

ANEXO G. RESULTADOS DE ENCUESTAS A EXPERTOS

Nombre del experto en Marketing	Carlos Correa
Formación	Comunicador social y periodista con especialización en Marketing Digital
Experiencia	12 años en equipos de Marketing Digital
Preguntas	
¿Considera usted que la idea de empresa es viable?	
<p>Creo que es viable, tiene algo importante y es que hay sumatoria de tendencias: primero cada vez más hay más consciencia del consumo responsable, por otro lado la practicidad que da el tema que poder utilizar la ropa en más espacios, y finalmente asegurar que esté a la moda, bajo las tendencias que mencionaste. Sin embargo, hay un punto que veo negativo, y es que no logra ser lo suficientemente masivo, sino que se quedan “<i>ennichado</i>”. El gran trabajo va a estar en el precio versus el valor que le da a los consumidores que se encuentran en ese nicho, para luego amplificarlo a otros consumidores.</p>	
Una de las grandes acciones que consideramos en el plan de marketing es una campaña constante con influenciadores ¿cuál es su opinión basado en su experiencia?	
<p>La selección de los influencers va a segmentar el mensaje que van a comunicar. La sugerencia es que no busquen perfiles que haga que la gente se autoexcluya, si ven un perfil súper fit van a decir "esto no es para mí". El camino en la comunicación de estos influenciadores debe estar más asociado a convicciones relacionadas con cuidar el planeta. Mas a eso que al estilo de vida Fit. Casi que el mensaje es "Vístete para la vida y además te sirve para el Gym"</p>	
¿Cuáles son los abordajes de comunicación que considera debemos tener en cuenta?	
<p>Creo que la conexión emocional es lo más importante. Las personas compran una marca de ropa para sentirse bien, no solo para verse bien. Este es el camino: como lo vuelvo lindo y que al mismo tiempo tenga convicciones, emociones y sentimientos envueltos.</p>	
Una de las promesas de HiitSport es la flexibilidad y sostenibilidad pero sin perder de vista que deben ser prendas a la moda. Inicialmente todo sucederá en un ecosistema digital. Desde su perspectiva de marketing ¿qué opina sobre nuestra posición?	
<p>Creo que es acertado. Entendamos que se volvió estético ir al Gym, antes las personas se ponían la camiseta más vieja que tenían en el closet para ir al gimnasio, ahora para la gente es cada vez es más importante verse bien. Por eso entendiendo que inicialmente todo será digital mi sugerencia en este punto es que puedan hacer alianzas escalables, para que las personas puedan ver, sentir y probar el producto, por ejemplo: que en un Gym las personas puedan probárselo para que vean la horma. Pero la transacción se sigue mantenimiento en digital.</p>	
Uno de los grandes retos es ser competitivos en medio de una industria tan fuerte y jugadores de alto nivel, desde la fabricación. ¿Cuál considera usted que debería ser nuestra posición al abordar los precios desde marketing?	
<p>Si tu proveedor y tu cadena de valor son colombianos, lo local, lo artesano, la exclusividad, hacen que uno entienda porque cuestan. Ese debería ser la posición cuando se aborde en la comunicación, esto para mantener la atención y consideración disminuyendo la importancia del costo.</p>	

Nombre del experto Empresario	Alex del Rio
Formación	Economista con post-grado en comercio exterior
Experiencia	Director de Ventas y Exportaciones en Takebshi
Preguntas	
¿Considera usted que la idea de empresa es viable?	
<p>Si bien en papel es una viabilidad clara, es importante tener en cuenta el contexto económico del mundo, por ello es un negocio, como todos los de la actualidad que se requiere estatus y seguimiento minucioso, acciones rápidas y provecharse de oportunidades que cada vez son más volátiles, sobre todo si HiitSport desea vivir en canales digitales</p>	
Desde su perspectiva de empresario en exportación y venta de productos ¿Qué parámetros se deben tener en cuenta económicamente hablando?	
<p>Tener a la vista la eficiencia de la cadena de suministro, porque es allí, donde va a residir gran parte del valor que HiitSport quiere entregar. La moda es una industria altamente dinámica y competitiva, con tendencias que cambian muy rápidamente. Si aseguran una cadena de suministro eficiente van a poder reaccionar a tiempo, llevando ofertas atractivas en el momento adecuado.</p>	
La estabilidad financiera es clave para cualquier negocio, ¿Cuál cree usted que es la característica del negocio que se debe evaluar para asegurar esa estabilidad?	
<p>Si HiitSport no puede garantizar una estabilidad que le de largo plazo al negocio hay que reevaluar varias cosas, una de las que siempre me topo en mi experiencia son las innovaciones de productos. Ahí está en juego el administrar adecuadamente el flujo de efectivo saludable, tener inversiones seguras con retornos claros.</p>	
Desde su perspectiva como economista ¿Cuáles son los 3 puntos que debemos priorizar para asegurar el éxito de la empresa?	
<p>Primero los costos de producción, como me dijiste es una marca que tiene insumos sostenibles, asegurar integralmente estos costos, desde la materia prima, como la maquinaria hasta el transporte que lleva el producto a las manos de los cliente. Como segundo punto, no olviden las estrategias de precios, proyectar estacionalidades en el año que va a requerir ser agresivos y finalmente el marketing y la publicidad, estamos en un mundo omni-canal y deben asegurar una inversión adecuada que les traiga retornos.</p>	
¿Cuál sería su recomendación sobre el manejo financiero y presupuestal en los inicios de la empresa? Esto para asegurar que pueda ser escalable.	
<p>Cómo economista se cree que solo pensamos en ingresos, retornos. Pero hay un punto que olvidamos y es el costo de vida que tienen los clientes. Si entendemos cual es el comportamiento, cada cuanto me suelen comprar, puedo crear estrategias de comunicación y de precio exitosas, porque le voy a hablar cuando sé que hay intención compra y disponibilidad financiera.</p>	

Nombre del experto Ejecutivo y Académico	Samuel Ortiz
Formación	Administrador de empresas con posgrado en administración portuaria
Experiencia	Experiencia en la industria portuaria y naviera, profesor de pregrado y posgrado en diferentes universidades
Preguntas	
¿Cree que hay demanda suficiente de ropa deportiva sostenible en el mercado?	
Efectivamente hay una demanda en crecimiento a nivel mundial porque es considerada como una mega tendencia asociada al deporte. Las megas tendencias son actividades que vienen en crecimiento y en las cuales los mercados están apuntando esfuerzos, por otro lado, porque es un beneficio para la salud. Además el tema ambiental en la juventud está tomando un papel protagonista y especial en todo lo que tenga que ver con protección al mismo, porque la gente joven es la que está amenazada de ver perjudicado su futuro en un mundo sostenible.	
¿Qué aspectos considera más importantes al evaluar la viabilidad de un negocio de moda deportiva sostenible?	
Es volver a la pregunta anterior, es decir, evaluar las tendencias. Por lo tanto, es muy viable que un negocio de venta o fabricación de ropas sostenibles tenga un éxito en el mercado, en vista de que pueden llegar a participar en diferentes deportes que están en crecimiento, como la natación, el ciclismo, o el running. Hoy día una gran parte de la población está volcado a los deportes y eso se comprueba en el crecimiento exponencial de la demanda para ropa deportiva que están a la orden del día.	
¿Cómo cree que podría diferenciarse HiitSport en un mercado saturado de opciones?	
Con respecto a la afirmación de saturada, no lo considero porque la propuesta es ropa biodegradable o que sea friendly o amigable con él con el medio ambiente. No he visto ninguna prenda que se esté promocionando bajo ese contexto. Hoy día se utiliza mucho el Poliéster principalmente en telas, los cuales soy polímeros que no son biodegradables. Y existen bajas opciones en fibras o algodones que puedan ser eventualmente reutilizados en la fabricación de otros productos.	
¿Qué tipo de alianzas estratégicas cree que serían beneficiosas para el desarrollo de HiitSport?	
La calibración de un precio de venta tiene que estar dado por los costos de fabricación. Sin lugar a dudas es como la comida vegana o la comida natural, que no tiene químicos por tanto cuesta un poco más, pero la las personas están dispuestas a pagar lo mismo o un poco más para proteger el medio ambiente. Por eso considero fundamental que se debe partir desde la concientización para que la persona sepa que va a pagar un poco más por el hecho de que sea biodegradable, o simplemente plantear un negocio redondo en donde se vende la prenda y ustedes también la compran, es decir que si el cliente trae la prenda HiitSport la compra se logra llegar a la reutilización de un producto degradable.	
¿Qué consejos daría para establecer precios competitivos sin comprometer los estándares de sostenibilidad?	
Partamos del hecho que las personas no van al gimnasio a comprar ropa y el mercado ha demostrado que las marcas emergentes pueden ser negocios interesantes, llegando a abarcar mercado mundial. La distribución y la logística en ese momento están muy bien desarrolladas para poder despachar desde cualquier lugar del mundo hacia cualquier lugar del mundo a precio. Personalmente no haría ninguna alianza con alguna empresa, sino que haría más bien publicidad con influencers para que utilicen la ropa	

Nombre del experto en sostenibilidad ambiental	Luz Andrea Robayo
Formación	Ingeniera Ambiental con posgrado en seguridad integral, higiene y gestión ambiental
Experiencia	15 años desarrollando roles asociados a sostenibilidad, gestión ambiental y desarrollo sostenible
Preguntas	
¿Cómo evalúa la huella ambiental de los materiales que son utilizados con los que la ropa deportiva es fabricada actualmente?	
Hoy día existen diferentes huellas de impacto ambiental y en términos generales considero que la huella ambiental tendrá a disminuir su porcentaje con este tipo de iniciativas debido a que estaremos consumiendo menos materias primas vigentes e implementando en los procesos los materiales reutilizables.	
¿Qué certificaciones o estándares ambientales y sociales debería cumplir el producto a lanzar para ser considerado verdaderamente sostenible?	
Para este tipo de iniciativas más que establecer e implementar una ISO 14000 considero que pueden utilizar la certificación Sello Ambiental Colombiano SAC impulsada por el gobierno nacional para consolidar la producción de bienes ambientalmente sostenibles, por otro lado, también pueden buscar la certificación de Empresas B, la cual impulsa a que las empresas puedan actuar con transparencia y medir de frente a los impactos sociales y ambientales de las mismas.	
¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan las empresas que intentan adoptar prácticas sostenibles en la industria de la moda?	
Principalmente considero que el hecho de que se compren insumos reutilizados hace más costoso el proceso de producción en vista de los debidos tratamientos que se le deben aplicar a los insumos. Por otro lado, la mano de obra tendrá a ser más costosa que países del continente asiático, generando un desafío interesante en temas de costos al momento de producir su portafolio. Estos sobrecostos finalmente deben ser trasladados al cliente final y muchas veces ese consumidor no querrá pagar por productos tan caros por tanto deberán tener una estrategia de marketing bastante organizada para transmitir bien el mensaje.	
¿Cómo cree que HiitSport puede maximizar el impacto positivo en términos de sostenibilidad, más allá de la elección de materiales?	
Personalmente les recomiendo dos acciones importantes: 1ero. Realizar alianzas con asociaciones de recicladores para obtener materiales reutilizables, logrando implementar una cadena de suministro que genere involucramiento y responsabilidad social. 2do. Garantizar que el costo para la adquisición de los productos sean accesibles a todo el público. Si bien muchas veces se asocia que este tipo de materiales están únicamente en centros comerciales de personas con recursos socio-económicos altos, es importante democratizar para poder llegar a todo el mercado que tienen definido.	
¿Cuál sería su consejo principal para garantizar que HiitSport sea auténtico y creíble en el mercado?	
Conozco varios emprendimientos de este tipo y considero que deben hacer dos cosas: Primero, dejar visualizar y dar a conocer al consumidor final el proceso productivo con el objetivo de que sea creíble. A veces miramos marcas que dicen por ejemplo hacer sus productos de botellas recicladas pero quien sabe si eso realmente es verdad. Y segundo, recomiendo la generación de alianzas con organizaciones tales como: ONG, fundaciones de recicladores, la ANDI, la Alcaldía de Bogotá, entre otros. Esto con el fin de buscar ayudas en temas presupuestales y sobre todo de promoción.	