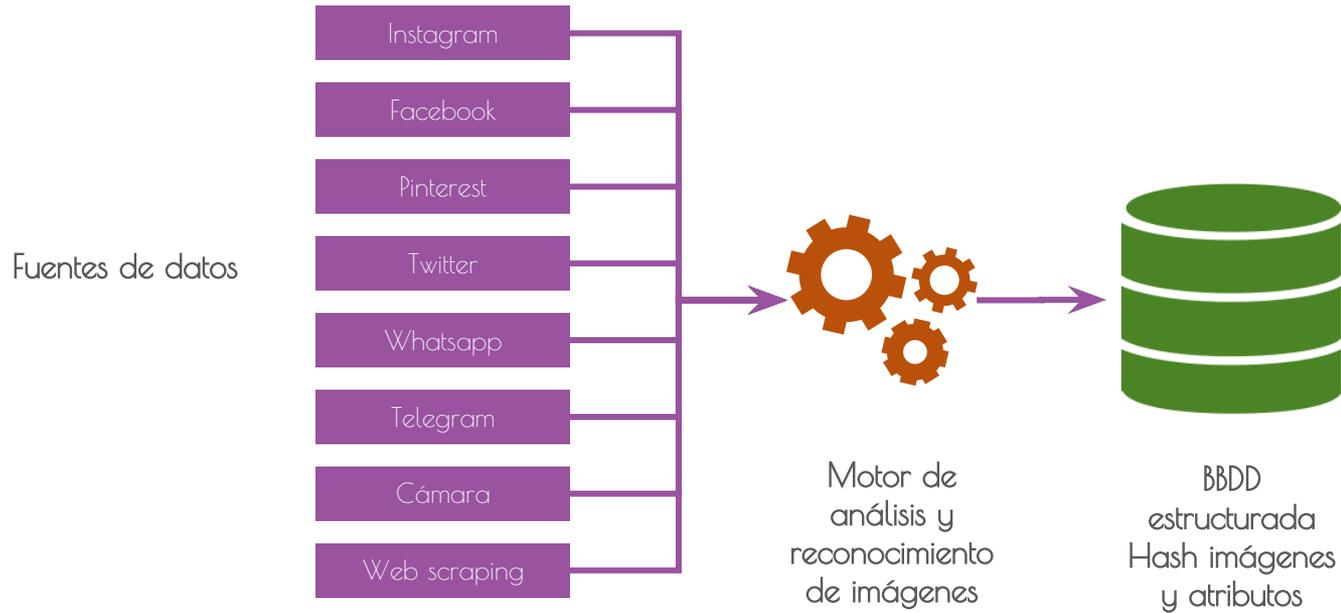
Estos modelos predictivos, tras ser entrenados y evaluados, serán desplegados para su uso en tiempo real en nuestra aplicación, que recomendará al usuario artículos de su armario o la adquisición de otros en las tiendas de nuestros clientes y afiliados.

El modelo predictivo, a su vez, mejorará continuamente, ajustándose a los cambios de las tendencias y aprendiendo de las interacciones de los usuarios en nuestra aplicación.



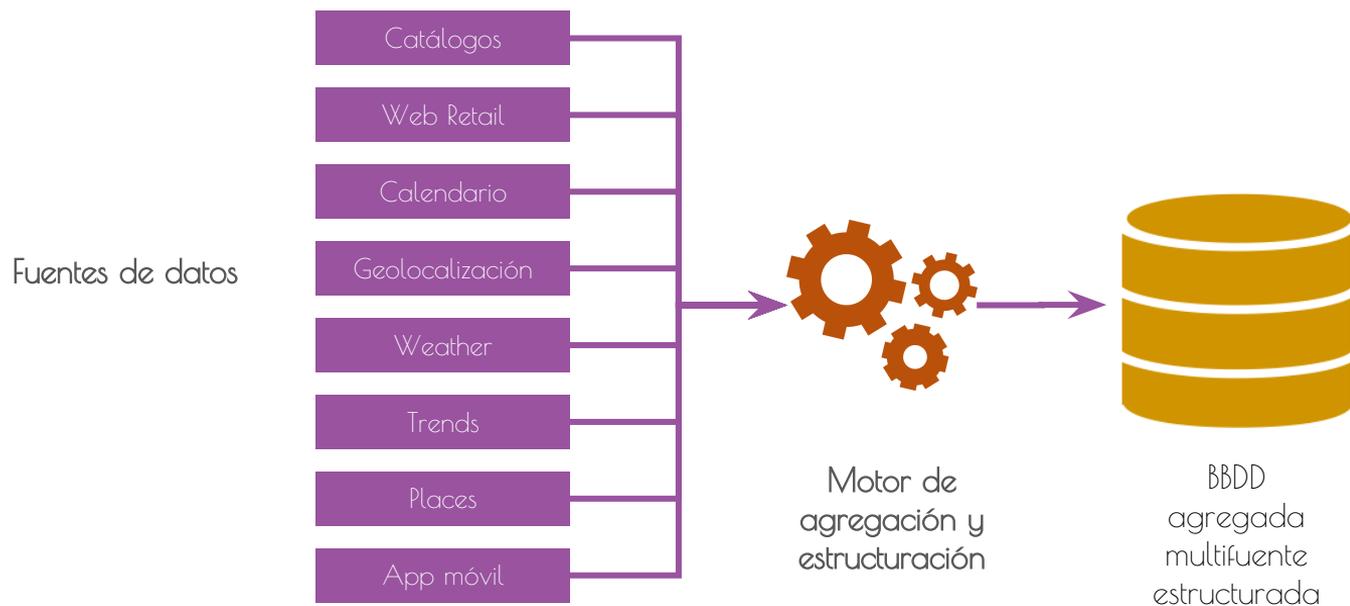
# Solución Técnica. Arquitectura de la solución. Procesamiento de imágenes

La solución descrita a lo largo de este apartado se representa gráficamente como sigue:



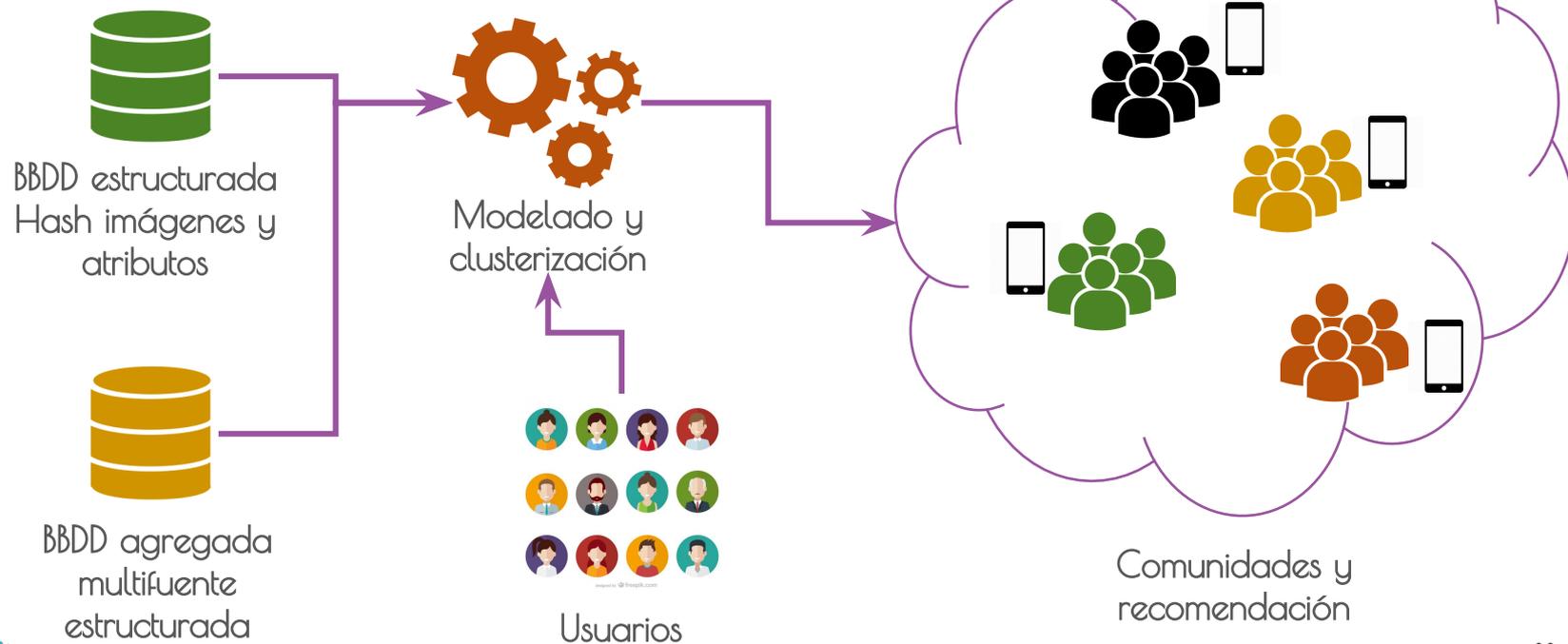
# Solución Técnica. Arquitectura de la solución. Procesamiento de imágenes

La solución descrita a lo largo de este apartado se representa gráficamente como sigue:



# Solución Técnica. Arquitectura de la solución

La solución descrita a lo largo de este apartado se representa gráficamente como sigue:





Fashionize-Me

Estudio económico-financiero

# Estudio económico-financiero. Introducción

---

**Fashionize-Me** será constituida en el registro mercantil como una sociedad de responsabilidad limitada, haciéndose efectiva a partir de Marzo de 2018.

**Fashionize-Me** estará constituida por los 6 socios fundadores, cuya distribución de las participaciones se hará de manera equitativa, un 16,67% para cada uno de los socios.

El consejo administrativo estará formado por los seis socios fundadores, que serán los encargados de llevar la dirección de la sociedad.

El capital social inicial de **Fashionize-Me** será de 200.000€, aportando cada uno de los socios 33.333€. La capitalización inicial será de 33.000 acciones a un precio de 1€ cada acción.

Aparte del capital social inicial, desde el comienzo se establecen dos tipos de entrada de capital:

- ✓ **Inversores externos privados**, lo cuales pasarán a formar parte de la sociedad como nuevos socios. En concordancia con las necesidades económicas se realizará una primera ronda de financiación; se busca un tipo de inversor Business Angel que aporte el capital necesario para comenzar en las primeras fases del proyecto a cambio de un porcentaje en las participaciones de la sociedad.
- ✓ **Ayudas públicas a la financiación** tales como CDTI/JJAA/EU (más adelante serán desarrolladas las fuentes de financiación).



# Estudio económico-financiero. Introducción

---

El horizonte temporal de este proyecto es de cinco años, centrandó nuestros objetivos en los tres primeros años.

El comienzo será a principios de 2018 y terminará en Diciembre de 2022, con fecha prevista de lanzamiento de la app en Diciembre de 2018.

Para la preparación del plan financiero, hemos tomado las siguientes variables:

- ✓ Tipo impositivo del 25%.
- ✓ IVA soportado y repercutido del 21%.
- ✓ Tasa de interés fijo Euribor a un año 0.2% para el préstamo bonificado.
- ✓ Aplicación de políticas fiscales, monetarias y legales de España.
- ✓ La divisa adoptada es el euro.



# Estudio económico-financiero. Eventos relevantes. Roadmap

---

En este punto resumimos el Roadmap de los eventos más relevantes que van a suceder durante los 3 primeros años:

- ✓ **Fase 0:** Se centra en el desarrollo del producto, creación de la sociedad y búsqueda de financiación. Irá desde principios de 2018 hasta Diciembre de 2018.
- ✓ **Fase 1:** Puesta en marcha del plan de Marketing y junto a éste irá el lanzamiento de la App de **Fashionize-Me**, así como la apertura del portal web. Diciembre 2018 hasta Diciembre 2019.
- ✓ **Fase 2:** Enero 2020 - Diciembre 2020. Desarrollo nueva versión App con nuevas funcionalidades. Partnership con empresas del sector retail.
- ✓ **Fase 3:** 2021 Arranque del plan de Expansión: apertura a nuevos clientes, expansión a nuevos países de habla hispana, nuevas campañas de marketing y posicionamiento.

Véase detalle de previsión de Escalabilidad en [Anexo 12](#).



# Estudio económico-financiero. Estructura de costes. Cuenta de Resultados. Balance

---

La **estructura de costes** de Fashionize-Me se divide en 4 grandes bloques que desglosamos a continuación:

- 1 Costes de **Marketing y Promoción**: Desarrollo del Plan de Marketing, Elaboración Plan de Acciones, Estrategia ASO, Branding y tráfico PPC, eventos e influencers (véase detalle en [Anexo 13](#)).
- 2 Costes de **desarrollo**: Diseño y desarrollo de la App, diseño plataforma web Fashionize-Me, Modelo predictivo, almacenamiento y procesamiento de la información (véase detalle en [Anexo 14](#)).
- 3 Gastos de **personal**: Directiva y externalización (véase detalle en [Anexo 15](#)).
- 4 Gastos **estructurales**: Constitución de la sociedad, registro de patente, alquiler oficina, gastos de mantenimiento, equipos...

La **cuenta de resultados** prevista para los tres primeros años de vida de Fashionize-Me se puede consultar en detalle en el [Anexo 16](#).

Se observa un primer año con saldo negativo debido a la fuerte inversión realizada y a unos ingresos bajos. En 2019, con el lanzamiento de la app, la cuenta de resultados muestra un saldo de caja positivo con una tasa de crecimiento de más del 100% al igual que sucede con los siguientes años.

En el [Anexo 17](#), se muestra el **balance** previsto para los tres primeros años del proyecto.

# Estudio económico-financiero. Cash Flow y Beneficio neto

---

Las necesidades de caja son inminentes, causadas, principalmente, por un fuerte desembolso inicial en el desarrollo del producto durante los primeros meses y los costes relacionados a las campañas de marketing y publicidad en los siguientes meses.

Es por ello que durante los 9 primeros meses del proyecto hasta Diciembre de 2018 sea necesario un desembolso de 1.150.000€ que cubra los gastos mencionados anteriormente y dote de liquidez a la empresa en su comienzo (véase detalle Cuadro de Tesorería en [Anexo 18](#)).



# Estudio económico-financiero. Ratios y principales indicadores

---

Los principales ratios de interés que manejamos en nuestro proyecto son los siguientes:

- ✓ Ratios de Rentabilidad: ROE, ROA, EBIDTA.
- ✓ Ratios Liquidez y Solvencia.
- ✓ Fondo de Maniobra.
- ✓ Startup Ratios.

El detalle de estos indicadores se puede consultar en el [Anexo 19](#)



# Estudio económico-financiero. Valoración Startups

---

La valoración de una empresa está definida como el proceso de determinación del valor económico de una compañía o negocio analizado a través de una serie de factores económicos, usando varias fórmulas o modelos.

Una buena valoración está compuesta por métodos cualitativos y métodos financieros.

Los métodos cualitativos más formalizados que utiliza un Business Angel en las primeras fases son el *Scorecard Method* y el *Checklist Method*.

Los factores más importantes a tener en cuenta en el método *Scorecard* son:

- ✓ Calidad de la idea.
- ✓ Calidad del equipo directivo.
- ✓ Lanzamiento del producto y protección.
- ✓ Relaciones estratégicas.
- ✓ Desarrollo de operaciones.

En el *Checklist Method* se aplica una ratio de escala a los siguientes componentes que enumeramos a continuación con un límite cada uno de \$500.000:



Fashionize-Me

# Estudio económico-financiero. Valoración Startups

---

- ✓ Calidad del equipo directivo.
- ✓ Idea.
- ✓ Producto y tecnología.
- ✓ Relaciones estratégicas.
- ✓ Lanzamiento del producto o venta.

Los métodos financieros son más apropiados para empresas con un seguimiento de los registros más fáciles, como ocurre en el caso de Fashionize-Me, en los cuales se desarrolla una proyección financiera basada en el rendimiento futuro de la empresa. Antes de explicar el método de la capitalización es conveniente mencionar los siguientes conceptos:

- ✓ **El valor del dinero,**
  - ◆ \$100 hoy valen más que \$100 mañana, por ello se utiliza una capitalización compuesta del negocio que nos muestre el valor futuro a día de hoy de nuestra empresa.

$$C_n = C_0 / (1 + i)^n$$

Donde  $i$  es el coeficiente usado para calcular el valor actual de los futuros cashflows y considera la incertidumbre del inversor a recibir dividendos en un futuro. A mayor riesgo mayor será la ratio de descuento. El peso dado a cada método determinará la valoración final de nuestra empresa.

# Estudio económico-financiero. Valoración Startups

---

## Valoración Fashionize-Me

Teniendo en cuenta las necesidades de caja, de los primeros años y el valor actual de nuestra empresa.

Para el cálculo de la valoración de nuestra startup hemos decidido utilizar dos herramientas de gran potencial económico y financiero:

- ✓ **Capitalización compuesta:** explicada anteriormente, nos brinda la posibilidad de calcular el equivalente de un capital en un momento futuro, excluyendo cualquier tipo de fuente de financiación externa, como fondos de inversión o subvenciones.

$$C_n = C_0 / (1 + i)^n$$

Capitalización compuesta **Fashionize-Me** de los 3 primeros años

$$C_3: -643.405,46 \text{ €} + 340.571,41 \text{ €} + 2.441.392,79 \text{ €} = 2.138.558,74\text{€}$$



# Estudio económico-financiero. Valoración Startups

## Valoración Fashionize-Me

- ✓ **Plataforma Equidam:** Especializada en la valoración de startups y empresas de nueva creación, la cual recoge todos los métodos cualitativos y financieros desarrollados anteriormente y otros más, así como brinda una valoración concisa de nuestro modelo de negocio en función de los parámetros que ellos establecen.

Equidam facilita el cálculo agregando más de 10.000.000 de datos en compañías comparables, necesarios para estimar parámetros financieros tales como múltiplos, descuento, tasas, etc. De esta forma, Equidam elimina las potenciales ineficiencias causadas por la investigación manual y la falta de precisión debido a la poca información recolectada.



Fig. 7. Valoración Fashionize-Me plataforma Equidam

# Estudio económico-financiero. Valoración Startups

---

## Valoración Fashionize-Me

Como podemos observar la valoración obtenida a través de esta herramienta es de 2.1 millones, cifra que coincide con exactitud con la valoración calculada previamente de la capitalización compuesta.

Esto nos da una **cifra bastante concisa de nuestro valor pre-money** de cara a las rondas de financiación que se establecen a continuación para las primeras fases de nuestro proyecto.



# Estudio económico-financiero. Fuentes de Financiación

---

Analizados los mercados y evaluado nuestro proyecto, nos encontramos ante una novedosa idea de negocio enfocada en la moda y en la industria de los retailers.

Tenemos un proyecto disruptivo dentro de un mercado ya existente, con un potencial de crecimiento en volumen como en ingresos claramente identificados.

El proyecto se divide en 4 fases: como ya hemos comentado anteriormente y se establece la necesidad de financiación para la puesta en marcha del proyecto desde un principio:

- ✓ Sueldos y salarios de los empleados.
- ✓ Compra de equipos.
- ✓ Campañas de marketing.
- ✓ Propiedad intelectual y patentes.
- ✓ Alquiler de oficinas.

En **Fashionize-Me** somos conscientes de la necesidad de una primera ronda de financiación fuerte que impulse el proyecto desde su comienzo en Marzo de 2018, con el fin de empezar a desarrollar nuestro estilista personal virtual, contratar personal y perfilar el desarrollo de nuestra actividad.



# Estudio económico-financiero. Fuentes de Financiación

---

Con la App recién salida al mercado y los objetivos de la fase de desarrollo cumplidos se busca la expansión de nuestro modelo de negocio, es decir, incrementar el valor de nuestra empresa, desarrollar y ampliar nuestros servicios, mejorar el producto e incrementar los ingresos.

Por ello se han investigado los criterios de selección de los inversores y nos centramos en un tipo de inversor con proyectos afines o similares a nuestra área de actividad. Entre los fondos de inversión hemos valorado y queremos destacar sobre el resto los inversores:

- ✓ **ENISA**, una empresa pública dependiente del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, a través de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. Participa activamente en la financiación de proyectos empresariales viables. Dispone de varios tipos de líneas de financiación, entre ellas:
  - ◆ **Línea ENISA Jóvenes Emprendedores**: Dirigida a dotar de financiación a pymes de reciente constitución, creadas por emprendedores de hasta 40 años.
  - ◆ **Línea ENISA Emprendedores**: Línea dirigida a apoyar financieramente a pymes de reciente constitución, promovidas por emprendedores sin límite de edad.
- ✓ **SOPREA**, gestiona fondos de inversión públicos destinados a la financiación de empresas andaluzas o con operaciones relevantes en Andalucía. Trabajan con instrumentos de deuda (PPL, PO y avales) en co-financiación con otros inversores privados para atender las necesidades de financiación de PYMEs en cualquier fase de desarrollo (fases tempranas hasta consolidación).



# Estudio económico-financiero. Fuentes de Financiación

---

También se han identificado y considerado entre varias de las ayudas públicas disponibles dentro del ámbito nacional.

Para nuestras dos primeras fases del proyecto, cuya duración será de dos años, necesitamos una inversión de capital de 1.150.000€.

- ✓ 750.000€ serán aportados por un fondo de inversión tipo Business Angel en el comienzo de 2018, recibiendo en compensación en el año 2020 un 70% del beneficio obtenido por la empresa, lo que supondrá un 40% de rentabilidad de retorno de la inversión; el objetivo es soportar e impulsar tanto los costes de desarrollo como los costes de marketing y publicidad para el lanzamiento de la app.
- ✓ 400.000€ se financiarán en marzo de 2018 a través de un préstamo bonificado del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial. Con un tipo de interés fijo Euribor a un año 0,2%, una amortización de 3 años y una carencia de un año desde el comienzo del proyecto.



# Estudio económico-financiero. Riesgos

---

En cuanto a los riesgos podemos diferenciar varias tipologías de riesgos en este proyecto: riesgos de implantación y tecnológicos, por un lado, y riesgos de legislación y competencia, por otro.

## ✓ Riesgos de implantación y tecnológicos.

- ◆ Una mala gestión: el riesgo es muy bajo ya que el 90% de la gestión depende de nosotros.
- ◆ Mala estimación de costes: riesgo bajo ya que se han estimado los costes de manera realista y siempre teniendo en cuenta una previsión al alza.
- ◆ Problemas con almacenamiento de datos: riesgo bajo ya que contamos con uno de los mejores servicios cloud actuales como es el de AWS Amazon Cloud.
- ◆ Evaluación número de usuarios: Riesgo medio, se han realizado las estimaciones más concisas posibles basadas en valoraciones y estadísticas oficiales de mercado, así como en datos de otras empresas del sector.

## ✓ Riesgos de legislación y competencia.

- ◆ Competencia actual, riesgo bajo ya que ofrecemos un modelo de negocio dentro de la industria retail sustentado por machine learning nunca antes implantado en esta magnitud.
- ◆ Posible competencia futura, riesgo medio, es por ello que contamos con un fuerte equipo de desarrollo que trabajará para anticiparse y desarrollar constantemente nuevas mejoras a nuestra plataforma, adaptándose así a nuevos posibles escenarios.
- ◆ Cambio de gobierno o futuros cambios legislativos; riesgo bajo, nos encontramos en un país estable política y económicamente hablando.





Fashionize-Me

## Bibliografía y Referencias

# Bibliografía y Referencias

---

1. "What shoppers really want from personalized marketing": <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/what-shoppers-really-want-from-personalized-marketing>
2. Estudio sobre conversión en e-commerce españoles. 2017. Flat 101.
3. III Estudio anual de ecommerce en España 2017: <https://www.slideshare.net/elogia/estudio-ecommerceciab2017>
4. 5º Congreso Ecommaster en Ecommerce y Marketing Digital: <https://congreso.ecommaster.es/>
5. III Estudio anual de ecommerce en España 2017: <https://www.slideshare.net/elogia/estudio-ecommerceciab2017>
6. Estudio "Moda y Estilo de Vida". Kantar World Panel: <https://www.kantarworldpanel.com/es/Noticias/Uno-de-cada-diez-espanoles-experto-y-apasionado-por-la-moda>
7. Start With Why: <https://startwithwhy.com/>
8. App Store Optimization 2018: <https://pickaso.com/guia-aso>





Fashionize-Me

Anexos

# Anexo I

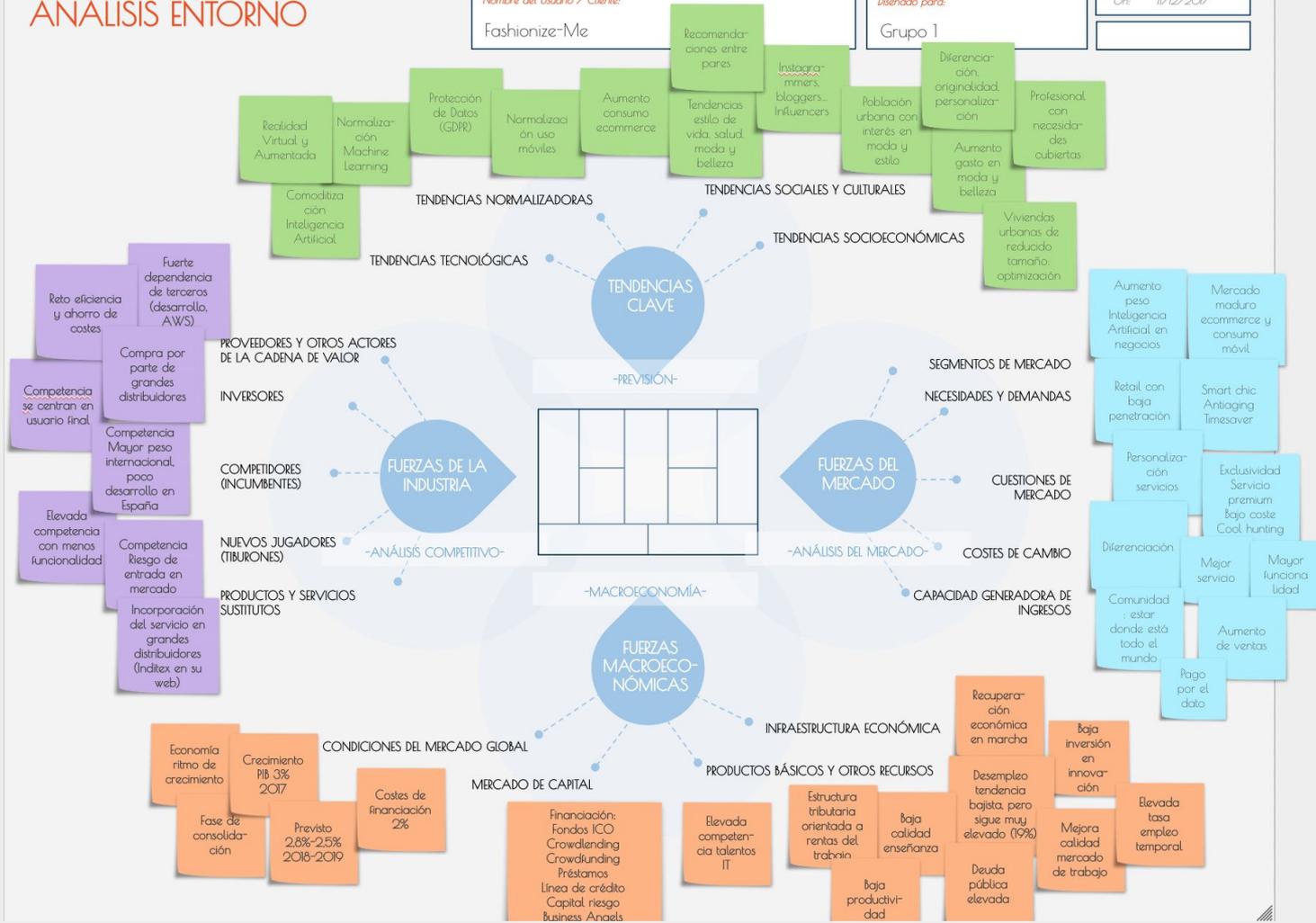
## Matriz de Entorno

### ANÁLISIS ENTORNO

Nombre del Usuario / Cliente: Fashionize-Me

Diseñado para: Grupo 1

On: 11/12/2017



# Anexo 2

## Matriz DAFO

### MATRIZ DAFO

Nombre del Usuario / Cliente:

Fashionize-Me

Diseñado para:

Grupo 1

En: 09/12/2017

Por:



# Anexo 3

## Mapa de Empatía visión Usuario

### MAPA EMPATÍA USUARIO



# Anexo 4

## Mapa de Empatía visión Cliente

### MAPA EMPATÍA CLIENTE

Nombre del Usuario / Cliente:

Fashionize-Me

Diseñado para:

Grupo 1

En: 09/12/2017

Por:



# Anexo 5

## Business Model Canvas visión Usuario

### BUSINESS MODEL CANVAS USUARIO

Nombre del Usuario / Cliente:

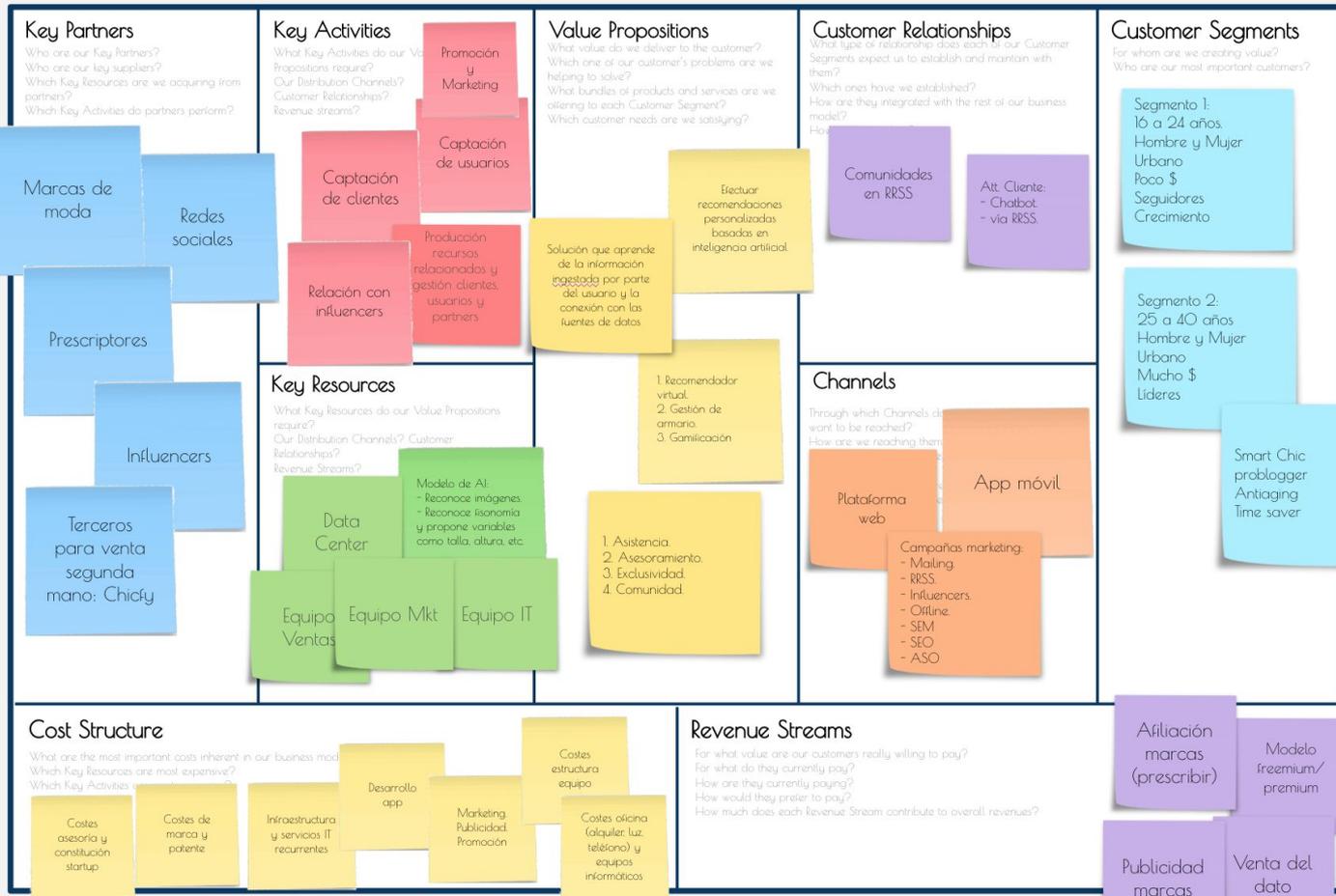
Fashionize-Me

Diseñado para:

Grupo 1

On: 23/11/2017

2



Fashionize-Me

# BUSINESS MODEL CANVAS

## CLIENTE

Nombre del Usuario / Cliente:

Fashionize-Me

Diseñado para:

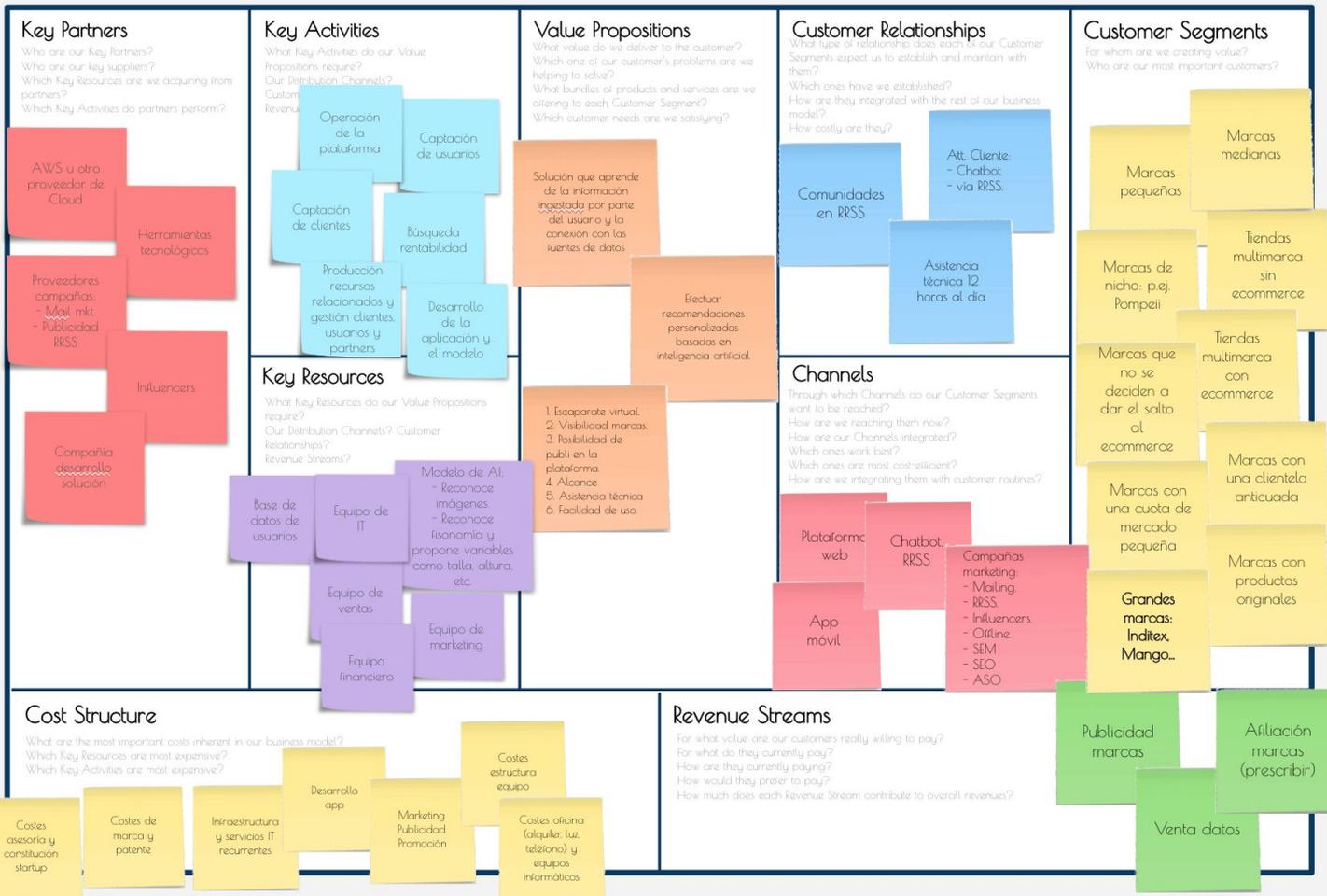
Grupo 1

On: 09/12/2017

2

# Anexo 6

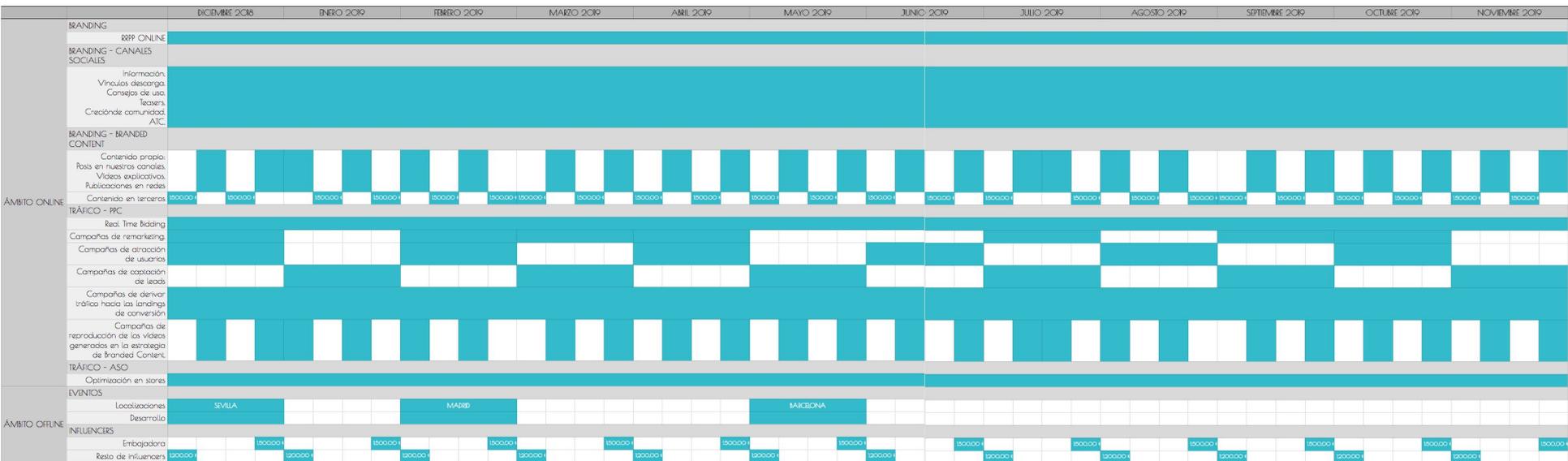
## Business Model Canvas visión Cliente



Fashionize-Me

# Anexo 7

## Cronograma acciones de Marketing año 1



# Anexo 8

## Cuadro de Mando Integral

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES ESTRATÉGICOS
<b>FINANCIEROS</b> F1. Captar clientes y hacer crecer facturación. ----- F2. Captar usuarios.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Volumen de facturación anual.</li><li>2. Aumento número de clientes.</li><li>3. Rentabilidad por cliente.</li><li>4. Rentabilidad total.</li><li>5. Margen por cliente.</li></ol> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Tasa de usuarios registrados.</li><li>2. Evolución número de descargas.</li><li>3. Evolución tasa de descargas vs tasa de desinstalaciones.</li></ol>
<b>CLIENTES</b> C1. Ampliar público objetivo. ----- C2. Aumentar visibilidad ----- C3. Facilitar servicio	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Evolución ventas online vs ventas.</li><li>2. Resultados encuestas a nuevos compradores.</li><li>3. Retención nuevos compradores.</li><li>4. Tasa de repetición nuevos compradores.</li></ol> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Evolución de volumen de visitas a nuestros clientes desde la app.</li><li>2. Aumento de ventas de nuestros clientes a través de la app.</li></ol> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Tasa de incidencias presentadas vs tasa de incidencias resueltas.</li><li>2. Calificación experiencia de cliente.</li><li>3. Número de reclamaciones presentadas.</li><li>4. Tasa de uso de servicio de atención al cliente.</li></ol>



# Anexo 8

## Cuadro de Mando Integral

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES ESTRATÉGICOS
USUARIOS	
U1. Personalización.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Resultados encuestas de satisfacción a usuarios.</li><li>2. Tasa de productos comprados vs productos recomendados.</li><li>3. Tasa de sugerencias de looks aceptadas.</li></ol>
U2. Hacer encontrable la app	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Aparición en resultados de búsqueda.</li><li>2. Evolución indicadores ASO.</li><li>3. Evolución posicionamiento SEO.</li></ol>
U3. Disponibilidad de la app.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Incidencias de acceso registradas.</li><li>2. Incidencias de servidor.</li><li>3. Tasa de caídas del servicio.</li></ol>
U4. Retención usuarios	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Evolución tasa de visitas recurrentes.</li><li>2. Evolución tasa de desinstalaciones.</li><li>3. Evolución tasa de compras recurrentes.</li><li>4. Evolución tiempo de permanencia en la app.</li><li>5. Evolución tasa de recomendación.</li></ol>



# Anexo 8

## Cuadro de Mando Integral

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES ESTRATÉGICOS
INTERNO	
PI1. Desarrollar producto innovador.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Volumen de evolutivos implementados anualmente.</li><li>2. Tasa de evolutivos vs tasa evolutivos periodo anterior.</li></ol>
PI2. Asegurar calidad producto	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Control de incidencias.</li><li>2. Control de disponibilidad de la app.</li><li>3. Control referencias a la venta.</li><li>4. Control del fraude.</li></ol>
PI3. Controlar regulación y normativa	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Tasa de reclamaciones.</li><li>2. Control de incidencias referentes a regulación.</li></ol>
PI4. Gestión identidad de marca	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Evolución tasa de reconocimiento de marca.</li><li>2. Reconocimiento de marca vs reconocimiento de marcas del sector</li></ol>
PI5. Facilitar servicio.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Tasa de incidencias presentadas vs tasa de incidencias resueltas.</li><li>2. Calificación experiencia de usuario.</li></ol>
PI6. Gestión clientes.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Satisfacción del cliente.</li><li>2. Aumento clientes.</li><li>3. Fidelización de clientes.</li><li>4. Rentabilidad.</li><li>5. Recurrencia de accesos a la app</li><li>6. Permanencia en la app</li></ol>
PI7. Gestión usuarios.	



# Anexo 8

## Cuadro de Mando Integral

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES ESTRATÉGICOS
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	
A1. Motivación equipo.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Productividad.</li><li>2. Acciones de autoformación efectuadas.</li><li>3. Retención equipo.</li><li>4. Crecimiento equipo.</li></ol>
A2. Liderazgo innovación.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Número de Patentes.</li><li>2. Volumen de evolutivos implementados anualmente.</li><li>3. Tasa de evolutivos vs tasa evolutivos periodo anterior.</li></ol>
A3. Liderazgo en el sector.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Tasa de penetración en el mercado.</li><li>2. Evolución cuota de mercado.</li></ol>



# Anexo 9

## Fuentes de datos

	DATOS ESTRUCTURADOS	DATOS NO ESTRUCTURADOS
1 FUENTES DE DATOS EXTERNAS	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Webs - Retail.</li><li>✓ BBDD tiendas de moda con ofertas y bbdd productos.</li><li>✓ Geolocalización.</li><li>✓ Google Calendar, iCal...</li><li>✓ AccuWeather: tiempo en tu ciudad para poder ofrecer propuestas personalizadas en base a ubicación y climatología.</li><li>✓ Google Trends.</li><li>✓ Google Places.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Información RRSS.</li><li>✓ Imágenes Instagram.</li><li>✓ Imágenes Facebook.</li><li>✓ Imágenes Twitter.</li></ul>
2 FUENTES DE DATOS INTERNAS	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Datos recopilados por la aplicación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Imágenes subidas de las prendas del usuario.</li><li>✓ Galería del móvil.</li><li>✓ Acceso a la cámara.</li></ul>



# Anexo 10

## Catálogo de datos. Interno

Datos	CodDato	Descripción	Valores
		Datos sobre el usuario	
1	us001	Nombre	
2	us002	Apellido 1	
3	us003	Apellido 2	
4	us004	Sexo	1- Mujer
5	us005	Sexo	2- Hombre
6	us006	Fecha de nacimiento	
7	us007	Nacionalidad	
8	us008	Municipio (código INE)	
9	us009	Código postal (código INE)	
10	us010	Mail de contacto	
11	us011	Idioma	
12	us012	Altura	
13	us013	Color de pelo	
14	us014	Color de ojos	
15	us015	Talla de camisa	
16	us016	Talla de pantalón	
17	us017	Número de calzado	
18	us018	Color preferido	
19	us019	Gasto medio anual en ropa	
		Datos sobre las prendas	
20	pr001	Imagen de la prenda	
21	pr002	Categorías de producto-Mujer	Abrigos
22	pr003	Categorías de producto-Mujer	Chaquetas
23	pr004	Categorías de producto-Mujer	Vestidos
24	pr005	Categorías de producto-Mujer	Monos
25	pr006	Categorías de producto-Mujer	Camisas y tops
26	pr007	Categorías de producto-Mujer	Camisetas
27	pr008	Categorías de producto-Mujer	Punto



# Anexo 10

## Catálogo de datos. Interno

Datos	CodDato	Descripción	Valores
		Datos sobre las prendas	
28	pr009	Categorías de producto-Mujer	Pantalones
29	pr010	Categorías de producto-Mujer	Jeans
30	pr011	Categorías de producto-Mujer	Faldas
31	pr012	Categorías de producto-Mujer	Sudaderas
32	pr013	Categorías de producto-Mujer	Zapatos
33	pr014	Categorías de producto-Mujer	Bolsos
34	pr015	Categorías de producto-Mujer	Accesorios
35	pr016	Categorías de producto-Hombre	Abrigos
36	pr017	Categorías de producto-Hombre	Cazadoras
37	pr018	Categorías de producto-Hombre	Chaquetas
38	pr019	Categorías de producto-Hombre	Camisas
39	pr020	Categorías de producto-Hombre	Punto
40	pr021	Categorías de producto-Hombre	Trajes
41	pr022	Categorías de producto-Hombre	Pantalones
42	pr023	Categorías de producto-Hombre	Jeans
43	pr024	Categorías de producto-Hombre	Bermudas
44	pr025	Categorías de producto-Hombre	Camisetas
45	pr026	Categorías de producto-Hombre	Polos
46	pr027	Categorías de producto-Hombre	Sudaderas
47	pr028	Categorías de producto-Hombre	Zapatos
48	pr029	Categorías de producto-Hombre	Bolsos
49	pr030	Categorías de producto-Hombre	Accesorios
50	pr031	Categorías de ubicación	Armario Principal
51	pr032	Categorías de ubicación	Armario Secundario
52	pr033	Categorías de ubicación	Trastero
53	pr034	Categorías de ubicación	Guardarropa bajo cama
54	pr035	Categorías de ubicación	Altillo
55	pr036	Categorías de ubicación	Cajas de ropa
56	pr037	Categorías de ubicación	Otras ubicaciones
57	pr038	Año aproximado de compra	



# Anexo 10

## Catálogo de datos. Interno

Datos	CodDato	Descripción	Valores
		Datos sobre las prendas	
58	pr039	Fabricante	
59	pr040	Uso de la prenda	Usada
60	pr041	Uso de la prenda	Poco usada
61	pr042	Uso de la prenda	Por estrenar
		Datos ubicación prendas	
62	ub001	Armario principal	
63	ub002	Armario secundario	
64	ub003	Trastero	
65	ub004	Guardarropa bajo cama	
66	ub005	Altillo	
67	ub006	Cajas de ropa	
68	ub007	Otras ubicaciones	(chaiselongue, compartimento mesas, mesilla de noche, etc.)
		Datos viajes	
69	vi001	Destino	
70	vi002	Fecha de salida	
71	vi003	Fecha de llegada	
72	vi004	Sitios que se planea visitar	
73	vi005	Actividades contratadas	
74	vi006	Tipo de viaje	Aventuras
75	vi007	Tipo de viaje	En pareja
76	vi008	Tipo de viaje	Shopping
77	vi009	Tipo de viaje	Turismo
78	vi010	Tipo de viaje	Con niños
79	vi011	Tipo de viaje	Con amigos
		Datos sobre la marca	
80	br001	Nombre	
81	br002	Razón social	
82	br003	CIF	
83	br004	Mail de contacto	
84	br005	Categorías de producto	



# Anexo 10

Catálogo de  
datos. Interno



Fashionize-Me

Datos	CodDato	Descripción	Valores
		Datos sobre las prendas	
85	pr002	Categorías de producto-Mujer	Abrigos
86	pr003	Categorías de producto-Mujer	Chaquetas
87	pr004	Categorías de producto-Mujer	Vestidos
88	pr005	Categorías de producto-Mujer	Monos
89	pr006	Categorías de producto-Mujer	Camisas y tops
90	pr007	Categorías de producto-Mujer	Camisetas
91	pr008	Categorías de producto-Mujer	Punto
92	pr009	Categorías de producto-Mujer	Pantalones
93	pr010	Categorías de producto-Mujer	Jeans
94	pr011	Categorías de producto-Mujer	Faldas
95	pr012	Categorías de producto-Mujer	Sudaderas
96	pr013	Categorías de producto-Mujer	Zapatos
97	pr014	Categorías de producto-Mujer	Bolsos
98	pr015	Categorías de producto-Mujer	Accesorios
99	pr016	Categorías de producto-Hombre	Abrigos
100	pr017	Categorías de producto-Hombre	Cazadoras
101	pr018	Categorías de producto-Hombre	Chaquetas
102	pr019	Categorías de producto-Hombre	Camisas
103	pr020	Categorías de producto-Hombre	Punto
104	pr021	Categorías de producto-Hombre	Trajés
105	pr022	Categorías de producto-Hombre	Pantalones
106	pr023	Categorías de producto-Hombre	Jeans
107	pr024	Categorías de producto-Hombre	Bermudas
108	pr025	Categorías de producto-Hombre	Camisetas
109	pr026	Categorías de producto-Hombre	Polos
110	pr027	Categorías de producto-Hombre	Sudaderas
111	pr028	Categorías de producto-Hombre	Zapatos
112	pr029	Categorías de producto-Hombre	Bolsos
113	pr030	Categorías de producto-Hombre	Accesorios

# Anexo 10

Catálogo de  
datos. Interno

Datos	CodDato	Descripción	Valores
		Datos sobre el retail	
114	re001	Nombre	
115	re002	Razón social	
116	re003	CIF	
117	re004	Municipio	
118	re005	Código postal	
119	re006	Mail de contacto	
120	pr002	Categorías de producto-Mujer	Abrigos
121	pr003	Categorías de producto-Mujer	Chaquetas
122	pr004	Categorías de producto-Mujer	Vestidos
123	pr005	Categorías de producto-Mujer	Monos
124	pr006	Categorías de producto-Mujer	Camisas y tops
125	pr007	Categorías de producto-Mujer	Camisetas
126	pr008	Categorías de producto-Mujer	Punto
127	pr009	Categorías de producto-Mujer	Pantalones
128	pr010	Categorías de producto-Mujer	Jeans
129	pr011	Categorías de producto-Mujer	Faldas
130	pr012	Categorías de producto-Mujer	Sudaderas
131	pr013	Categorías de producto-Mujer	Zapatos
132	pr014	Categorías de producto-Mujer	Bolsos
133	pr015	Categorías de producto-Mujer	Accesorios
134	pr016	Categorías de producto-Hombre	Abrigos
135	pr017	Categorías de producto-Hombre	Cazadoras
136	pr018	Categorías de producto-Hombre	Chaquetas
137	pr019	Categorías de producto-Hombre	Camisas
138	pr020	Categorías de producto-Hombre	Punto
139	pr021	Categorías de producto-Hombre	Trajes
140	pr022	Categorías de producto-Hombre	Pantalones
141	pr023	Categorías de producto-Hombre	Jeans
142	pr024	Categorías de producto-Hombre	Bermudas
143	pr025	Categorías de producto-Hombre	Camisetas



Fashionize-Me

# Anexo 10

Catálogo de  
datos. Interno

Datos	CodDato	Descripción	Valores
		Datos sobre el retail	
144	prO26	Categorías de producto-Hombre	Polos
145	prO27	Categorías de producto-Hombre	Sudaderas
146	prO28	Categorías de producto-Hombre	Zapatos
147	prO29	Categorías de producto-Hombre	Bolsos
148	prO30	Categorías de producto-Hombre	Accesorios



# Anexo 10

## Catálogo de datos. Externo

Datos	CodData	Descripción	Valores
		Geolocalización	
149	geo001	Longitud	
150	geo002	Latitud	
151	geo003	IP	
		Calendar	
152	ev001	Eventos	
153	ev002	Fecha libre	
154	ev003	Fecha ocupada	
155	ev004	Categorías de eventos	
		Accuweather	
156	we001	Locations	
157	we002	Current Conditions	
158	we003	24-Hour Historical Current Conditions	
159	we004	Forecast 5-day	
160	we005	Forecast 12-hour	
161	we006	Indices 5-day	
162	we007	Alarms 5-day	
163	we008	Translations	
		Google Trends	
164	tr001	Topics	
165	tr002	Localización	
166	tr003	Fecha	
167	tr004	Hora	
168	tr005	Categoría	
169	tr006	Tipo de búsqueda	(web, imágenes, news, shopping, youtube)
170	tr007	Top Charts	
		Google Places	
171	pl001	Localización tiendas	
172	pl002	Localización marcas	
173	pl003	Localización usuario	



# Anexo 10

Catálogo de  
datos. Externo

Datos	CodDato	Descripción	Valores
		Facebook	
174	fb001	Nombre usuario	
175	fb002	Fotos	
176	fb003	Listado de amigos	
177	fb004	Eventos	
		Twitter	
178	tw001	Nombre usuario	
179	tw002	Media	
		Instagram	
180	ig001	Nombre usuario	
181	ig002	Media	
		Datos webs retailers / marcas de moda	



# Anexo 11

Procesamiento y  
reconocimiento  
de imágenes

IMAGEN A IDENTIFICAR



DATOS IDENTIFICADOS

Human	99.2 %
People	99.2 %
Person	99.2 %
Clothing	92.7 %
Footwear	92.7 %
High Heel	92.7 %
Shoe	92.7 %
Heel	86.4 %
Triangle	55 %
Wedge	55 %
Denim	52.9 %
Jeans	52.9 %
Pants	52.9 %
Cap	51.5 %
Hat	51.5 %
Coat	51.3 %
Jacket	51.3 %
Overcoat	50.7 %
Female	50.5 %



Fashionize-Me

# Anexo 11

Procesamiento y  
reconocimiento  
de imágenes

IMAGEN A IDENTIFICAR



DATOS IDENTIFICADOS

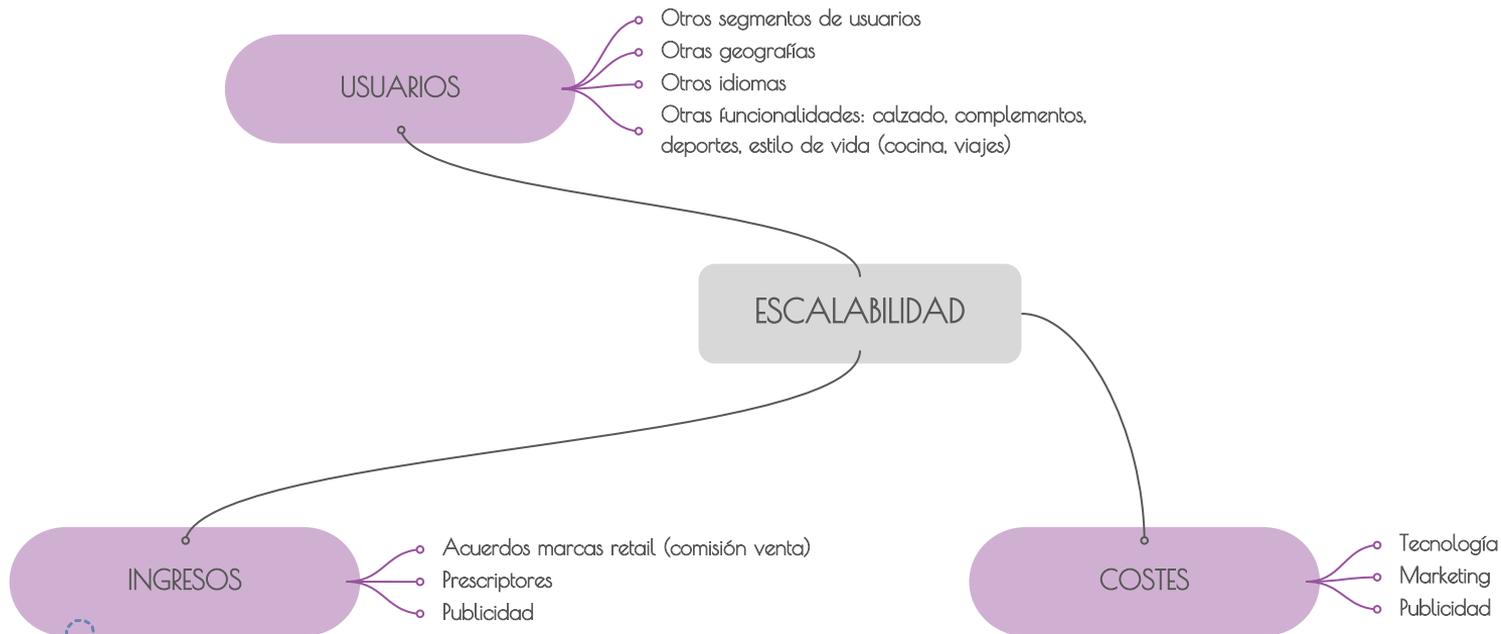
Human	99.3 %
People	99.3 %
Person	99.3 %
Dance	95.3 %
Dance Pose	95.3 %
Flamenco	95.3 %
Leisure Activities	95.3 %
Performer	95.3 %
Plaid	84.5 %
Tartan	84.5 %
Clothing	60.1 %
Dress	60.1 %
Female	56.4 %
Long Sleeve	55.2 %
Sleeve	55.2 %
Face	55.1 %
Portrait	55.1 %



Fashionize-Me

# Anexo 12

## Escalabilidad Fases 2 y 3



# Anexo 13

## Costes marketing y promoción (12 meses)

ESTIMACIÓN		TOTAL Ppto (Incluye % Riesgo PC)	401.522,00 €	485.841,62 € (Imp. Incl.)	485.841,62 € (Imp. Incl.)
Tarifa Media (Sin IVA)	35,73 €	Total Horas	1375		
Actividad	Tarifa Proyecto	hh	Ppto (Sin IVA)	Ppto (Imp. Incluidos)	Plataforma web
Análisis	68,40€	15	1.026,00 €	1241,46 €	Análisis
Desarrollo	45,60€	100	4.560,00 €	5.517,60 €	Diseño plan de marketing
Desarrollo	45,60€	100	4.560,00 €	5.517,60 €	Elaboración plan de acciones
Desarrollo	33,60€	960	32.256,00 €	39.029,76 €	Ejecución / producción plan de acciones
Desarrollo	33,60€	200	6.720,00 €	8.131,20 €	Estrategia ASO
			15.000,00 €	18.150,00 €	RRPP online
			36.000,00 €	43.560,00 €	branding - Canales Sociales
			60.000,00 €	72.600,00 €	branding - Branded content
			20.000,00 €	24.200,00 €	Tráfico PPC - RTB
			10.000,00 €	12.100,00 €	Tráfico PPC - Remarketing
			30.000,00 €	36.300,00 €	Tráfico PPC - Atracción usuarios
			10.000,00 €	12.100,00 €	Tráfico PPC - Captación de leads
			30.000,00 €	36.300,00 €	Tráfico PPC - Tráfico a landings
			10.000,00 €	12.100,00 €	Tráfico PPC - Reproducción videos
			24.000,00 €	29.040,00 €	Tráfico ASO - Optimización stores
			75.000,00 €	90.750,00 €	Eventos
			32.400,00 €	39.204,00 €	Influencers

# Anexo 14

## Costes desarrollo modelo-aplicación

ESTIMACIÓN		TOTAL Ppto (Incluye % Riesgo PC)	105.322,00 €	127.439,62 € (Imp. Incl.)	127.439,62 € (Imp. Incl.)
Tarifa Media (Sin IVA)	59,00 €	Total Horas	1785		
Actividad	Tarifa Proyecto	hh	Ppto (Sin IVA)	Ppto (Imp. Incluidos)	Plataforma web
Análisis	68,40€	15	1.026,00 €	1.241,46 €	Análisis
Desarrollo	33,60€	80	2.688,00 €	3.252,48 €	Diseño Plataforma Fashionize-Me
Desarrollo	39,60€	100	3.960,00 €	4.791,60 €	Desarrollo Wordpress plataforma
Desarrollo	39,60€	70	2.772,00 €	3.354,12 €	Maquetación Wordpress plataforma
Análisis	39,60€	80	3.168,00 €	3.833,28 €	Integraciones
Pruebas	39,60€	30	1.188,00 €	1.437,48 €	Testing plataforma
SopORTE Post Producción	39,60€	30	1.188,00 €	1.437,48 €	Incidencias post producción
Desarrollo	33,60€	30	1.008,00 €	1.219,68 €	Generación de contenidos
Actividad	Tarifa Proyecto	hh	Ppto (Sin IVA)	Ppto (Imp. Incluidos)	Aplicación móvil
Análisis	68,40€	15	1.026,00 €	1.241,46 €	Análisis
Desarrollo	33,60€	80	2.688,00 €	3.252,48 €	Diseño app Fashionize-Me
Desarrollo	39,60€	250	9.900,00 €	11.979,00 €	Desarrollo app móvil Android + iPhone
Análisis	39,60€	80	3.168,00 €	3.833,28 €	Integraciones
Pruebas	39,60€	30	1.188,00 €	1.437,48 €	Testing plataforma
SopORTE Post Producción	39,60€	30	1.188,00 €	1.437,48 €	Incidencias post producción



# Anexo 14

## Costes desarrollo modelo-aplicación

Actividad	Tarifa Proyecto	hh	Ppto (Sin IVA)	Ppto (Imp. Incluidos)	Modelo de datos
Analisis	68,40€	15	1.026,00 €	1241,46 €	Análisis
Desarrollo	68,40€	200	13.680,00 €	16.552,80 €	Desarrollo del modelo de Machine Learning de Clustering
Desarrollo	68,40€	100	6.840,00 €	8.276,40 €	Entrenamiento del modelo
Desarrollo	68,40€	50	3.420,00 €	4.138,20 €	Testeo del modelo
Desarrollo	68,40€	100	6.840,00 €	8.276,40 €	Desarrollo de IA para reconocimiento facial.
Desarrollo	68,40€	100	6.840,00 €	8.276,40 €	Desarrollo de IA para reconocimiento de imagen.
Desarrollo	68,40€	150	10.260,00 €	12.414,60 €	Desarrollo de IA rec. figuras y características físicas.
Desarrollo	68,40€	50	3.420,00 €	4.138,20 €	Entrenamiento de los modelos
Desarrollo	68,40€	50	3.420,00 €	4.138,20 €	Testeo de los modelos
Actividad	Tarifa Proyecto	hh	Ppto (Sin IVA)	Ppto (Imp. Incluidos)	Almacenamiento de datos, app y web
			10.000,00 €	12.100,00 €	Servidores Amazon AWS



# Anexo 15

## Gastos de personal: Directiva y externalización

PERSONAL Operativo							
Identificación / Nombre	Inicio Actividad		Coste Empresa Mensual				
	Mes	Año	2018	2019	2020	2021	2022
CEO	Marzo	2018	900€	1250€	1500€	2000€	2500€
CTO	Marzo	2018	900€	1250€	1500€	2000€	2500€
B.DEV	Marzo	2018	900€	1250€	1500€	2000€	2500€
CMO	Marzo	2018	900€	1250€	1500€	2000€	2500€
CFO	Marzo	2018	900€	1250€	1500€	2000€	2500€
COO	Marzo	2018	900€	1250€	1500€	2000€	2500€
PERSONAL Servicios Generales							
Identificación / Nombre	Inicio Actividad		Coste Empresa Mensual				
	Mes	Año	2018	2019	2020	2021	2022
Director General (Administrador)	Julio	2018	1250€	1500€	2000€	2200€	2500€

# Anexo 16

## Cuenta de resultados

CUENTA DE RESULTADOS - Fashionize-Me	2018	2019	2020	2021	2022
TOTAL INGRESOS	38.500,00€	1.120.000,00€	3.662.750,00€	6.872.250,00€	10.459.750,00€
Ingresos por Productos	38.500,00€	1.120.000,00€	3.662.750,00€	6.872.250,00€	10.459.750,00€
TOTAL GASTOS	672.613,62€	738.145,82€	876.649,56€	1.048.235,51€	1.245.136,26€
Gastos de personal	61.500,00€	108.000,00€	132.000,00€	170.400,00€	210.000,00€
Otros gastos de explotación	611.113,62€	630.145,82€	744.649,56€	877.835,51€	1.035.136,26€
EBITDA	-634.113,62€	381.854,18€	2.786.100,44€	5.824.014,49€	9.214.613,74€
Amortización Inmovilizado	-8.660,31€	-20.338,54€	-32.744,59€	-46.391,25€	-61.402,58€
RDO. EXPLOTACIÓN	-642.773,93€	361.515,64€	2.753.355,84€	5.777.623,23€	9.153.211,16€
Resultado Financiero	-250,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
RDO. ANTES DE IMPUESTOS	-643.023,93€	361.515,64€	2.753.355,84€	5.777.623,23€	9.153.211,16€
Impuesto de sociedades	0,00€	90.378,91€	688.338,96€	1.444.405,81€	2.288.302,79€
RDO. EJERCICIO	-643.023,93€	271.136,73€	2.065.016,88€	4.333.217,42€	6.864.908,37€

# Anexo 17

## Balance Final Provisional

BALANCE - Fashionize-Me	2018	2019	2020	2021	2022
A) ACTIVO NO CORRIENTE	104.661,69€	200.177,35€	294.872,38€	388.664,71€	483.064,07€
Inmovilizado intangible	97.861,69€	194.977,35€	291.272,38€	386.664,71€	481.064,07€
Inmovilizado material	6.800,00€	5.200,00€	3.600,00€	2.000,00€	2.000,00€
Inversiones financieras a LP	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Otros activos no corrientes	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
B) ACTIVO CORRIENTE	67.162,40€	324.448,97€	2.639.001,93€	5.646.849,84€	8.424.874,11€
Existencias	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Clientes	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Otros deudores	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Otros activos corrientes	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Efectivo y activos líquidos equivalentes	67.162,40€	324.448,97€	2.639.001,93€	5.646.849,84€	8.424.874,11€
TOTAL ACTIVO (A+B)	171.824,09€	524.626,32€	2.933.874,31€	6.035.514,55€	8.907.938,18€

# Anexo 17

## Balance Final Provisional

A) PATRIMONIO NETO	307.026,07€	578.162,80€	2.670.293,36€	5.473.217,42€	8.004.908,37€
A-1) Fondos Propios	307.026,07€	578.162,80€	2.670.293,36€	5.473.217,42€	8.004.908,37€
Capital	950.000,00€	950.000,00€	950.000,00€	950.000,00€	950.000,00€
(Capital no exigido)	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Prima de emisión	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Reserva Legal	0,00€	0,00€	27.113,67€	190.000,00€	190.000,00€
Remanente	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Reservas Ejercicios anteriores	0,00€	-642.973,93€	-371.837,20€	0,00€	0,00€
Resultado ejercicio	-642.973,93€	271.136,73€	2.065.016,88€	4.333.217,42€	6.864.908,37€
A-2) Subvenciones de K recibidas	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
B) PASIVO NO CORRIENTE	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Provisiones a largo plazo	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Deudas a largo plazo	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Otros pasivos no corrientes	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
C) PASIVO CORRIENTE	-135.201,98€	-53.536,48€	263.580,95€	562.297,12€	903.029,81€
Deudas a corto plazo	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Acreedores comerciales	-141.851,98€	-62.536,48€	229.211,48€	387.114,27€	593.463,45€
Proveedores/acreedores	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Admon Públicas (IVA,IRPF,SS,etc)	-141.851,98€	-62.536,48€	229.211,48€	387.114,27€	593.463,45€
Otras cuentas a pagar	6.650,00€	9.000,00€	34.369,48€	175.182,85€	309.566,36€
TOTAL PN Y PASIVO (A+B+C)	171.824,09€	524.626,32€	2.933.874,31€	6.035.514,55€	8.907.938,18€
FONDO de MANIOBRA	202.364,38€	377.985,45€	2.375.420,98€	5.084.552,72€	7.521.844,30€
	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
	67.162,40€	324.448,97€	2.639.001,93€	5.646.849,84€	8.424.874,11€

# Anexo 18

## Cuadro de Tesorería

CUADRO DE TESORERÍA - Fashionize-Me	2018											
	TRIM1			TRIM2			TRIM3			TRIM4		
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos por Ventas	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	3.500.00€	7.000.00€	10.500.00€	17.500.00€
Compras y Subcontrataciones	0.00€	0.00€	26.330.50€	26.330.50€	26.330.50€	26.330.50€	0.00€	0.00€	121.460.41€	121.460.41€	121.460.41€	121.460.41€
Gastos Personal operativos	0.00€	0.00€	5.400.00€	5.400.00€	5.400.00€	5.400.00€	5.400.00€	5.400.00€	5.400.00€	5.400.00€	5.400.00€	5.400.00€
Margen Bruto	0.00€	0.00€										
Gastos generales	1.150.00€	1.150.00€	1.690.00€	1.690.00€	1.690.00€	1.690.00€	1.815.00€	1.815.00€	1.815.00€	1.815.00€	1.815.00€	1.815.00€
Personal Serv. generales	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	1.250.00€	1.250.00€	1.250.00€	1.250.00€	1.250.00€	1.250.00€
EBITDA												
Gastos financieros	0.00€	0.00€	0.00€				0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Resultado antes de impuestos												
Impuestos	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Resultado Ejercicio												
Entrada Financiación	0.00€	0.00€	1150.000.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Devolución Préstamos	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Inversiones Inmovilizado	0.00€	0.00€	26.330.50€	34.330.50€	26.330.50€	26.330.50€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
PAGO IVA	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€	0.00€
Tesorería	-1.391.50€	-2.783.00€	1.076.052.29€	995.124.25€	923.876.20€	852.628.16€	843.782.01€	834.935.86€	683.357.62€	536.014.38€	392.906.14€	258.267.90€

# Anexo 18

## Cuadro de Tesorería

CUADRO DE TESORERÍA - Fashionize-Me	2019											
	TRIM1			TRIM2			TRIM3			TRIM4		
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos por Ventas	26.250,00€	36.750,00€	47.250,00€	57.750,00€	70.000,00€	82.250,00€	96.250,00€	110.250,00€	124.250,00€	140.000,00€	155.750,00€	173.250,00€
Compras y Subcontrataciones	40.486,80€	40.486,80€	69.450,35€	69.450,35€	69.450,35€	69.450,35€	40.486,80€	40.486,80€	40.486,80€	40.486,80€	40.486,80€	40.486,80€
Gastos Personal operativos	7.500,00€	7.500,00€	7.500,00€	7.500,00€	7.500,00€	7.500,00€	7.500,00€	7.500,00€	7.500,00€	7.500,00€	7.500,00€	7.500,00€
Margen Bruto						5.299,65€	48.263,20€	62.263,20€	76.263,20€	92.013,20€	107.763,20€	125.263,20€
Gastos generales	2.150,00€	2.250,00€	2.250,00€	2.250,00€	2.250,00€	2.400,00€	2.400,00€	2.400,00€	2.400,00€	2.400,00€	2.650,00€	2.650,00€
Personal Serv. generales	1.500,00€	1.500,00€	1.500,00€	1.500,00€	1.500,00€	1.500,00€	1.500,00€	1.500,00€	1.500,00€	1.500,00€	1.500,00€	1.500,00€
EBITDA						1.399,65€	44.363,20€	58.363,20€	72.363,20€	88.113,20€	103.613,20€	121.113,20€
Gastos financieros	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Resultado antes de impuestos						1.399,65€	44.363,20€	58.363,20€	72.363,20€	88.113,20€	103.613,20€	121.113,20€
Impuestos	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Resultado Ejercicio						1.399,65€	44.363,20€	58.363,20€	72.363,20€	88.113,20€	103.613,20€	121.113,20€
Entrada Financiación	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Devolución Préstamos	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Inversiones Inmovilizado	0,00€	0,00€	28.963,55€	28.963,55€	28.963,55€	28.963,55€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
PAGO IVA	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Tesorería	232.881,10€	217.894,30€	155.480,39€	103.566,49€	63.902,59€	36.338,69€	80.701,89€	139.065,09€	211.428,28€	299.541,48€	403.154,68€	524.267,88€

# Anexo 18

## Cuadro de Tesorería

CUADRO DE TESORERÍA - Fashionize-Me	2020											
	TRIM1			TRIM2			TRIM3			TRIM4		
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos por Ventas	190.750,00€	208.250,00€	227.500,00€	246.750,00€	267.750,00€	288.750,00€	311.500,00€	334.250,00€	358.750,00€	383.250,00€	409.500,00€	435.750,00€
Compras y Subcontrataciones	48.584,16€	48.584,16€	80.444,07€	80.444,07€	80.444,07€	80.444,07€	48.584,16€	48.584,16€	48.584,16€	48.584,16€	48.584,16€	48.584,16€
Gastos Personal operativos	9.000,00€	9.000,00€	9.000,00€	9.000,00€	9.000,00€	9.000,00€	9.000,00€	9.000,00€	9.000,00€	9.000,00€	9.000,00€	9.000,00€
Margen Bruto	133.165,84€	150.665,84€	138.055,93€	157.305,93€	178.305,93€	199.305,93€	253.915,84€	276.665,84€	301.165,84€	325.665,84€	351.915,84€	378.165,84€
Gastos generales	2.850,00€	2.850,00€	2.850,00€	2.850,00€	2.850,00€	2.850,00€	2.850,00€	2.850,00€	2.850,00€	2.850,00€	2.850,00€	2.850,00€
Personal Serv. generales	2.000,00€	2.000,00€	2.000,00€	2.000,00€	2.000,00€	2.000,00€	2.000,00€	2.000,00€	2.000,00€	2.000,00€	2.000,00€	2.000,00€
EBITDA	128.315,84€	145.815,84€	133.205,93€	152.455,93€	173.455,93€	194.455,93€	249.065,84€	271.815,84€	296.315,84€	320.815,84€	347.065,84€	373.315,84€
Gastos financieros	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Resultado antes de impuestos	128.315,84€	145.815,84€	133.205,93€	152.455,93€	173.455,93€	194.455,93€	249.065,84€	271.815,84€	296.315,84€	320.815,84€	347.065,84€	373.315,84€
Impuestos	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	95.463,55€	0,00€	0,00€	17.183,44€	0,00€	17.183,44€
Resultado Ejercicio	128.315,84€	145.815,84€	133.205,93€	152.455,93€	173.455,93€	194.455,93€	153.602,29€	271.815,84€	296.315,84€	303.632,40€	347.065,84€	356.132,40€
Entrada Financiación	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Devolución Préstamos	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Inversiones Inmovilizado	0,00€	0,00€	31.859,91€	31.859,91€	31.859,91€	31.859,91€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
PAGO IVA	0,00€	0,00€	0,00€	20.273,83€	0,00€	0,00€	96.135,50€	0,00€	0,00€	178.541,48€	0,00€	0,00€
Tesorería	652.583,72€	798.399,56€	899.745,58€	1.000.067,78€	1.141.663,81€	1.304.259,83€	1.361.726,63€	1.633.542,47€	1.929.858,31€	2.054.949,23€	2.402.015,07€	2.758.147,47€

# Anexo 18

## Cuadro de Tesorería

CUADRO DE TESORERÍA - Fashionize-Me	2021											
	TRIM1			TRIM2			TRIM3			TRIM4		
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos por Ventas	456.750,00€	477.750,00€	498.750,00€	519.750,00€	540.750,00€	561.750,00€	582.750,00€	603.750,00€	624.750,00€	645.750,00€	666.500,00€	691.250,00€
Compras y Subcontrataciones	58.300,99€	58.300,99€	93.346,89€	93.346,89€	93.346,89€	93.346,89€	58.300,99€	58.300,99€	58.300,99€	58.300,99€	58.300,99€	58.300,99€
Gastos Personal operativos	12.000,00€	12.000,00€	12.000,00€	12.000,00€	12.000,00€	12.000,00€	12.000,00€	12.000,00€	12.000,00€	12.000,00€	12.000,00€	12.000,00€
Margen Bruto	386.449,01€	407.449,01€	393.403,11€	414.403,11€	435.403,11€	456.403,11€	512.449,01€	533.449,01€	554.449,01€	575.449,01€	598.199,01€	620.949,01€
Gastos generales	3.170,00€	3.170,00€	3.170,00€	3.170,00€	3.170,00€	3.170,00€	3.170,00€	3.170,00€	3.170,00€	3.170,00€	3.170,00€	3.170,00€
Personal Serv. generales	2.200,00€	2.200,00€	2.200,00€	2.200,00€	2.200,00€	2.200,00€	2.200,00€	2.200,00€	2.200,00€	2.200,00€	2.200,00€	2.200,00€
EBITDA	381.079,01€	402.079,01€	388.033,11€	409.033,11€	430.033,11€	451.033,11€	507.079,01€	528.079,01€	549.079,01€	570.079,01€	592.829,01€	615.579,01€
Gastos financieros	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Resultado antes de impuestos	381.079,01€	402.079,01€	388.033,11€	409.033,11€	430.033,11€	451.033,11€	507.079,01€	528.079,01€	549.079,01€	570.079,01€	592.829,01€	615.579,01€
Impuestos	0,00€	0,00€	0,00€	17.183,44€	0,00€	0,00€	644.974,79€	0,00€	0,00€	116.095,46€	0,00€	116.095,46€
Resultado Ejercicio	381.079,01€	402.079,01€	388.033,11€	391.849,67€	430.033,11€	451.033,11€	528.079,01€	549.079,01€	453.983,54€	592.829,01€	499.483,54€	499.483,54€
Entrada Financiación	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Devolución Préstamos	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Inversiones Inmovilizado	0,00€	0,00€	35.045,90€	35.045,90€	35.045,90€	35.045,90€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
PAGO IVA	225.581,48€	0,00€	0,00€	247.536,50€	0,00€	0,00€	257.787,95€	0,00€	0,00€	341.635,77€	0,00€	0,00€
Tesorería	2.913.644,99€	3.315.724,00€	3.668.711,21€	3.777.978,49€	4.172.965,71€	4.588.952,92€	4.193.269,19€	4.721.348,19€	5.270.427,20€	5.382.774,97€	5.975.603,97€	6.475.087,52€

# Anexo 18

## Cuadro de Tesorería

CUADRO DE TESORERÍA - Fashionize-Me	2022											
	TRIM1			TRIM2			TRIM3			TRIM4		
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos por Ventas	717.500,00€	743.750,00€	770.000,00€	796.250,00€	824.250,00€	852.250,00€	882.000,00€	911.750,00€	943.250,00€	974.750,00€	1.004.500,00€	1.039.500,00€
Compras y Subcontrataciones	69.961,19€	69.961,19€	108.511,68€	108.511,68€	108.511,68€	108.511,68€	69.961,19€	69.961,19€	69.961,19€	69.961,19€	69.961,19€	69.961,19€
Gastos Personal operativos	15.000,00€	15.000,00€	15.000,00€	15.000,00€	15.000,00€	15.000,00€	15.000,00€	15.000,00€	15.000,00€	15.000,00€	15.000,00€	15.000,00€
Margen bruto	632.538,81€	658.788,81€	646.488,32€	672.738,32€	700.738,32€	728.738,32€	797.038,81€	826.788,81€	858.288,81€	889.788,81€	919.538,81€	954.538,81€
Gastos generales	3.450,00€	3.450,00€	3.450,00€	3.450,00€	3.450,00€	3.450,00€	3.450,00€	3.450,00€	3.450,00€	3.450,00€	3.450,00€	3.450,00€
Personal Serv. generales	2.500,00€	2.500,00€	2.500,00€	2.500,00€	2.500,00€	2.500,00€	2.500,00€	2.500,00€	2.500,00€	2.500,00€	2.500,00€	2.500,00€
EBITDA	626.588,81€	652.838,81€	640.538,32€	666.788,32€	694.788,32€	722.788,32€	791.088,81€	820.838,81€	852.338,81€	883.838,81€	913.588,81€	948.588,81€
Gastos financieros	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Resultado antes de impuestos	626.588,81€	652.838,81€	640.538,32€	666.788,32€	694.788,32€	722.788,32€	791.088,81€	820.838,81€	852.338,81€	883.838,81€	913.588,81€	948.588,81€
Impuestos	0,00€	0,00€	0,00€	116.095,46€	0,00€	0,00€	110.717,23€	0,00€	0,00€	199.389,10€	0,00€	199.389,10€
Resultado Ejercicio	626.588,81€	652.838,81€	640.538,32€	550.692,86€	694.788,32€	722.788,32€		820.838,81€	852.338,81€	684.449,70€	913.588,81€	749.199,70€
Entrada Financiación	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Devolución Préstamos	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
Inversiones Inmovilizado	0,00€	0,00€	38.550,49€	38.550,49€	38.550,49€	38.550,49€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€	0,00€
PAGO IVA	382.428,27€	0,00€	0,00€	406.122,24€	0,00€	0,00€	424.454,84€	0,00€	0,00€	528.520,95€	0,00€	0,00€
Tesorería	6.719.248,05€	7.372.086,86€	7.974.074,69€	8.080.094,82€	8.736.332,66€	9.420.570,49€	8.679.487,23€	9.500.326,04€	10.352.664,85€	10.508.593,60€	11.422.182,41€	12.171.382,11€

# Anexo 19

## KPIS

KPIS - Fashionize-Me	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ROE</b>					
Beneficio Neto	-642.973,93€	271.136,73€	2.065.016,88€	4.333.217,42€	6.864.908,37€
Patrimonio Neto	307.026,07€	578.162,80€	2.670.293,36€	5.473.217,42€	8.004.908,37€
%	-2,09%	0,47%	0,77%	0,79%	0,86%
<b>ROA</b>					
Beneficio Neto	-642.973,93€	271.136,73€	2.065.016,88€	4.333.217,42€	6.864.908,37€
Activos Totales	171.824,09€	524.626,32€	2.933.874,31€	6.035.514,55€	8.907.938,18€
%	-3,74%	0,52%	0,70%	0,72%	0,77%
<b>Liquidez</b>					
Activo Corriente	67.162,40€	324.448,97€	2.639.001,93€	5.646.849,84€	8.424.874,11€
Pasivo Corriente	-135.201,98	-535.36,48	263.580,95	562.297,12	903.029,81
%	1,50%	-1,02%	8,99%	9,47%	8,97%
<b>Fondo Maniobra</b>					
Activo Corriente	67.162,40€	324.448,97€	2.639.001,93€	5.646.849,84€	8.424.874,11€
Pasivo Corriente	-135.201,98€	-53.536,48€	263.580,95€	562.297,12€	903.029,81€
	202364,38	377985,45	2375420,98	5084552,72	7521844,3
<b>Burn Rate</b>					
Total Gastos	672.613,62€	738.145,82€	876.649,56€	1.048.235,51€	1.245.136,26€
Total Ingresos	38.500,00€	1.120.000,00€	3.662.750,00€	6.872.250,00€	10.459.750,00€
Neto	-634.113,62€	381.854,18€	2.786.100,44€	5.824.014,49€	9.214.613,74€
%	-1,60%	6,30%	1,09%	0,58%	
<b>Growth Rate</b>					
Total Ingresos	38.500,00€	1.120.000,00€	3.662.750,00€	6.872.250,00€	10.459.750,00€
%	28,09%	2,27%	0,88%	0,52%	



Fashionize-Me

Your Personal Stylist

contact us

Instagram  
@fashionizeme.style

Twitter  
@fashionizemees

Facebook  
Fashionize-Me

Youtube  
Fashionize-Me TV

Mail  
contact@fashionizeme.style

download



fashionizeme.style