

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de las marcas de equipos de fútbol europeos



Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de las marcas de equipos de fútbol europeos

Andrés David Huertas González
Germán Fernando Heredia Sánchez
Harold Zuluaga Molina

Universidad Ean
Ingeniería
Maestría en Gerencia en la cadena de abastecimiento
Maestría en Gerencia de sistemas de información y proyectos tecnológicos
MBA

Bogotá, Colombia
28/Octubre/2024

**Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de
prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos**

**Andrés David Huertas González
Germán Fernando Heredia Sánchez
Harold Zuluaga Molina**

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:
**Magister en Gerencia en la cadena de abastecimiento
Maestría en Gerencia de sistemas de información y proyectos tecnológicos
MBA**

Director (a):
Alex Perez

Modalidad:
Creación de Empresa

Universidad Ean
Ingeniería /
Maestría en Gerencia en la cadena de abastecimiento
Maestría en Gerencia de sistemas de información y proyectos tecnológicos
MBA

Bogotá, Colombia
28/Octubre/2024

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de las marcas de equipos
de fútbol europeos

3

Nota de aceptación:

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Bogotá, 28/Octubre/2024

Dedicatoria

Quiero Expresar mi más profundo agradecimiento a Dios por ser mi guía y fortaleza en cada paso de este camino. A mi esposa Karol Johana Garrido Quintero y mi hijo Tomás Zuluaga Garrido, quienes han sido fuente de inspiración en este proceso. A mis padres Rodolfo Zuluaga Palomino y Ligia Molina de Zuluaga por su dedicación y sacrificio, por enseñarme desde pequeño el valor del esfuerzo y responsabilidad. También quiero agradecer a mis hermanos Johanna Zuluaga Molina y Rodolfo Zuluaga Molina por su compañía, consejos y palabras de aliento, recordando que no estuve solo en esta travesía

Harold Zuluaga Molina

A Dios, por ser mi guía y refugio en cada paso de este camino brindándome fuerzas en momentos difíciles durante este camino. Este logro, sin duda, es una prueba de su amor y fortaleza que encontré en su compañía. A mi madre, mi heroína silenciosa, quien con su amor y sacrificio ha sido el pilar más firme en mi vida, sus enseñanzas y su ejemplo de entrega me han forjado, y cada logro mío es en realidad un reflejo de sus sueños y de sus esfuerzos. Sin su guía y su dedicación, nada de esto habría sido posible. A mi pareja, compañera de vida y amor, quien ha caminado junto a mí, alentándome a nunca rendirme. Gracias por ser mi paz y mi alegría en los días difíciles, por tu paciencia y comprensión en los momentos de estrés y por siempre creer en mí, incluso cuando yo mismo dudaba. Eres mi fuerza, mi inspiración y el amor que me impulsa a dar lo mejor de mí. Este logro es también tuyo, porque sin ti, mi viaje habría sido incompleto.

Andrés David Huertas González

Desde el fondo de mi corazón, quiero agradecer primero a Dios, quien me ha dado la fortaleza y las herramientas necesarias para alcanzar este logro. A mi esposa, Cristina Marcela Carrión, mi compañera de vida desde hace 24 años, con quien hemos formado un equipo sólido y constante en cada aspecto de nuestra vida. A mis hijos, Laura Sofía y Germán Esteban, mis motores y fuente de inspiración, quienes me impulsaron a esforzarme cada día en la realización de esta maestría. Tanto mi esposa como mis hijos me acompañaron durante estos dos años, brindándome su apoyo incondicional y haciendo sacrificios para que pudiera cumplir con mis compromisos universitarios.

Finalmente, a mi madre, Gloria Sánchez, quien desde el inicio de mi vida académica ha sido un pilar y un apoyo constante. A todos ellos, mi más profunda gratitud por su amor y por acompañarme en cada paso de este camino.

Germán Fernando Heredia Sánchez

Agradecimientos

Agradecemos a Dios que nos ha permitido llegar hasta acá, sin él no habría sido posible poder dar el paso de iniciar y poder culminar este proyecto que cada uno de nosotros empezó con mucha alegría y con total entusiasmo de llevarlo a buen término.

Queremos agradecer a cada una de nuestras familias por el apoyo y paciencia que nos brindaron día a día en este trabajo, el sacrificio que se tuvo que hacer fue soportado con amor y entrega por cada uno de ellos

Queremos agradecer de todo corazón a la universidad EAN por habernos acogido en cada uno de los programas que nosotros cursamos, a cada uno de los docentes que con sus horas de tutorías nos brindaron herramientas para ser mejores profesionales y ser mejores seres humanos

Queremos agradecer de manera especial a nuestro profesor Alex Pérez, quien nos brindó su mayor motivación de culminar este proyecto, quien nos orientó con gran amor y sobre todo con un excelente profesionalismo, su apoyo, consejos y tiempos de tutorías fueron fundamentales en el desarrollo de este trabajo

Por último, agradecemos a cada uno de nuestros compañeros y amigos que estuvieron con nosotros en esta travesía, sin sus conocimientos y su apoyo, no habría sido posible llegar a este punto en nuestras vidas

Resumen

Esta idea de negocio nace de brindar al consumidor una tienda que se enfoca en la venta de ropa casual y deportiva, e incluso accesorios oficiales de los principales equipos de fútbol europeos de la actualidad, equipos que juegan en las ligas principales, como la Premier League, La liga, Serie A, Bundesliga entre otras, dirigida a los fanáticos de fútbol, en especial estos equipos en Colombia. Cabe anotar que el fútbol europeo viene teniendo mayor acogida y popularidad en el país, creando así una demanda que crece de manera exponencial, la cual permita a estos aficionados expresar su pasión y sentir diariamente con las prendas que queremos ofertar en la tienda

Nuestra propuesta de valor radica en ofrecer un catálogo amplio de productos de muy buena calidad y auténticos, que no son fáciles de adquirir en el mercado colombiano hoy en día. El modelo de negocio propuesto se diferencia al brindar prendas oficiales que no se usan en encuentros deportivos de cada equipo, sino en prendas que puedan utilizarse en la cotidianidad.

El objetivo principal es llegar a los aficionados de todas las edades, con especial atención al público mayor de 30 años que deseen tener prendas exclusivas de sus equipos favoritos, ofrecidos a través de la tienda virtual, complementando con promociones, y estrategias de fidelización, sin dejar de lado, la logística eficiente que se plantea y garantiza la tienda oportuna en diferentes partes del país.

Por medio de estrategias de marketing digital, presencia en redes sociales y alianzas con influencers, lo que busca posicionar la tienda como la principal opción para adquirir estos productos oficiales en equipos europeos en Colombia

Abstract

This business idea was born to provide the consumer with a store that focuses on the sale of casual and sportswear, and even official accessories of the major European soccer teams today, teams that play in major leagues such as the Premier League, La Liga, Serie A, Bundesliga and others, aimed at soccer fans, especially these teams in Colombia. It should be noted that European soccer has been having greater acceptance and popularity in the country, thus creating a demand that grows exponentially, which allows these fans to express their passion and feel daily with the clothes we want to offer in the store.

Our value proposition lies in offering a wide range of high quality and authentic products, which are not easy to find in the Colombian market today. The business model that we propose differs by offering official clothing that are not used in sporting events of each of these teams, but in garments that can be used in everyday life.

The main objective is to reach fans of all ages, especially a public over 30 years who wish to have exclusive garments of their favorite teams, offered through the virtual store, complemented with promotions, and loyalty strategies, without neglecting the efficient logistics that arises and ensures timely store to different parts of the country.

Through digital marketing strategies, presence in social networks and alliances with influencers, which seeks to position the store as the main option to acquire these official products in European teams in Colombia.

Contenido

	Pág.
Lista de Figuras	0
Lista de Tablas.....	
Introducción	
Naturaleza del proyecto.....	
Análisis del Sector.....	2
Validación e Investigación de Mercado	
Análisis del cliente frente a la propuesta de valor.....	3
Estudio piloto de mercado.....	
Resultado.....	
Estrategia y Plan de Introducción de Mercado.....	
Aspectos Técnicos	
Aspectos Organizacionales y Legales.....	5
Aspectos Financieros	
Enfoque hacia la Sostenibilidad.....	
Conclusiones	
Referencias	
Anexo. Encuesta.....	

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de las marcas de equipos de fútbol europeos	1 0
---	----------------

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1: System mapping Eurosport	19
Figura 2: Analisis DOFA	29
Figura 3: Resultados analisis Pestel	31
Figura 4: Analisis Pestel – Porter	34
Figura 5: Organigrama	56

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de las marcas de equipos de fútbol europeos	1 1
---	--------

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Ingresos/ Ventas del primer año	23
Tabla 2. Ingresos/ Ventas del primer año	24
Tabla 3. Proyección ventas primer año	50
Tabla 4. Ingreso Ventas primer año	62
Tabla 5. Proyección Utilidad bruta a 5 años	63
Tabla 6. Presupuesto Marketing	63
Tabla 7. Costos de Producción	64
Tabla 8. Costos por Nominas primer año	64
Tabla 9. Gastos fijos primer año	65
Tabla 10. Gastos fijos primer año	65
Tabla 11. Estado de resultados	66
Tabla 12. Balance General	67
Tabla 13: Flujo de caja	68

Plan creación de empresa para	1
Eurosport dedicada a la venta y	2
distribución de prendas tipo casual	
para vestir de equipos de fútbol	
Europeos	

Introducción

En Colombia, actualmente no existe una oferta consolidada de prendas de vestir casual originales y oficiales de marcas propias de equipos de fútbol europeos y de las ligas principales como: la Premier League de Inglaterra, La Liga de España, Serie A de Italia, Ligue 1 de Francia y Bundesliga de Alemania; por lo cual, genera una barrera significativa para los clientes que están interesados en adquirir productos auténticos. Estas prendas deben ser obtenidas directamente a través de las tiendas oficiales en línea de los clubes, lo cual presenta diversas dificultades para los consumidores colombianos. En primer lugar, el único método de pago generalmente aceptado es mediante tarjeta de crédito, lo cual puede generar costos adicionales debido a los tipos de cambio. En segundo lugar, los tiempos de entrega son prolongados debido al envío internacional desde Europa, lo que añade incertidumbre y posibles sobrecostos por impuestos de importación.

Al analizar el mercado colombiano, encontramos que actualmente se comercializan productos relacionados con el fútbol europeo: por un lado, no cumplen con las expectativas de autenticidad ni calidad; por otro lado, las grandes marcas deportivas como Adidas, Nike y Puma ofrecen productos oficiales de los equipos europeos, pero generalmente se limitan a la indumentaria deportiva como camisetas o jerseys, dejando de lado una línea de ropa casual más versátil.

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	1 3
---	--------

Este análisis de mercado revela una clara oportunidad: un nicho desatendido que incluye a consumidores interesados en vestir de manera casual, pero con prendas oficiales de sus equipos favoritos. Estas personas buscan no solo un producto de calidad, sino también un medio para expresar su afición y pasión por sus clubes, integrando esa identidad en su estilo diario. Esta idea de negocio tiene un enorme potencial para competir con las grandes marcas deportivas, al ofrecer una propuesta exclusiva y única en el mercado local.

Que problemática tenemos:

El mercado colombiano de productos relacionados con el fútbol europeo se encuentra fragmentado y limitado. Los aficionados tienen acceso a la indumentaria oficial deportiva de los clubes más representativos de Europa, la cual es distribuida por marcas deportivas que poseen acuerdos comerciales y contratos de patrocinio. Sin embargo, esta oferta se concentra en prendas deportivas formales, como camisetas de juego, mientras que el segmento de ropa casual oficial está virtualmente desatendido.

Este panorama crea una serie de inconvenientes para los consumidores. Aquellos que buscan expresar su afición por un club de fútbol europeo mediante su atuendo diario, se ven obligados a recurrir a productos de baja calidad o a indumentaria deportiva que no se ajusta a sus necesidades de moda casual. Las opciones de compra actuales limitan la exclusividad, la conexión emocional con los clubes y no satisfacen las expectativas de autenticidad que muchos seguidores valoran.

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

1
4

El objetivo del proyecto es investigar la viabilidad de establecer una tienda en línea especializada en la venta y distribución de prendas de vestir de estilo casual, de los equipos de fútbol europeos. Esta tienda ofrecería una selección que actualmente no está disponible a través de las grandes marcas deportivas como Adidas, Nike o Puma, generando una ventaja competitiva mediante la exclusividad de los productos y el sentido de pertenencia que estas prendas brindan a los aficionados; La tienda no solo cubriría la demanda de estos productos en Colombia, sino que también podría ofrecer una experiencia de compra simplificada y tiempos de entrega más competitivos, alineándose con las tendencias y estrategias de productos de los clubes europeos.

La oportunidad está en satisfacer una necesidad latente en el mercado: ofrecer prendas que conecten emocionalmente al consumidor con su club favorito y al mismo tiempo le permitan destacarse por su estilo único y exclusivo. De esta manera, no solo se generaría una diferenciación respecto a las grandes marcas deportivas, sino que también se brindaría una alternativa viable y más accesible para los aficionados que desean apoyar a sus gustos a equipos europeos desde su estilo de vida diario.

Propuesta de Valor

Nuestra tienda en línea se especializa en la venta de prendas de vestir tipo casual, oficiales de los equipos de fútbol europeos más prestigiosos. Ofrecemos una experiencia única al brindar acceso a productos de alta calidad, permitiendo a los aficionados colombianos vestir con orgullo y estilo los colores, logos y nombres de sus clubes favoritos de las diferentes ligas sin la necesidad de realizar compras internacionales. Con tiempos de entrega reducidos gracias a un stock local, facilitamos una compra rápida y eficiente.

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

1
5

Nos diferenciamos por garantizar asesoramiento personalizado a través de nuestra plataforma, ofreciendo guías de tallas adaptadas a la complejidad colombiana, asegurando así la comodidad y el ajuste perfecto. Además, brindamos una experiencia de compra segura con múltiples opciones de pago (débito o crédito) y la tranquilidad de una garantía de 30 días que certifica la autenticidad de nuestras prendas.

Nuestra presencia activa en redes sociales ofrece inspiración sobre cómo combinar nuestras prendas y aprovechar al máximo su versatilidad, para que nuestros clientes puedan integrar fácilmente su pasión por el fútbol en su vida cotidiana, con un estilo moderno, ligero y presentable.

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

1
6

Naturaleza del proyecto

Origen o fuente de la idea de negocio

La idea de negocio nace de la evidencia de crecimiento e interés del fútbol de ligas europeas a nivel nacional, entendiéndose que es un tema de manejo universal, ya que estas son ligas importantes, en donde juegan los mejores jugadores, jugadores referentes por su imagen y reputación, algunos de los equipos más grandes del mundo, superando el interés hasta llegar a una cifra mayor a los 200 millones de seguidores como lo presente La Liga con sus fans a nivel mundial, seguido por la Liga Premier con 192,1 millones, La Bundesliga con 38,4 millones, La Ligue 1 con 31,5 millones y La Serie A con 28,6 millones, por nombrar algunas de las más representativas y sin desmeritar a otras ligas europeas que también cuentan con un reconocido número de seguidores (Rafael García Domínguez, 2023)

También se evidencia que actualmente existe una representación de colombianos en las diferentes ligas europeas, teniendo resultados de desempeño muy aceptables, y esto hace que el colombiano que vive en su país natal se identifique con ellos y sus logros, para el 2023 se relacionaban unos 433 futbolistas colombianos jugando en el exterior, divididos en 60 ligas de diferentes países, En las ligas europeas, la que más contaba con jugadores colombianos para ese año eran la de Portugal y la de España, ambas con 12 futbolistas, seguido por la de Italia con 9 futbolistas. (Juan David Beetar Peñuela, 2024)

Para la temporada 24/25 de la Champions League, se contará con la participación de 8 futbolistas colombianos, generando una expectativa alta ya que no solo juegan roles importantes en sus clubes, sino que también son piezas fundamentales para la selección Colombia (Tomás Pianeta, 2024)

Descripción del modelo de negocio

Teniendo en cuenta el interés real y tendencia creciente por parte de niños, jóvenes y adultos sin importar el género, se evidencia una oportunidad y se desarrolla la idea de estructurar un negocio de Plan de negocio para la creación de empresa dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de las marcas de equipos de fútbol europeos, brindando una opción diferente a la camiseta deportiva del club, para poder vestir prendas asociadas a su club europeo de preferencia. El modelo de negocio se centra en una tienda dedicada a la venta de prendas tipo casual para vestir de las marcas de equipos de fútbol europeos en Colombia.

Los productos identificados como potenciales a ofrecer son:

- Polo.
- Chaqueta.
- Set Polo + Pantalón.
- Sudadera.

La empresa se encuentra nombrada Eurosport, con un tamaño de definido de ventas de 4.000 Prendas al año.

Objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo

Los siguientes corresponden a los objetivos empresariales:

A corto plazo:

1. Crear una identidad de Eurosport atractiva que logre conectar con el cliente objetivo árabes de campañas de marketing digital y redes sociales.
2. Implementar plataforma de comercio electrónico intuitiva que permita ventas nacionales con opción de pago seguro.

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

1
8

3. Establecer alianzas estratégicas con proveedores para garantizar la cadena de suministro eficiente.

A mediano plazo:

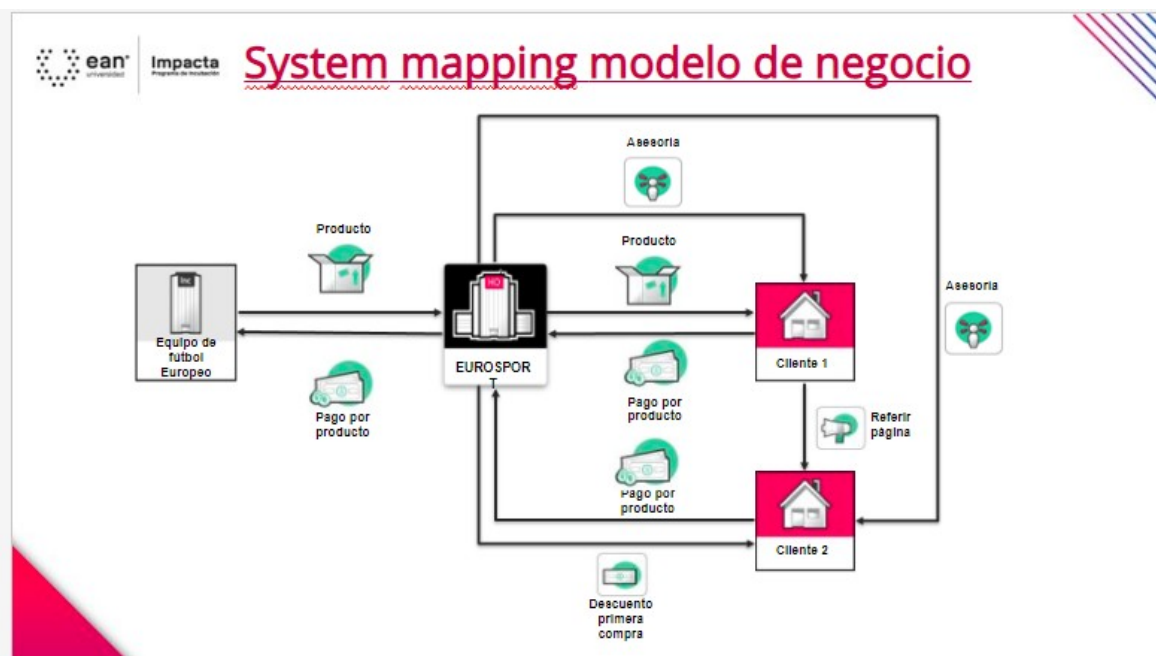
1. Introducir nuevas líneas de productos, como accesorios, diversificando el portafolio.
2. Ampliar la cobertura de ventas a nivel nacional.
3. Mejorar procesos de distribución y logística para reducir los tiempos de entrega y costos operativos.
4. Implementar programas de fidelización o membresías para fortalecer la relación con los clientes frecuentes y aumentar la fidelidad.

A largo plazo:

1. Consolidar a Eurosport como empresa líder en el mercado de ropa casual de equipos de fútbol europeos.
2. Ampliar puntos de venta incluyendo tiendas físicas.
3. Contribuir en el desarrollo sostenible a través de líneas innovadoras que garanticen materiales más amigables y menos nocivos en el proceso de fabricación.
4. Garantizar la sostenibilidad y rentabilidad de la empresa, manteniendo una estructura sólida.

A continuación, evidenciamos nuestro modelo de negocio de acuerdo con el siguiente sistema

Figura 1: System mapping Eurosport



Fuente: Elaboración propia

Estado actual del negocio

En este momento el proyecto se encuentra en fase de creación como una idea de negocio, analizando el respectivo potencial del mercado, su estado financiero y aspectos que impacten en su sostenibilidad, se ha generado el análisis financiero el cual servirá para validar la posible creación de la empresa.

Descripción del producto o servicio

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	2 0
---	--------

Eurosport se especializa en la venta y distribución de prendas casuales de equipos de fútbol europeos. Ofrecemos una variedad de productos cuidadosamente seleccionados para satisfacer las necesidades de los aficionados al fútbol que buscan combinar estilo y pasión por sus equipos favoritos en su día a día. Las prendas están diseñadas para ser cómodas, de alta calidad y con estilo moderno, manteniendo el espíritu de los equipos europeos más populares de Europa.

Los productos que se ofrecen son los siguientes:

Polos

Los polos que ofrecemos son ideales para quienes desean lucir un estilo casual y elegante, manteniendo el vínculo con su equipo europeo favorito. Estas prendas están elaboradas con materiales transpirables y duraderos, con colores y detalles que representan a los clubes de fútbol, incluyendo logos, escudos y detalles característicos. Son perfectas para el uso diario o para ocasiones en las que se busca un estilo sencillo pero sofisticado.

Chaquetas

Las chaquetas están diseñadas para ofrecer comodidad y estilo, sin dejar de lado la pasión por el fútbol. Estas prendas, con acabados premium, están inspiradas en los colores y diseños de los equipos europeos más importantes. Son ideales para cualquier temporada, brindando abrigo y un toque de distinción en actividades informales, al tiempo que destacan la identidad del equipo.

Polo y pantalón

El conjunto de Polo y pantalón ofrece una combinación perfecta para los aficionados que buscan un atuendo completo y armonioso. El kit incluye un polo con el diseño del

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

2
1

equipo y un pantalón casual que se ajusta cómodamente, adecuado tanto para actividades deportivas como para el día a día. Es una opción versátil para quienes quieren llevar con orgullo los colores de su equipo de fútbol, sin sacrificar comodidad ni estilo.

Sudaderas

Las sudaderas son prendas de estilo casual, ideales para momentos sencillos. Fabricadas con materiales de alta calidad, como algodón suave y tejidos resistentes, ofrecen una sensación de comodidad y calidez. Estas sudaderas cuentan con los emblemas y colores de los equipos europeos, permitiendo a los aficionados expresar su lealtad mientras disfrutan de una prenda práctica y moderna para el uso diario.

Nombre, tamaño y ubicación de la empresa

Eurosport requiere de una infraestructura flexible en donde se logren acoplar las operaciones tanto de recibo, almacenamiento, gestión de rotación de inventarios, alistamiento y despacho, administración, con espacios óptimos para que se logre una sinergia en el proceso con el área administrativa. Se define ubicarse las instalaciones en el barrio Hayuelos o alrededores, la cual se encuentra muy central en la ciudad de Bogotá y con una ubicación favorable para llevar los pedidos a despachar o su recogida en el punto con vías importantes de fácil acceso a las empresas de transporte y logística las cuales se encuentran ubicadas por esa zona; También se puede conseguir costos de alquiler de instalaciones más asequibles.

Potencial del mercado en cifras

Según el informe DIGITAL 2024: COLOMBIA, del Data reportal (Kemp, 2024), para principios del año 2024 se reportan 39,51 millones de internautas en Colombia con un

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	2 2
---	--------

porcentaje de penetración de internet del 75,7%, teniendo 36,7 millones de usuarios de redes sociales, lo que equivale a 70,3% de la población total. Esto quiere decir que Colombia cuenta con un gran potencial para el comercio electrónico soportado en el crecimiento sostenido de la digitalización, el aumento de los dispositivos móviles, el acceso a internet, impulsando un entorno favorable para las ventas en línea. En los últimos años el comercio electrónico en Colombia ha crecido significativamente. El sector ha mostrado un incremento anual, involucrando cada vez más a los consumidores especialmente en línea de moda y vestimenta. El aumento identificado corresponde a la adopción de nuevas tecnologías y el interés por adquirir productos variados (Electronico, 2024)

El fútbol europeo, tiene una base de seguidores en Colombia lo cual crea una oportunidad para Eurosport en el mercado. La moda deportiva ha trascendido, convirtiéndose en un estilo de vida cotidiano, tendencia que favorece el crecimiento de este tipo de negocios.

Por otro lado, la confianza en las compras online ha mejorado considerablemente, representando una proyección para el 2028 de 11,4 miles de millones de dólares en ventas totales en línea, casi un 60% entre 2022 y el 2028. El acceso a formas seguras de pago y la expansión de la logística también han facilitado este crecimiento; Colombia se posiciono en el 2022 como el tercer mejor mercado de comercio on line en América Latina. Se percibe una clara diferencia entre los dos primeros países, siendo Brasil el número uno con 36,8 miles de millones de dólares en ventas para mercados de e-Commerce. (Statista Research Department, 2024)

Ventajas competitivas del producto y /o servicio

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	2 3
---	--------

La ventaja competitiva de Eurosport radica en el aprovechamiento de la gran afición por el fútbol europeo en Colombia, diferenciándose de las tiendas de moda general, asociándose con la pasión de los aficionados. Por contar con una plataforma electrónica para ofrecer el catálogo de productos, se ofrecerán compras fáciles, seguras y con entrega a su domicilio.

Además, la moda deportiva se encuentra en auge, expandiendo el uso de estas prendas para el día a día. La cobertura será a nivel nacional, llegando a todos los clientes sin limitaciones geográficas.

El marketing digital será efectivo, con el uso de redes sociales e influencers para atraer a más clientes.

Resumen de las inversiones requeridas

Se requiere una inversión inicial de \$ 110.858.000,00, de los cuales el aporte de los emprendedores será de \$ 20.000.000,00 y el resto, que son unos \$ 90.858.000,00 se deberá buscar financiar con un préstamo a 5 años, para completar la inversión definida. Esta inversión se destina a la adquisición de equipo de oficina, inventarios y otros gastos y activos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Proyecciones de ventas y rentabilidad

La proyección financiera se encuentra definida a cinco años, con un crecimiento de ventas anual del 5%, la cual se define por el comportamiento macroeconómico de las variables de inflación y el IPP, estos proyectados también a 5 años.

Tabla 1. Ingresos/ Ventas del primer año

NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	CANTIDADES	PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA	INGRESOS TOTALES	2026	2027	2028	2029
Polo casual equipo europeo	1.800,00	\$ 65.000,00	\$117.000.000	5%	10%	15%	20%

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

2
4

Chaqueta casual equipo europeo	500,00	\$ 220.000,00	\$110.000.000	5%	10%	15%	20%
Polo + Pantalón casual equipo europeo	1.000,00	\$ 120.000,00	\$ 20.000.000	5%	10%	15%	20%
Sudadera casual equipo europeo	700,00	\$ 220.000,00	\$154.000.000	5%	10%	15%	20%

Fuente: Elaboración propia. Basado en (Reyes, 2020)

La siguiente tabla presenta el ingreso por ventas durante los primeros cinco años de operación, reflejando su tendencia al alza en los ingresos durante ese período.

Tabla 2. Ingresos/ Ventas del primer año

AÑO	2025	2026	2027	2028	2029
VENTAS ANUALES	\$ 501.000.000	\$ 562.873.500	\$ 662.502.110	\$ 815.208.846	\$1.046.728.158
COSTOS ANUALES	\$ 233.000.000	\$ 256.882.500	\$ 296.699.288	\$ 358.264.390	\$ 451.413.131
MARGEN OPERATIVO	\$ 268.000.000	\$ 305.991.000	\$ 365.802.822	\$ 456.944.456	\$ 595.315.027

Fuente: Elaboración propia. Basado en (Reyes, 2020)

Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad

Como resultado de la evaluación financiera del proyecto se tienen los siguientes indicadores:

TIR: 67.57%

Periodo de recuperación: 1 años, 8 meses y 23 días

Punto de equilibrio: 1.700 unidades

Estos resultados indican que para Eurosport.com.co se cuenta con viabilidad financiera, la cual permitirá desarrollarse y generar valor en el mercado.

Equipo de trabajo

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	2 5
---	--------

El equipo de trabajo está conformado por tres personas, cada una de ellas formándose en un programa de maestría diferente, lo cual hace que en el desarrollo del proyecto pueda integrarse cada una de las especialidades y experiencias:

Andrés David Huertas González, profesional en finanzas y comercio exterior de la Fundación Universitaria empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá – Uniempresarial con 13 años de experiencia en el área de comercio exterior y en logística, durante este tiempo ha laborado en empresas del sector de retail, cosméticos y tecnología, en labores de coordinación y seguimiento de diversas operaciones de comercio exterior, actualmente se encuentra aspirando por el título de la maestría en la gerencia de la cadena de abastecimiento.

Harold Zuluaga Molina, Ingeniero Industrial de la Universidad El Bosque, especialista en gestión logística integral de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, con 18 años de experiencia en operaciones logísticas de bodegas y actualmente con interventoría de contratos de mantenimiento en el sector de refinación de hidrocarburos. Actualmente cursando en MBA.

Germán Fernando Heredia Sánchez, profesional en ingeniería de sistemas de la Universidad Católica de Colombia, mi experiencia en estos últimos 22 años ha estado en todas las áreas de TIC, desde la atención al usuario final, pasando por el área de desarrollo, infraestructura y seguridad informática.

Un grupo de profesionales de tres áreas de estudio diferentes con un gran espíritu emprendedor que buscan, por medio del desarrollo de este proyecto de e-Commerce aplicar los conocimientos adquirido durante estos años de experiencia laboral y los conocimientos obtenidos en el curso de cada una de las formaciones académicas de maestría.

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

2
6

Análisis del Sector

Para el análisis del sector en el cual se desarrollaría esta idea de negocio, resulta fundamental resaltar el uso de internet en Colombia. Según el informe de Datareportal, en este año, el número de usuarios superaban los 39 millones de usuarios **(Kemp, 2024)**, lo que refleja un incremento significativo que se viene dando en la penetración digital, de estos usuarios, un 70,3% se encuentra activo en redes sociales tales como Facebook, Instagram, Tik Tok, entre otras **(Kemp, 2024)**, lo que demuestra un amplio potencial para desarrollar estrategias de marketing digital. Además, la distribución demográfica de la población conectada, muestra una ligera superioridad femenina con un 51% en comparación con el 49% masculino, lo que ofrecen una perspectiva importante para la segmentación y personalización de la oferta de este e-commerce

Según datos de PCMI (Payments & Commerce Market Intelligence), para enero de 2024, el 86% de la población adulta en Colombia ya realiza compras a través de internet **(Payments & Commerce Market Intelligence, 2024)**, el volumen de ventas a través del comercio electrónico alcanzó los USD 42 mil millones, y se proyecta que el e-Commerce en el país crecerá aproximadamente un 27% hasta 2026, estimando un volumen de ventas cercano a los USD 90 mil millones. Las regiones que lideran esta tendencia de compras en línea son Bogotá, Antioquia y el Valle del Cauca, consolidando su posición como los principales motores del comercio electrónico en Colombia. **(Lehr, 2024)**

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	2 8
---	--------

Aunque la variedad de productos ofrecidos es un factor crucial, es relevante destacar las perspectivas económicas positivas proyectadas para el país. El Fondo Monetario Internacional estima un crecimiento del PIB del 1,1% para finales de este año, con una proyección aún más optimista del 2,5% para 2025 **(Americas Market Intelligence, 2024)** Este crecimiento podría estar impulsado, en parte, por las ventas a través de canales digitales. Según el DANE, las ventas online experimentaron un aumento del 1,4% durante el primer semestre de 2024 **(DANE, 2024)**, En particular, el sector de calzado y vestuario mostró un crecimiento del 3,2% interanual hasta mayo de 2024, alcanzando un volumen de ventas cercano a \$2,6 billones, según el informe más reciente del Observatorio de Moda **(Correa, 2024)**. Asimismo, se destaca que la categoría más vendida en Colombia es la de artículos de vestuario, que representa el 51% de la cuota de mercado. Le siguen los accesorios con un 21%, el calzado con un 11%, y otras categorías que en conjunto representan el 17% restante. **(Americas Market Intelligence, 2024)**

Al analizar el mercado colombiano, se observa que en los últimos años ha surgido una competencia intensa entre marcas reconocidas, como Adidas y Nike, lo que ha generado cambios significativos en los hábitos de consumo dentro de este nicho. Estas prendas se han convertido en un componente esencial del estilo de vida de los consumidores, ya que ofrecen comodidad, funcionalidad y estilo. Según el Mapa Nacional del Retail 2024, las prendas deportivas destacan por su dinamismo y abarcan una amplia variedad de productos, incluyendo vestimenta, calzado y equipamiento deportivo. **(America retail&Malls, 2024)**

Mediante el ejercicio del análisis DOFA se definieron las capacidades internas a controlar y vigilancia sobre los impactos externos definidos, permitiendo que la idea de negocio logre adaptarse y generar competitividad en el mercado.

En las debilidades identificamos aspectos que limitan el desempeño de proyecto y el cumplimiento de los objetivos propuestos. Dentro de las Debilidades identificadas se encuentra la capacidad instalada, gestión de los inventarios, la dependencia de proveedores internacionales, fluctuaciones de la moneda, regulaciones aduaneras, el margen de beneficio y un modelo de negocio que se puede replicar.

En las amenazas identificadas se encuentran los siguientes factores que podrían representar un riesgo para el desarrollo del proyecto, tales como la calidad de las prendas, competencia con otros productos importados, retrasos logísticos y crecimiento de ciberdelitos.

Como Fortalezas evidenciamos la comercialización de grandes cantidades proyectadas, el ofrecimiento de productos originales, innovación para la inclusión de esta línea de producto en el país y el tratado de libre comercio Vigente entre Colombia y la Unión europea.

Las oportunidades identificadas para aprovechar en el mejoramiento del desempeño son el ofrecer variedad de prendas, poder expandir el portafolio de proveedores, el desarrollo de nichos específicos, la interacción del negocio en línea y contemplar un punto físico.

Las siguientes son las estrategias DOFA definidas, las cuales se trabajarán para generar una ventaja competitiva sostenible y capacidad de adaptación.

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

3
0

Figura 2: Analisis DOFA

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos

3
1

Estrategias FO:	Estrategias DO:
Con la comercialización de grandes cantidades de producto a importar y aprovechando el TLC vigente con la comunidad europea, se podrá contar con variedad de prendas disponibles a nivel nacional, garantizando exclusividad de estas para los clientes y alianzas por valores de compra que favorezcan precios.	Llegar a la capacidad instalada y la gestión de inventarios efectiva sería un desafío para el negocio, que obliga a tener acciones sólidas enfocadas en la investigación de mercado y competencia, adoptar mejores prácticas en la gestión de inventarios optimizando los costos del proceso.
La expansión del portafolio también se aprovecharía por los acuerdos comerciales, dando cierta flexibilidad a la hora de adquirir prendas de nuevos proveedores por tendencias de temporada.	Dentro de las acciones para minimizar esta opción, poder darnos la oportunidad de entender el proceso y establecer alianzas tanto con los proveedores y el operador logístico, para asegurar el suministro <u>sin interrupciones y precios favorables que fueran combaticir las</u> .
Al ofrecer productos originales y exclusivos para el mercado colombiano, se definiría una estructura para ser visibles en redes sociales, ya que, según estudio, las empresas que utilizan redes sociales para vender sus productos superan a las que no lo hacen. Esta estrategia definiría las siguientes actividades: Investigación de redes sociales, para definir la apropiada para publicaciones, el comportamiento de los clientes. Ya definida, asegurar la interacción regular y respuesta oportuna.	Para el cumplimiento de las regulaciones de aduana y aseguramiento del conocimiento de vanguardia de estos temas se trabajará con el apoyo del operador logístico en fortalecer tanto los requisitos como actualizar las competencias. Las prendas que ofrecen las marcas deportivas pueden llegar a ser una gran competencia directa, la acción propuesta es fortalecer la presencia y visibilidad de nuestro tipo de producto resaltando la originalidad y relación directa con la marca del equipo de futbol.
Crear contenido de valor y trabajar continuamente en la fidelización de nuestros clientes. Con esto identificamos nichos importantes para el negocio y generamos presencia en línea.	

Fuente: Elaboración propia

Estrategias FA:	Estrategias DA:
El tipo de cambio definitivamente impacta en este tipo de negocios, pero nuestra estrategia se basará en aprovechar los momentos de fortalecimiento del peso colombiano frente a la moneda extranjera para realizar las adquisiciones, obtener descuentos en esas compras por ser clientes frecuentes de las marcas, envíos gratis y definir un acuerdo agradable con el operador logístico, lo cual garantiza costos esperados.	La estrategia de ventas debe estar enfocada en resaltar las propiedades del producto, su originalidad y relación directa con el equipo de futbol de su interés, la confianza que se genera por la buena procedencia del producto será clave para la aceptación asegurando un nicho de mercado específico el cual no está interesado en imitaciones de estos productos.
La competencia en productos similares es alta, como estrategia nos enfocáramos en dar a conocer el producto por su originalidad, como una prenda selecta, diferenciándola de lo cotidiano e invitando a los clientes a usarla dentro de su outfit diario o de fin de semana.	Contar con un sistema de información que brinde la seguridad esperada en cuanto a ciberdelitos y que este integre las operaciones para el funcionamiento y puesta en marcha de la idea de negocio.
Se cuenta con un TLC vigente entre Colombia y la Unión Europea en donde favorece el desarrollo del negocio, el cual asegura un estándar comercial.	Se definirán indicadores que nos muestre comportamientos que ayuden a mejorarla.
Los procesos logísticos podrán presentar desviaciones en su operación, como estrategia para no impactar disponibilidades estimadas será el realizar la gestión de adquisición teniendo mapeado el proceso de importación, sus tiempos y poder realizar pedidos con un lead time optimizado, haciendo el respectivo seguimiento ante el operador.	Todas las actuaciones de este modelo de negocio serán bajo el cumplimiento de las regulaciones nacionales e internacionales, siendo responsables y adoptando las mejores prácticas como empresarios.
Las prendas de vestir tipo casual que ofrecen las marcas de equipos de futbol europeos se enfocan más en el manejo de su marca en las prendas que en la calidad de estas. Dentro de nuestra estrategia se analizará el catálogo, composiciones técnicas del producto, comentarios de clientes, lo cual nos ayudara a definir que prendas pueden mantener el nivel de calidad esperado. Se aplicaran las respectivas devoluciones de los productos que presenten averías y afecten garantía.	Las alianzas estratégicas con los actores de la cadena de suministro serán muy importantes y determinaran la sostenibilidad del negocio.

Fuente: Elaboración propia

Ahora pasando al análisis Pestel, vamos a analizar cada una de sus variables:

- **Políticos:** En este aspecto Cambios en las políticas comerciales y de importación del gobierno colombiano, ya que estos pueden influir en los costos de importación y en el acceso a nuevos mercados, para ello es importante que se usen los tratados de libre comercio, lo que permitirá obtener una reducción en costos y un mejor precio final para el público lo que nos hará más competitivos
- **Económicos:** Es de gran importancia que se tenga en cuenta a fluctuación en la tasa de cambio, los cuales influyen en los costos de importación y en los precios finales de las prendas, así mismo las tasas de interés influyen en la disponibilidad de crédito y en el comportamiento de compra de los consumidores, por último, es de gran importancia considerar los niveles de inflación las cuales afectan la demanda de prendas de moda y poder adquisitivo de los consumidores colombianos
- **Sociales:** En este aspecto consideramos tendencias de consumo, las cuales impulsan la demanda de cierto tipo de prendas o estilos de moda, las preferencias de los consumidores quienes se ven influenciados en la elección de marcas y estilos de prendas y por último la influencia en la moda y la cultura en las decisiones de compra que se ven afectadas por las decisiones de compra y las tendencias de moda
- **Tecnológicos:** hoy por hoy se ven avances en tecnología textil, la cual mejora la calidad y el diseño de las prendas, también podemos considerar dentro de este aspecto innovaciones en logística y distribución los cuales reducen los costos de transporte y mejora la eficiencia de la cadena de suministro y por último, el uso de e-commerce y plataformas digitales para la comercialización

de prendas generan un mayor alcance de los negocios para llegar a nuevos segmentos de mercado y dinamizar el sector textil.

- **Ecológicos:** es importante considerar, el impacto ambiental de la producción textil y la importación de prendas las cuales influyen en la percepción de la marca por parte de los consumidores y en la demanda de productos sostenibles, adicional a eso las tendencias hacia la sostenibilidad de la industria las cuales influyen en la responsabilidad e imagen empresarial hacia la sostenibilidad de la industria y el cuidado de los recursos naturales.
- **Legal:** Cabe anotar que es importante considerar la normativa de importación y comercio internacional, la cual afecta la operación y la rentabilidad de las empresas en el sector, adicional es importante destacar las regulaciones aduaneras y laborales, que afectan directamente los costos de importación y las condiciones de trabajo.

Figura 3: Resultados analisis Pestel



Fuente: Elaboración propia

Plan creación de empresa para	3
Eurosport dedicada a la venta y	4
distribución de prendas tipo casual	
para vestir de equipos de fútbol	
Europeos	

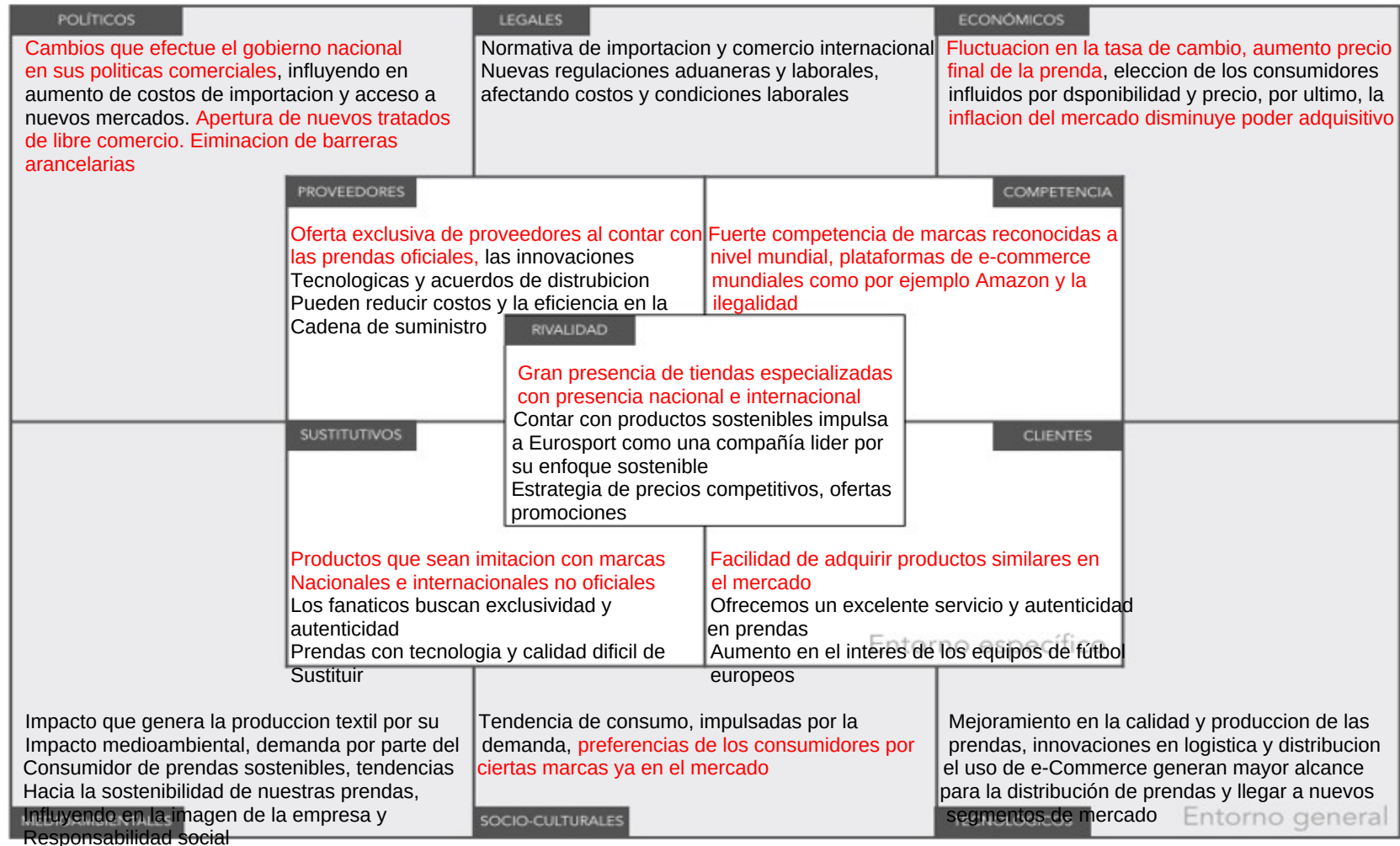
En consecuencia, con los factores antecedentes de misión, visión, metas y objetivos y la matriz FODA, se puede indicar que, como colusión, el sector presenta un entorno altamente propicio para llevar a cabo un e-Commerce enfocado en la distribución de ropa casual de equipos de fútbol europeo en Colombia. La puesta en marcha de proporción por el uso exponencial de la internet y un 70,3% en red social con 39 millones de usuarios activos en plataformas digitales origina un escenario que facilita la implementación de estrategias de mercadeo digital que, a través de la difusión de acciones, promuevan una expansión en el ámbito político ideal, inherente a un público objetivo diversificado y en expansión. Esta situación de expansión se ve reforzada por la tendencia a la compra en línea, debidamente respaldada por el 86 % de la población adulta en la era de transacción digital y la expansión del comercio digital equivalente al 27% hasta 2026. El análisis señala oportunidades relevantes, como la preferencia de la moda de vestir deportiva y la demanda en crecimiento de categoría de vestuario en el estilo de vida de los consumidores colombianos. El incremento en las ventas de calzado y textil, en los últimos 3 años, con un 3,2% de crecimiento y la cuota de mercado de la categoría de 51% del mercado, señala un interés real en las prendas cómodas y con estilo, lo que sustenta la viabilidad del negocio. Por otra, frente a las fortalezas, como la comercialización de productos originales y la adaptabilidad a mercados específicos, se observa un escenario económico en crecimiento para los próximos años. Como contrapartida, la organización deberá atender a las debilidades y amenazas, como la situación de los proveedores internacionales y el riesgo logístico, que a través de las apropiadas implementaciones y colaboración en el ámbito político, económico, tecnológico y social.

Plan creación de empresa para	3
Eurosport dedicada a la venta y	5
distribución de prendas tipo casual	
para vestir de equipos de fútbol	
Europeos	

En resumen, el sector presenta un escenario de crecimiento sostenible, impulsado por el auge del comercio electrónico y la adopción de tendencias digitales. Las condiciones actuales del mercado colombiano, junto con las estrategias definidas, ofrecen una oportunidad sólida para que este e-commerce se consolide como un actor competitivo y rentable en la industria, siempre que mantenga una constante adaptación a las dinámicas del entorno y a las preferencias del consumidor.

A continuación, veremos el análisis Pestel – Porter

Figura 4: Analisis Pestel – Porter



Validación e Investigación de Mercado

Análisis del cliente frente a la propuesta de valor

Perfil del cliente

Con base en los datos proporcionados, el cliente típico es mayoritariamente masculino, representando un 77% del total, mientras que el 23% es femenino. Esto nos indica que, aunque hay una mayoría masculina, también existe una oportunidad de expansión hacia el público femenino, especialmente si se diversifican las líneas de productos; por otro lado, la edad predominante del público principal se encuentra entre los 25 y 34 años 31%, seguido de cerca por el grupo de 45 años o más 32% y los 35 a 44 años 30%. Este rango es importante porque combina a personas jóvenes con altos niveles de uso de tecnología y compradores maduros que pueden buscar mayor calidad y valor percibido en los productos.

Por el lado de las preferencias deportivas de los equipos más demandados son: Real Madrid 65.1%, Barcelona 33.7% y Liverpool 42.2%, lo que sugiere un fuerte enfoque en la venta de productos relacionados con estos clubes. Los equipos con menos interés, como Milán 1.2% y Ajax 1.2%, ofrecen menos oportunidades, y sería prudente no priorizar estos clubes en las estrategias de stock inicial.

El Tipo de ropa que más destaca son las camisetas tipo polo con un 68.7%, seguido por las sudaderas completas con un 26.5% y seguido con las chaquetas 25.3%. Las pantalonetas y pantalones son productos menos demandados, por lo que no deberían ser el centro de la oferta. Esto permite destacar que la frecuencia de compra es el 61.4% de los clientes la realiza anualmente, lo cual implica que tu propuesta de valor debe estar

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	3 8
---	--------

orientada a generar ventas a través de promociones periódicas o eventos importantes que estimulen la compra en estas fechas clave (como lanzamientos de nuevas temporadas o eventos deportivos).

Necesidades del Cliente y Oportunidades

El análisis de las necesidades del cliente y las oportunidades que ofrece el mercado revela varios aspectos cruciales como la calidad como un factor clave para la compra con un porcentaje del 74.7% de los clientes, este factor lo valora principalmente la calidad de los productos, lo que implica que la oferta debe priorizar artículos de alto estándar, garantizando que la ropa (en especial las camisetas tipo polo) esté fabricada con materiales de primera. Otro factor principal son los precios competitivos en el mercado ya que los consumidores también consideran el precio como un factor determinante, para un porcentaje de los clientes del 68.7%. Es necesario encontrar un equilibrio entre calidad y precio para satisfacer esta demanda, posiblemente mediante promociones estratégicas.

La variedad del 71.1% y los precios competitivos con un porcentaje de 54.2% son factores decisivos para atraer al cliente. Además, que la exclusividad de las marcas y el diseño tienen un papel importante estos no lo superan a las dos variables anteriormente nombradas, lo que significa que ofrecer productos exclusivos o ediciones limitadas puede ser una estrategia eficaz para captar más mercado, sin perder de vista la garantía y servicio que para el cliente representa el 41.5% su interés que más valoran.

El mercado está altamente concentrado en las principales ciudades de Colombia: Bogotá, Medellín, Cali y Bucaramanga, representando un 75% del mercado total. Esto significa que la mayor parte de tus esfuerzos de marketing y logística deberían estar

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	3 9
---	--------

dirigidos a estas áreas metropolitanas, donde existe una mayor densidad de clientes potenciales. No obstante, también existe una oportunidad de expansión en ciudades secundarias y áreas más rurales, si logras optimizar tu sistema de distribución y promoción.

Dado que la mayoría de los clientes son hombres, jóvenes y con una fuerte afinidad por equipos de fútbol de renombre mundial (Real Madrid, Barcelona, Liverpool), el enfoque principal está en ofrecer productos relacionados con estos clubes.

Propuesta de Valor Principal para nuestro E-commerce son:

- **Calidad Premium a Precios Competitivos:** El mercado demanda calidad 74.7% y precios accesibles 68.7%. Eurosport se posicionará como una tienda que ofrece productos de alta calidad con una excelente relación calidad-precio. Esto se logrará con alianzas estratégicas con proveedores o fabricantes que aseguren una producción eficiente sin sacrificar la calidad del producto.
- **Variedad de Productos con Enfoque en las Preferencias del Cliente:** Con la mayor demanda en camisetas tipo polo 68.7% y sudaderas 26.5%, nuestro catálogo se centrará en estos artículos, ofreciendo una variedad de diseños y estilos relacionados con los equipos de mayor interés. Al mismo tiempo, se aprovechará la poca competencia en este nicho específico de ropa deportiva de alta calidad en el mercado colombiano.
- **Atención al Cliente de Primera Categoría y Políticas de Garantía:** El servicio de atención al cliente es un aspecto que el 32.5% de los compradores valora, y puede ser el factor diferenciador de la empresa. La implementación de un

servicio al cliente rápido y eficaz, junto con políticas de devolución fáciles y claras, podría aumentar la confianza en la compra online, lo que es crucial para Eurosport considerando que muchos clientes aún prefieren la compra en tienda física con un 49%.

- Promociones y Ofertas como Estímulo de Compra: Las ofertas y promociones son elementos que llaman la atención del cliente y que podrían incrementar la frecuencia de compra, sobre todo teniendo en cuenta que la mayoría de los clientes compra anualmente con un 61.4%. se Ofrecerán descuentos especiales o promociones por fidelidad durante eventos deportivos importantes, los cuales podría incrementar la tasa de conversión.
- Optimización de la Experiencia Multicanal (Online y Física): Con un 49% de los clientes prefiriendo tiendas físicas y solo un 18.1% comprando en línea, es vital mantener un enfoque multicanal, integrando la experiencia online y física. El 32.5% que compra por ambos medios indica que una estrategia unicanal es clave, donde los clientes puedan interactuar con la marca tanto en tiendas físicas como a través de la plataforma digital.

Estudio piloto de mercado

El objetivo de este estudio piloto es validar la viabilidad y aceptación del e-Commerce de Eurosport en Colombia, centrándose en las ciudades principales (Bogotá, Medellín, Cali y Bucaramanga), con un público objetivo mayormente masculino, y ofreciendo productos relacionados con equipos de fútbol, principalmente camisetas tipo polo y sudaderas. Este estudio esta soportado en las encuestas realizadas para poder identificar el mercado objetivo.

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	4 1
---	--------

1. Segmentación del Mercado

El mercado objetivo se segmenta en función de variables demográficas, geográficas y de comportamiento:

- **Demografía:**
 - o Edad: Principalmente personas entre 25 y 34 años 31% y 45 o más años 32%, seguidos por personas entre 35 y 44 años (30%). Se tendrá en cuenta a todos los integrantes de la familia, ya que el 65,9% le interesaría comprar productos en simultaneo para todo el grupo familiar.
 - o Género: Predominantemente masculino (77%), con un 23% de mujeres.
- **Geografía:**
 - o El 75% del mercado se concentra en las principales ciudades: Bogotá, Medellín, Cali y Bucaramanga, pero por ser un desarrollo de un e-commerce será ofrecido a nivel nacional con tienda física ubicada en la ciudad de Bogotá.
- **Preferencias de Producto:**
 - o Camisetas tipo polo son las más demandadas con un 68.7% de preferencia, seguidas por sudaderas con un 26.5% y chaquetas con un 25.3%.
- **Equipos Preferidos:**
 - o Los equipos más populares entre los potenciales clientes son Real Madrid (65.1%), Barcelona (33.7%) y Liverpool (42.2%).

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	4 2
---	--------

- o Los equipos menos populares como Milán (1.2%) y Ajax (1.2%) no formarán parte del estudio piloto inicial.

Canales de Venta

En los canales de venta que se identificó el estudio piloto, se utilizarán los dos canales principales para ventas:

- **Tienda Física:** Aunque es más costosa, es el canal más popular, con un 49% de los clientes prefiriendo comprar en tiendas físicas.
- **Tienda Virtual:** **18.1%** de los clientes prefieren comprar en línea, con un 32.5% que usa ambos canales. Se probarán ambos para validar la eficiencia del e-commerce.

Productos Iniciales

En Eurosport se ofrecerán los productos más demandados los cuales son camisetas tipo polo con diseños de equipos de fútbol europeos identificados en la encuesta realizada (Real Madrid, Barcelona, Liverpool); así mismo, sudaderas y chaquetas, lo mismo con el kit de polo más pantalón, también con branding de los equipos más populares.

Para aumentar la tasa de conversión, se ofrecerán descuentos y promociones especiales. Dado que 65.9% de los consumidores están interesados en descuentos o precios exclusivos, se implementarán:

- Descuentos del 5% por compras de más de \$350,000 COP para el primer mes de operación incentivando las compras en familia.
- Promociones exclusivas para el lanzamiento de la tienda en línea.

Por marketing se lanzarán campañas de Facebook e Instagram para captar el público objetivo. Se utilizarán las siguientes tácticas:

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	4 3
---	--------

- SEO y SEM: Para mejorar la visibilidad en búsquedas relevantes sobre ropa deportiva, camisetas de equipos y productos exclusivos de fútbol.
- Publicidad dirigida: En redes sociales, utilizando intereses relacionados con fútbol, deportes y equipos europeos.

Por otro lado, se buscarán colaboraciones con influencers del mundo deportivo para aumentar el alcance y la credibilidad del e-commerce. Enfocándose en influencers de fútbol, se espera captar el interés de los fanáticos.

Validación de la Propuesta de Valor

Se realizará evaluación de los factores más importantes para los clientes los cuales son la calidad del producto que tiene un valor del 74.7% de los encuestados, priorizando la calidad, por lo que el estudio se centrará en ofrecer productos de alta calidad que cumplan con sus expectativas y con 68.7% de los encuestados que valoran el precio, se analizará si los precios fijados atraen una proporción suficiente de clientes.

La estrategia de almacenamiento es centralizada para reducir costos. Y así mismo tener un envío rápido es importante para un 38.6% de los principales consumidores, por lo que se implementarán opciones de envío acelerado y estándar, el inventario estará limitado para controlar los costos y medir la demanda real. Se mantendrá un stock inicial de:

- Camisetas tipo polo: 50% del inventario.
- Sudaderas y chaquetas: 30% del inventario.
- Polo y pantalón: 20% del inventario

Resultados

TAM (Total Addressable Market)

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	4
	4

El TAM es el mercado total disponible para el e-Commerce de ropa deportiva en Colombia, específicamente en las principales ciudades (Bogotá, Medellín, Cali y Bucaramanga).

Población objetivo:

- El enfoque principal está en hombres y mujeres entre 25 y 45 años y más, lo que representa el 31% de personas entre 25-34 años, el 30% entre 35-44 años, y el 32% en personas mayores de 45 años.
- La población total de estas cuatro ciudades (estimada en 2024) es de aproximadamente 17 millones de personas.
- El 30% de esta población está en el rango de edad objetivo, es decir, 5.1 millones de personas.

Demanda en ropa deportiva:

- Dado que el 75% de la población investigada reside en estas ciudades, se puede suponer que de esos 5.1 millones, alrededor de 3.8 millones podrían ser potenciales clientes interesados en ropa deportiva, basándonos en la encuesta.
- Considerando que el 57.9% (16.9% muy interesados + 41% algo interesados) mostró algún grado de interés en la adquisición de ropa deportiva, esto reduce el mercado potencial a 2.2 millones de personas.

El SAM es el segmento del TAM que puede ser alcanzado por el negocio, centrado en clientes con un interés medido en productos de ropa deportiva.

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

4
5

De los 2.2 millones de personas, se debe tomar en cuenta el enfoque en las preferencias específicas de los equipos de mayor interés 65.1% (Real Madrid), 33.7% (Barcelona), y 42.2% (Liverpool). Y como se identificó los productos más demandados que son camisetas tipo polo (68.7%) y sudaderas (26.5%) se debe enfocar en los productos y equipos de mayor interés, se estima que el 60% de los clientes en la encuesta estarían interesados en productos que nuestro e-Commerce ofrecerá. Esto nos deja con 1.328 millones de personas como parte del SAM.

Para el SOM es la porción del SAM que realmente se puede capturar en los primeros años de operación que, según la encuesta, solo un 30.1% de los encuestados declaró que es muy probable que compre ropa deportiva en línea, mientras que un 29.8% expresó que es algo probable que lo haga.

Considerando una estimación conservadora del 25% de los clientes en el SAM que realizarán compras en línea o en tienda física, esto nos deja con un SOM de 332,000 clientes potenciales para capturar en los primeros años de operación.

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

4
6

Estrategia y Plan de Introducción de Mercado

Objetivo General de Mercadeo para Eurosport.com.co

Posicionar a Eurosport como una marca solida en Colombia para la compra de ropa casual de equipos de fútbol europeos, aumentando la visibilidad y reconocimiento entre los aficionados y logrando un incremento del 10% en las ventas online para los próximos 12 meses, mediante estrategias de marketing digital enfocadas en redes sociales y alianzas estratégicas con influencer y medios deportivos, Captando el interés del mercado nacional, con foco en hombres entre 25 y 44 años, a través de la tienda especializada en ropa casual de equipos de fútbol europeos

Segmentación del mercado:

- Demográfica: Según los resultados dados por la encuesta el potencial demográfico se centra en Hombres con una participación del 77,1%, con edades entre 25-34 años (31,3%) y 35-44 años (30,1%).
- Geográfica: A nivel nacional por ser un emprendimiento de mercado electrónico, con especial foco en la ciudad de Bogotá (44,6% de los encuestados residen en la ciudad), teniendo la opción de visitar el punto físico.
- Psicológica: Interesados en fútbol europeo, especialmente seguidores los grandes equipos tales como el Real Madrid, Liverpool y FC Barcelona (equipos con mayor interés en la encuesta).
- Posicionamiento: Proveer una experiencia de compra en línea fluida a nivel nacional, con la ventaja de ofrecer un punto físico en Bogotá para aquellos que prefieren comprar y recoger productos directamente, o conocer más de los productos y comprarlos en tiendas físicas como lo prefiere el 49,4% de los encuestados.

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

4
7

Estrategias de producto y servicio:

- **Producto:** Mantener la oferta de polos, sudaderas, chaquetas y set polo con pantalón de equipos europeos, aprovechando en la alta demanda de camisetas tipo polo (preferidas por el 68,7% de los encuestados).
- **Variedad:** Contar con un catálogo amplio en prendas de vestir de equipos europeos y ofrecer colecciones limitadas o de edición especial para atraer a coleccionistas y fanáticos apasionados.
- **Calidad y garantía:** Enfocar la propuesta de valor en la calidad de los productos, complementada por una política de devoluciones claras y garantías para reforzar la confianza en el negocio de comercio electrónico.

Estrategias de distribución:

- **Ventas en línea a nivel nacional:** Garantizar que Eurosport se encuentre disponible y en línea de forma permanente y que cuente con la capacidad para entregar sus productos en cualquier destino del país. Usar plataformas de pago seguras y tener alianzas logísticas con empresas reconocidas de mensajería a nivel nacional que ofrezcan tiempos de entrega eficientes y cobertura nacional de entrega.

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	4 8
---	--------

- Punto físico en Bogotá: El punto físico ubicado en la ciudad de Bogotá funcionará como punto de almacenamiento de mercancía, centro de distribución y punto físico de venta, siendo un showroom para que los clientes de Bogotá puedan ver, probar y comprar sus productos directamente. También podría servir como un punto de recogida para aquellas personas que prefieren comprar en línea, pero quieren ahorrar en costos de envío y recogerlos directamente.

Estrategias de precio - Modelo de ingreso:

- Precios competitivos: Seguir el rango de precios que los encuestados han mostrado estar dispuestos a pagar: entre \$100,000 y \$200,000 COP, ajustado con los precios de venta unitarios definidos para las prendas a ofrecer según la categoría de prenda.
- Ofertas y descuentos exclusivos: Implementar promociones para ventas en línea que incluyan descuentos por compras múltiples o para fidelizar clientes recurrentes, aprovechando que el 65,9% de los encuestados estarían interesados en comprar con descuentos especiales.

Estrategias de comunicación y promoción (4Ps):

- Publicidad: Focalizar esfuerzos de publicidad en canales digitales, con campañas dirigidas a fanáticos del fútbol en todo el país utilizando plataformas de redes sociales populares como Facebook e Instagram.
- Promoción en el punto físico de Bogotá: Incentivar a los residentes de Bogotá a visitar el punto físico mediante promociones exclusivas para clientes en la tienda, o eventos especiales relacionados con los equipos europeos más populares.

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	4 9
---	--------

- Marketing en redes sociales: Potenciar las redes sociales para interactuar con los clientes y compartir contenido exclusivo como lanzamientos de colecciones, promociones, y reseñas de clientes.

- Alianzas con influencers: Colaborar con influencers y creadores de contenido deportivo, especialmente aquellos enfocados en fútbol europeo, para alcanzar una audiencia más amplia en ciudades principales de Colombia.

- Email marketing: Mantener a los clientes actualizados con ofertas especiales, nuevos lanzamientos y descuentos exclusivos a través de campañas de email marketing dirigidas.

La conexión entre los Objetivos de mercadeo propuestos y la proyección de ventas definida se desarrollará según las siguientes etapas:

Etapas de Atracción

Etapas en donde se da a conocer la tienda en línea a nivel nacional y su punto físico para la ciudad de Bogotá.

- Canales: Publicidad digital en redes sociales (Facebook, Instagram), influencers deportivos, campañas de marketing enfocados en eventos de fútbol europeo, y contenido de blogs.

- Métricas: Impresiones, alcance, tráfico web.

- Proporción estimada: Se estima que entre un 8% y 12% de la audiencia a la que se llega estará interesada en visitar la página web o interesarse por conocer la tienda.

Etapas de Interacción

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos

5
0

Etapa en donde se Incentiva a que los usuarios naveguen en la tienda en línea y exploren los productos ofrecidos.

- Canales: Retargeting de anuncios en redes sociales, email marketing, contenido en perfiles de la marca por redes sociales y en el blog, reseñas de productos y testimonios.
- Métricas: Tiempo en la página, páginas por visita.
- Proporción estimada: De los visitantes que entran en contacto con la tienda en línea, aproximadamente entre el 15% y 20% continuará explorando activamente el catálogo y evaluando la compra.

Etapa de Conversión

Etapa en donde se Convierten los visitantes en clientes mediante las estrategias de venta en línea y en el punto físico ubicado en la ciudad de Bogotá.

- Canales: Ofertas de primera compra, promociones exclusivas para ventas en línea, incentivos de descuento por comprar en el punto físico, reseñas positivas y campañas de email.
- Métricas: Tasa de conversión (porcentaje de visitantes que realizan una compra).
- Proporción estimada: Aproximadamente un 2% al 5% de los visitantes totales que exploran la tienda realizarán una compra.

Etapa de fidelizar

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	5 1
---	--------

Etapa que Fomenta la lealtad del cliente mediante compras recurrentes.

- Canales: Programa de fidelización (puntos de recompensa, descuentos exclusivos para clientes frecuentes), email marketing personalizado, descuentos por compras múltiples.

- Métricas: Tasa de repetición de compra, tasa de recomendación.

- Proporción estimada: Alrededor de un 20% al 30% de los compradores realizarán compras recurrentes, apoyados por campañas de fidelización y descuentos.

Conexión con la proyección de ventas

Asumiendo que cada cliente gasta en promedio \$150,000 COP por compra, podemos calcular el número de clientes necesarios para alcanzar las ventas proyectadas cada año.

Para el primer Año con Ventas proyectadas de \$268.000.000 COP se requiere un número de clientes necesarios de 1786 clientes, para el segundo año 2040 clientes, para el tercer año 2439 clientes, para el cuarto año 3046 clientes y para el quinto año 3969 clientes.

Relación entre el funnel y las ventas:

En el primer año, para alcanzar 1786 clientes, se requerirá impactar a un gran número de personas en la etapa de atracción. Suponiendo una tasa de conversión del 2% desde el tráfico a la tienda, esto significa que necesitamos aproximadamente 89,300 visitantes al sitio web en el primer año.

Tabla 3. Proyección ventas primer año

PRIMER AÑO POLO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES	168	168	168	168	168	60	60	168	168	168	168	168	1800
PRECIO VENTA	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000
PRECIO TOTAL	\$ 10.920.000	\$ 10.920.000	\$ 10.920.000	\$ 10.920.000	\$ 10.920.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 10.920.000	\$ 10.920.000	\$ 10.920.000	\$ 10.920.000	\$ 10.920.000	\$ 117.000.000
% VENTAS TOTALES	9,33%	9,33%	9,33%	9,33%	9,33%	3,33%	3,33%	9,33%	9,33%	9,33%	9,33%	9,33%	100%
PRIMER AÑO CHAQUETA	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES	45	45	45	45	45	25	25	45	45	45	45	45	500
PRECIO VENTA	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000
PRECIO TOTAL	\$ 9.900.000	\$ 9.900.000	\$ 9.900.000	\$ 9.900.000	\$ 9.900.000	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000	\$ 9.900.000	\$ 9.900.000	\$ 9.900.000	\$ 9.900.000	\$ 9.900.000	\$ 110.000.000
% VENTAS TOTALES	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	5,00%	5,00%	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	100%
PRIMER AÑO POLO + PANTALON	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES	90	90	90	90	90	50	50	90	90	90	90	90	1000
PRECIO VENTA	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000
PRECIO TOTAL	\$ 10.800.000	\$ 10.800.000	\$ 10.800.000	\$ 10.800.000	\$ 10.800.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 10.800.000	\$ 10.800.000	\$ 10.800.000	\$ 10.800.000	\$ 10.800.000	\$ 120.000.000
% VENTAS TOTALES	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	5,00%	5,00%	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	100%
PRIMER AÑO SUDADERA	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES	65	65	65	65	65	25	25	65	65	65	65	65	700
PRECIO VENTA	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000
PRECIO TOTAL	\$ 14.300.000	\$ 14.300.000	\$ 14.300.000	\$ 14.300.000	\$ 14.300.000	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000	\$ 14.300.000	\$ 14.300.000	\$ 14.300.000	\$ 14.300.000	\$ 14.300.000	\$ 154.000.000
% VENTAS TOTALES	9,29%	9,29%	9,29%	9,29%	9,29%	3,57%	3,57%	9,29%	9,29%	9,29%	9,29%	9,29%	100%

Fuente: Elaboración propia. Basado en (Reyes, 2020)

Para los siguientes años, el tráfico al sitio web deberá aumentar proporcionalmente para alcanzar los objetivos de ventas y asegurar el crecimiento proyectado, mientras las estrategias de fidelización y retención ayudarán a incrementar las compras recurrentes.

Plan creación de empresa para	5
Eurosport dedicada a la venta y	3
distribución de prendas tipo casual	
para vestir de equipos de fútbol	
Europeos	

Esta proyección servirá como guía para enfocar las estrategias de marketing digital, ventas y promoción hacia la captación, conversión y retención de clientes a nivel nacional, asegurando que se cumplan las metas de ventas proyectadas para Eurosport.com.co.

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

5
4

Aspectos Técnicos

Los aspectos técnicos del proyecto de comercialización de ropa, es considerando las materias primas, infraestructura, personal, el plan de producción, la capacidad instalada, el modelo de gestión integral del proceso productivo, los procesos de investigación y desarrollo, y los presupuestos necesarios para producción e infraestructura.

Materiales

Inicialmente se debe validar las materias primas y suministros para la comercialización de este tipo de ropa, uno de los aspectos es la centralización en la producción y comercialización de camisetas tipo polo, sudaderas y chaquetas de equipos de Europa se tiene los principales suministros en los elementos es el Algodón peinado (100%) que nos da como resultado para las camisetas tipo polo, seleccionado por su suavidad, durabilidad y resistencia a la deformación tras el lavado. Este material es clave para garantizar la comodidad del usuario y la alta calidad de las prendas.

La mezcla de algodón y poliéster (70% algodón, 30% poliéster) Es una de las combinaciones más utilizada en la fabricación de sudaderas y chaquetas a nivel mundial, esta mezcla asegura que el mayor beneficio de los usuarios un control de transpiraciones, la resistencia al desgaste al uso normal y facilidad al momento de realizar el lavado de la prenda. Otro aspecto que debemos tener presente son las tintas y pigmentos para personalización de los elementos, estos son esenciales para los procesos de serigrafía y estampado de los logos de los equipos que estamos ofreciendo en el E-Commerce, permitiendo la personalización a gustos de los usuarios.

Un elemento muy importante en la fabricación de estas prendas son las cremalleras, botones donde se pueda realizar la personalización de la prenda y permite garantizar la

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	5 5
---	--------

durabilidad en las prendas exteriores como chaquetas y sudaderas; así mismo, las etiquetas y empaques amigable con el medio ambiente y reciclables los cuales permite alinearnos con los principios de sostenibilidad y ofrecer un empaque atractivo que refuerce la imagen de marca de EuroSport.

Adicionalmente y con lo inmediatamente anterior los suministros adicionales que se incluyen materiales para el embalaje, tales como cajas y bolsas reciclables. Son necesarios para la distribución de productos tanto en tiendas físicas como a través de la plataforma de E-Commerce.

Infraestructura

Otro tema muy importante es la infraestructura necesaria para el proyecto debe responder tanto a las operaciones de producción y almacenamiento como a las actividades comerciales. Uno de ellos es el almacenaje que será un espacio fundamental para el almacenamiento de materias primas y productos terminados, asegurando un adecuado control de inventarios. Se necesitará un almacén desde 150 m² a 300 m², en este se tendrá estanterías industriales y sistemas de control de humedad y temperatura para garantizar la calidad de las prendas. Desde este mismo almacenamiento se manejará la logística de pedidos, este se establecerá como el centro de distribución eficiente que facilite el envío rápido, garantizando que los productos lleguen en óptimas condiciones. Esto tendrá una ubicación centralizada en la ciudad de Bogotá Este espacio estará equipado con un software de gestión de inventarios para mantener la disponibilidad de los productos actualizada en tiempo real, se ha validados los mejores barrios a considerar serían Zona Rosa (Zona T), Usaquén y Chicó. Estas áreas se destacan por su intensa actividad comercial, tiendas de lujo y seguridad, lo que las convierte en lugares ideales para boutiques de moda. Este punto es clave y esencial para

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	5 6
---	--------

complementar la venta online, dado que el 49% de los consumidores prefiere comprar en tiendas físicas. Este espacio incluirá probadores, mostradores de productos y una experiencia de compra personalizada.

Plan de Producción

El plan de producción se centrará en garantizar un flujo eficiente y continuo de productos, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega final. Las etapas clave del plan de producción incluyen:

1. Planificación de la demanda: Basado en el análisis del mercado, las proyecciones de ventas se utilizarán para determinar la cantidad de productos que deben ser fabricados cada trimestre.

2. Producción bajo pedido y producción en serie: Habrá dos modalidades de producción. La producción en serie se aplicará para prendas populares, como camisetas tipo polo y sudaderas, mientras que la personalización se realizará bajo pedido.

3. Gestión de inventarios: Se implementará un sistema de gestión de inventarios en tiempo real, que permitirá la reposición automática de productos a medida que se agotan en el stock.

4. Optimización de procesos: Se buscará mejorar la eficiencia de la cadena de suministro mediante la automatización en la gestión de inventarios, el control de calidad y la logística.

Modelo de Gestión Integral del Proceso Productivo

El modelo de gestión se basará en los principios de eficiencia operativa, en la calidad del producto y satisfacción del cliente. La gestión de la cadena de suministro debe ser de

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	5 7
---	--------

una estrecha colaboración con proveedores para asegurar la calidad de las materias primas y cumplir con los plazos de entrega. Otro modelo que se debe tener presente es la automatización de procesos con el uso de tecnología para mejorar la eficiencia en la producción, gestión de inventarios y logística.

El control de calidad se establecerá un procedimiento riguroso de control de calidad en cada etapa de la producción y distribución, desde la recepción de la mercancía hasta la entrega final al cliente. En estos debemos realizar una monitorización basándose con los indicadores clave de rendimiento (KPIs), como tiempos de entrega, costos de producción y satisfacción del cliente, para ajustar y mejorar continuamente los procesos.

Procesos de Investigación y Desarrollo

En este proceso se deberá la clave para mantener en el mercado. Desarrollo de nuevos productos se ha basado en las preferencias del mercado, se lanzarán líneas de ropa que incluyan nuevos diseños, colores, adaptados a las nuevas tendencias de las campañas que se estén generando en las distintas ligas europeas que se han incluido en el proyecto. Por lo cual se debe explorar distintas alternativas de materiales ecológicos y procesos de producción sostenibles que minimicen el impacto ambiental.

Mejora continua en personalización: Desarrollo de tecnologías avanzadas para mejorar la precisión y calidad en la personalización de prendas, como la impresión 3D textil y bordado digital.

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

5
8

Aspectos Organizacionales y Legales

Análisis estratégico

Misión:

Eurosport es una compañía dedicada en llevar la pasión del fútbol europeo a todos los colombianos por medio de nuestra distribución de prendas oficiales tipo casual con altos estándares de calidad, comprometidos con la experiencia del cliente, con productos sostenibles, de alta calidad y que reflejen procesos de alta tecnología en su elaboración, optimizando la cadena de suministro y contribuyendo al cuidado del medio ambiente

Visión:

Ser reconocida en Colombia como una empresa líder en la comercialización de tipos de prendas tipo casual de los equipos de fútbol europeos más importantes, siendo reconocidos por nuestros procesos innovadores, compromiso, sostenibilidad y cuidado con el medio ambiente, inspirando y ofreciendo a nuestros clientes demostrar el orgullo y pasión por este deporte

Estructura organizacional:

Perfiles y funciones:

Gestor de almacén: Encargado de gestionar las operaciones del almacén, coordinar el equipo, gestionar los inventarios, planificar y asegurar los procesos de almacenamiento y despacho de los productos en el momento indicado.

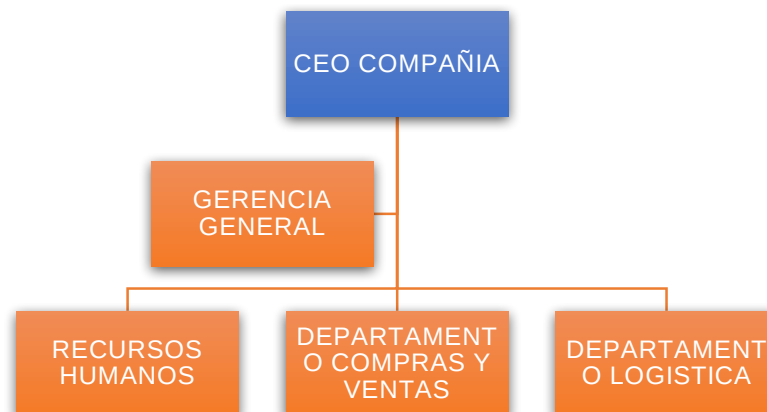
Su perfil profesional debe ser un Profesional en logística, administración de empresas o afines, consideramos una experiencia de 3 a 5 años en el manejo de almacenes, control de inventarios y logística en general, así mismo debe tener habilidades de liderazgo, capacidad de análisis, manejos de software (WMS), trabajo en equipo y resolución de problemas

Auxiliar de bodega: Encargado de las tareas de organización, almacenamiento, recibo, chequeo y despacho de los productos, su perfil es de una persona con bachillerato o técnico en logística, considerando una experiencia de 1 a 2 años de experiencia en el manejo de bodegas, control de inventarios o tareas afines al cargo, es indispensable que cuente con habilidades de trabajo bajo presión, cuente con conocimiento para el manejo de software de inventarios y debe contar con habilidades de trabajo en equipo.

Especialista en servicio al Cliente y soporte: Encargado de atender las consultas y reclamaciones de los clientes, coordinar devoluciones, cambios, garantizar la satisfacción del cliente y manejar tareas administrativas y básicas, consideraremos perfiles de personas que cuenten con educación profesional o tecnólogo en administración, mercadeo, comunicación o carreras afines, con 3 años de experiencia en áreas de atención al cliente o gestión e ventas, que cuente con excelentes habilidades de comunicación, resolución de problemas, trabajo bajo presión, empatía, orientación a resultados y cliente, que cuenta con disposición para atender los reclamos de los clientes

Organigrama:

Figura 5: Organigrama



Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	6 0
---	--------

Fuente elaboración propia

Factores claves en la gestión del talento Humano:

- Selección y reclutamiento: Este factor consideramos que es el más importante ya que acá estaremos a cargo de la búsqueda del personal idóneo, especializado, con habilidades blandas que permitan tener el mejor talento humano y que brinde las oportunidades para el crecimiento de la organización, destacando que el personal deberá tener un amplio manejo de cliente tanto interno como externo. Es importante que se esté evaluando constantemente el personal, se evalúe la cultura de la organización, asegurando que cada uno de los empleados interiorice la misio y visión de la organización
- Capacitación y evaluación: Es importante considerar capacitación constante para la organización ya que aquí podremos inculcar los valores de la organización, toda la filosofía de la compañía y se puede aprender de todo el manejo de la organización de manera vertical y horizontal de la organización, se pueden implementar programas como habilidades gerenciales, atención al cliente, manejo de inventarios entre otros.
- Beneficios: vale la pena reconocer el trabajo de los integrantes de la organización, fomentando y motivando el ambiente de trabajo en equipo, fortaleciendo habilidades de manejo al cliente, resolución de problemas, logística, entre otros, generando descuentos en artículos de la organización, además de generar espacios que equilibren la vida personal con la vida laboral para cada uno de los colaboradores.

- Cumplimiento a toda la normativa legal: La compañía debe caracterizarse por el cumplimiento de todas las obligaciones legales con las que se cuente con cada uno de los empleados, generando la confianza con el colaborador de estar trabajando en una organización que se preocupa por sus intereses

Esquema gobierno corporativo

Para esta idea d negocio, deseamos considerar que la gestión que se lleve a cabo en todos los procesos de la compañía se desarrolle de manera eficientes, rápida y lo más alineada posible teniendo en cuenta lo siguientes factores:

Junta directiva: personas que van a encargarse de tomar las decisiones estratégicas y del negocio en general, los cuales serán personas independientes, pero con conocimientos en el campo

Director ejecutivo: se encargará de las labores diarias de la organización, implementando estrategias, planes y recursos aprobados por la junta directiva, tomando decisiones sobre el diario de la operación y la proyección del e-commerce.

Auditor interno: Persona encargada de supervisar los procesos de la organización, el uso eficiente de los recursos, velando por el uso responsable transparente y preciso de los recursos de la organización, trabajando y procurando que todos los procesos estén alineados conformes a los lineamientos propuestos por la junta directiva

Comité de ética: grupo de personas que se encarguen de velar por el mantenimiento de los estándares de calidad y ética en el mayor nivel posible de tal manera que estos lleguen a ser sostenibles, que generen practicas justas en el ámbito laboral y se mantenga un estándar alto en el manejo de clientes y proveedores

Aspectos Legales

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

6
2

En este punto se deben considerar los siguientes aspectos a tener en cuenta para esta idea de negocio:

Regulaciones del comercio electrónico en Colombia:

Ley 527 de 1999: Esta ley establece las bases que deben tenerse en cuenta para los E-Commerce en Colombia, teniendo en cuenta la regulación y validez jurídica de los mensajes de datos, firma digital y los contratos electrónicos **(Comunicaciones, 2024)**, cabe anotar que se define allí que la firma digital equivale a una firma manuscrita, velando y verificando los principios de autenticidad, integridad y confiabilidad

Ley 1480 de 2011: ley por el cual se vela por la protección de los derechos del consumidor en las transacciones que pueden llevarse a cabo tanto en el comercio electrónico como en el comercio fijo, dictamina las obligaciones de los proveedores y vendedores brindando información clara y veras de los productos y servicios adquiridos a cada uno de los clientes, destacando precios, garantías, tiempos de entrega y el derecho a retracto que el cliente puede llegar a tener **(Juan Carlos Echeverry Garzón, 2011)**

Decreto 1074 de 2015: Norma por la cual se reglamenta la protección de los datos personales de los consumidores junto con la Ley 1581 de 2012 (Ley de Protección de Datos), garantizando al consumidor que todos sus datos serán tratados de manera confidencial, segura y almacenada de tal manera que nadie disponga de la misma **(Cecilia Alvarez, 2015)**

Por último, es importante considerar aspectos como los métodos de pago con los que cuente la tienda, velando por el cumplimiento y la seguridad en las transacciones electrónicas y los métodos de pago para garantizar la seguridad de estas y, por último, no menos importante, se deben incluir los términos y condiciones de una manera clara y que la misma sea accesible para el consumidor en cualquier momento.

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

6
3

Estructura jurídica y tipo de sociedad

La compañía operara bajo una figura de una sociedad por acciones simplificada SAS, la cual resulta ser la más flexible especialmente para las compañías que operan bajo e-commerce o startups (**Camara de Comercio de Bogotá, 2024**), considerando los siguientes aspectos:

Responsabilidad Limitada: Los accionistas son responsables solo hasta el monto de su inversión

Flexibilidad Estructural: Permite la creación de una estructura interna adaptada a las necesidades del negocio, facilitando la incorporación de nuevos socios o inversores.

Capital Social: La empresa puede tener capital variable, lo que facilita la reinversión en la expansión del comercio electrónico. (**Camara de Comercio de Bogotá, 2024**)

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

6
4

Aspectos Financieros

Objetivos Financieros

Para Eurosport.com.co es de suma importancia que el proyecto genere valor, por consiguiente, los objetivos financieros planteados son los siguientes:

- Conseguir asegurar una inversión inicial de \$ 110.858.000 con el grupo de interés.
- Obtener una TIR mayor al 60%.
- Generar un margen operativo para el primer año por el orden de los \$ 268.000.000.
- Generar ventas diarias mayores a 12 unidades para el primer año del ejercicio.
- Aumentar el ingreso por ventas en un 5% a partir del segundo año de operación.

Estos objetivos se encuentran alineados al simulador financiero trabajado, lo cual es la pauta para el poder desarrollar el proyecto con la dirección propuesta.

Supuestos económicos para la simulación

Dentro de los supuestos económicos que se soportan en el ejercicio financiero bajo el simulador financiero que se proporciona en la Universidad EAN, se encuentran los siguientes:

Un crecimiento de ventas del 5% para cada año ya que es una tendencia que va en crecimiento, el interés del fútbol de ligas europeas a nivel nacional. De la mano con una correcta ejecución del marketing mix, la cual presenta una inversión inicial de \$ 50.000.000 y para los cuatro años siguiente se mantiene el presupuesto, apalancara el cumplimiento de las metas propuestas.

La inflación que se ha tomado como supuesto y desarrollo del simulador financiero, es de un 7% para los cuatro años siguientes al inicio del proyecto, ya que, según el DANE, este indicador se ubica en lo corrido del año 2024 en 5,81%, se considera mantener la proyección indicada por que el indicador reacciona a variables tales como decisiones de reactivación económica gubernamentales, equilibrio entre demanda y oferta y conflictos internacionales **(DANE, 2024)**.

El impuesto de renta definido será del 34%,

Proyección de ventas

La proyección de ventas en el primer año en promedio es de 335 prendas al mes, teniendo en cuenta los parámetros de venta definidos por mes según fechas de torneos europeos identificados. Para los años siguientes el incremento será gradual de un 5% anual apalancado en la efectividad del plan de marketing.

Tabla 4. Ingreso Ventas primer año

Descripción	Proyección venta primer año	Promedio proyección ventas mes	Precio venta unidad sin IVA	Ingresos totales
Polo	1800	150	\$ 65.000	\$ 117.000.000
Chaqueta	500	42	\$ 220.000	\$ 110.000.000
Polo + Pantalón	1000	84	\$ 120.000	\$ 120.000.000
Sudadera	700	59	\$ 220.000	\$ 154.000.000
Totales		335		\$ 501.000.000

Fuente: Elaboración propia. Basado en (Reyes, 2020)

El ingreso total por venta para este primer año será de \$ 501.000.000, mientras que los costos del primer año corresponderán a \$ 233.000.000, dando como resultado un margen operativo de \$268.000.000

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos

6
6

El promedio de crecimiento en ingreso por ventas totales será de unos 20,38%, según lo muestra la siguiente tabla.

Tabla 5. Proyección Utilidad bruta a 5 años

ESTADO DE RESULTADOS					
	2025	2026	2027	2028	2029
VENTAS	\$ 501.000.000	\$ 562.873.500	\$ 662.502.109	\$ 815.208.845	\$ 1.046.728.157
COSTO VENTAS	\$ 233.000.000	\$ 256.882.500	\$ 296.699.287	\$ 358.264.389	\$ 451.413.131
UTILIDAD BRUTA	\$ 268.000.000	\$ 305.991.000	\$ 365.802.822	\$ 456.944.456	\$ 595.315.027

Fuente: Elaboración propia. Basado en (Reyes, 2020)

Proyección de gastos de mercadeo

El presupuesto inicial para los gastos de mercadeo corresponde a \$ 50.000.000, el mismo presupuesto anual para los cuatro años siguientes. Este presupuesto definido se destina a dar a conocer y hacer crecer la marca con captación de clientes y conversión de ventas, mediante por medio de la ejecución del plan de marketing.

Tabla 6. Presupuesto Marketing

PRESUPUESTO MARKETING MIX AÑO DE INICIO	\$ 50.000.000,00
GASTO PUBLICITARIO AÑOS SIGUIENTES	
2026	\$ 50.000.000,00
2027	\$ 50.000.000,00
2028	\$ 50.000.000,00
2029	\$ 50.000.000,00

Fuente: Elaboración propia. Basado en (Reyes, 2020)

Proyección de costos de producción

En el primer año de producción se proyectan los siguientes costos, partiendo de los ingresos por ventas ya definidos:

Tabla 7. Costos de Producción

Descripción	Cantidades	Costo unitario	Costo Total
Polo	1800	\$ 25.000	\$ 45.000.000
Chaqueta	500	\$ 115.000	\$ 57.500.000
Polo + Pantalón	1000	\$ 50.000	\$ 50.000.000
Sudadera	700	\$ 115.000	\$ 80.500.000
Totales	4000		\$ 233.000.000

Fuente: Elaboración propia. Basado en (Reyes, 2020)

Proyección de gastos administrativos

Los gastos administrativos estipulados para la puesta en marcha de Eurosport.com.co en el primer año, contempla la vinculación de una persona encargada de la administración y dos personas encargadas de las actividades varias de logística (Recibo, almacenamiento, despacho e inventarios) y ventas, atendiendo desde el punto físico de ventas y asegurando la operatividad de la operación en el comercio electrónico del E-Commerce para un total de \$ 52.632.000 para el primer año. Los gastos fijos definidos corresponden a \$ 35.800.000 para el primer año representados en arriendo, pago de servicios públicos, internet y papelería.

Tabla 8. Costos por Nominas primer año

NÓMINAS:	VALOR AÑO 1
ADMINISTRATIVA	\$ 17.544.000
VENTAS	\$ 17.544.000
PRODUCCIÓN/ SERVICIO	\$ 17.544.000
TOTAL NÓMINA	\$

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

6
8

	52.632.000
--	-------------------

Fuente: Elaboración propia. Basado en (Reyes, 2020)

Tabla 9. Gastos fijos primer año

GASTOS FIJOS	VALOR AÑO 1
ARRIENDO	\$ 27.600.000
SERVICIOS PÚBLICOS	\$ 5.500.000
INTERNET	\$ 1.200.000
PAPELERÍA	\$ 1.500.000
TOTAL, GASTOS FIJOS	\$ 35.800.000

Fuente: Elaboración propia. Basado en (Reyes, 2020)

Presupuesto de inversión

Para la puesta en marcha de la creación de Eurosport.com.co e inicio de operación, se requiere una inversión inicial de \$ 110.858.000, en donde el aporte de los emprendedores equivale a \$ 20.000.000 y la diferencia que son unos \$ 90.858.000 será adquirido por medio de un préstamo bancario. Con esta inversión inicial se asegurarán los costos operativos, la nómina, el despliegue de la estrategia de marketing y los respectivos gastos fijos correspondientes a los primeros tres meses iniciales, asegurando la correcta ejecución del proyecto según la proyección estimada.

Tabla 10. Gastos fijos primer año

TOTAL INVERSIONES		\$ 18.000.000
CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO INICIAL		
	MESES	VALOR
COSTOS OPERATIVOS	3	\$ 58.250.000
NÓMINAS	3	\$ 13.158.000
MARKETING MIX	3	\$ 12.500.000

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos

6
9

GASTOS FIJOS	3	\$ 8.950.000
TOTAL		\$ 92.858.000
TOTAL INVERSIÓN		\$ 110.858.000
APORTE DE LOS EMPRENDEDORES		\$ 20.000.000
PRÉSTAMO A SOLICITAR		\$ 90.858.000

Fuente: Elaboración propia. Basado en (Reyes, 2020)

Estado de Resultados

Con respecto al estado de resultados, según el ejercicio de proyección desde el primer año de ejecución se consigue utilidad neta correspondiente a \$ 70.677.961. Para los años siguientes se evidencia un crecimiento en promedio del 40,9%. Los ingresos por ventas también surten un crecimiento progresivo que para el primer año se proyecta en \$ 501.000.000 y para su quinto año equivalen a \$ 1.046.728.158. El Margen Neto (Utilidad Bruta / Ventas) para el quinto año está proyectado en 26,52%, eso quiere decir que por cada \$ 100 en ventas, quedan \$ 26, 52 de Utilidad Neta, señalando que Eurosport.com.co se encontrara generando ingresos suficientes para cubrir sus gastos operativos.

Tabla 11. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
	2025	2026	2027	2028	2029
<i>VENTAS</i>	\$501.000.000	\$562.873.500	\$662.502.110	\$815.208.846	\$1.046.728.158
<i>COSTO VENTAS</i>	\$233.000.000	\$256.882.500	\$296.699.288	\$358.264.390	\$ 451.413.131
UTILIDAD BRUTA	\$268.000.000	\$305.991.000	\$365.802.822	\$456.944.456	\$ 595.315.027
<i>GASTOS ADTIVOS Y VTAS</i>	\$ 52.632.000	\$ 56.316.240	\$ 60.258.377	\$ 64.476.463	\$ 68.989.816
<i>GASTOS FIJOS DEL PERIODO</i>	\$ 35.800.000	\$ 38.306.000	\$ 40.987.420	\$ 43.856.539	\$ 46.926.497
<i>OTROS GASTOS</i>	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000
<i>DEPRECIACIÓN</i>	\$ 3.400.000	\$ 3.400.000	\$ 3.400.000	\$ 3.400.000	\$ 3.400.000

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

7
0

UTILIDAD OPERATIVA	\$126.168.000	\$157.968.760	\$211.157.025	\$295.211.454	\$ 425.998.714
GASTOS FINANCIEROS	\$ 19.080.180	\$ 16.566.074	\$ 13.524.005	\$ 9.843.102	\$ 5.389.210
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$107.087.820	\$141.402.686	\$197.633.020	\$285.368.351	\$ 420.609.504
IMPUESTOS	\$ 36.409.859	\$ 48.076.913	\$ 67.195.227	\$ 97.025.239	\$ 143.007.231
UTILIDAD NETA	\$ 70.677.961	\$ 93.325.773	\$130.437.793	\$188.343.112	\$ 277.602.273

Fuente: Elaboración propia. Basado en (Reyes, 2020)

Balance General

El panorama que se refleja en el balance general según la simulación proyectada es favorable para todo el ejercicio de los cinco años, las obligaciones financieras desde el primer año representan un valor que no compromete riesgo y este será pagado en un mediano plazo.

Tabla 12. Balance General

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos

7
1

BALANCE

	AÑO 0	2025	2026	2027	2028	2029
ACTIVO						
CAJA/BANCOS	\$ 92.858.000	\$ 91.373.885	\$214.602.711	\$256.704.936	\$326.631.255	\$439.609.504
FIJO NO DEPRECIABLE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FIJO DEPRECIABLE	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ -	\$ 3.400.000	\$ 6.800.000	\$ 10.200.000	\$ 13.600.000	\$ 17.000.000
ACTIVO FIJO NETO	\$ 18.000.000	\$ 14.600.000	\$ 11.200.000	\$ 7.800.000	\$ 4.400.000	\$ 1.000.000
TOTAL ACTIVO	\$110.858.000	\$205.973.885	\$225.802.711	\$264.504.936	\$331.031.255	\$440.609.504
PASIVO						
Impuestos X Pagar	0	\$ 36.409.858	\$ 48.076.913	\$ 67.195.226	\$ 97.025.239	\$143.007.231
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ 36.409.858	\$ 48.076.913	\$ 67.195.226	\$ 97.025.239	\$143.007.231
Obligaciones Financieras	\$ 90.858.000	\$ 78.886.065	\$ 64.400.025	\$ 46.871.916	\$ 25.662.904	\$ -
PASIVO	\$ 90.858.000	\$115.295.924	\$112.476.938	\$114.067.143	\$122.688.143	\$143.007.231
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000
Utilidades del Ejercicio	0	\$ 70.677.961	\$ 93.325.772	\$ 130.437.793	\$ 188.343.111	\$ 277.602.272
TOTAL PATRIMONIO	\$ 20.000.000	\$ 90.677.961	\$113.325.772	\$150.437.793	\$208.343.111	\$297.602.272
TOTAL PAS + PAT	\$110.858.000	\$205.973.885	\$225.802.711	\$264.504.936	\$331.031.255	\$440.609.504

Flujo de Caja

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	7 2
---	--------

Como se evidencia en la tabla de flujo de caja proyectado en el simulador, existe una tendencia positiva desde el primer año y un crecimiento continuo hasta el quinto año, indicando que el proyecto es viable y generara liquidez suficiente para el tiempo proyectado.

El incremento del flujo de caja es del 885,67% entre el primer año 2025 y 2029, pasando de un flujo de caja de \$ 24.564.853 a \$ 217.562.895.

Tabla 13: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO:						
CAPITAL INVERTIDO						
	AÑO 0	2025	2026	2027	2028	2029
Activos Corrientes	\$ 92.858.000	\$ 191.373.886	\$ 214.602.711	\$ 256.704.936	\$ 326.631.255	\$ 439.609.504
Pasivos Corrientes	\$ -	\$ 36.409.859	\$ 48.076.913	\$ 67.195.227	\$ 97.025.239	\$ 143.007.231
KTNO	\$ 92.858.000	\$ 154.964.027	\$ 166.525.798	\$ 189.509.709	\$ 229.606.016	\$ 296.602.273
Activo Fijo Neto	\$ 18.000.000	\$ 14.600.000	\$ 11.200.000	\$ 7.800.000	\$ 4.400.000	\$ 1.000.000
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ 3.400.000	\$ 6.800.000	\$ 10.200.000	\$ 13.600.000	\$ 17.000.000
Activo Fijo Bruto	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
Total Capital Operativo Neto	\$ 110.858.000	\$ 169.564.027	\$ 177.725.798	\$ 197.309.709	\$ 234.006.016	\$ 297.602.273
CALCULO DEL FLUJO DE CAJA LIBRE						
EBIT		\$ 126.168.000	\$ 157.968.760	\$ 211.157.025	\$ 295.211.453	\$ 425.998.714
Impuestos		\$ 42.897.120	\$ 53.709.378	\$ 71.793.388	\$ 100.371.894	\$ 144.839.562
NOPLAT		\$ 83.270.880	\$ 104.259.381	\$ 139.363.636	\$ 194.839.559	\$ 281.159.151
Inversión Neta		\$ -58.706.026	\$ -8.161.771	\$ -19.583.911	\$ -36.696.306	\$ -63.596.256
Flujo de Caja Libre del periodo		\$ 24.564.853	\$ 96.097.610	\$ 119.779.725	\$ 158.143.253	\$ 217.562.895

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

7
3

Indicadores financieros de rentabilidad

Los indicadores financieros que resultan del ejercicio los cuales permiten validar su rentabilidad son los siguientes:

- Una Tasa de evaluación del proyecto del 20%.
- Un Valor presente neto del proyecto de \$ 209.362.852,79. Es un valor positivo, indicando que el proyecto generara valor.
- Una TIR del 67,57%.
- Un Periodo de recuperación de 1,73 años, tiempo relativamente corto para recuperar la inversión inicial.
- Un Margen total de contribución promedio ponderado de \$ 81.437,13.
- Un Punto de equilibrio de 1.699,86 unidades.
- Un Punto de equilibrio de \$ 271.723.694,12.

Evaluación Financiera

El proyecto de creación de la empresa Eurosport.com.co es financieramente viable y rentable según los resultados obtenidos en la proyección simulada. Los indicadores de rentabilidad tanto la TIR con un resultado de 67,57%, como el VPN con un resultado de \$ 209.362.852,79, y lo observado en los resultados del flujo de caja proyectado, determinan un escenario positivo financieramente, un periodo de recuperación corto y un crecimiento sostenido en ingresos y ventas. El despliegue del plan de marketing y los costos estructurados permitirán conseguir las metas del proyecto, asegurando el cumplimiento de los objetivos.

Sostenibilidad

Con la iniciativa para este proyecto es fundamental para garantizar su viabilidad a largo plazo, tanto en términos económicos como sociales y ambientales. La sostenibilidad se aborda desde varias dimensiones clave: social, ambiental, económica y de gobernanza. Este modelo se alinea con las tendencias actuales del mercado, donde los consumidores cada vez buscan productos responsables con el medio ambiente, éticamente producidos, y que generen un impacto positivo en la sociedad.

1. Dimensión Social

En términos sociales, la empresa prioriza el bienestar de las personas, desde los empleados hasta los consumidores. El objetivo es contribuir al desarrollo de una cadena de valor justa y equitativa.

La empresa se compromete a garantizar condiciones laborales justas para todos los empleados, incluyendo salarios competitivos, un ambiente seguro de trabajo y oportunidades de desarrollo profesional. Esto incluye la capacitación continua en técnicas avanzadas de personalización textil y en tecnologías sostenibles para la producción de ropa.

Acerca de la atención al cliente y satisfacción de cada una de sus compras en el E-Commerce tener presente que se incluye en el valor añadido que se brinda al cliente a través de la atención personalizada. La calidad del servicio y la atención postventa son esenciales y es el valor agregado del proyecto, no solo para mantener una base de clientes leales, sino también la creación de una relación de confianza para clientes nuevos y antiguos.

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	7 5
---	--------

Así mismo, la participación de todos los elementos que convergen en el E-Commerce para impulsar la economía local, se trabajará con distribuidores, proveedores, pequeños productores de prendas de vestir y otros insumos que se utilicen en la distribución de las prendas de vestir. De esta forma, se genera un impacto social positivo en las comunidades rurales y en la creación de empleo. Y, por otro lado, se debe asegurar la igualdad de oportunidades, tanto en la contratación de personal como en su enfoque hacia los clientes, fomentando un ambiente de trabajo inclusivo y diverso.

2. Dimensión Ambiental

La dimensión ambiental es uno de los pilares más importantes del modelo de sostenibilidad. Dada la creciente demanda de productos respetuosos con el medio ambiente, el E-Commerce debe adoptar prácticas que minimizan su impacto ambiental, desde la obtención de materias primas hasta la entrega del producto final.

Uno de los aspectos más importantes son las materias primas amigables con el ambiente entre ellas el algodón utilizado para la producción de las camisetas tipo polo y las sudaderas será orgánico, certificado y producido de manera sostenible. Además, se considerarán tejidos reciclados y fibras biodegradables en futuras líneas de productos, contribuyendo a la reducción de residuos textiles.

Otro aspecto muy importante debe ser la reducción de la huella de carbono y para la empresa implementará una política de reducción de su huella de carbono mediante la optimización de la logística y el uso de energía renovable son unos de los pilares que más debe importar para la implementación del E-Commerce. Se trabajará para minimizar las emisiones relacionadas con el transporte de productos, fomentando cadenas de suministro óptimas y el uso de proveedores cercanos para reducir la distancia de transporte. Con la eficiencia energética y de reciclaje se manejará sistemas de ahorro de energía y tecnologías para el bajo consumo. Asimismo, se establecerá un programa de reciclaje tanto para los residuos generados en el proceso de producción como para los embalajes y empaques, que serán diseñados con materiales reciclables.

3. Dimensión Económica

El modelo de sostenibilidad está diseñado para ser rentable y generar valor económico a largo plazo, tanto para la empresa como para sus empleados, proveedores y consumidores. La rentabilidad y eficiencia para el proyecto se debe tener presente en la sostenibilidad no solo tiene un impacto positivo en la imagen de marca, sino que también genera eficiencia en los procesos productivos. El uso de tecnologías eficientes y la gestión de recursos optimizada contribuyen a una disminución de costos operativos, lo que permite a la empresa ser competitiva sin comprometer la calidad del producto.

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	7 7
---	--------

Acceso a nuevos mercados es la adopción de prácticas sostenibles también es abrir la puerta a nuevos segmentos de mercado, particularmente aquellos consumidores que priorizan la sostenibilidad en sus decisiones de compra. Este enfoque también permite diferenciar a la empresa frente a sus competidores, creando una ventaja competitiva. Y la fidelización de clientes con la calidad del producto y el servicio al cliente genera una base de consumidores leales, lo que se traduce en mayores tasas de retención y menores costos de adquisición de clientes.

4. Dimensión de Gobernanza

La sostenibilidad también debe estar integrada en la estructura de gobernanza de la empresa, garantizando que las decisiones operativas, estratégicas y éticas sean coherentes con los principios de sostenibilidad.

La transparencia y responsabilidad en el proyecto se debe comprometer a llevar un registro detallado de sus impactos sociales, ambientales y económicos, y a presentar informes periódicos de sostenibilidad a sus inversores, empleados y clientes. La transparencia será clave para mantener la confianza y credibilidad en el mercado, y el cumplimiento normativo que debe asegurará que todas las operaciones de la empresa cumplan con las normativas locales e internacionales en términos de medio ambiente, derechos laborales y estándares de calidad. Esto incluye el cumplimiento de certificaciones de sostenibilidad, como el Global Organic Textile Standard (GOTS), que garantizan prácticas responsables en toda la cadena de valor.

Plan creación de empresa para	7
Eurosport dedicada a la venta y	8
distribución de prendas tipo casual	
para vestir de equipos de fútbol	
Europeos	

Se implementarán una gestión de la cadena de suministro que es un mecanismo de evaluación y auditoría a los proveedores para garantizar que se alineen con los estándares de sostenibilidad de la empresa. Esto implica una colaboración constante con los proveedores para mejorar las prácticas laborales y ambientales.

Conclusiones

Luego de todo el trabajo de investigación realizado, es importante destacar que esta idea de negocio cuenta con un gran potencial para llevarse a cabo teniendo en cuenta que no hay una oferta definida y consolidada en el mercado colombiano que se destaque por ofrecer prendas casuales de los equipos de fútbol, además de encontrar que el fútbol europeo con el paso de los años va tendiendo mayor aceptación en el país, lo que podría ser aprovechado por Eurosport para poder cubrir la demanda y necesidades de ese nicho de mercado, ofreciendo prendas exclusivas, auténticas y que puedan brindar al público que las adquiere la posibilidad de demostrar la pasión por estos equipos, Eurosport brinda a sus clientes ese valor diferencial en las prendas que adquieren para apoyar a los equipos por los cuales sienten afinidad, lo que podría generar la posibilidad de posicionar a Eurosport como una marca referente en el mercado para las prendas casuales de equipos de fútbol europeos.

Eurosport brindara la posibilidad a sus clientes de ofrecer este tipo de prendas a nivel local sin tener que ir a las paginas oficiales de cada uno de los equipos, permitiéndole a cliente tener un proceso de compra segura, disponer de su articulo en el menor tiempo posible y con alta calidad ya que al tener un stock disponible, permitiría reducir considerablemente los tiempos de entrega, temas de cambios y garantías permitiendo mejorar la experiencia de compra de cada uno de los clientes, permitiéndole a Eurosport, tener una cadena logística eficiente en tiempos y costos, lo que se traslada en la satisfacción final del cliente

Partiendo del manejo de una plataforma virtual, por medio de ella los clientes podrán tener una experiencia de compra sencilla y que sea muy intuitiva, que le permita en pocos pasos poder adquirir el articulo de su preferencia, brindándole múltiples opciones de pago confiables para mayor seguridad de cada uno de los usuarios, la autenticidad de las prendas, la asesoría personalizada, un servicio y acompañamiento, antes, antes durante y después de la compra permitiéndole al cliente manifestar sus inconformidades en caso de que ocurran y así brindarle soluciones oportunas a su requerimiento, garantizando que el cliente obtenga el producto adecuado de acuerdo a su necesidad, generando una relación solida con los clientes, lo que generara una lealtad a la marca y a la compañía.

De acuerdo a la cifras presentadas a lo largo de este documento, esta idea de negocio cuenta con oportunidad de crecimiento significativa estimado a un mediano plazo, lo que permita considerar e incluir nuevas líneas de producto, profundización en cada uno de los equipos, manejo de accesorios entre otros artículos que permita diversificar la oferta, su proyección de expansión a nivel nacional y apertura de puntos físicos en las ciudades principales se consideran pasos estratégicos en pro de fortalecer la presencia y posicionamiento en Colombia, además que se pueden generar programas de fidelización de los clientes lo que permitirá y generará una retención de clientes potenciales y reconocimiento de la marca por estos programas, generando aumento en la rentabilidad y competitividad para Eurosport en su nicho de mercado

Y por ultimo y no menos importante, Eurosport, comprometido con la sostenibilidad y cuidado del medio ambiente, puede optar por el uso de materiales amigables con el medio ambiente en la confección de cada una de las prendas como requisito para poderlas distribuir en el mercado nacional, estando así alineados con una tendencia global que cada vez toma mas fuerza en la población ayudando al medio ambiente por medio de programas de responsabilidad social. Esta estrategia no solo hará mas llamativa la marca, sino que generar estándares en el mercado con la implementación de estas, generando un impacto ambiental en cada uno de sus consumidores, lo que permitirá que Eurosport este a la vanguardia y sea una marca diferenciadora en el mercado colombiano

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos

8
1

Referencias

America retail&Malls. (09 de Septiembre de 2024). Obtenido de <https://america-retail.com/paises/colombia/competencia-feroz-en-el-mercado-deportivo-colombiano/>

Americas Market Intelligence. (09 de Septiembre de 2024). *AMI*. Obtenido de <https://americasmi.com/insights/productos-mas-vendidos-colombia/>

Camara de Comercio de Bogotá. (2024). *Guía #RM1 - Constitución de una sociedad por acciones simplificada (SAS)*. Bogotá.

Cecilia Alvarez. (26 de Mayo de 2015). *Función Pública*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=76608>

Comunicaciones, M. d. (Septiembre de 2024). *Observatorio eCommerce*. Obtenido de Observatorio eCommerce: <https://observatorioecommerce.mintic.gov.co/797/w3-propertyvalue-377739.html>

Correa, M. (2024). *Observatorio de moda 2024*. Bogotá: Junio.

Createx. (2023). *Conoce las principales tendencias del sector textil para el 2023*. Bogota.

DANE. (Septiembre de 2024). Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica>

DANE. (2024). *Encuesta Mensual de Comercio (EMC)*. Bogotá.

Electronico, C. C. (2024). *Informe del cierre del comportamiento del comercio electronico en Colombia*. Bogotá.

informesdeexpertos.com. (Diciembre de 2023). *informesdeexpertos.com*. Obtenido de <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-ropa-en-colombia>

Plan creación de empresa para
Eurosport dedicada a la venta y
distribución de prendas tipo casual
para vestir de equipos de fútbol
europeos 8
2

Juan Carlos Echeverry Garzón. (12 de Octubre de 2011). *Función pública*. Obtenido de
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

Juan David Beetar Peñuela. (16 de Mayo de 2024). *Diario AS*. Obtenido de
<https://colombia.as.com//colombianos-por-el-mundo/colombia-septimo-pais-con-mas-jugadores-en-el-exterior-n/>

Kemp, S. (23 de FEBRERO de 2024). *DATAREPORTAL*. Obtenido de
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-colombia>

Lehr, L. (Enero de 2024). *PCMI*. Obtenido de
https://paymentscmi.com/wp-content/uploads/2024/01/2024_PCMI_Radiografia-Comercio-Electronico-Colombia_ES.pdf

Maria Correa. (2024). *Observatorio de Moda 2024*. Medellín: Inexmoda.

Payments & Commerce Market Intelligence . (Enero de 2024). *PCMI*. Obtenido de
<https://paymentscmi.com/insights/datos-mercado-comercio-electronico-colombia/#:~:text=Los%20sitios%20web%20de%20comercio,%25%20en%202024%2C%20seg%C3%BAAn%20PCMI.>

Rafael García Domínguez. (28 de Junio de 2023). *Diario AS*. Obtenido de
<https://as.com/meristation/betech/laliga-ya-es-la-competicion-de--mas-seguida-del-mundo-n/>

Statista Research Department. (10 de Septiembre de 2024). *Statista*. Obtenido de
<https://es.statista.com/temas/9872/e-commerce-en-colombia/#topicOverview>

Tomás Pianeta. (17 de Septiembre de 2024). *Señal Colombia*. Obtenido de
[https://www.senalcolombia.tv/colombianos-en-champions-league-24-25#:~:text=Juan%20David%20Cabal%20\(Juventus\),Yaser%20Asprilla%20\(Girona\)](https://www.senalcolombia.tv/colombianos-en-champions-league-24-25#:~:text=Juan%20David%20Cabal%20(Juventus),Yaser%20Asprilla%20(Girona))

Plan creación de empresa para Eurosport dedicada a la venta y distribución de prendas tipo casual para vestir de equipos de fútbol europeos	8 3
---	--------

DANE. (2024). IPC <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica#:~:text=En%20marzo%20de%202024%20la,la%20anual%207%2C36%25>.

Datafeedwatch. (2023). Un análisis de la industria del comercio electrónico de moda en 2022. <https://www.datafeedwatch.es/blog/analisis-de-la-industria-del-comercio-electronico-de-moda>

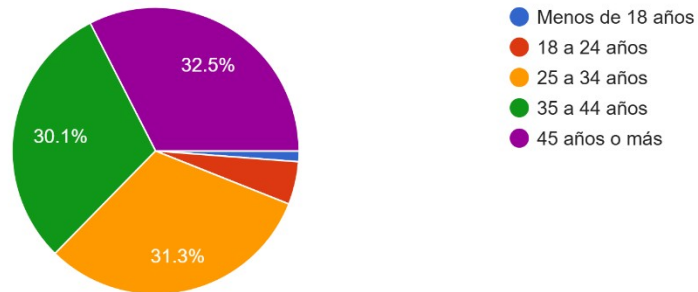
Ministerio de comercio, industria y turismo. (2024). Manual de normas de comercio exterior. Gobierno de Colombia <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=3d3d6f13-5746-40f4-bc7f-bc80a518c799>

Anexo Encuesta

Tabulación respuestas:

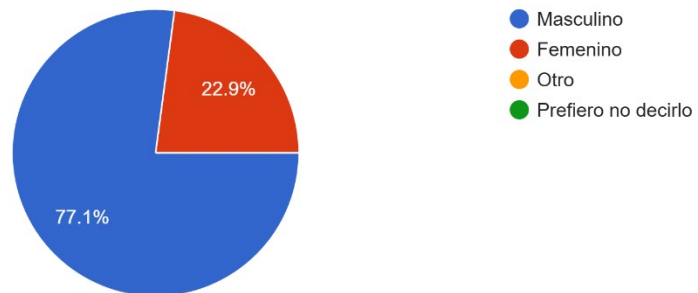
1. ¿Cuál es tu rango de edad?

83 respuestas



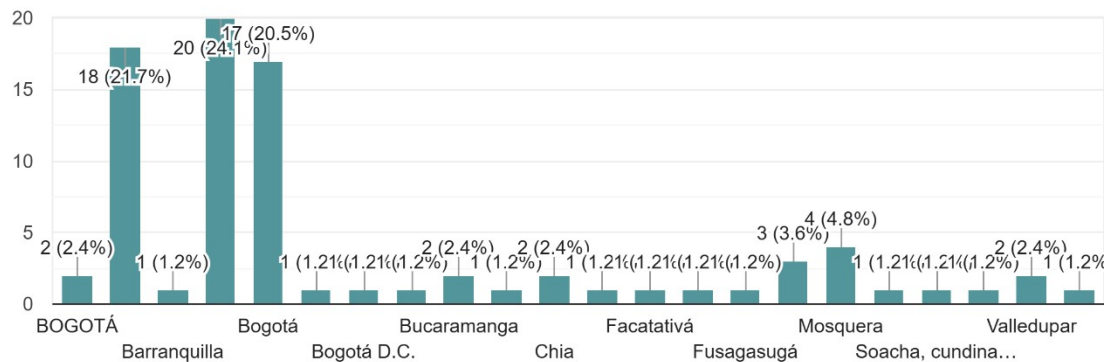
2. ¿Cuál es tu género?

83 respuestas



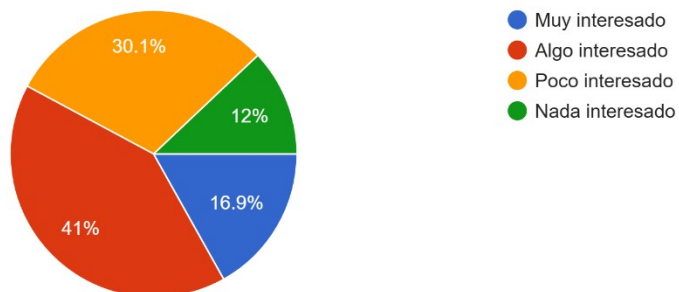
3. ¿En qué ciudad vives?

83 respuestas



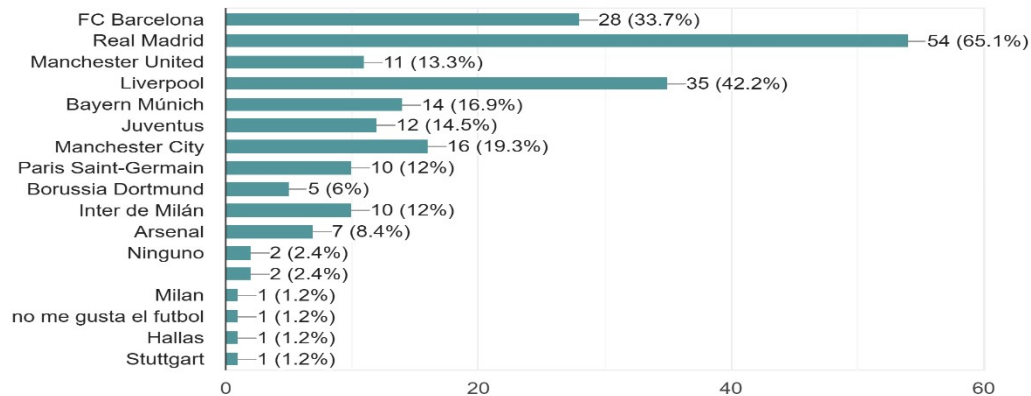
4. ¿Qué tan interesado estás en la ropa casual de equipos de fútbol europeos?

83 respuestas



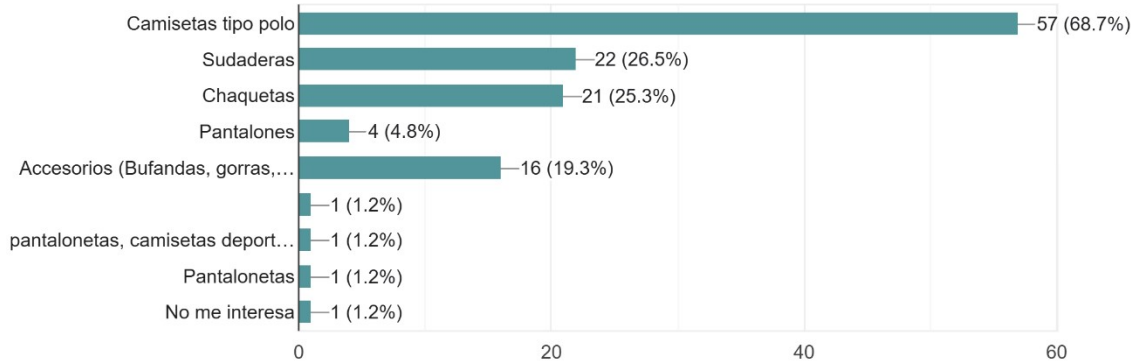
5. ¿Qué equipos de fútbol europeos sigues o te interesan más?

83 respuestas



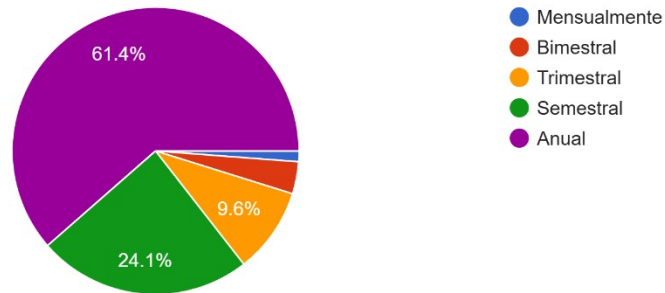
6. ¿Qué tipo de prendas te gustaría comprar en la tienda?

83 respuestas



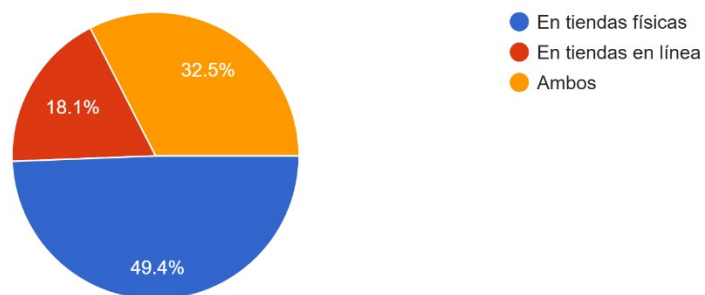
7. ¿Con qué frecuencia compras ropa casual de equipos de fútbol?

83 respuestas



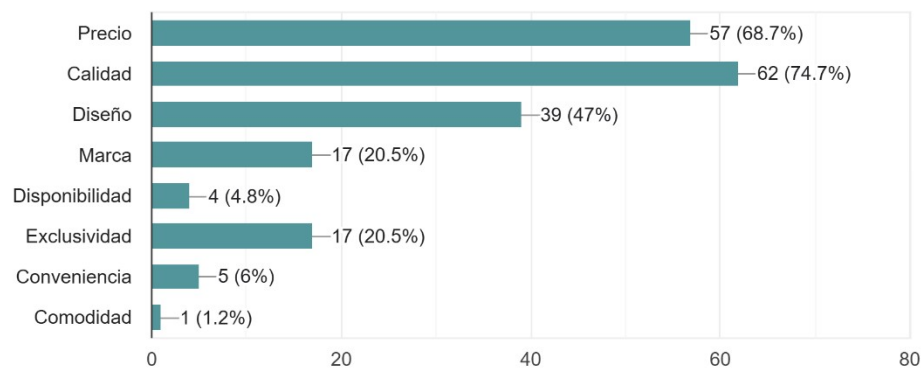
8. ¿Dónde prefieres comprar ropa deportiva?

83 respuestas



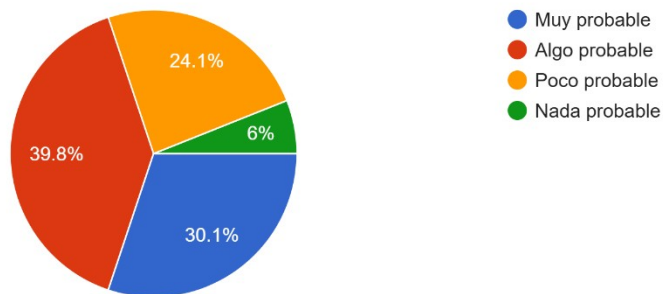
9. ¿Qué factores consideras más importantes al comprar ropa deportiva?

83 respuestas



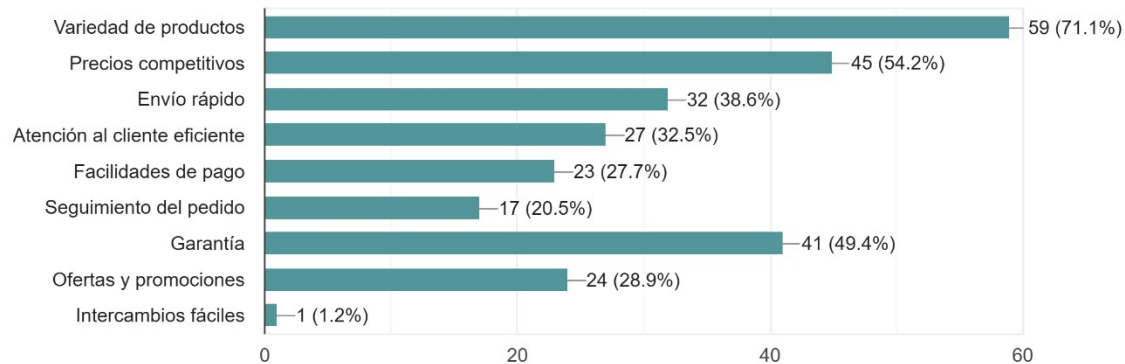
10. ¿Qué tan probable es que compres ropa deportiva de equipos de fútbol europeos a través de una tienda en línea especializada en Colombia?

83 respuestas



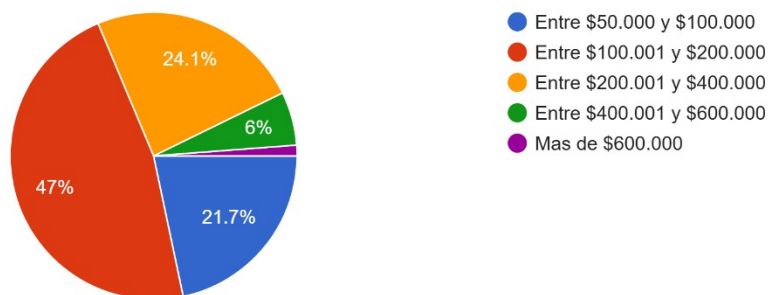
11. ¿Qué características te gustaría que tuviera una tienda en línea de ropa deportiva?

83 respuestas



12. ¿Cuál sería el valor promedio de compra?

83 respuestas



13. ¿ Te interesaría comprar productos para ti y tu familia a precios exclusivos o con descuentos especiales?

82 respuestas

