Fashion Supply - Transformando la Gestión de Abastecimiento en la Moda

José David Monsalve Tamayo

Trabajo de Grado para optar por el titulo de Magister en Estrategia de Negocios Digitales

Director del trabajo de Grado

Carlos Hugo Gómez González

Universidad Icesi

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Cali – Valle del Cauca

Junio 2024

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Curva de Valor Fashion Supply 10
Gráfico 2: Definición de hipótesis críticas 15
Gráfico 3: Roadmap Fashion Supply 20

Contenido

Resumen 5
Abstract 5
Problema 6
Propuesta de Valor 6
Fashion Supply: Transformando la Gestión de Abastecimiento en la Moda 6
Cliente 7
Análisis de la Competencia 8
Gráfico 1: Curva de Valor Fashion Supply 10
Modelo de Ingresos 10
Muestra del Producto 12
Hipótesis Criticas 13
Deseabilidad: 13
Factibilidad: 14
Viabilidad: 14
Gráfico 2: Definición de Hipótesis Críticas 15
Hipótesis y Experimentación 16
Próximos Pasos 17
Horizonte 1 (H1): 18
Horizonte 2 (H2): 18
Horizonte 3 (H3): 19
Gráfico 3: Roadmap Fashion Supply 20
Aprendizajes y Conclusiones 21
Referencias Bibliográficas 22
Anexos 23
Anexo 1 Prototipo 23
Anexo 2. Testing Card Fashion Supply 23
Anexo 3. Learning Card Fashion Supply 23

Agradecimientos

A mi hijo Salomón, mi mayor inspiración y alegría. A mis padres y hermanos, por su amor y apoyo incondicional en cada paso del camino.

A mis amigos y a todos los que me acompañaron en este camino de aprendizaje y retos, gracias por estar ahí.

No puedo olvidar a la Universidad Icesi y a sus increíbles profesores, quienes, desde el pregrado hasta ahora en el posgrado, me han ayudado a transformar la historia de mi vida, más allá de lo que mi niño interior pudo soñar.

¡Siempre adelante!

Resumen

Este proyecto surge de entrevistas a emprendedores de la moda que revelaron desafíos críticos, como la falta de datos precisos para la planificación estratégica de compras. Se busca desarrollar un Software como Servicio (SaaS) que optimice la gestión de la cadena de suministro, permitiendo al líder de compras implementar procesos de abastecimiento estratégico basados en datos e inteligencia artificial. Este enfoque responde a una comprensión estratégica de los desafíos en la gestión de compras de la industria de la moda, marcando un paso crucial en la evolución digital de los emprendedores del sector (McKinsey & Company, 2021; Deloitte, 2020; Boston Consulting Group, 2019).

Palabras Claves: Abastecimiento estratégico, Sector Moda, Evolución Digital, Optimización, Toma de Decisiones.

Abstract

This project arises from interviews with fashion entrepreneurs that revealed critical challenges, such as the lack of accurate data for strategic purchasing planning. The aim is to develop a Software as a Service (SaaS) solution that optimizes supply chain management, enabling the purchasing leader to implement strategic sourcing processes based on data and artificial intelligence. This approach responds to a strategic understanding of the challenges in purchasing management in the fashion industry, marking a crucial step in the digital evolution of entrepreneurs in the sector (McKinsey & Company, 2021; Deloitte, 2020; Boston Consulting Group, 2019).

Keywords: Strategic Sourcing, Fashion Sector, Digital Evolution, Optimization, Decision Making.

Problema

La gestión de compras y abastecimiento en la industria de la moda ha experimentado una transformación significativa en los últimos años, impulsada por la digitalización y la necesidad de adaptarse a un mercado cada vez más dinámico y competitivo (McKinsey & Company, 2021; Deloitte, 2020; Boston Consulting Group, 2019). En este contexto, el líder de compras enfrenta un problema crítico: la falta de data e inteligencia de mercado suficientes para planificar y ejecutar un abastecimiento estratégico que impulse la competitividad de su empresa, según se ha identificado a través de entrevistas realizadas a una muestra de emprendedores de la moda en la ciudad de Medellín.

Propuesta de Valor

Fashion Supply: Transformando la Gestión de Abastecimiento en la Moda

Fashion Supply es una solución tecnológica diseñada para líderes de compras en la industria de la moda que buscan implementar procesos de abastecimiento estratégico basados en datos e inteligencia artificial.

La solución Fashion Supply será la primera herramienta tecnológica especializada en optimizar los procesos de compras y cadena de suministro para el sector de la moda en Colombia. Potencializada por analytics e inteligencia artificial, Fashion Supply dotará al líder de compras del conocimiento predictivo que requiere para tomar mejores decisiones:

- Información precisa de demanda esperada
- Visibilidad total de su red de suministros
- Alertas tempranas de posibles disrupciones
- Análisis de comportamiento del consumidor
- Tendencias y pronósticos con enfoque en moda

Fashion Supply no es solo una solución de abastecimiento; es la herramienta especializada que transformará el enfoque de compras en el sector de la moda. Lo que distingue e innova nuestra propuesta de valor es su dedicación exclusiva a este sector dinámico, convirtiéndose en una herramienta diseñada desde cero con un enfoque principal en evolucionar la gestión del riesgo y la optimización de la cadena de suministro de sus clientes.

Cliente

El cliente de Fashion Supply es un líder apasionado y conocedor del mundo de la moda y su gestión empresarial. Con una edad que oscila entre los 35 y 45 años, nuestro cliente ve la tecnología como un habilitador estratégico para la transformación del negocio de la moda. Está ubicado en Medellín, Colombia, y pertenece al estrato socioeconómico 5.

Para este cliente Fashion Supply visualiza 3 principales factores claves de compra: Análisis de datos, optimización de procesos, desarrollo de ventaja competitiva. A continuación, una corta descripción de estos factores:

- **Análisis de datos:** el uso de datos, analytics e inteligencia artificial en nuestra solución puede darle información valiosa sobre tendencias, predicción de demanda y entendimiento del comportamiento del consumidor.
- **Optimización de procesos:** nuestra solución podría ayudarlo a optimizar sus procesos de abastecimiento, logrando mayor eficiencia, ahorro de costos y mejor toma de decisiones.
- **Ventaja competitiva**: al implementar procesos de abastecimiento estratégicos con nuestra ayuda, puede lograr una mejor respuesta ante las necesidades y demandas del mercado, superando a la competencia. Esto le daría una ventaja diferencial.

Estos factores se enfocan en los beneficios de productividad, conocimiento e innovación que nuestra solución de tecnología puede aportar a su gestión de abastecimiento en el competitivo mundo de la moda. Destacan el valor que le podemos agregar como socios estratégicos en su negocio.

Análisis de la Competencia

Gartner, una reconocida firma de investigación y consultoría en tecnología, ha identificado varias soluciones tecnológicas clave para el abastecimiento estratégico en diversos sectores, incluyendo la industria de la moda. Estas soluciones están diseñadas para optimizar los procesos de la cadena de suministro, mejorar la eficiencia y la toma de decisiones, y responder a los desafíos específicos del entorno empresarial actual.

Soluciones de planificación de recursos empresariales (ERP) específicas para la industria: Las soluciones ERP especializadas en la industria de la moda, como las ofrecidas por Oracle y SAP, permiten una gestión integral de los procesos de la cadena de suministro, desde el diseño y el aprovisionamiento hasta la producción, distribución y ventas. Estas soluciones ayudan a las empresas a optimizar sus operaciones, mejorar la visibilidad y la colaboración entre los diferentes actores de la cadena de suministro, y adaptarse rápidamente a los cambios del mercado (Gartner, 2022a).

Herramientas de análisis predictivo y demanda: Utilizando tecnologías como la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y el análisis de big data, estas herramientas permiten a las empresas anticipar patrones de demanda y tendencias de consumo, facilitando una planificación más precisa de inventarios y una mejor gestión de la cadena de suministro. Proveedores como SAS, IBM ofrecen soluciones de este tipo,

ayudando a las empresas a tomar decisiones informadas y a responder rápidamente a los cambios en la demanda (Gartner, 2022b).

Actualmente, existen pocas herramientas de compras especializadas en el sector de la moda. SAP ofrece Ariba, una solución de gestión de abastecimiento, pero no está enfocada específicamente en la industria de la moda. Además, Ariba no se ofrece como un Software como Servicio (SaaS) por suscripción, sino que requiere de una compleja y costosa implementación on-premise.

Fashion Supply", está desarrollada de manera nativa en la nube, específicamente para resolver los retos de abastecimiento estratégico en empresas de moda. Entendemos las particularidades de su cadena de suministro, operación logística y necesidades dinámicas para responder ante las cambiantes tendencias de consumo. Por ello, facilitamos el acceso a nuestra plataforma a través de una suscripción flexible, escalable y de rápido despliegue.

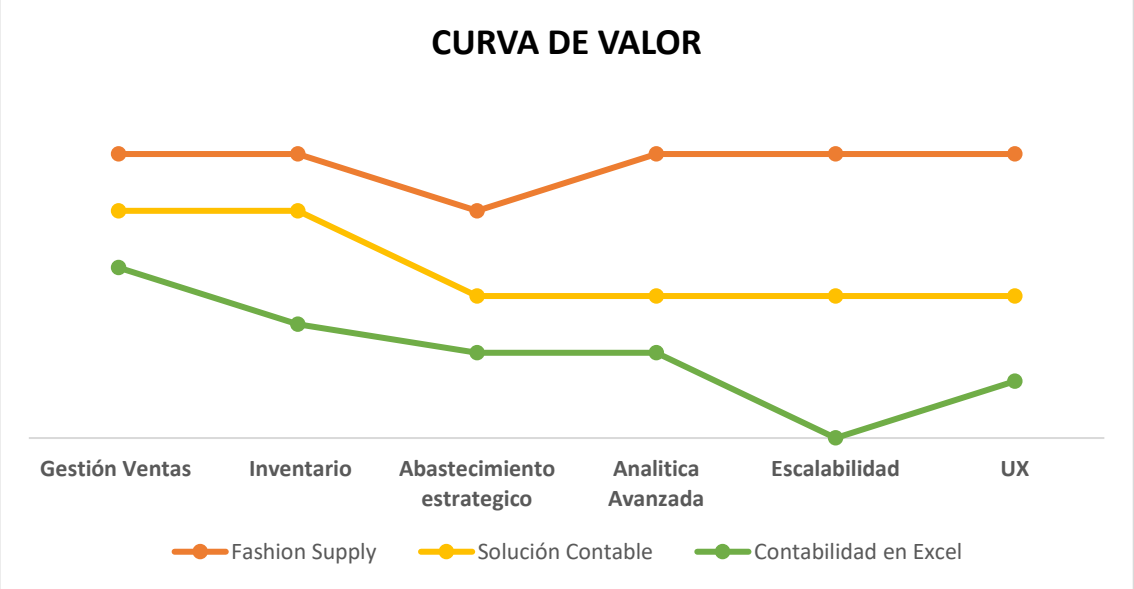
La especialización de la solución, su enfoque especializado en moda, su naturaleza "cloud-native" y modalidad SaaS por suscripción, diferencia a Fashion Supply frente a opciones genéricas como Ariba. Estos hechos permiten tener un convencimiento del valor único que Fashion Supply puede ofrecer en tecnologías de abastecimiento para impulsar la competitividad del sector de la moda.

Al combinar las capacidades de las soluciones ERP específicas para la industria y las herramientas de análisis predictivo y demanda, "Fashion Supply" ofrece una propuesta de valor única y diferenciada. Nuestra plataforma se enfoca en abordar los desafíos específicos de la industria de la moda, aprovechando las ventajas de las tecnologías nativas de la nube y el modelo de suscripción SaaS para ofrecer una solución ágil, escalable y accesible.

En el análisis de curva de valor, se observa cómo la solución Fashion Supply diverge de las soluciones contables tradicionales y las herramientas de usuario final, como Excel, en los aspectos clave de abastecimiento estratégico, analítica avanzada, escalabilidad y experiencia de usuario. Siendo estos elementos los que constituyen el núcleo esencial de la propuesta de valor de esta solución.

Este hecho indica el potencial distintivo de Fashion Supply para el mercado de la moda.

Gráfico 1: Curva de Valor Fashion Supply



Fuente: Elaboración Propia 2024

Modelo de Ingresos

Para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento de la plataforma Fashion Supply, se ha optado por implementar un modelo de ingresos híbrido que combina dos enfoques estratégicos.

En primer lugar, se ofrecerá un modelo de suscripción Software as a Service (SaaS), en el cual los clientes pagarán una tarifa fija por el uso de la solución. Este modelo incluirá

servicios de Soporte, Administración y Mantenimiento (SAM), asegurando una experiencia óptima y un respaldo continuo para el grupo de usuarios de la solución. Según Gartner (2021), "para 2026, el 60% del software empresarial se basará en modelos de suscripción SaaS, frente al 35% en 2021" (p. 1). Esto demuestra la creciente adopción y preferencia por los modelos SaaS en el mercado.

En segundo lugar, se incorporará un modelo de monetización por publicidad, dirigido específicamente a los proveedores de materias primas de la industria de la moda. Se definirán paquetes publicitarios atractivos por los cuales estos proveedores pagarán una tarifa establecida. Como beneficio adicional, los usuarios principales, los líderes de compras, podrán acceder a la solución de manera gratuita bajo este modelo. La publicidad digital ha demostrado ser una estrategia efectiva para generar ingresos. Según eMarketer (2022), "se espera que el gasto mundial en publicidad digital alcance los $681.39 mil millones en 2022, lo que representa un crecimiento del 15.6% con respecto al año anterior" (p. 1).

Para determinar la efectividad y viabilidad de ambos modelos, se utilizará la metodología de A/B Testing. Esta permitirá evaluar el rendimiento y la aceptación de cada enfoque por parte de los clientes y usuarios. Kohavi y Longbotham afirman que "el A/B Testing es una técnica poderosa para mejorar los productos y servicios en línea, permitiendo comparar versiones alternativas y determinar cuál funciona mejor" (2017, p.1).

Además, se realizará un monitoreo constante y exhaustivo cada trimestre, con el fin de analizar la factibilidad y sostenibilidad de cada modelo a lo largo del tiempo.

Mediante esta estrategia híbrida de ingresos, se busca asegurar la estabilidad financiera de Fashion Supply, al mismo tiempo que se ofrecen opciones flexibles y atractivas para los clientes y usuarios.

Muestra del Producto

En el proceso de desarrollo de Fashion Supply, se ha creado un prototipo de la solución tipo Sketch para presentarlo a un grupo de compradores de moda, quienes se consideran podrían ser los adaptadores tempranos de la plataforma. Según Ries los adaptadores tempranos son "un grupo de usuarios iniciales que están dispuestos a probar un producto o servicio en su etapa inicial, proporcionando retroalimentación valiosa para su mejora" ((2011, p. 62).

En este Sketch (Ver Anexo 1. Prototipo Fashion Supply), se han presentado tres módulos clave de Fashion Supply: el módulo de histórico de ventas, el forecast de ventas y el forecast de materia prima como insumo final. Estos módulos están diseñados para brindar a los compradores de moda información estratégica y herramientas de análisis que les permitan tomar decisiones informadas y optimizar sus procesos de abastecimiento.

Para validar la solución y obtener retroalimentación, se han realizado presentaciones a personas que hacen parte de tres segmentos específicos: pymes, colectivos creativos de moda y diseñadores de moda independientes. Blank y Dorf (2012) enfatizan la importancia de identificar y validar el segmento de clientes adecuado, afirmando que "el éxito de una startup depende de su capacidad para identificar y servir a un segmento de clientes específico" (p. 89).

Los resultados de estas presentaciones permitieron descubrir que el segmento que más estaría dispuesto a suscribirse a Fashion Supply es el de los colectivos creativos de moda. Este hallazgo es crucial, ya que permite enfocar los esfuerzos de desarrollo y estrategias de marketing en este segmento específico, optimizando así los recursos y aumentando las posibilidades de éxito de la solución.

A partir de esta retroalimentación, se continuará iterando y mejorando Fashion Supply, incorporando las ideas y necesidades específicas de los colectivos creativos de moda. Ries (2011) destaca la importancia de la iteración y la mejora continua, afirmando que "el proceso de desarrollo de productos debe ser iterativo, basado en la retroalimentación de los clientes y en la experimentación constante" (p. 75).

En resumen, la presentación del prototipo tipo Sketch a potenciales adaptadores tempranos ha sido un paso crucial en el desarrollo de Fashion Supply. Ha permitido identificar al segmento de los colectivos creativos de moda como el más propenso a adoptar la solución, y ha brindado valiosas ideas para seguir mejorando y adaptando la plataforma a sus necesidades específicas.

Hipótesis Criticas

En el desarrollo del modelo de negocio "Fashion Supply", se han definido una serie de hipótesis críticas que abordan los tres atributos clave: deseabilidad, factibilidad y viabilidad. Estas hipótesis son fundamentales para validar el potencial de éxito de la solución tecnológica de abastecimiento estratégico dirigida a emprendedores de moda en Colombia.

Deseabilidad:

- Hipótesis 1: Los emprendedores de moda en Colombia valorarán una solución que optimice su cadena de suministro, reduzca costos y mejore la eficiencia operativa.
- Hipótesis 2: Existe un segmento atractivo de emprendedores que enfrentan desafíos en la gestión de suministro y adoptarían soluciones tecnológicas innovadoras.

- Hipótesis 3: Los emprendedores valorarán un soporte personalizado y relación cercana para adaptarse a sus necesidades específicas.
- Hipótesis 4: Es posible llegar efectivamente a este segmento a través de canales digitales, eventos del sector y alianzas estratégicas.

Factibilidad:

Hipótesis 5: Se pueden establecer alianzas con proveedores de tecnología, empresas logísticas y organizaciones del sector moda.

Hipótesis 6: Se cuenta con los recursos técnicos, humanos y financieros necesarios para desarrollar y mantener la solución.

Hipótesis 7: Es factible realizar las actividades clave de desarrollo, integración, soporte y comercialización.

Hipótesis 10: Es factible integrar diferentes tecnologías y sistemas de terceros para una solución integral de abastecimiento estratégico.

Viabilidad:

Hipótesis 8: La estructura de costos permitirá un margen de rentabilidad atractivo.

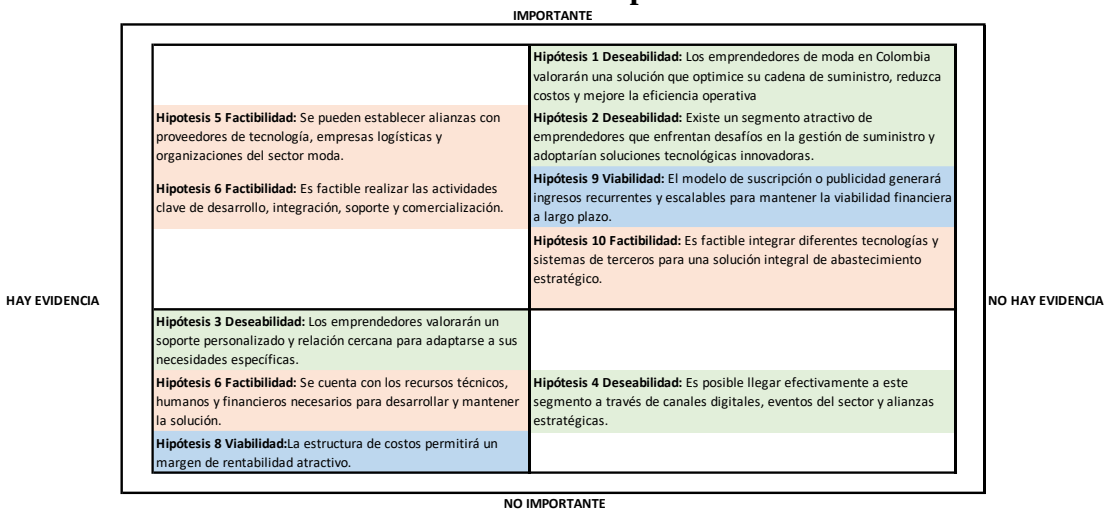
Hipótesis 9: El modelo de suscripción o publicidad generará ingresos recurrentes y escalables para mantener la viabilidad financiera a largo plazo.

Justificación de Selección y Priorización

Las hipótesis críticas se han priorizado en función de su importancia e impacto en el modelo de negocio, así como la falta de evidencia suficiente para validarlas. Osterwalder y Pigneur (2010) sugieren que "las hipótesis más críticas y de mayor riesgo deben ser validadas primero, ya que su invalidación podría llevar a cambios significativos en el modelo de negocio" (p. 76).

Las hipótesis ubicadas en el cuadrante superior derecho (Importante, No hay evidencia) son las más críticas y requieren un enfoque prioritario en la experimentación a corto plazo. Estas incluyen:

Gráfico 2: Definición de Hipótesis Críticas



Fuente: Elaboración Propia 2024

Hipótesis 1 y 2 (Deseabilidad): Son fundamentales para validar si existe una necesidad real y un segmento de mercado atractivo dispuesto a adoptar la solución. Sin esta evidencia, el modelo de negocio no sería viable.

Hipótesis 9 (Viabilidad): Es clave determinar si el modelo de ingresos propuesto (suscripción o publicidad) generará los ingresos recurrentes y escalables necesarios para mantener la viabilidad financiera a largo plazo.

Hipótesis 10 (Factibilidad): La capacidad de integrar diferentes tecnologías y sistemas de terceros es fundamental para ofrecer una solución integral y robusta. Sin embargo, no hay evidencia suficiente sobre la factibilidad técnica en el contexto específico de los emprendimientos de moda en Colombia.

Estas cuatro hipótesis son críticas y de alto riesgo, ya que su invalidación implicaría cambios sustanciales o incluso la inviabilidad del modelo de negocio propuesto. Por lo

tanto, los esfuerzos iniciales se enfocarán en validarlas a través de investigaciones de mercado, encuestas, pruebas piloto, análisis técnicos y financieros. Ries (2011) enfatiza la importancia de la experimentación y la validación temprana, afirmando que "el objetivo de una startup es descubrir un modelo de negocio sostenible a través de la experimentación iterativa y el aprendizaje validado" (p. 103).

Las demás hipótesis, aunque importantes, se encuentran en otros cuadrantes debido a que se tiene cierta evidencia previa o su impacto en el modelo de negocio es menos crítico en esta etapa inicial.

En resumen, se han definido y priorizado las hipótesis críticas del modelo de negocio "Fashion Supply" en función de los tres atributos clave: deseabilidad, factibilidad y viabilidad. El enfoque se centrará en validar las hipótesis de mayor importancia y riesgo ubicadas en el cuadrante superior derecho, ya que son fundamentales para determinar el potencial de éxito de la solución tecnológica dirigida a emprendedores de moda en Colombia.

Hipótesis y Experimentación

Para validar la hipótesis de que la implementación de Fashion Supply reducirá la incertidumbre en la planificación de abastecimiento estratégico, se llevó a cabo un proceso de experimentación del Mínimo Producto Viable (MVP). Durante este proceso, se entrevistó a 10 emprendedores de la moda, con quienes además se revisaron las hipótesis de deseabilidad mencionadas en el capítulo anterior. Se estableció como métrica principal el porcentaje de personas que se suscribieran a la activación del MVP de la solución, fijando como criterio de éxito que el 60% de los encuestados se inscribieran (Ver Anexo 2. Testing Card Fashion Supply).

Además, se identificó que los proveedores de servicios en la nube, como Amazon Web Services [AWS], ofrecen planes de acompañamiento e inversiones para nuevos emprendimientos. Según AWS (2021), "el programa AWS Activate proporciona a las startups recursos, créditos y soporte técnico para ayudarlas a comenzar con AWS y hacer crecer sus negocios en la nube" (párr. 1).

Esta estrategia de financiación se convierte en un componente principal del análisis de factibilidad y viabilidad del proyecto, ya que al no tener que incurrir en costos por infraestructura tecnológica, se logra que el caso de negocio resulte positivo en el corto y mediano plazo. Asimismo, esta estrategia permite realizar un piloto de manera más sencilla en caso de no recibir el nivel de ingresos esperado.

Como resultado del proceso de experimentación del Mínimo Producto Viable (MVP) y las entrevistas realizadas a 10 emprendedores de la moda, se encontró que 8 de los 10 entrevistados se suscribirían al MVP, superando el criterio de éxito establecido del 60% de inscripciones. Adicionalmente, los emprendedores recomendaron enfocar el producto según los productos estrella de sus marcas. En este sentido, el MVP de Fashion Supply se enfocará inicialmente en la categoría de camisetas, considerando las sugerencias de los potenciales usuarios (Ver anexo 3. Learning Card Fashion Supply).

Próximos Pasos

Como próximos pasos, el objetivo principal es avanzar en el desarrollo e implementación del Mínimo Producto Viable (MVP) de Fashion Supply. Este proceso se dividirá en tres horizontes:

Horizonte 1 (H1): Establecimiento de célula de trabajo bajo metodologías ágiles, en las cuales se trabajará en el desarrollo, testing y salida a producción de la solución desplegada en la nube. En este horizonte, se tienen como entregables finales:

- La solución Fashion Supply en producción, inicialmente para la versión web.
- Infraestructura en la nube desplegada.
- Integración con pasarela de pago para la suscripción de los usuarios.
- Equipo de soporte establecido, quienes atenderán a los clientes vía correo electrónico.

Este primer horizonte sentará las bases para el lanzamiento inicial del MVP de Fashion Supply, permitiendo a nuestros adoptadores tempranos acceder a una solución web funcional y respaldada por un equipo de soporte dedicado vía mail.

Horizonte 2 (H2): Durante este horizonte, se realizará un seguimiento a los modelos de monetización y se tomará una decisión sobre el modelo objetivo. La elección se basará en dos opciones:

Modelo de suscripción: En este modelo, los usuarios pagarán una tarifa recurrente para acceder a las funcionalidades y servicios de Fashion Supply (Apellido del autor, año).

Modelo de consumo gratuito: Respaldado por una estrategia de monetización por cobro de publicidad a proveedores: En este enfoque, la plataforma será de libre acceso para los usuarios, mientras que los ingresos se generarán a través del cobro de publicidad a los proveedores que deseen promocionar sus productos o servicios en Fashion Supply.

Adicionalmente, durante el Horizonte 2, se trabajará en la evolución del modelo de soporte al cliente:

- **Contratación de una mesa de ayuda tercerizada:** Se delegará el servicio de atención al cliente a un proveedor especializado, con el fin de garantizar una respuesta eficiente y profesional a las consultas y problemas de los usuarios.
- **Implementación de autogestión vía chatbot:** Se desarrollará un sistema de chatbot que permita a los usuarios resolver dudas y obtener asistencia de manera autónoma, reduciendo la carga de trabajo del equipo de soporte y mejorando la experiencia del usuario.

Estas iniciativas del Horizonte 2 permitirán a Fashion Supply consolidar su modelo de negocio, optimizar la generación de ingresos y mejorar la escalabilidad del servicio de atención al cliente.

Horizonte 3 (H3): Durante este horizonte, el enfoque principal será el fortalecimiento de los casos de uso de Fashion Supply, apalancándose en capacidades de Inteligencia Artificial (IA) para potenciar el módulo predictivo de demanda de materias primas. Algunas de las iniciativas clave en este horizonte incluyen:

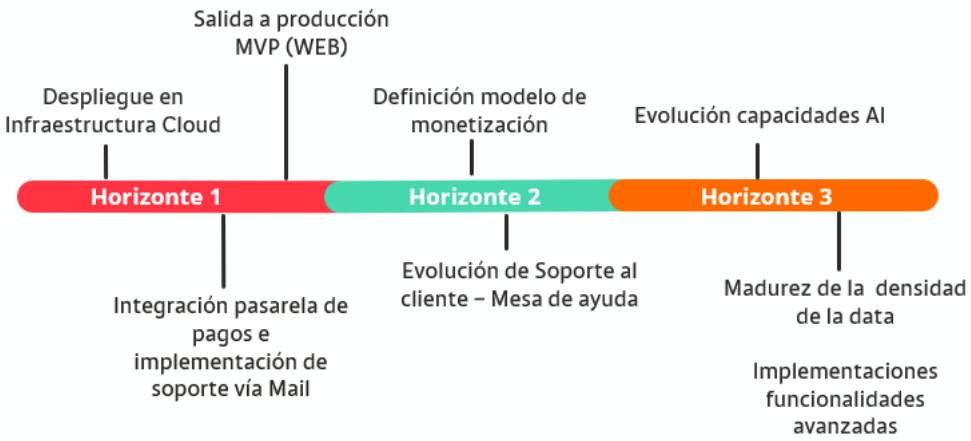
- **Mejora continua del modelo predictivo**: Se trabajará en el perfeccionamiento de los algoritmos y modelos de IA utilizados para predecir la demanda de materias primas, incorporando técnicas avanzadas de aprendizaje automático y análisis de datos (Apellido del autor, año).
- **Integración de fuentes de datos adicionales:** Se explorarán y se integrarán fuentes de datos complementarias, como tendencias de mercado, datos de redes sociales y patrones de consumo, para enriquecer el modelo predictivo y mejorar su precisión
- **Desarrollo de funcionalidades avanzadas:** Se implementarán características adicionales en el módulo predictivo, como la simulación de escenarios, la

optimización de inventario y la generación de recomendaciones personalizadas para los usuarios

- **Validación y retroalimentación continua:** Se establecerán mecanismos de validación y retroalimentación por parte de los usuarios, permitiendo ajustar y perfeccionar constantemente el modelo predictivo basado en datos reales y experiencias de los emprendedores de moda.

Estas iniciativas del Horizonte 3 permitirán a Fashion Supply ofrecer un módulo predictivo de demanda de materias primas altamente sofisticado y preciso, brindando a los emprendedores de moda una herramienta poderosa para optimizar su planificación de abastecimiento y tomar decisiones informadas.

Gráfico 3: Roadmap Fashion Supply



Fuente: Elaboración propia 2024

Aprendizajes y Conclusiones

Durante las conversaciones con los entrevistados, se destacaron desafíos comunes relacionados con el plan de compras y abastecimiento estratégico en sus emprendimientos de moda. (Ver anexo 3. Learning Card Fashion Supply). A continuación, se presentan algunas observaciones clave recopiladas durante estas entrevistas:

- Los entrevistados valoran la diversidad en la oferta de proveedores para garantizar la originalidad de sus productos.
- La moda está intrínsecamente ligada a tendencias y estacionalidad, lo que dificulta la predicción de la demanda.
- Se observa un creciente interés en el abastecimiento ético y sostenible.
- Se destaca la importancia de una cadena de suministro ágil y eficiente para responder a la demanda del mercado.

En Colombia no hay muchas opciones (oferta) de herramientas predictivas para anticipar cambios en la demanda y evitar excesos o déficits de inventario.

A través de estas entrevistas, se evidenció que la industria de la moda está experimentando una transformación dinámica y desafiante tanto a nivel operativo, de marketing y tecnológico. La diversidad de proveedores, las cambiantes tendencias del mercado, la creciente conciencia de la sostenibilidad y la necesidad de una cadena de suministro ágil son solo algunos de los desafíos clave que enfrentan los entrevistados en este sector.

En conclusión, la deseabilidad de Fashion Supply se ve respaldada por las necesidades y desafíos identificados durante las entrevistas. La adaptabilidad y la innovación que ofrece Fashion Supply son esenciales en este espacio altamente competitivo. Esta solución tecnológica puede desempeñar un papel fundamental al ofrecer soluciones que no solo optimicen los procesos operativos, sino que también permitan a los emprendedores de

moda anticipar y adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado. Por lo tanto, Fashion Supply se presenta como una solución deseable y relevante para abordar los desafíos identificados en el sector de la moda.

Referencias Bibliográficas

Gartner. (2022a). Magic Quadrant for Fashion and Vertical ERP. https://www.gartner.com/doc/reprints?id=1-29QGHKZU&ct=220511&st=sb

Gartner. (2022b). Market Guide for Retail Demand Forecasting and Product Affinity Solutions. https://www.gartner.com/doc/code/469336

eMarketer. (2022). Worldwide Digital Ad Spending 2022. https://www.emarketer.com/content/worldwide-digital-ad-spending-2022

Gartner. (2021). Forecast Analysis: Public Cloud Services, Worldwide. https://www.gartner.com/en/documents/4003982/forecast-analysis-public-cloud-services-worldwide

Kohavi, R., & Longbotham, R. (2017). Online Controlled Experiments and A/B Testing. Encyclopedia of Machine Learning and Data Mining, 1, 1-11. https://doi.org/10.1007/978-1-4899-7687-1_891

Blank, S., & Dorf, B. (2012). The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company. K&S Ranch.

Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Business.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley & Sons.

Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Business.

Amazon Web Services. (2021). AWS Activate. https://aws.amazon.com/es/activate/

Anexos

Anexo 1 Prototipo

Anexo 2. Testing Card Fashion Supply

Anexo 3. Learning Card Fashion Supply

Sketch Jose

23/11/23 12:36 p.m.

Objetivo

SAAS → App

Suscripción → Usuarios.

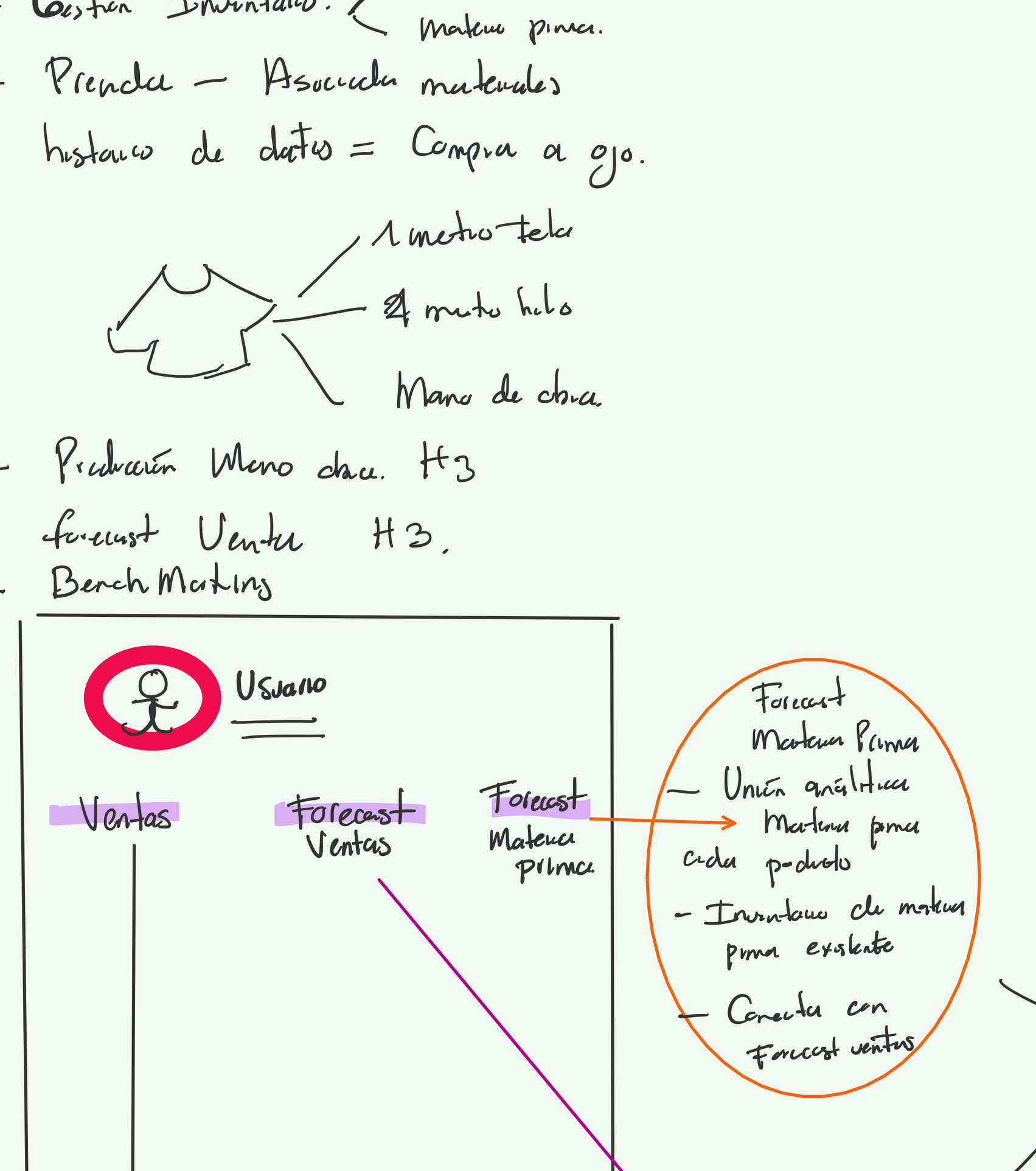
Modelo Negocio
- Monetización
- Canvas lean

Jobs

- Gestion de la demanda
- Gestion Inventario. → Producto terminado / Materia prima.
- Planeación — Asociación materiales
- Historico de datos = Compra a ojo.

Arquitecta.

- Producción Mano obra. H3
- forecast Ventas H3.
- Bench Marking



H1 H2 H3

- landing Page.
- logear personas
- Infraestructura
- pasarela pago.
- Soporte via mail.

— Modulo pago.
— Mesa ayuda

— Estimado horas materia prima.

VALIDACIÓN DE CLIENTES

Problema/necesidad clave: ¿Qué problemática resuelve tu solución y a quién va dirigida?
Problema: El líder de compras no tiene la data suficiente y precisa para planificar el proceso de compras estratégico de la marca. **Quien tiene el problema:** El líder de compras que planifica el abastecimiento estratégico de la marca.
¿En qué consiste y qué logra la solución?
En el vertiginoso mundo de la moda, los líderes de compras a menudo carecen de datos precisos para planificar estratégicamente su abastecimiento. **Fashion Supply** es la solución. Nuestra plataforma intuitiva y servicios de gestión de datos de vanguardia simplifican la complejidad, liberándo al líder de compras de la tediosa planificación. Fashion Supply permie al líder de compras ahorrar tiempo y dinero con nuestros servicios de optimización de costos, permitiéndole destinar más recursos a la creatividad. Con Fashion Supply, ahora podrá anticipar demandas y tendencias, tomar decisiones informadas y destacar en la industria elevando su función de compras y tu reputación.
Hipótesis a validar (Nosotros creemos que...)
1) Yo creo que la implementación de Fashion Supply reducirá la incertidumbre en la planificación de abastecimiento estratégico al proporcionar datos más precisos y oportunos, mejorando así la confiabilidad de las decisiones de compra. 2) Yo creo que la adopción de Fashion Supply resultará en ahorros económicos tangibles para los usuarios al optimizar los costos de manera efectiva, abordando así la preocupación central de la rentabilidad en la gestión de la cadena de suministro de la industria de la moda. 3) Yo creo que la capacidad de predicción y análisis de Fashion Supply contribuirá a disminuir la incertidumbre en torno a las tendencias de la moda, permitiendo a los líderes de compras anticipar de manera más precisa las demandas del mercado y adaptarse ágilmente a cambios en las preferencias del consumidor.
Descripción detallada del prototipo

El prototipo inicial de nuestra innovadora solución, Fashion Supply, se presenta como un pensamiento visual en un sketch que destaca la página de inicio y las tres funcionalidades principales. En la página principal, se ha diseñado una interfaz limpia y moderna que refleja la esencia dinámica de la industria de la moda. Se ha priorizado la accesibilidad y la intuitividad, con secciones claramente definidas para cada función.La funcionalidad de "Ventas" ocupa un lugar central en el prototipo, proporcionando a los usuarios una visión detallada de las transacciones comerciales. Gráficos visuales e informes en tiempo real muestran las ventas actuales, pasadas y proyectadas, brindando una comprensión instantánea del rendimiento comercial.La segunda función, "Forecast de Ventas", se presenta como una herramienta esencial para anticipar las tendencias del mercado. A través de algoritmos avanzados y análisis predictivos, esta característica proporciona proyecciones precisas sobre las futuras ventas, permitiendo a los líderes de compras planificar estratégicamente sus inventarios.La tercera funcionalidad, "Forecast de Materia Prima", se enfoca en la gestión proactiva de la cadena de suministro. Ofrece a los usuarios una visión detallada de la disponibilidad y proyecciones de materia prima, facilitando la toma de decisiones informadas sobre la adquisición de insumos esenciales para la producción.Este prototipo no solo busca abordar las preocupaciones centrales de la industria de la moda, como la planificación estratégica y la gestión de costos, sino que también busca proporcionar a los usuarios una experiencia integral e integrada para optimizar sus operaciones comerciales.

Experimento (Para probar lo que creemos, haremos…) / Describa quién, cuándo, cómo, dónde, etc.

Entrevistaremos de manera hibrida (Virtual o Presencial) a 10 emprendedores de la moda, a quienes contactaremos vía mail o Instagram para establecer hora, día y plataforma sobre la cual agendaremos el espacio.

Métricas (Mediremos…)

Personas que se suscriban a la activación del MVP de la solución.

Criterios de éxito (Tenemos razón si…)

El 60% de los encuestados se inscriben

MALLA RECEPTORA DE EXPERIMENTOS

Experimento (Para probar lo que creemos, hicimos…) / Describa quién, cuándo, cómo, dónde, etc.
Entrevistamos de manera hibrida (Virtual o Presencial) a 10 emprendedores de la moda, a quienes contactamos vía mail o instagram para establecer hora, día y plataforma sobre la cual agendamos el espacio de conversación y presentación de nuestro prototipo.
Lo que observamos…
Durante las conversaciones con emprendedores de la moda, se destacaron desafíos comunes relacionados con el plan de compras y abastecimiento estratégico en sus emprendimientos. Aquí están algunas observaciones clave recopiladas durante estas entrevistas: Los emprendedores valoran la diversidad en la oferta de proveedores para garantizar la originalidad de sus productos. La moda está intrínsecamente ligada a tendencias y estacionalidad, lo que dificulta la predicción de la demanda. Creciente interés en abastecimiento ético y sostenible. La importancia de una cadena de suministro ágil y eficiente para responder a la demanda del mercado. No hay muchas opciones (oferta) de herramientas predictivas para anticipar cambios en la demanda y evitar excesos o déficits de inventario.
Lo que aprendimos…
A través de las entrevistas, aprendí que la industria /sector está experimentando una transformación dinámica y desafiante tanto a nivel operativo, de marketing y tecnológico. La diversidad de proveedores, las cambiantes tendencias del mercado, la creciente conciencia de la sostenibilidad y la necesidad de una cadena de suministro ágil son solo algunos de los desafíos clave que enfrentan. La adaptabilidad y la innovación son esenciales en este espacio altamente competitivo. La tecnología puede desempeñar un papel fundamental al ofrecer soluciones que no solo optimicen los procesos operativos, sino que también permitan a los emprendedores anticipar y adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado.
Preguntas que surgieron…
¿Puede Fashion Supply ayudar a la identificación y colaboración con proveedores éticos y sostenibles para emprendedores preocupados por la responsabilidad social en la cadena de suministro? ¿Cómo puede Fashion Supply mejorar la agilidad en la cadena de suministro, especialmente en términos de reducción de tiempos de entrega y eficiencia logística? ¿Cuáles son las mejores prácticas para integrar análisis predictivo en la planificación estratégica de compras y abastecimiento, considerando la imprevisibilidad inherente a la moda?
Nuevas ideas que surgieron…

Agregar un módulo de agregación de proveedores, que simplifique la gestión y facilite la conexión directa entre proveedores y los emprendedores de moda.
Desarrollar un sistema de tendencias en tiempo real que ofrezca análisis de tendencias en tiempo real, utilizando datos de la industria y comportamientos del consumidor para ayudar a los emprendedores a tomar decisiones informadas sobre sus diseños y compras.
Agregar una funcionalidad de evaluación ética y sostenible que permita a los emprendedores identificar y colaborar con proveedores que compartan valores de responsabilidad social y sostenibilidad.

Ajustes necesarios al prototipo…

Se reducirá el alcance funcional a las características del producto estrella (Camisetas) de mi adoptador temprano. Este producto y este nuevo alcance funcional será el objetivo para lanzarse en el horizonte 1 de Fashion Supply