

**Plan de negocio para comercialización y exportación de prendas deportivas con destino al
país de Ecuador (2021-2024) Zonesport**

Danyver Cardona Restrepo

89003

Tutor:

Vladimir Murillo Ortega

Universidad ECCI

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Comercio Exterior

Medellín, 2022

Contenido

Plan de negocio para comercialización y exportación de prendas deportivas con destino al país de Ecuador (2021-2024) Zonesport		1
Lista de tablas		6
Lista de ilustraciones.....		8
Lista de figuras.....		9
Introducción.....		10
1.	Justificación y antecedentes del proyecto	12
2.	Generalidades.....	15
3.	Objetivos	16
3.1.	General	16
3.2.	Específicos	16
4.	Referentes conceptuales.....	17
4.1.	Plan de negocios.....	17
4.2.	Plan exportador	17
4.3.	Innovación.....	18
4.4.	Marketing en un plan exportador	18
4.5.	Ropa deportiva	19
5.	Identificación del producto	20

	3
5.1. Marca.....	20
5.1.1. Nombre.	20
5.1.2. Slogan.	20
5.1.3. Logo.	20
5.2. Productos.....	21
6. Datos Generales	23
7. Sector económico.....	26
8. Oportunidades del mercado y clientes.	28
9. Perfil del cliente	30
10. Necesidades del cliente.....	31
11. Tendencia del crecimiento del mercado	34
11.1. Sector económico	34
11.2. Tendencia del mercado.....	35
11.3. Análisis del sector	36
11.4. Mercado potencial.....	36
11.5. Análisis del mercado	37
11.6 Análisis de la competencia.....	38
11.7. Análisis de productos sustitutos	40
11.8. Análisis de precios de venta de mi producto y de la competencia.....	40
11.9. Segmento al cual está dirigida la competencia.....	40

11.10. Posición de mi producto frente a la competencia.....	41
12. Solución y avance logrado a la fecha para la puesta en marcha del proyecto	42
13. Componente innovador o factor diferencial	44
14. Validación de la aceptación del negocio en el mercado	45
15. Aspecto comercial.....	58
16. Aspecto legal.....	64
17. Ficha técnica	65
18. Desarrollo solución de proyecto fondo emprender	68
19. Obtención de ingresos.....	70
20. Condiciones comerciales	71
21. Proyección de producción y ventas.....	72
22. Ventas al año 2022.....	72
23. Producción y ventas proyectadas	73
24. Normatividad	74
24.1. Pasos para registrarse en la Cámara de Comercio de Bogotá:	74
24.2 Normas Tributarias Normas Técnicas.....	74
24.3 Normativa laboral.....	78
24.4 Normatividad ambiental.....	78
24.5 Registro de marca.....	78
25. Condiciones técnicas de funcionamiento.....	79

26. Necesidades de infraestructura adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles	79
27.1. Localización operaciones	80
27.1.1. Condiciones técnicas de la infraestructura.....	80
28. Actividades	83
29. Capacidad productiva.....	85
30. Equipo de trabajo	86
31. Emprendedor.....	87
32. Cargos	89
33. Estrategia	92
34. Periodo de arranque	97
35. Periodo improductivo.....	97
36. Proyección de costos.....	98
37. Proyección de gastos.....	100
38. Inversiones	100
39. Capital de trabajo	101
40. Resumen fuentes de financiación.....	101
41. Riesgo	103
42. Resumen ejecutivo Nombre del(los) emprendedor(es) Perfil del Emprendedor	105
Bibliografía	106

Lista de tablas

Tabla 1 Antecedentes del proyecto	13
Tabla 2 Productos	21
Tabla 3 Perfil del cliente	30
Tabla 4 Análisis de la competencia	38
Tabla 5 Fortalezas y debilidades	43
Tabla 6 Componente innovador	44
Tabla 7 Comercialización para la aceptación del negocio en el mercado	56
Tabla 8 Ficha técnica chaqueta	65
Tabla 9 Ficha técnica sudaderas	65
Tabla 10 Ficha técnica Camisetas	66
Tabla 11 Ficha técnica licra	67
Tabla 12 Modelo Canvas como desarrollo de la solución del Fondo Emprender	68
Tabla 13 Condiciones comerciales	71
Tabla 14 Proyecciones de producción y ventas	72
Tabla 15 Producción y ventas proyectadas	73
Tabla 16 Aspectos tributarios	74
Tabla 17 Presupuesto de maquinaria	80
Tabla 18 Condiciones técnicas de la infraestructura	80
Tabla 19 Actividades	83
Tabla 20 Capacidad productiva	85
Tabla 21 Cargos	89

Tabla 22 Estrategia	92
Tabla 23 Proyección de costos en pesos colombianos.....	98
Tabla 24 Proyección de costos en Dólares	99
Tabla 25 Matriz de riesgo	103
Tabla 26 Resumen ejecutivo.....	105

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Logotipo de la empresa.....	20
Ilustración 2 Localización de Barrios Unidos.....	23
Ilustración 3 Pregunta 1	45
Ilustración 4 Pregunta 2	46
Ilustración 5 Pregunta 3	47
Ilustración 6 Pregunta 4	47
Ilustración 7 pregunta 5	48
Ilustración 8 Pregunta 6	49
Ilustración 9 Pregunta 7	49
Ilustración 10 pregunta 8	50
Ilustración 11 Pregunta 9	51
Ilustración 12 Pregunta 10	51
Ilustración 13 Pregunta 11	52
Ilustración 14 Pregunta 12	53
Ilustración 15 Pregunta 13	53
Ilustración 16 Pregunta 14	54
Ilustración 17 Pregunta 15	55

Lista de figuras

Figura 1 Ciudad donde se encuentra en Ecuador _____	59
Figura 2 Genero _____	59
Figura 3 Realiza alguna actividad física _____	60
Figura 4 Que tipo de deporte realiza _____	60
Figura 5 ¿Compra usted ropa deportiva? _____	61
Figura 6 Con frecuencia compra ropa deportiva _____	62
Figura 7 Cuanto estarías dispuesto a pagar? _____	62
Figura 8 ¿Cuál es el medio en el cual le gustaría ver la publicidad de ropa deportiva? _____	63
Figura 9 ¿Por qué medio haría usted la compra de una prenda deportiva? _____	63

Introducción

Durante lo largo de la vida ha sido cotidiano ver como las personas buscan verse bien a la hora de vestir, sin embargo, en los últimos años con las nuevas generaciones se ha reflejado que muchos jóvenes y adultos en sus prendas de vestir lo que principalmente buscan es sentirse cómodos y modernos que a su vez han adaptado este nuevo modelo de prendas deportivas en su vestir diario, acompañando esto el incremento de la población a realizar como mínimo una hora al día de actividad física para beneficio de su salud, por lo tanto, con base en lo expuesto, el incremento del comercio textil deportivo ha aumentado significativamente durante los últimos 5 años, permitiendo posicionar a muchas marcas deportivas en el mercado por las nuevas tendencias del consumidor.

Por lo anterior, la situación actual permite que se vea posible el generar una nueva idea de negocio y una marca más que entra a competir en el mercado, siendo ZONESPORT una microempresa ubicada en la ciudad de Bogotá, Colombia, que brinda al cliente una variedad de prendas modernas, presentando ciertas prendas en función 2 en 1, es decir, pasar la prenda a una tula, teniendo la posibilidad de guardar los artículos personales con el fin de proporcionar al cliente comodidad y libertad; propuesta central que por medio de estudios de mercado y conociendo las tendencias de los consumidores, se determinó el enfoque central de vender al cliente no solo la comodidad, sino, además, prendas deportivas con estilo y personalidad, ofreciendo al cliente lucir bien tanto por dentro como por fuera.

El presente proyecto se desarrolla a partir de cuatro puntos que consolida el plan de negocio, los cuales son: la descripción de la empresa, en el cual se da a conocer los productos, el mercado, competencias y el equipo humano de la organización; en segunda instancia, se compone por la definición de la empresa, en el cual se realizó un estudio de mercado para

determinar el grupo objetivo, la propuesta de valor y promotores; en tercer lugar, el análisis del mercado, plan estratégico, estructura organizacional y plan de marketing, que conlleva por último a segmentar correctamente en clientes, establecer canales y el plan financiero para concluir así, si la nueva marca es rentable y poder asegurar su funcionamiento en una proyección futura.

1. Justificación y antecedentes del proyecto

El Plan de negocio para comercialización y exportación de prendas deportivas con destino al país de Ecuador (2021-2024) Zonesport expondrá una idea de negocio, la cual es crear una empresa comercializadora que busca satisfacer una necesidad actual del público objetivo, investigando las diferentes tendencias de consumo que se han venido presentando desde el inicio de la pandemia 2020, por lo cual se escogió el sector de ropa deportiva ya que la actividad física aumentó desde el confinamiento, por lo anterior, se busca mejorar y brindar a las personas una adecuada indumentaria para la actividad física que deseen realizar, debido a que la variedad en diseño es alta pero no lo es en cuanto a su funcionalidad.

Con base en lo expuesto, se espera lograr un impacto positivo en los consumidores con la nueva marca a la hora de adquirir ropa deportiva de manera cómoda, innovadora y confiable, y de esta manera, establecer las herramientas para un posicionamiento en el mercado no solo en el territorio nacional sino también, en una perspectiva internacional para exportar las prendas deportivas en el vecino país ecuatoriano.

Por último, este proyecto se considera importante, puesto que la investigación aporta información valiosa para las personas que deseen posicionar un producto o servicio en el mercado de manera competitiva e innovadora, además, es realmente significativo el proyecto por el alto aporte en conocimientos con relación a la carrera estudiada, con un enfoque en la creación de empresa, exportación de productos y nuevos emprendimientos en el territorio.

A continuación, se presenta el estado del arte de la siguiente investigación, que fue consultada para revisar similitudes y obtener más información del proyecto que permita la comprensión y análisis del presente material investigativo.

Tabla 1 *Antecedentes del proyecto*

Nombre	Plan De Exportación De Ropa Deportiva Hacia Estados Unidos
Autor o autores	Erick Jerammy Alba Garzón
Año de publicación	2020
Tipo de documento (artículo científico de revista, ensayo de revista, tesis de pregrado, maestría, etc.)	Tesis de Especialización
Descripción o resumen	<p>Determinar la viabilidad de un plan de exportación de ropa deportiva hacia Estados Unidos, por lo que es importante saber que normas técnicas me puedo encontrar para entrar dicho producto a Estados Unidos y las regulaciones comerciales que existen en dicho país, donde se desarrolló una búsqueda de información para conocer este tipo de normas, a través de herramientas tales como base de datos, artículos que hablen sobre el tema, y además se realizó una entrevista a un experto en el tema para poder comprender diferentes aspectos del tema principal, también se analizó las distintas normativas comerciales que controlan el mercado en Estados Unidos, las normas comerciales más importantes para tener en cuenta para desarrollar este proyecto, por último, se realizó una proyección para determinar la viabilidad financiera de este plan de exportación, teniendo en cuenta los diferentes precios que existen en el mercado actual, a su vez, también se realizó distintas cotizaciones para determinar los costos de envío y venta de la ropa deportiva, para finalizar el trabajo, se concluye que el proyecto es viable teniendo en cuenta las precios actuales del mercado de ropa deportiva y además, se</p>

	logra cumplir con los tres objetivos establecidos en este trabajo
Diferencias y similitudes con su proyecto	<p>Con base en el proyecto investigado una de las similitudes encontradas es que ambos proyectos buscan comercializar en el exterior con respecto al sector textil, permitiendo esto, adquirir como base los parámetros legales que se requieren para los diferentes vistos buenos exigidos ante las entidades competentes; así mismo, posibilita obtener como espejo las normas esenciales para la distribución, como etiquetado, embalaje, fletes, costos, entre otros.</p> <p>Por otro lado, una de las diferencias es que el proyecto investigado se centra en adquirir los conocimientos necesarios para exportar sus prendas deportivas, mientras que, el presente proyecto se enfoca en determinar las herramientas necesarias para situar y posicionar la nueva marca en el mercado tanto nacional como internacional; además, el actual plan de negocio expuesto comercializa prendas deportivas innovadoras, ofreciendo al cliente artículos función 2 en 1, caso contrario del material investigado ya que comercializa prendas sin una alta propuesta de valor como en la mayoría de competencias.</p>
Enlace o lugar donde fue publicado	<p>https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/8075/1/7078262020IINIIE.pdf</p> <p><u>AÑO: 2022</u></p>

Autoría del investigador.

2. Generalidades

El siguiente documento contiene la información de una propuesta de plan exportador el cual, trata del proceso de exportación de ropa deportiva hacia el país de Ecuador; de acuerdo con lo anterior se hace un análisis del sector, con el fin de establecer si es viable o no la exportación hacia este país, lo anterior debido a que se debe conocer la demanda potencial y de la misma manera se aplica un instrumento que permite saber las tendencias e intereses de segmento potencial identificado en el país donde se pretende importar, del mismo modo se relacionan los costos en el proceso de exportación y cuál es la delimitación del objeto de investigación; adicional a lo anterior se determinan cuáles son los productos a exportar.

3. Objetivos

3.1. General

Desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la comercialización y exportación a Ecuador de ropa deportiva desde la ciudad de Bogotá.

3.2. Específicos

Realizar estudios de mercado para determinar la oferta y la demanda de cada producto.

Diseñar el plan de negocio de los productos a ofrecer de la forma más competitiva posible.

Establecer el desarrollo organizacional de la empresa junto con las diversas normativas del marco legal vigente para la creación de empresa.

Desarrollar estudios financieros para la creación de empresas para garantizar la rentabilidad y la sostenibilidad financiera.

4. Referentes conceptuales

4.1. Plan de negocios

El plan de negocio es un documento en el que se plantea un nuevo proyecto comercial centrado en un bien, en un servicio, o en el conjunto de una empresa. Del mismo modo, en el plan de negocio se estudia el entorno de la empresa, analizando y evaluando los posibles resultados si se logran los objetivos marcados en el proyecto. Para ello, es importante que el plan de negocio contenga en sus páginas las diversas variables que conforman sus objetivos y los recursos que serán necesarios dedicar a los mismos para iniciar su funcionamiento y para conseguir alcanzar esos objetivos. Por lo tanto, este documento se redacta antes de la realización de una inversión o al comienzo de un negocio. Recoge los sucesivos pasos o etapas necesarios para su desarrollo y consecución de las metas definidas. En ese sentido, es habitual que los emprendedores elaboren uno de cara a plantear su línea a seguir en el futuro (Sánchez, 2022).

4.2. Plan exportador

Un plan de exportación es el documento escrito que presenta el programa maestro de las actividades que debe realizar una empresa para exportar un determinado producto. No se diferencia en muchos aspectos a otros planes de ventas, pero debe considerar las variables y los requisitos de exportación e importación que sí van a cambiar de un mercado a otro tales como: la cultura, situación política, infraestructura, geografía, gustos y preferencias del consumidor entre otros. Los factores antes mencionados son incontrolables para la empresa exportadora, pero también hay otros que sí pueden ser controlados, estas

variables son las que componen la mezcla de mercadotecnia: distribución, precio, promoción y producto (Lazo, 2002).

4.3. Innovación

Se puede decir que la innovación es la creación de algún: producto, bien, servicio u proceso, que se caracteriza por ser algo nuevo, perfeccionado, que sale de lo convencional, no repetido o común. El innovador se debe encontrar en un estado mental creativo y productivo para poder desarrollar lo que tiene en mente. La innovación es un proceso que no se queda detenido en una idea creativa, sino que va más allá; es la construcción y el desarrollo de la misma; vale aclarar que para poder que se del concepto de innovación este producto o servicio debe de tener una demanda o satisfacer alguna necesidad o en su defecto crear una (Visa, 2013).

4.4. Marketing en un plan exportador

Todo plan de marketing de exportación exitoso comienza con una exhaustiva investigación de mercado. Como se indica aquí, su primer proyecto de investigación de mercado suele ser el más difícil porque es un terreno desconocido. Pero una vez que haya recopilado los datos que necesita para predecir cómo se venderá un tipo específico de producto en una ubicación geográfica específica, puede usar la información una y otra vez como una guía para las exportaciones de productos similares; a medida que crea su base de datos de información personal en los mercados mundiales y aprende a mantenerse al día sobre los desarrollos en el comercio internacional, será menos complicado determinar a dónde llevar su producto, descubriendo que la investigación de mercado, es una poderosa herramienta para explorar y tomar el control de su territorio global (González N. , 2020).

4.5. Ropa deportiva

Cuando se piensa en mantenerse en forma, inmediatamente se viene a la cabeza comprar ropa deportiva cómoda. Al hablar de ella se refiere a las prendas diseñadas para uso específico en actividades deportivas. La comodidad que proporciona la ropa es la razón por la que los atletas ya sean profesionales o no, seleccionan esta ropa. Toman en cuenta este criterio de selección porque su rendimiento es mucho mejor debido a la comodidad que ésta proporciona. La ropa deportiva de calidad además de ser cómoda, debe ser muy eficaz en la regulación de la temperatura del cuerpo y en la transferencia de la humedad, que dependerá del material con el que se confeccionan las prendas deportivas. Actualmente están de vanguardia los tejidos inteligentes, ligeros, resistentes, impermeables y suaves. Estas estructuras son diseñadas y desarrolladas para mejorar los beneficios de los deportes reduciendo al máximo sus inconvenientes (González, 2020).

5. Identificación del producto

Centrada en la multitud, la marca principalmente comercializa y brinda comodidad y libertad a los clientes a través de todos los deportes, sin embargo, la característica distintiva de 2ONESPORT es brindar a las personas salud, frescura a través de chaquetas impermeables, 2 en 1, función de chaqueta y Tula función y seguridad, y les ofrece la posibilidad de guardar sus pertenencias personales, además, cuenta con una variedad de estilos modernos adecuados para cada consumidor.

5.1. Marca

5.1.1. Nombre.

2OneSport

5.1.2. Slogan.

“Es tiempo de mejorar”

5.1.3. Logo.



Ilustración 1 Logotipo de la empresa

Nota: Autoría del investigador

5.2. Productos

Tabla 2 *Productos*

Producto 1	Descripción	Imagen
Chaqueta doble función.	<p>Chaqueta para uso deportivo la cual cumple con la función no solo de ser chaqueta y abrigar sino de convertirse en una maleta para la comodidad de quien la usa. Chaqueta 3 en 1 chaqueta doble con alta calidad sustancias para trekking, excursiones, Outdoor Camping con material de calidad – resistente al agua, resistente al viento, transpirable Capucha extraíble, extraíble Chaqueta interior de forro polar</p> <p>Chaqueta para lluvia/Outdoor función chaqueta adecuado para patineta, tiro, pesca, ciclismo, escalada, equitación, caza, senderismo, vivaquear, montañismo, viajes, excursión, viaje, etc.</p> <p>Color: Azul, Negro, rojo, blanco</p> <p>Unisex</p> <p>Talla (US): XXS, XS, S, M, L, XL, XXL</p>	
Producto 2	Descripción	Imagen
Sudaderas en algodón para hombres y mujeres	<p>Sudadera de algodón orgánico unisex. Los productos de esta colección hablan de nuestro ADN y se convierten en el manifiesto y expresan el carácter deportivo que nos caracteriza. La colección se ha realizado con colores neutros y cálidos que se adaptan a todos. En algodón orgánico.</p> <p>Talla (US): XXS, XS, S, M, L, XL, XXL</p>	
Producto 3	Descripción	Imagen

Camisetas drifit	<p>La tecnología Nike DriFIT consiste en una innovadora tela de poliéster diseñada para mantener la transpirabilidad y ofrecerte así una mayor comodidad para entrenar más y mejor. Camiseta al estilo drifit donde ayudara a la persona que hace ejercicio a transpirar menos y tenga una buena ventilación a la hora de hacer ejercicio.</p> <p>Sexo: Hombre</p> <p>Colores: Azul, Blanco, Negro, Rojo, Verde</p> <p>Talla (US): XXS, XS, S, M, L, XL, XXL</p>	
Producto 4	Descripción	Imagen
Licras	<p>La lycra pantalón deportiva está fabricada en material lycrado de alta calidad que hace compresión para ajustarte a tu cuerpo y hacerte tener una mejor postura corporal, diseñada para que te sientas cómodo sirve para usarlo mientras haces tú deporte favorito, ayuda a que tu cuerpo elimine el exceso de calor producido por el movimiento y te protege de tener una incidencia directa de rayos ultravioleta, protege tu salud realizando deporte, evitando la incidencia de rayos ultra violeta directos en la piel y vístete cómodo. Licras para hombre y para mujer las cuales cumplen con la función de mantener más cómodo a quien las usas, además de ser livianas y poder estirarse varias veces.</p> <p>Color: Negro</p> <p>Talla (US): XXS, XS, S, M, L, XL, XXL</p>	

6. Datos Generales

Crear una empresa para la comercialización y exportación de una nueva marca deportiva ZONESPORT situada en la Ciudad de Bogotá D.C Colombia, brindando al cliente gran variedad de productos, estilos innovadores y modernos que permita fácil acceso a los clientes a la hora de encontrar prendas deportivas.

Zonesport, a nivel nacional desarrollará el proyecto en la ciudad de Bogotá que ofrece grandes oportunidades de mercado gracias a sus características a nivel económico.

Esta localidad es Barrios Unidos que se ubica en el noroccidente de la ciudad y limita, al occidente, con la Avenida carrera 68, que la separa de la localidad de Engativá; al sur, con la calle 63, que la separa de la localidad de Barrios Unidos; al norte con la calle 100, que la separa de la localidad Suba y, al oriente, con la Avenida Caracas, que la separa de la localidad de Chapinero. Barrios Unidos tiene una extensión total de 1.189,52 hectáreas (Planeación).

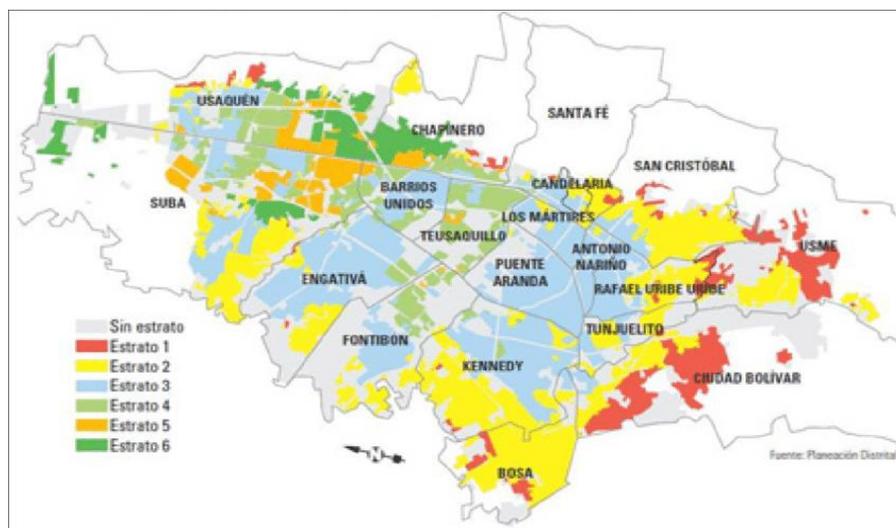


Ilustración 2 Localización de Barrios Unidos

Fuente: (Alcaldía de Bogotá, 2022).

Ecuador es hoy el tercer socio comercial de Colombia después de Estados Unidos y Venezuela, y un socio comercial estratégico de Bogotá. En 2013, fue el segundo país de destino de las exportaciones de Colombia superando en participación a Venezuela y convirtiéndose en un importante comprador de las exportaciones capitalinas de productos como medicamentos, telas, químicos y manufacturas (Dian, 2019).

Ecuador es la séptima economía más grande de América Latina, con un PIB de \$ 80,9 mil millones en 2012 y una población de 15,4 millones. La economía depende en gran medida de sus recursos petroleros, que en los últimos años han representado más de la mitad de sus exportaciones y alrededor de dos tercios de los ingresos del sector público. Por su parte, con un PIB de \$366 mil millones, Colombia es la cuarta economía más grande de la región. Al igual que Ecuador, depende en gran medida de las ventas de petróleo al extranjero, lo que convierte a Colombia en el tercer mayor exportador de petróleo de América Latina y la mayor fuente de carbón del país. Ecuador es un socio comercial altamente correlacionado de Colombia y Bogotá, principalmente porque es un importante comprador de derivados de industrias de alta tecnología, ya que es una fuente de demanda muy importante para la industria colombiana (Cepal, 2021).

A partir de 2013, el país importó alrededor de \$ 240 millones de dólares de la industria, con Colombia vendiendo \$ 140 millones de dólares, lo que convierte Bogotá en el segundo exportador más grande del país. (Procolombia , 2019).

Esta nueva regulación podría tener un impacto particularmente negativo en las ventas de Bogotá a los países vecinos, ya que como se mencionó anteriormente, los cosméticos y textiles afectados por la medida son los principales rubros de exportación de Bogotá a Ecuador, representando el 49% de las exportaciones totales. vendido a los países vecinos. Actualmente, las autoridades colombianas están negociando estas condiciones con las autoridades ecuatorianas, y

se espera que las medidas no tengan un impacto importante en el comercio a largo plazo entre los dos países (CBB, 2019).

Además, el impacto de la dolarización en la economía de Ecuador ha resultado en una falta de dominio de la política monetaria, mientras que una fuerte política comercial apunta a fortalecer la balanza de pagos del país. Por ello, se están realizando varios ajustes para reducir las compras externas a las economías mencionadas, siendo las recientes medidas un buen ejemplo.

La línea deportiva es exclusiva para ser exportada al país de Ecuador por el hecho de ser el principal importador de Colombia en ropa deportiva, y por el crecimiento de exportaciones y manufacturas de productos deportivos en el territorio nacional; contribuyendo esto que la marca pueda entrar a un mercado, e ir elaborando estudios y estrategias para así crecer y ganar clientes.

7. Sector económico

La industria colombiana de textiles y prendas de vestir crea aproximadamente 130.000 empleos directos y 750.000 indirectos, lo que representa aproximadamente el 21 por ciento de la fuerza laboral generada por la manufactura. Hay alrededor de 450 fabricantes de textiles y 10.000 fabricantes de ropa, la mayoría de los cuales son pequeñas fábricas, ya que el 50% de las fábricas tienen de 20 a 60 máquinas de coser. Las principales ciudades donde se ubican son Bogotá, Bogotá (líder en producción), Cali, Pereira, Manizales, Barranquilla, Ibagué y Bucaramanga. El sector representa el 8% del PIB manufacturero y el 3% del PIB nacional. También representa más del 5% de las exportaciones totales del país y es el sector exportador no tradicional más importante (Invest Colombia, 2022).

La industria textil y de confección colombiana procesa unas 200.000 toneladas de fibra, en comparación con los 56 millones de toneladas a nivel mundial. A partir de esta realidad, además, el potencial de crecimiento de la industria depende de su capacidad para posicionarse en el segmento de mercado especializado. Para conquistar esos nichos de mercado donde la diferenciación más que el precio es el factor fundamental, la industria debe aprender a agregar mucho valor a la producción y enfocarse en el conocimiento que tiene actualmente la industria de la moda, factor que ha colocado con Perú, Ecuador, Colombia tiene una ventaja significativa sobre otros países como México e incluso Brasil. Actualmente, Colombia representa el 0,31% y el 0,17% de las exportaciones mundiales de textiles y prendas de vestir, respectivamente (Gobierno Nacional, 2018).

Esto lo convierte en el 0,25% del mercado mundial de la moda. Se ha convertido en uno de los principales centros de moda de América Latina, caracterizado por la innovación, el diseño, la variedad de ofertas y la calidad de creación. Ferias como Columbiatex y Columbia moda, que

reúnen a las firmas textiles más prestigiosas del mundo, han tenido una gran acogida, un claro ejemplo, ya que es un país conocido por entender la moda, lo que ha sido valorado por los conocedores de la moda en el pasado. El tema de la Feria de Milán. ¿Por qué Colombia es atractiva para desarrollar proyectos productivos en la industria textil y de confecciones? Acceso al mercado 2. Monopolio del mercado interno 3. Trayectoria de desarrollo de la industria 4. Competencia de recursos humanos 5. Incentivos legales (González, 2022).

Noticias de la Industria Textil El diario colombiano dijo en una edición de vestuario publicada el 17 de mayo de este año: "Según datos del DANE sobre el crecimiento de la producción industrial, el acumulado alcanzó 5% en enero y 12 meses a 2011, pasando de 4,2% de aumento en ventas Visto así, el sector textil creció un 8,1% y el sector de la confección un 18,4%, lo que es un buen augurio para 2011". Perspectivas de la industria textil y de la confección de 2010 a 2032. Para lograr este posicionamiento y participar en nuevos mercados, la industria textil y de confecciones debe desarrollar habilidades que le permitan superar los factores que amenazan a la industria (Morales, 2021).

Desarrollar habilidades para comercializar productos y servicios de valor agregado (no solo procesos, sino gamas completas), mediante el desarrollo y mantenimiento de personas que puedan identificar tendencias de mercado, desarrollar gamas, crear y posicionar marcas. Las innovaciones de proceso y producto se generan allí donde es factible su implementación en materia comercial y productiva. Brindar oportunidades de entrega a habilidades reconocidas internacionalmente al tener personal capacitado que administre el equipo de una manera.

8. Oportunidades del mercado y clientes.

Asimismo, señala que la aprobación de la ley por parte del Congreso de la República y las posteriores sanciones el 31 de diciembre de 2019 son una buena noticia para el país, pues contiene una serie de medidas para mejorar la competitividad de la industria, al hacer Es más sostenible, más formal y más premium. Esto se traduce en una gran oportunidad cuando se trata de esfuerzos de divulgación internacional para atraer clientes (Frohmann *et al*, 2020).

Otro punto a destacar con respecto a las oportunidades que ofrece Colombia es que la ley apoyará la estrategia de seguir incentivando la llegada de nuevos productos a Colombia, ya que reduce la devolución del IVA para Colombia aumentaron de 19% a 5% hasta el 31 de diciembre de 2022 (Adenauer, 2022).

La empresa cuenta con una amplia posibilidad en el mercado con respecto a los productos ya que debido a la pandemia Covid19 muchas personas se interesaron por la salud y el bienestar, conllevando al crecimiento de la población en cuanto al aumento de actividad física, hombres y mujeres alrededor de 18 a 50 años de edad rango interesado en el consumo de prendas modernas e innovadoras, además, con la prenda distintiva de valor se puede obtener gran posicionamiento en el mercado dado que muchas de las personas no conocen los productos con doble función y facilita la suma de los clientes, por otro lado, en el mercado es posible obtener gran cantidad de proveedores, permitiendo adquirir los diferentes suministros de calidad y de manera económica para atraer clientes con productos rentables, y tener posibilidades de brindar a los consumidores descuentos y promociones por los beneficios que internamente la empresa puede recibir por parte de los proveedores (Banco Mundial, 2020).

Entonces, sobre el posible impacto en el país, el ministro dijo: “Si bien esto puede aumentar las tasas de interés de Colombia, los costos de financiamiento público y privado, como preexistentes en el mercado, Colombia seguirá y seguirá recibiendo inversión (Cipoletta, 2015).

9. Perfil del cliente

Tabla 3 *Perfil del cliente*

Cliente	Perfil	Localización	Justificación
Hombres y mujeres entre 18 a 50 años de edad.	Personas interesadas en tener un estilo de vida saludable e implementar en su rutina diaria actividad física ya sea en espacios abiertos y/o cerrados. Los empleados están capacitados de acuerdo con las actividades establecidas en el perfil profesional para informar, motivar, de tal manera que siempre sentirse atendidos y cumplir con sus expectativas de información y disfrute	Los artículos de la marca Zonesport tendrá su principal enfoque comercial en la Ciudad de Bogotá D.C, sin embargo, contará con el envío de las prendas a nivel nacional y exportación de las mismas al país de Ecuador. Este sentido la opción de los envíos será hará por medio del comercio electrónico y redes sociales para distribución de la oferta de los productos ofertados	La exportación de la ropa deportiva, está limitada por la demanda, es por esta razón que hacer uso de estrategias de marketing digital, permiten que se limiten los costes, una de las estrategias a utilizar esta dada por el énfasis en los videos, la cual, es una estrategia de marketing 4.0, del mismo modo se hará uso de los algoritmos de búsqueda de Facebook y Google.

Autoría del investigador.

10. Necesidades del cliente

Con el fin de atender oportunamente las necesidades de los clientes en el rubro textil y deportivo y satisfacer a cada cliente, la empresa estratégicamente realiza su propia investigación de mercado, en la cual se puede identificar que muchas personas no cuentan con la ropa funcional suficiente para satisfacer sus necesidades. Debido a que no existen accesorios prácticos y livianos para el ejercicio físico, es imposible almacenar diferentes artículos en la práctica deportiva, además, muchas tiendas deportivas brindan a los consumidores la misma ropa, carente de diseño e innovación, por lo que a través de diferentes herramientas comerciales tales como CRM y los procesos en venta, las empresas buscar la satisfacción del cliente con un enfoque en mejorar las condiciones del cliente, brindando al mercado prendas distintivas y funcionales frente a otras capacidades como las prendas bifuncionales, convirtiéndose en una chaqueta a tula fácil de pasar para mayor comodidad y seguridad para su práctica deportiva, de forma que cada ejercicio se pueda realizar de forma que se ajuste a las necesidades del cliente y tenga un aspecto diferente respecto a otras competiciones del mercado.

Según Philip Kotler, la estrategia implementada es marketing enfocado o marketing de nicho, que es especial cuando la empresa tiene recursos limitados. A través del marketing centralizado, la empresa ha ganado una posición más sólida en el mercado, gracias a una comprensión más profunda de las necesidades de los consumidores en los segmentos que atiende y la reputación especial que ha adquirido, con el objetivo de adaptar sus productos y servicios para obtener mejores resultados.

En el segmento de mercado definido en este contexto, las empresas que fabrican ropa deportiva pueden usar esto para posicionar de manera más efectiva sus productos y servicios en empresas que pueden recibir un mejor servicio.

Dado que el principal medio para interactuar con los clientes son las redes sociales, es importante contar con la información del cliente, ya que los clientes satisfechos se convierten en un medio para promover la imagen positiva creada al interactuar con 2OneSport. Se espera una publicación en todas las redes sociales administradas para ganar seguidores. Adicionalmente, se creará una base de datos para registrar información sobre los clientes y seguidores de la marca con fines de seguimiento. Las personas que interactúan con los servicios web o con mayor detalle en el almacén también construyen una conexión más cercana, brindan apoyo ante cualquier imprevisto y comunican lo que cada cliente cree que es importante para 2OneSport. La información recopilada debe almacenarse y procesarse con la autorización del cliente, y se recopila la información y los datos básicos que el cliente está dispuesto a proporcionar, de la siguiente manera:

Nombre del cliente.

Email.

Dirección residencial.

Teléfono móvil.

Edad.

A través de una base de datos unificada, es posible estudiar el comportamiento de los clientes al interactuar con la empresa, si son clientes frecuentes o consumen muchos productos, etc., se recopilará la información para su propio análisis, y se establecerán diferentes predicciones para un futuro seguro los clientes más importantes de la compañía, los clientes que más contribuyen al crecimiento del negocio recibirán algún tipo de reconocimiento a través de promociones especiales, descuentos u ofrecimiento de productos de marca exclusivos. Demostrar el interés de la empresa en brindar un buen servicio y esperar un impacto positivo a través de la

experiencia de servicio, aunque los clientes necesitan comunicarse debido a cierto tipo de inconvenientes durante el proceso de compra y postventa, la idea es demostrar una gestión adecuada en lo posible, asegurar al cliente confianza y aumentar la lealtad de los clientes.

11. Tendencia del crecimiento del mercado

11.1. Sector económico

“En Colombia, cerca de 6.500 empresas de la industria textil y de la moda generan, en promedio, un millón de empleos directos e indirectos. Bogotá y Bogotá son las ciudades de mayor participación en este segmento” (Estrada, 2022). Con respecto a lo anterior, se puede conocer la importancia del sector textil en la economía colombiana, con tendencia de crecimiento en cuanto a ingresos ya que según el DANE Para el año 2021 un crecimiento del PIB del 17,6% las actividades que más influyen son el comercio con un 40,3% y las manufacturas con 32,5 (Pastrán, 2021) quien cita al (Dane, 2021).

Según un estudio de 2019 en Colombia realizado por Euromotor (2020), las ventas nacionales de ropa deportiva superaron los 350 mil millones de pesos (alrededor de 120 millones de dólares) al cierre del año, y se espera que esta cifra ascienda a 450.000 millones de pesos (120 millones de dólares) para 2020 aproximadamente (\$155 millones), un aumento de 28.5% en 2 años. La ropa deportiva lidera el crecimiento del comercio textil local en Colombia. Las ventas en la industria aumentaron un 11 por ciento en lo que va del año, según datos del gobierno. El aumento de la actividad física entre los colombianos, sumado a las tendencias de moda urbana y callejera, ha impulsado las ventas (Gonzalez, 2018). Si bien esto es cierto, en los párrafos anteriores, al describir el comportamiento del sector deportivo a nivel nacional, es difícil construir un índice debido al entorno local, ya que no existen datos específicos sobre las entidades del sector empresarial.

11.2. Tendencia del mercado

El mercado mundial de textiles y prendas de vestir está muy concurrido, la tecnología de bienes de capital se difunde rápidamente y el uso tiende a generalizarse, por lo que la industria tiene el desafío de diferenciar productos, encontrar nichos de mercado con alto potencial competitivo y adoptar estrategias de logística, servicio al cliente y alianzas, e incluso más allá de las fronteras nacionales.

La industria textil es uno de los sectores más rentables de la economía colombiana, representando el 6% del PIB industrial en 2017, mientras que la manufactura representó el 12,3% del PIB nacional, además, la confección proporciona alrededor del 70% del empleo en cadenas de tiendas (Garzón, 2019). El mercado de prendas de vestir es cada vez más atractivo para la sociedad y se ha convertido en una oportunidad de negocio. Estar a la vanguardia de los requisitos de los clientes en términos de diseño y calidad del producto se ha convertido en un gran desafío para los fabricantes de prendas de vestir.

La cadena de suministro está relativamente desarrollada y altamente integrada, y puede manejar múltiples procesos de manera conjunta (los llamados juegos completos, que incluyen hilado, telas y diseño relacionado con prendas, corte, lavado, bordado, teñido, estampado, etc.). Industria nacional e internacional reconocida se han establecido importantes alianzas entre marcas de indumentaria, por ello, el desarrollo de la industria del deporte ha revolucionado la industria textil deportiva, creando valor añadido a partir de las necesidades y prioridades de los deportistas; La mejor opción para marcas y diseñadores es seguir innovando y mejorando la calidad de los tejidos funcionales que mejoran el rendimiento.

11.3. Análisis del sector

De acuerdo al informe consumo de moda en Colombia , el consumo promedio mensual en el año 2019 equivale a COP\$2,2 B, en 2020 COP\$1,9 B y en el año 2021 corresponde alrededor de COP\$2,2 B (Inexmoda, 2021). Por lo anterior se puede deducir que las ventas en el sector de indumentaria se mantienen de manera sostenible siendo este un criterio que determina la compra e importancia de indumentaria y moda, lo que se puede prever la tendencia ascendente del sector textil a nivel nacional como internacional.

Por otro lado, el gasto total de los ecuatorianos en prendas de vestir pasó de 3124 millones de dólares en 2013, a 3351 millones de dólares a finales de 2018. Se estima además que la tendencia durará y podría incluso incrementarse hasta 2022 (Procolombia, 2019). Con base en lo expuesto, el sector económico textil permite visualizar una viabilidad frente a la comercialización y exportación de indumentaria al país ecuatoriano frente al incremento de consumo de prendas de vestir en el país, permitiendo entrar en un fuerte sector económico para la marca Zonesport.

11.4. Mercado potencial

La marca Zonesport es una línea deportiva, donde el mercado potencial son aquellas personas entre los 20 a 59 años interesados en realizar actividad física y de igual manera adquirir indumentaria moderna y apta para la realización del ejercicio, en su mayoría se espera tener clientes con un estrato medio situadas en los países de Colombia y Ecuador. De esta manera el mercado potencial en Bogotá corresponde según Datos Abiertos Bogotá (2022) a 17101840 personas entre estas edades, del mismo modo, en lo referente a la parte exportadora tomando a Archive (2022) 1734500.

11.5. Análisis del mercado

Al encontrar diferentes marcas en el mercado, facilitando a los clientes la elección de la que mejor se adapte a sus gustos, se demuestra que el producto tiene fidelización del cliente, ya que están saliendo al mercado con nuevos productos 2 en 1 diferenciados por su calidad y bajo coste, lo anterior, posiciona a la empresa en un alto poder de negociación, debido a que es un producto que no se encuentra fácilmente en la competencia, lo que hace que el producto sea difícil de reemplazar, sin embargo, es cierto que cada vez que ingresan nuevas habilidades el mercado directamente, pero a medida que la empresa continúa implementando estrategias que tienen el potencial de cimentar la lealtad del cliente a la marca. De esta manera en el mercado nacional además de las marcas locales se encuentran marcas internacionales, que se ya están posicionadas en el país, razón por la cual, se pueden tomar en cuenta los factores críticos de éxito, con el fin de tener buenas prácticas del sector y de esta manera poder alcanzar el éxito y ser competitivos, con tendencia al crecimiento.

11.6 Análisis de la competencia

Tabla 4 *Análisis de la competencia*

Nombre	Localización	Producto propuesta valor	Precio	Logística distribución
Nike	Estados Unidos	Comercializadora, ropa deportiva	Entre \$100.00 a \$600.000	<p>Canal Distribución directo: No utiliza intermediarios vende sus productos directamente a sus clientes ya sea por tienda física o virtual.</p> <p>Canal de distribución corto: Intermediarios de carácter minorista.</p> <p>Asume: Almacenaje, stock, transporte y depósitos aduaneros.</p>
Adidas	España	Comercializadora, Ropa deportiva	Entre \$60.000 a \$300.000	<p>Guardan su mercancía en un almacén de gran capacidad tanto en pallets como en cajas, cuenta con sistema antincendios por ser material textil, además su distribución se realiza a través de compañías externas.</p>

Sheffy sports	Ibagué Colombia	Fabricante y comercializador, Ropa deportiva	Entre \$60.000 a \$200.000	ventas al pormayor y menor, tiendas físicas y online
Deportivas Ponny	Bogotá Colombia	Fabricante y comercializador, Ropa deportiva	Entre \$50.000 a \$150.000	ventas al pormayor y menor, tiendas físicas y online
DYWEAR Ropa deportiva	Quito Ecuador	Fabricante y comercializador, Ropa deportiva	Entre USD 20,00 a USD 40,00	ventas al pormayor y menor, tiendas físicas y online
Susmar Ecuador	Quito Ecuador	Fabricante y comercializador, Ropa deportiva	Entre USD 20,00 a USD 40,00	ventas al pormayor y menor, tiendas físicas y online.

Autoría del investigador.

11.7. Análisis de productos sustitutos

Dada la amplia variedad de marcas deportivas en los mercados nacionales e internacionales, los productos de la compañía se sustituyen fácilmente, ya que el objetivo final de la mayoría de las prendas del juego es similar, brindar conveniencia y comodidad, competir directamente con Zonesport y por el bien de las ventas y clientes prevalece la fidelización, además, enfocarse constantemente en las necesidades de los consumidores para brindar calidad, innovación y satisfacción no solo con los productos sino también con las marcas.

11.8. Análisis de precios de venta de mi producto y de la competencia

Para establecer precios competitivos en el mercado, la empresa tendrá un enfoque inicial al que tenga la competencia por productos similares a los que serán distribuidos, como se observa en la Tabla 3 Análisis de la competencia, se realizó la respectiva investigación de precios de las fuertes competencias para mantener el margen de precios y poder establecer la marca de manera competitiva en el mercado, sin embargo, hay que tener en cuenta los niveles de producción y costos financieros que tendrá la empresa para el desarrollo de sus productos, asegurando que genere un margen de utilidad y pueda dar solución a todas las obligaciones sin dejar de lado el que sea atractivo para los clientes y aumente su participación en el mercado.

11.9. Segmento al cual está dirigida la competencia

Al tratarse de prendas de vestir en el ámbito deportivo, el segmento en el cual se centran las competencias son en aquellas personas y/o grupos que realizan actividad física en todo rango de edad, ya sea de manera profesional y/o habitual en su mayoría de un estrato económico medio-alto. En lo que puede variar el segmento de mercado de las competencias es en el tipo de deporte en el cual se desean enfocar, ya que existen prendas exclusivas para cada deporte en específico, para así garantizar y cumplir con las necesidades de los ejercicios a realizar

11.10. Posición de mi producto frente a la competencia

Las telas inteligentes anti fluido son un factor que marca la diferencia, además la diversidad de la colección se destacara ante la competencia, debido a que, aunque es ropa deportiva, se articula con las tendencias de la moda; del mismo modo el producto representa una competencia fuerte debido a que como estrategia de posicionamiento se establece la promoción del 2x1 en algunas de las prendas, donde el precio y la calidad toman protagonismo haciendo que la empresa cumpla con sus metas en ventas y se pueda sostener de una manera productiva y eficiente.

12. Solución y avance logrado a la fecha para la puesta en marcha del proyecto

Concepto del negocio: Zonesport S.A.S es una microempresa colombiana siendo una nueva marca que se dedica a la comercialización de ropa deportiva, con un público objetivo para personas jóvenes y adultas que realicen actividad física; Zonesport en busca de posicionamiento y visibilidad en el mercado espera brindar al consumidor una gran experiencia en cada una de sus compras para aumentar y fidelizar clientes y que, para ello, la empresa ofrecerá una atención personalizada con el cliente, se prestarán servicios post venta y preventiva, se implementaran estrategias para posibilitar el asesoramiento continuo por medio de la comercialización de prendas deportivas e incentiva la compra por medio de publicidad en redes sociales.

Concepto del producto: los productos de la marca ofrece al consumidor comodidad, frescura y seguridad en el momento de realizar actividad física; la indumentaria de la marca es confeccionada con telas como 100% algodón, poliéster drifit, lycras e impermeables, que proporcionan transpirabilidad, elasticidad y comodidad haciendo de las prendas con una alta calidad y además, aptas para realizar deporte; como característica distintiva de la empresa ante las demás competencias, se brinda una propuesta de valor única e innovadora la cual es una prenda insignia de la marca, siendo ZONEJACKET, una chaqueta que cumplirá una doble función donde puede convertirse en una tula que posibilita a las personas guardar sus objetos personales, proporcionando comodidad y seguridad durante la ejecución de la actividad física; cabe resaltar que, la marca cuenta con una gran variedad de diseños que se adaptan a las tendencias y cambios de los consumidores y el mercado en general, así mismo, permite al cliente personalizar sus propias prendas para mayor satisfacción de compra.

Por otro lado, la empresa cuenta con unos canales de distribución para aproximarse fácilmente con el cliente los cuales son: el canal directo o corto, es decir, vender directamente el

producto al cliente desde la tienda física y/o virtual, y por medio del canal de distribución indirecto, siendo a mayoristas y detallistas que en su momento de ser distribuidas, cuentan con un embalaje donde la prenda va envuelta con vinipel y posteriormente, empacadas dentro de una caja con las aptas dimensiones con respecto al producto.

Por último, para complementar el concepto del producto, se determinaron las principales fortalezas y debilidades de la marca con las competencias que se expondrán en la siguiente tabla, permitiendo esto conocer el camino estratégico de la corporación para la puesta en marcha del mismo.

Tabla 5 *Fortalezas y debilidades*

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1.Excelente calidad de las prendas deportivas	1.Empresa nueva en el mercado
2.Opción de prendas dos en uno	2.Baja disponibilidad en últimas tecnologías
3.Posibilidad de personalizar las prendas al gusto del cliente	3.Grandes marcas reconocidas y preferidas
4.Diseños únicos y modernos	4. Falta de experiencia comercial
5.Los precios de los artículos son al alcance del consumidor	5.Bajos recursos financieros
Autoría propia.	

13. Componente innovador o factor diferencial

Tabla 6 *Componente innovador*

Parte de la gestión empresarial	Descripción de la innovación
Concepto de negocio	Elemento innovador: Prenda deportiva que puede ser utilizada en dos funciones (chaqueta – tula).
Producto o servicio	Prendas deportivas.
Proceso	La prenda innovadora posibilita al consumidor guardar sus artículos personales en la tula durante la actividad física.

Autoría propia.

14. Validación de la aceptación del negocio en el mercado

Para el plan de negocios, 2OneSport validó el método encuestando a varias personas para determinar la viabilidad del plan de negocios, así como su receptividad a las preferencias del mercado y el perfil del cliente final, para la empresa.

Pregunta 1 ¿Cuál es su género?

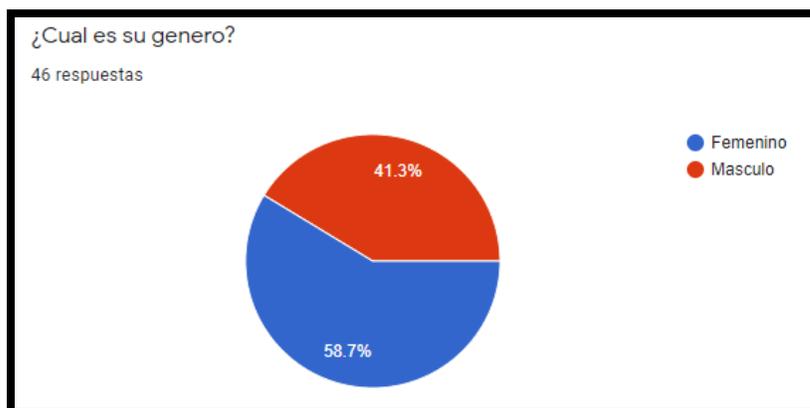


Ilustración 3 Pregunta 1

(Elaboración Propia)

Bajo esta pregunta se puede determinar que del 100% de las personas (46 personas) encuestadas el 58.7% son del sexo femenino y el 41.3% son del sexo masculino, sabiendo así que en cuanto a preferencias de género no se tendrá en cuenta a la hora de fabricar los productos que comercializará la empresa.

Pregunta 2 ¿Cuál es su rango de edad?

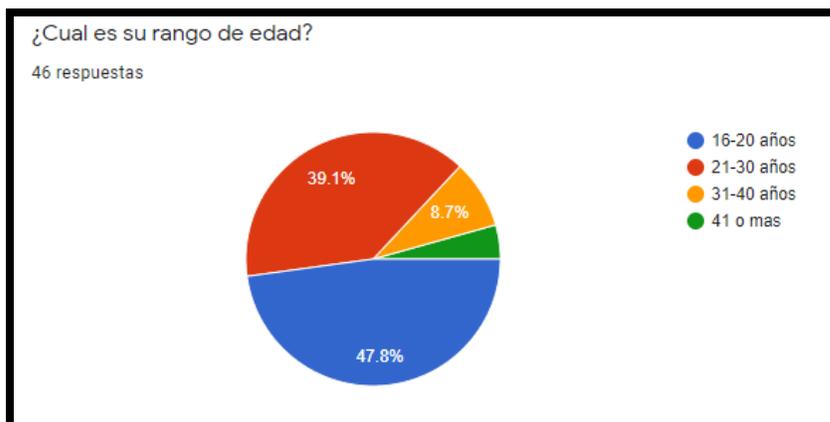


Ilustración 4 Pregunta 2

(Elaboración Propia)

Bajo esta pregunta se puede evidenciar que del 100 % de las personas encuestadas el 47.8% son personas entre los 16 a los 20 años, el 31.1% son personas entre los 21 a 30 años, el 8.7% son personas entre los 31 a 40 años y el 4.4% son personas mayores a los 41 años. Gracias a esto se puede saber que la participación de los jóvenes en la compra de ropa deportiva será más marcada con respecto a las demás personas.

Pregunta 3 ¿Realiza actividad física o practica algún deporte?

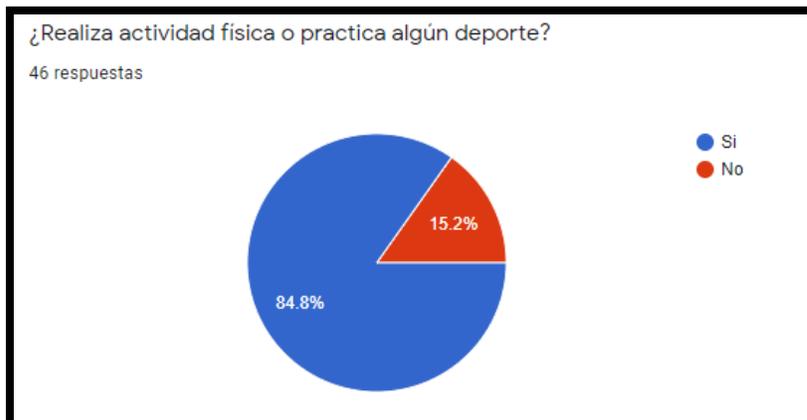


Ilustración 5 Pregunta 3

(Elaboración Propia)

En esta pregunta se puede evidenciar que del 100% de las personas encuestadas tan solo el 15.2% de las personas no realiza actividad física frente a un 84.8% que si realizan actividad física y que por algún motivo estar dispuestas a adquirir una prenda de ropa deportiva.

Pregunta 4 Si realiza ¿Qué tipo de actividad física o deporte realiza?

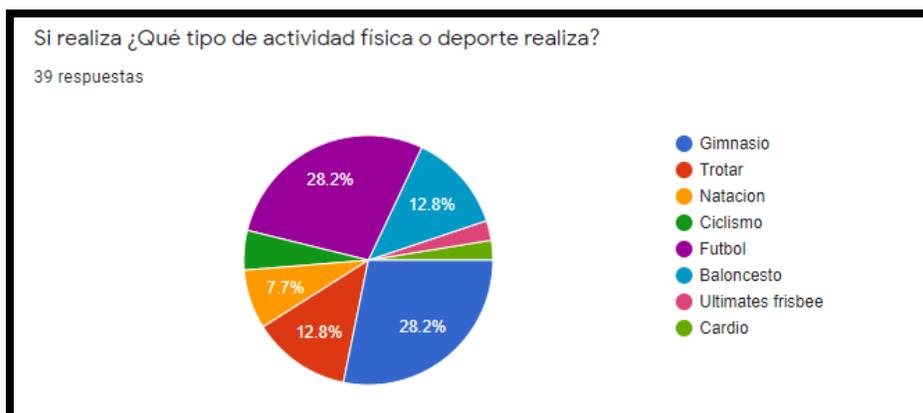


Ilustración 6 Pregunta 4

(Elaboración Propia)

Después de hacer esta pregunta en la encuesta se evidencia que existe una gran variedad en cuanto a las actividades físicas que hacen los encuestados como lo son gimnasio, trotar, natación, ciclismo, futbol, baloncesto, ultimate, cardio.

Pregunta 5 ¿En dónde practica esta actividad física?

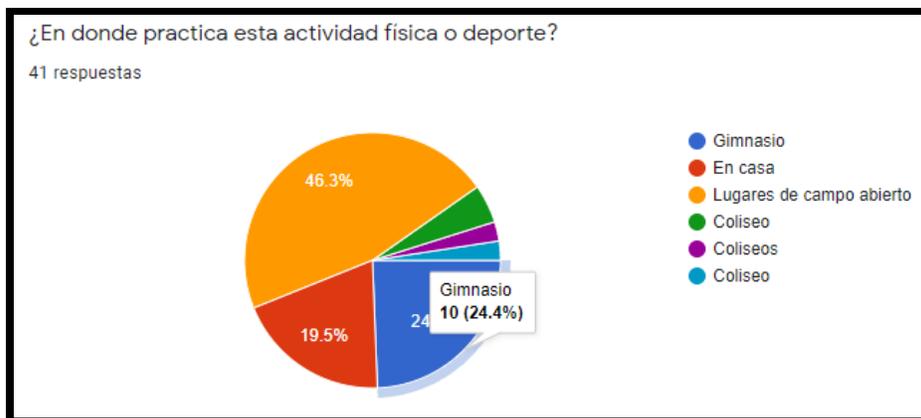


Ilustración 7 pregunta 5

(Elaboración Propia)

Acá se puede evidenciar que solo el 24.4 % de las personas encuestadas hacen su actividad física, y casi el 50% de las personas encuestadas hacen su actividad física a campo abierto donde la empresa deduce que los productos que comercializara tendrán una buena aceptación en el mercado.

Pregunta 6 ¿Cuál es su marca preferida para ropa deportiva?

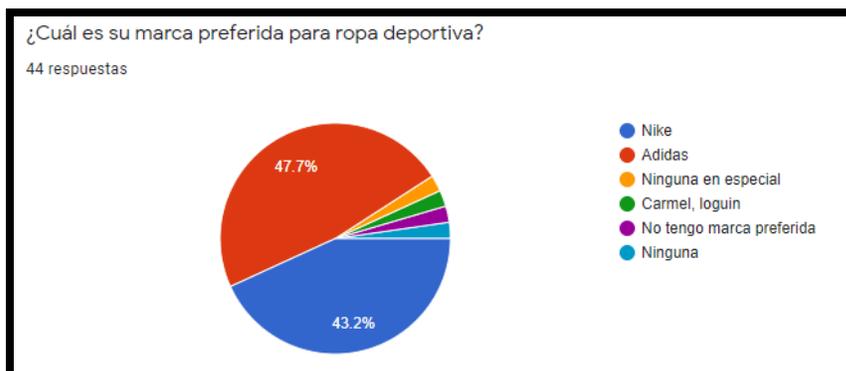


Ilustración 8 Pregunta 6

(Elaboración Propia)

Después de las respuestas a esta pregunta por parte de los encuestados, la empresa evidencia que existe una pequeña variedad para la elección de ropa deportiva siendo las empresas como Nike y Adidas la principal competencia para la empresa.

Pregunta 7 ¿Con que frecuencia compra ropa deportiva?

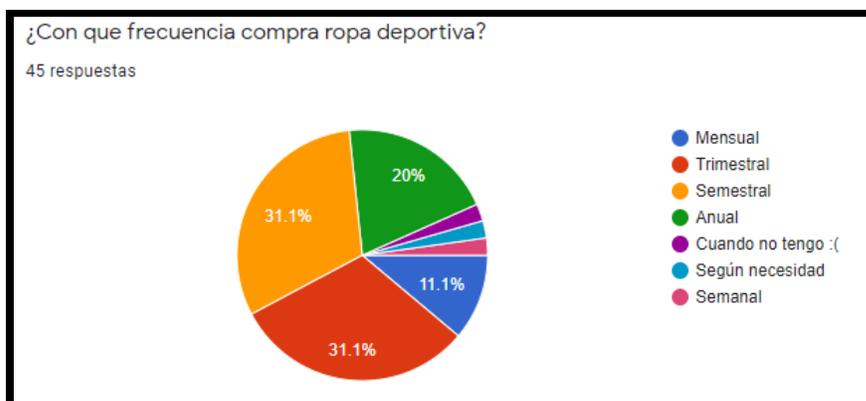


Ilustración 9 Pregunta 7

(Elaboración propia)

Los resultados de esta pregunta demuestran que dos opciones comparten el mismo porcentaje con 31.1% de participación siendo que lo momento en que las personas prefieren comprar ropa deportiva son trimestralmente o semestralmente, abriendo una posibilidad para nuevas colecciones con el paso del tiempo en el año.

Pregunta 8 ¿Qué precio está dispuesto a pagar por una prenda o accesorio deportivo que le ayude a su comodidad y tranquilidad a la hora de hacer ejercicio?



Ilustración 10 pregunta 8

(Elaboración Propia)

Se evidencia con esta pregunta que el 41.3% de las personas encuestadas está dispuesta a pagar por una prenda deportiva entre 51.000 y 80.000 pesos y el 26.1% de las personas encuestadas está dispuesta a pagar entre 81.000 a 100.000 pesos. Siendo aquí un punto importante para la empresa sabiendo cuáles serán sus rangos de precios en el mercado.

Pregunta 9 Cuando hace ejercicio ¿Suele llevar maleta para guardas sus objetos personales?

(billetera, celular, dinero)



Ilustración 11 Pregunta 9

(Elaboración Propia)

Se evidencia en esta pregunta que casi el 100% de las personas encuestadas lleva una maleta donde pueda guardar sus objetos personales mientras hacen su actividad física.

Pregunta 10 ¿Qué tipo de material prefiere para las prendas deportivas (chaqueta)?



Ilustración 12 Pregunta 10

(Elaboración Propia)

El 56.5% de las personas encuestadas prefieren material impermeable para sus prendas deportivas y el 30.4% de las personas encuestadas prefieren como material para sus prendas deportivas lycra.

Pregunta 11 ¿Qué importancia tiene el material de la prenda deportiva a la hora de hacer una compra?



Ilustración 13 Pregunta 11

(Elaboración Propia)

En esta pregunta para el 89.1% de las personas encuestadas el material para sus prendas deportivas es muy importante y más a la hora de la toma de decisión para hacer su compra.

Pregunta 12 ¿Cuál es el medio por el cual le gustaría ver publicidad de ropa deportiva?



Ilustración 14 Pregunta 12

(Elaboración Propia)

Esta pregunta da respuesta a lo que está viviendo el comercio y el marketing en este momento donde el 93.5% de las personas encuestadas prefieren ver publicidad de ropa deportiva en las redes sociales.

Pregunta 13 ¿Por qué medio haría usted una compra de una prenda deportiva?



Ilustración 15 Pregunta 13

(Elaboración Propia)

En las respuestas que indican los encuestados en esta pregunta, el 69.6% de los encuestados prefieren comprar prendas deportivas en tienda física el cual hacen que su experiencia a la hora de comprar un producto sea un poco más segura y cómoda.

Pregunta 14 ¿ha escuchado usted sobre las prendas de ropa 2 en 1? Son prendas las cuales cumplen con una doble función para la comodidad y variación de quien las usa

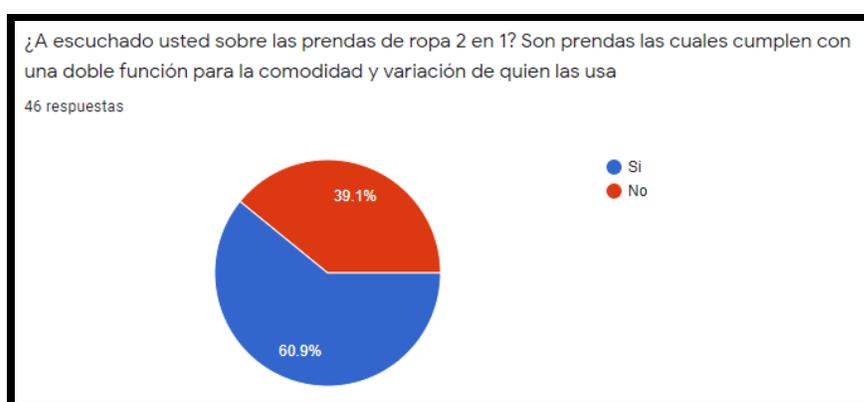


Ilustración 16 Pregunta 14

(Elaboración Propia)

El 60.9 % de las personas encuestadas responden a que no han escuchado sobre las prendas 2 en 1 y sus comodidades, pero a su vez el 39.1 % de las personas encuestadas si han escuchado sobre las prendas 2 en 1 el cual es un punto a favor para la empresa.

Pregunta 15 Si le ofrecieran una chaqueta 2 en 1 la cual tendría la función de abrigarlo cuando haga ejercicio y/o a su vez poder guardar sus objetos personales de manera segura ¿le interesaría adquirir este producto?

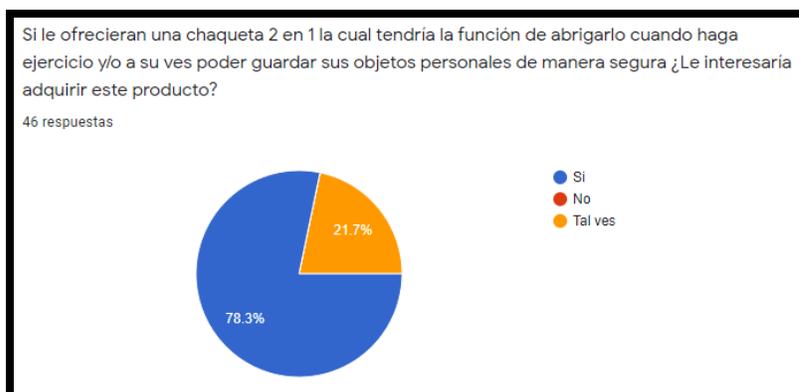


Ilustración 17 Pregunta 15

(Elaboración Propia)

El 78.3 % de las personas encuestadas si le ofrecieran una chaqueta 2 en 1 con el beneficio que el ofrece estaría dispuesto en adquirir este producto y el 21.7% de las personas encuestadas no esta tan seguras de adquirir una prenda 2 en 1 pero es algo que podría cambiar a la hora de tomar una decisión.

Tabla 7 Comercialización para la aceptación del negocio en el mercado

Comercialización de Ropa deportiva para la aceptación del negocio en el mercado

Cliente	Hombres y mujeres, entre los 18 47 Años de edad que estén interesados en comprar ropa deportiva que practiquen alguna actividad física.
Problema	No hay en el mercado de prendas deportivas una prenda la cual cumpla una doble función, donde brinde una comodidad y seguridad para quien las use.
Solución	Lanzar al mercado ropa deportiva cómoda y con doble función para que las personas que las utilicen sientan una nueva mejor opción a la hora de utilizarlas
Supuesto más riesgoso	Existen personas en el mercado que no están dispuestas a adquirir este tipo de prendas ya que no las encuentran novedosas
Metodología & Criterio de Éxito	Se elaborará una encuesta a posibles consumidores. El Criterio de éxito será tomado sobre el 80% de aceptación del producto sobre población encuestada en adquirir nuestro Producto

Resultado & Decisión

Se realizó la encuesta a posibles consumidores, la cual tuvo una aceptación del 78,3% por ello se toma la decisión de continuar con el proyecto considerando los resultados obtenidos Dentro de la encuesta realizada se logró identificar ciertas características que le permitan al proyecto tomar decisiones basadas en las preferencias de los clientes

Aprendizaje

Autoría propia.

15. Aspecto comercial

Este breve recorrido por la historia del comercio exterior del Ecuador permite entonces mediante el análisis del comportamiento pasado demostrar que un verdadero desarrollo no se logra exclusivamente mediante la exportación de productos primarios y menos de productos que en su mayor parte son precio aceptante. El Ecuador perdió cinco siglos enmarcado en una política sin horizonte a futuro que le hubiera permitido alcanzar mayor grado de desarrollo. Casi dos siglos exporto grandes cantidades de oro mientras pertenecía a la Colonia, otro siglo más en las textilerías, pero a manos de la Corona española y no de los criollos. En la vida Republicana el Cacao, el banano y el petróleo otorgan grandes ingresos al estado pero por falta de una adecuada planificación no se canalizaron los recursos a mejorar el nivel de desarrollo de los ecuatorianos (Ordoñez, 2012). Partiendo de lo anterior se evidencia que Ecuador es un país con una economía boyante y con personas que cuentan con los recursos para poder adquirir las prendas deportivas.

En lo referente a la parte exportadora de este plan a continuación se expone el instrumento que determina la viabilidad de la parte exportadora de este plan, en este sentido se aplicó el mismo instrumento aplicado en la parte de viabilidad para el fondo emprender, en este sentido las preguntas fueron aplicadas a personas de Quito con el fin de determinar si comprarían el producto a exportar por la compañía, para esto se usó un muestreo no probabilístico a conveniencia; en este sentido en primera instancia:

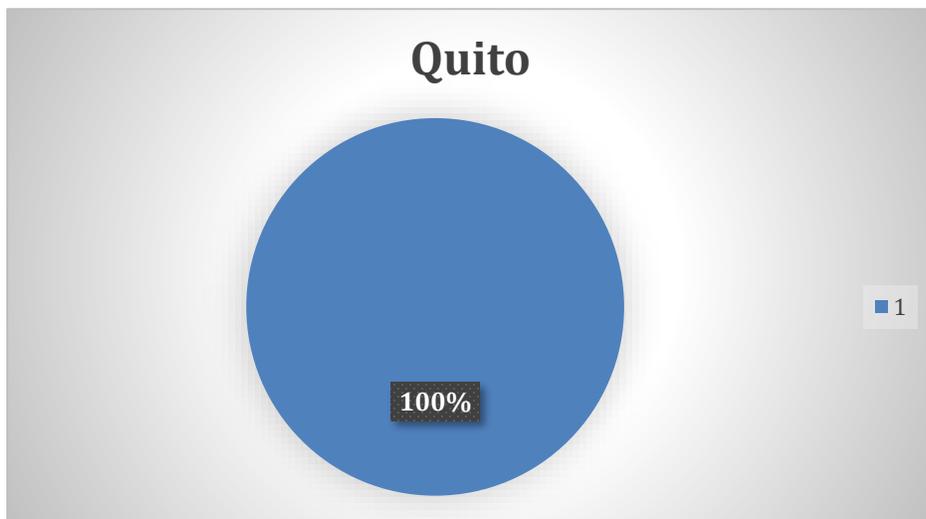


Figura 1 Ciudad donde se encuentra en Ecuador

Autoría del investigador.

En la anterior figura se evidencia que el 100% de la población investigada vive en la ciudad de Quito lo que afirma que es una ciudad que cumple con las características del mercado para hacer la apertura de mercado en el Ecuador.

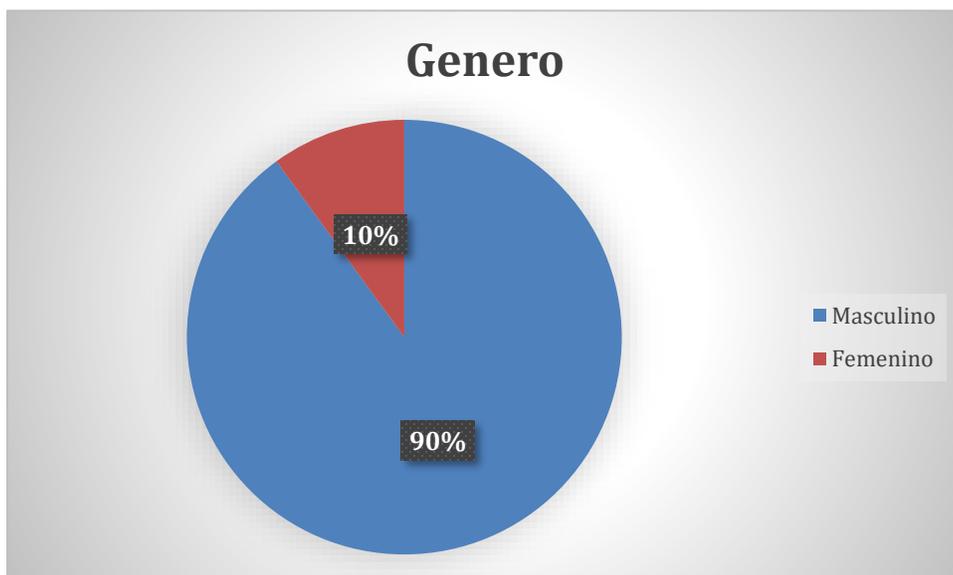


Figura 2 Genero

Autoría del investigador.

En la figura número 2 se aprecia que el 90% de la muestra estudiada son hombres y el 10% de son mujeres; entonces la mayor parte de los clientes son pertenecientes al género masculino.



Figura 3 Realiza alguna actividad física

Autoría del investigador.

En la figura 3 se describe que el 91% de la muestra indagada realiza al menos una actividad física.



Figura 4 Que tipo de deporte realiza

Autoría del investigador.

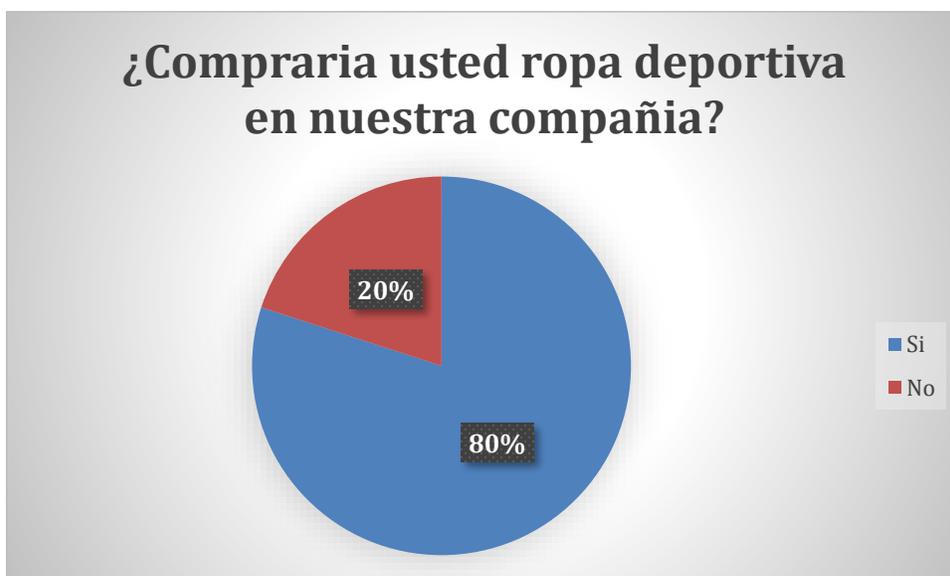


Figura 5 ¿Compra usted ropa deportiva?

Autoría del investigador.

Tomando en cuenta la figura 5 se evidencia que 80% de la muestra compraría las prendas deportivas de la compañía en estudio, lo que sugiere que tiene viabilidad la exportación al país de Ecuador.

En la anterior figura se define que se realizan distintos deportes como natación, gimnasio, ciclismo y otro, para lo que encontró que la actividad física más realizada por la muestra es el gimnasio con un 40% de participación.

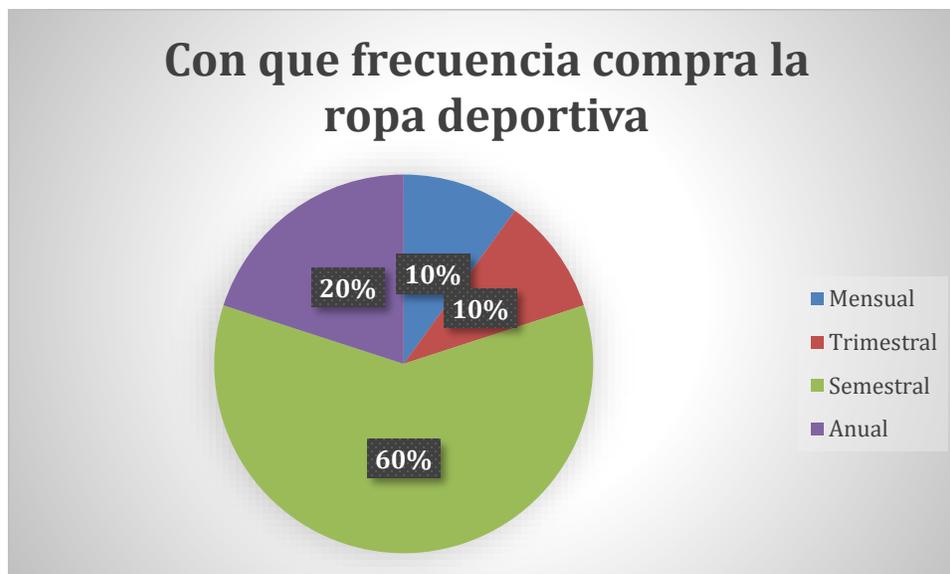


Figura 6 Con frecuencia compra ropa deportiva

Autoría del investigador.

Según el sondeo realizado al segmento indicado se encuentra que el 60% de las personas comprarían alguna prenda deportiva el menos 2 veces en el año.



Figura 7 Cuanto estarías dispuesto a pagar?

Autoría del investigador.

En concordancia con la figura número seis se identifica que el precio de venta en Ecuador tiene un aproximado de 70 dólar que estarían dispuestos a pagar por las prendas deportivas.

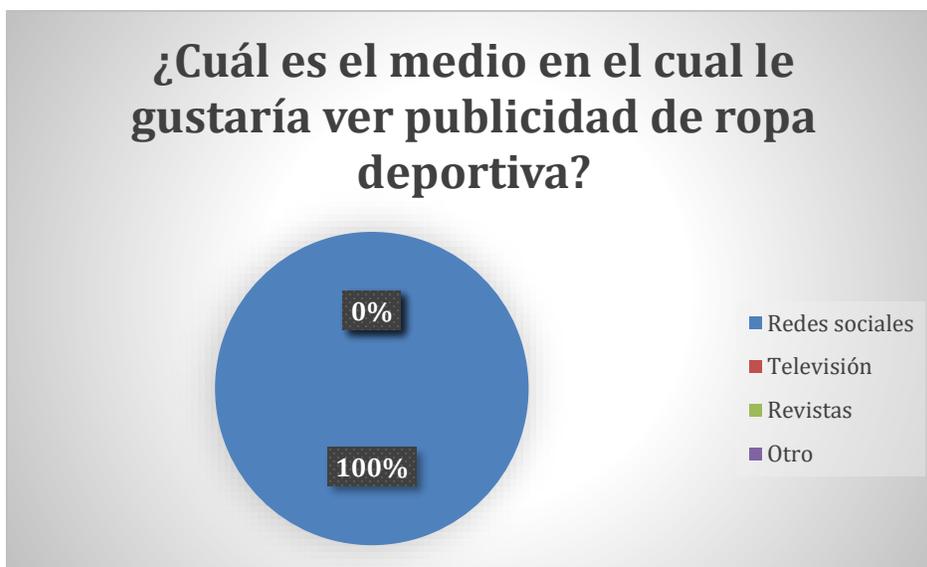


Figura 8 ¿Cuál es el medio en el cual le gustaría ver la publicidad de ropa deportiva?

Autoría del investigador.

El 100% de los encuestados argumenta que les gustaría ver la publicidad por redes sociales.

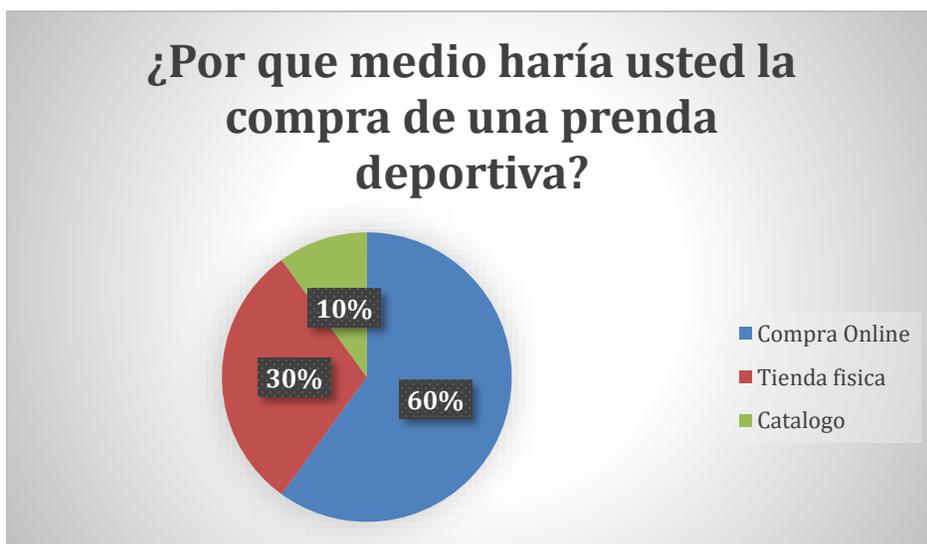


Figura 9 ¿Por qué medio haría usted la compra de una prenda deportiva?

Autoría del investigador.

El 60% del segmento compraría por tienda on-line.

16. Aspecto legal

Para todo aquel emprendedor o comerciante que quiera llevar su negocio a través de internet, es importante que tenga en cuenta la Ley 527 de 1999, la cual es la que regula la forma en cómo se deben llevar las operaciones comerciales a través de medios electrónicos. Pero hay algunos puntos fundamentales de la normativa, como que regula la libertad de empresa, por lo que permite a todos los colombianos a que puedan emprender. También se le da importancia al buen nombre y, en este caso, tanto empresarios como compradores digitales tienen el derecho a que ningún proceso de venta termine afectando su dignidad y los datos de los consumidores tienen que ser protegidos por quien los recibe en medio de una transacción (Asuntos legales, 2022).

17. Ficha técnica

Tabla 8 *Ficha técnica chaqueta*

FICHA TECNICA				
Chaqueta deportiva doble función 100% impermeable 100 % nilón				
CH001	Edición 01	Revisión 01	nov06	Página 1
Nombre del Producto	Chaqueta deportiva doble función			
Descripción del Producto	Chaqueta deportiva 100% impermeable 100% nilón que cumple con una doble función la cual es convertirse en una maleta pequeña para que las personas puedan guardar sus objetos personales mientras hacen una actividad física.			
Lugar de Elaboración	Producto elaborado en la empresa llamada TEJIDOS GULFER SAS, el cual será distribuido en la ciudad de Bogotá en la localidad de los mártires.			
Características	Presentación:	Caja x 1 unidad de Chaqueta		
	Colores:	Negro, Azul, Blanco, Rosa, Gris		
Presentación y Empaques	Tallas:	S,M,L,XL		
	Presentación:	Caja x 1 unidad de chaqueta deportiva		
	Empaque:	Caja de 43 cm X 30 cm X 5 cm		
	Embalaje:	Rollo Plástico Vinipel		

Autoría del investigador.

Tabla 9 *Ficha técnica sudaderas*

FICHA TECNICA				
Sudaderas en algodón para hombres y mujeres				
CH002	Edición 02	Revisión 02	nov06	Página 1
Nombre del Producto	Sudaderas en algodón para hombres y mujeres			
Descripción del Producto	Sudadera de algodón orgánico unisex. Los productos de esta colección hablan de nuestro ADN y, gracias a tus mensajes estampados en el tejido, se convierten en el manifiesto y expresan el carácter deportivo que nos caracteriza. La colección se ha realizado con colores neutros y cálidos que se adaptan a todos. En algodón orgánico.			
Lugar de Elaboración	Producto elaborado en la empresa llamada TEJIDOS GULFER SAS, el cual será distribuido en la ciudad de Bogotá en la localidad de los mártires.			

Características	Presentación:	Caja x 1 unidad de Sudaderas
	Colores:	Negro, Azul, Blanco, Rosa, Gris
	Tallas:	XXS, XS, S, M, L, XL, XXL
Presentación y Empaques	Presentación:	Caja x 1 unidad de Sudaderas
	Empaque:	Caja de 43 cm X 30 cm X 5 cm
	Embalaje:	Rollo Plástico Vinipel

Autoría del investigador.

Tabla 10 *Ficha técnica Camisetas*

FICHA TECNICA				
Camisetas drifit				
CH003	Edición 03	Revisión 03	nov06	Página 1
Nombre del Producto	Camisetas drifit			
Descripción del Producto	<p>La tecnología Nike DriFIT consiste en una innovadora tela de poliéster diseñada para mantener la transpirabilidad y ofrecerte así una mayor comodidad para entrenar más y mejor. Camiseta al estilo drifit donde ayudara a la persona que hace ejercicio a transpirar menos y tenga una buena ventilación a la hora de hacer ejercicio.</p> <p>Sexo: Hombre</p>			
Lugar de Elaboración	Producto elaborado en la empresa llamada TEJIDOS GULFER SAS, el cual será distribuido en la ciudad de Bogotá en la localidad de los mártires.			
Características	Presentación:	Caja x 1 unidad		
	Colores:	Azul, Blanco, Negro, Rojo, Verde		
	Tallas:	S, M, L, XL		
Presentación y Empaques	Presentación:	Caja x 1 unidad		
	Empaque:	Caja de 43 cm X 30 cm X 5 cm		
	Embalaje:	Rollo Plástico Vinipel		

Autoría del investigador.

Tabla 11 *Ficha técnica licra*

FICHA TECNICA				
Licras				
CH004	Edición 04	Revisión 04	nov06	Página 1
Nombre del Producto	Licras			
Descripción del Producto	<p>La lycra pantalón deportiva está fabricada en material lycrado de alta calidad que hace compresión para ajustarte a tu cuerpo y hacerte tener una mejor postura corporal, diseñada para que te sientas cómodo sirve para usarlo mientras haces tú deporte favorito, ayuda a que tu cuerpo elimine el exceso de calor producido por el movimiento y te protege de tener una incidencia directa de rayos ultravioleta, protege tu salud realizando deporte, evitando la incidencia de rayos ultra violeta directos en la piel y vístete cómodo. Licras para hombre y para mujer las cuales cumplen con la función de mantener más cómodo a quien las usas, además de ser livianas y poder estirarse varias veces.</p>			
Lugar de Elaboración	Producto elaborado en la empresa llamada TEJIDOS GULFER SAS, el cual será distribuido en la ciudad de Bogotá en la localidad de los mártires.			
Características	Presentación:	Caja x 1 unidad		
	Colores:	Negro		
	Tallas:	S, M, L, XL		
Presentación y Empaques	Presentación:	Caja x 1 unidad		
	Empaque:	Caja de 43 cm X 30 cm X 5 cm		
	Embalaje:	Rollo Plástico Vinipel		
Autoría del investigador.				

18. Desarrollo solución de proyecto fondo emprender

Tabla 12 Modelo Canvas como desarrollo de la solución del Fondo Emprender

8. SOCIOS CLAVES	7. ACTIVIDADES CLAVE	2. PROPUESTA DE VALOR	4. RELACIÓN CON LOS CLIENTES	1. SEGMENTACION DEL CLIENTE
<p>Identificar socios claves que necesita nuestro proyecto</p> <p>Proveedores: Tejidos Gulger S.A.S. y Luis Eduardo Caicedo S.A. Almacenes de cadena en Colombia como (Falabella, go rigo) en Ecuador Casa Deportiva Guayas Procolombia, Bancoldex, Connect Bogotá (Facebook, Instagram, Tiktok).</p>	<p>¿Qué actividades necesita mi propuesta de valor?</p> <p>Zonesports tiene como actividades claves</p> <p>1. Llevar a cabo el financiamiento que requiere con entidades como procolombia que brinda beneficios y facilidades para compañías emergentes, así mismo esta entidad brinda una plataforma para llegar a mercados internacionales</p> <p>2. Desarrollar una estrategia de mercadeo junto con marcas de ropa deportiva reconocidas en el mercado</p> <p>3. establecer alianzas con los proveedores que nos puedan ofrecer mejores precios para ser más competitivos en el mercado.</p>	<p>¿Qué factor diferenciador estamos entregando a nuestros clientes?</p> <p>Zonesport Se basa en brindar una prenda deportiva que cumple una doble función proporcionando comodidad, seguridad y utilidad a las personas que la utilicen en el desplazamiento o durante la actividad física.</p>	<p>¿Qué tipo de relación establezco con mi cliente?</p> <p>La empresa buscara una atención personalizada con el cliente, se prestaran servicios post venta, preventa, asesoramiento continuo por medio de la comercialización de prendas deportivas</p>	<p>¿Para quienes estamos creando el valor?</p> <p>El grupo poblacional objetivo general es de 20 a 59 años, según la encuesta obteniendo un rango significativo de siendo las personas más interesadas en obtener prendas deportivas de doble función como las que ofrece Zonesport para desarrollar su actividad física</p>
	6. RECURSOS		3. CANALES	

	<p>¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? La compañía para poder llevar a cabo su actividad requiere de, Recursos Financieros Equipos de cómputo, Muebles y enceres, capital humano, Promoción y publicidad.</p>		<p>¿Con que canales contactamos a nuestros clientes? Los canales de distribución para aproximarse al cliente son; el canal directo o corto por medio de página web o aplicación para dispositivo inteligente, usando como estrategia el marketing digital para el posicionamiento y CRM para la fidelización de los clientes.</p>	
<p>9 .QUE COSTOS TENGO FIJOS Y VARIABLE Nomina, Arriendo, Servicios públicos, Transporte, Impuestos, Publicidad, Materias primas, Costos de Adquisición, Costos de Depreciación, Intereses Financieros.</p>		<p>5. FLUJO DE INGRESOS (Principales fuentes de ingresos y medios de pago) Principal fuentes de ingreso son las ventas directas de la empresa. Ventas en efectivo, canales digitales, pagos en efectivo, transferencias, tarjetas débito y crédito.</p>		

Autoría del investigador.

19. Obtención de ingresos

El proyecto planea generar ingresos a través de:

- Directrices publicitarias de la empresa en la aplicación: Habrá dos tipos de guías dentro de la aplicación Zonesport, una es una guía móvil que muestra anuncios en la esquina flotante o de la aplicación, y la guía dedicada se detallará en otra sección. La solicitud, se hará por los centros deportivos más importantes.
- Negociar ofertas exclusivas con empresas que se anuncian en la aplicación: una guía especial de ofertas para clientes finales, así como las próximas fechas de vencimiento, para generar tracción comercial e interés de compra. Estas serán ofertas de última hora.
- Valorizar ofertas de compra: Al tener fidelización de clientes aumentar gradualmente el precio de las prendas con mayor consumo y de igual manera implementar productos que se complementen entre sí para incentivar al cliente en gastar más.

20. Condiciones comerciales

Cliente	
Producto	Chaqueta doble función. Sudaderas en algodón para hombres y mujeres Camisetas drifit Licras
Volumen y frecuencia de compra	Sin información
Características de la compra	Prendas aptas y exclusivas para realizar actividad física, proporcionando comodidad, con capacidad de transpirar, con telas de calidad como Drifit y licras.
comprar sitio	Espacio de descarga gratuito.
método de pago	Guía práctica (Tarjetas de crédito/débito, PSE, Nequi, DaviPlata, etc.)
Precio	Los precios de los productos se encuentran entre \$50,000 a \$300,000

Requisitos de posventa	Puntuaciones de visitantes: Guías de tarifas
Garantizar	Lineamientos reconocidos por organismos
beneficio de comercialización	Sin información

Tabla 13 *Condiciones comerciales*

Autoría del investigador.

21. Proyección de producción y ventas

Tabla 14 *Proyecciones de producción y ventas*

- **Número de proyecciones:**

Número de clientes: no hay información exacta sobre el promedio de clientes regulares, pero se puede ver que las descargas de aplicaciones relacionadas con ropa deportiva han aumentado durante la pandemia de Covid19. Y, debido a la vuelta a la normalidad, se ha producido un aumento de las descargas de aplicaciones móviles relacionadas con el mercado de las ropas deportivas.

- **Pronóstico de precio de venta:**

- \$10,00 horas x 30% = \$3,00

- \$15,00 horas x 30% = \$4,50

- \$22,50 horas x 30% = \$6,75

- \$33,75 horas x 30% = \$10,12

- **Forma de Pago (Efectivo/Tarjeta de Crédito) *: Tarjeta de Crédito/PSE**

Por qué: La decisión del precio se basa en el mercado de ropa deportiva actual. Por otro lado, es claro que en varias tiendas de ropa deportivas el precio varía de acuerdo a las necesidades del cliente. Por otro lado, las tiendas de ropa deportivas más reconocidas determinan sus precios de venta, incluyendo servicios como transporte, por lo que Zonesport no puede ser utilizado como referencia.

Finalmente, decida construir precios competitivos basados en empresas de buen desempeño.

Autoría del investigador.

22. Ventas al año 2022

Se piensa que las ventas al terminar el año ascienden 2591,58 dólares debido a que en este año solo se empieza el funcionamiento a partir del mes 7.

23. Producción y ventas proyectadas

Tabla 15 Producción y ventas proyectadas

Año	Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Totales
2022	Unidades Producción							10	50	20	30	35	50	195
	Ventas USD	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	USD \$ 539,91	USD \$ 270	USD \$ 108	USD \$ 162	USD \$ 189	USD \$ 270	USD \$ 1.053
2023	Unidades Producción	15	20	20	30	40	50	70	100	120	140	160	360	1.125
	Ventas USD	USD \$ 81	USD \$ 108	USD \$ 108	USD \$ 162	USD \$ 216	USD \$ 270	USD \$ 378	USD \$ 540	USD \$ 648	USD \$ 756	USD \$ 864	USD \$ 1.944	USD \$ 6.074
2024	Unidades Producción	50	40	40	35	60	70	90	130	140	160	180	390	1.385
	Ventas USD	USD \$ 270	USD \$ 216	USD \$ 216	USD \$ 189	USD \$ 324	USD \$ 378	USD \$ 486	USD \$ 702	USD \$ 756	USD \$ 864	USD \$ 972	USD \$ 2.106	USD \$ 7.478
2025	Unidades Producción	60	40	45	40	80	100	150	180	160	200	250	420	1.725
	Ventas USD	USD \$ 83,99	USD \$ 216	USD \$ 3,00	USD \$ 216	USD \$ 432	USD \$ 539,91	USD \$ 810	USD \$ 972	USD \$ 864	USD \$ 1.080	USD \$ 1.350	USD \$ 2.268	USD \$ 9.313
2026	Unidades Producción	80	50	55	45	90	120	170	210	165	220	280	460	1.945
	Ventas USD	USD \$ 432	USD \$ 269,96	USD \$ 297	USD \$ 243	USD \$ 486	USD \$ 648	USD \$ 918	USD \$ 1.134	USD \$ 891	USD \$ 1.188	USD \$ 1.512	USD \$ 2.484	USD \$ 10.501

Autoría del investigador

24. Normatividad

24.1. Pasos para registrarse en la Cámara de Comercio de Bogotá:

- * Si es persona natural, ejercer su actividad de eCommerce (o relacionada), en Colombia.
- * Si es persona jurídica, acreditar con documentación su existencia.
- * Diligenciar el formulario de afiliación para persona natural o jurídica, según el caso. La motivación para afiliarse debe contener un mínimo de 50 palabras y estar redactada en términos de ideas y/o aportes que su empresa pueda brindar a la misión de la CCCE, como gremio que promueve el comercio electrónico en el país.
- * Enviar por email a afiliaciones@cce.org.co copia escaneada del RUT, certificado de existencia y representación legal (personas jurídicas), documento de identidad del representante legal.
- * Suscribir el documento de afiliación y realizar el pago por concepto de afiliación al gremio.
- * Ser aprobado por el Comité Evaluador de la CCCE, respuesta que se dará máximo en tres (3) días hábiles, contados desde la fecha en que el solicitante aporte los documentos.
- * Luego de ser validada la anterior documentación se podrán solicitar documentos adicionales (Camara de Comercio Electronico, 2022).

24.2 Normas Tributarias Normas Técnicas

Tabla 16 *Aspectos tributarios*

ASPECTOS TRIBUTARIOS			
Tipo de Obligación	Entidad dónde se tramita	Requisitos	Cuando se debe realizar
Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT)	DIAN	<ul style="list-style-type: none"> • Diligenciamiento del formulario oficial. 	Una vez realizado el registro mercantil ante la Cámara de Comercio

Solicitud de autorización de numeración para Facturar	DIAN	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la formalización de la inscripción. • Registro Único Tributario. • diligenciar solicitud en formulario 1302 “Solicitud sobre numeración para Facturación” en original y copia. • Documento de identidad del obligado, representante o apoderado. • Certificado de Existencia y Representación Legal. 	Una vez realizada la inscripción en el RUT
Solicitud de Resolución de Habilitación de Numeración de Facturación	DIAN	<ul style="list-style-type: none"> • Registro Único Tributario. • Diligenciar formulario 1302 solicitud sobre numeración para Facturación en original y copia. • Documento de identidad del obligado, representante o apoderado. • Certificado de Existencia y Representación Legal. 	Pasados los dos años de vigencia de la Resolución de Autorización de Facturación, si todavía tiene numeración de facturación sin utilizar.
Presentar declaración del IVA	Entidades financieras autorizadas para recibir el pago de esta obligación, ubicadas en el territorio nacional.	La declaración de IVA, que a partir de la ley 1607 de 2012 se puede pagar en períodos bimestrales, cuatrimestrales y anuales; deberá presentarse en los formularios que para tal efecto señale la DIAN y deberá contener la información del artículo 602 del E.T.El formulario para esta declaración es el Número 300.	En la fecha del respectivo vencimiento según calendario tributario, teniendo en cuenta los dos últimos dígitos del NIT.

Presentar declaración del Impuesto de Renta y Complementarios	Entidades financieras autorizadas para recibir la presentación o pago de esta obligación, ubicadas en el territorio nacional.	La declaración de Renta deberá presentarse en el formulario oficial prescrito por la DIAN y deberá contener la información del artículo 596 del E.T.	Presentación anual según calendario tributario y teniendo en cuenta los dos últimos dígitos del NIT.
Presentar declaración del Impuesto sobre la Renta para Equidad – CREE–	Entidades financieras autorizadas para recibir la presentación y el pago de esta obligación, ubicadas en el territorio nacional.	*El impuesto CREE debe presentarse en el formulario oficial prescrito por la DIAN y deberá cumplir con lo exigido en los artículos del 20 al 37 de la Ley 1607 de 2012.	Declaración: Anual Pago en dos cuotas: primera cuota hasta Abril y segunda cuota hasta Junio, según calendario tributario, teniendo en cuenta los dos últimos dígitos del NIT.
Autorretención del – CREE–	Entidades financieras autorizadas para recibir el pago de esta obligación, ubicadas en el territorio nacional.	La autorretención del CREE debe presentarse en el formulario oficial diseñado por la DIAN y además deberá estar de acuerdo con lo indicado en el artículo 2 del Decreto 1828 de 2013	Mensual o cuatrimestral dependiendo de los ingresos brutos del contribuyente obtenidos durante el periodo gravable anterior
Presentar declaración por Impuesto de Industria y Comercio (ICA)	Entidades financieras autorizadas para recibir el pago de esta obligación, la Tesorería del municipio y centros de Atención Local Integral C.A.L.I.	El impuesto ICA debe presentarse en el formulario oficial prescrito por la Secretaría de Hacienda Municipal (SHM) y según lo dispuesto por cada municipio.	Anual según resolución del Departamento Administrativo de Hacienda Municipal y teniendo en cuenta las fechas límite para su declaración y pago, y el último dígito del NIT.
Presentar declaración mensual de retenciones en la fuente por impuestos nacionales, esto es por renta, IVA y Ganancias Ocasionales.	En los bancos y demás entidades autorizadas para recaudar, ubicadas en el territorio nacional.	Deberá presentarse en el formulario oficial de la DIAN. La declaración deberá contener la información del artículo 606 del E.T.	Mensualmente, en la fecha de vencimiento, teniendo en cuenta los dos últimos dígitos del NIT.

<p>Presentar declaración mensual de retenciones en la fuente por ICA (Este es un mecanismo de recaudo de un impuesto de carácter municipal por lo que las condiciones y características pueden variar para cada caso)</p>	<p>Entidades financieras autorizadas para recibir el pago de esta obligación, la Tesorería del municipio y centros de Atención Local Integral C.A.L.I.</p>	<p>Deberá contener: *Formulario diligenciado (en Cali la presentación de la declaración se realiza virtualmente) * Nombre o razón social y NIT *Dirección *Base sobre la cual se efectuó la retención *Valor de las retenciones efectuadas en el período *Liquidación de las sanciones cuando fuere el caso. *Firma del representante legal y revisor fiscal (en caso de ser obligatorio dependiendo de cada municipio)</p>	<p>Mensualmente, en la fecha del respectivo vencimiento.</p>
<p>Impuesto Predial Unificado (Este es un impuesto de carácter municipal por lo que las condiciones y características pueden variar para cada caso)</p>	<p>Los pagos se podrán hacer en los bancos de la ciudad y en la Secretaría de Hacienda Municipal.</p>	<p>Para ser contribuyente del impuesto predial (sujeto pasivo) se requiere, figurar como persona jurídica o natural, propietaria o poseedora de bienes inmuebles ubicados en la jurisdicción de un municipio en particular. Este requisito se corrobora a partir de la inscripción de la escritura pública en la Oficina de Instrumentos Públicos.</p>	<p>El impuesto predial unificado, se causa el primero de enero del respectivo año gravable. Se puede pagar en cuatro cuotas trimestrales, o en una sola cuota a elección del contribuyente y según las fechas indicadas por la Secretaría de Hacienda Municipal.</p>

Tomada de (Actualicese, 2022)

24.3 Normativa laboral

La normativa que se acata es la compilada en el código sustantivo del trabajo, con el fin de tener armonía en las distintas relaciones contractuales con los colaboradores.

24.4 Normatividad ambiental

Decreto 1397 del 2016

Resolución 97 de 2017

Resolución 0376 de 2016

Decreto 1076 del 2015

Decreto 2041 del 2014

24.5 Registro de marca

Se llevará a cabo en la Administración de Industria y Comercio e incluirá principalmente investigación de antecedentes de marcas e investigación de registro.

Nota: Si la sociedad ha sido constituida a la fecha, favor adjuntar constancia de existencia y representante legal, así como documentos privados de constitución.

Las regulaciones aplicables se enumeran específicamente para cada producto o servicio en esta sección, respaldadas por procedimientos como permisos, licencias, registros, regulaciones y más. Si es así, adjunte.

Para la empresa y horario de servicio que brindará Zonesport, inicialmente solo se requerirá conexión a internet y equipo de cómputo. Todo el trabajo se realizará a través del teletrabajo, reduciendo los costos operativos de la infraestructura y dedicando tiempo de calidad al desarrollo de aplicaciones y gestión comercial para dar a conocer a Zonesport.

25. Condiciones técnicas de funcionamiento

Aspecto general: Hoy en día, las entidades que ofrecen servicios similares a los propuestos por Zonesport tienen procesos que deben ser permanentes en el teléfono (vía teléfono o app) y no ofrecen atención al cliente 24/7. Con Zonesport se espera personalizar la experiencia de venta de acuerdo con los gustos y preferencias de cada usuario, buscando la diversidad en los productos, es decir, ofreciendo alternativas para cada tipo de producto desde una aplicación móvil; de la misma manera el inventario estará actualizado en la página con el fin de que se pueda tener acceso a la disponibilidad de las prendas de vestir.

Capacidad por instalar: Para poder desarrollar la aplicación y entender los requerimientos que puedan necesitar nuestros clientes y visitantes, se requiere un mínimo de 3 laptops por responsable. Además, dote a nuestros desarrolladores de aplicaciones con computadoras de escritorio. Por otro lado, es claro que la velocidad de internet es un aspecto a considerar ya que debe ser suficiente para el avance de la aplicación, en lo referente al proceso de producción, este se tercerizará.

Descripción del producto

Los productos a ofertar son prendas de vestir deportivas ideales para ir al gimnasio, mismo modo las prendas con tela lycrada que permite mejor ajuste al cuerpo y ayuda que se pueda controlar la humedad producida por el sudor.

26. Necesidades de infraestructura adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y demás activos

Para la empresa y horario de servicio que brindará Zonesport, inicialmente solo se requerirá conexión a internet y equipo de cómputo. Todo el trabajo se realizará a través del teletrabajo,

reduciendo los costos operativos de la infraestructura y dedicando tiempo de calidad al desarrollo de aplicaciones y gestión comercial para dar a conocer a Zoneport en el mercado de prendas deportivas.

Tabla 17 *Presupuesto de maquinaria*

Presupuesto de Maquinaria y Equipo			
Cantidad	Maquinaria/Equipo	Precio Unitario USD	Precio Total USD
	Maquina		
1	fileteadora	297,52	297,52
	Máquina de		
2	collarín	407,69	815,38
	Maquinaria		
1	cerradora de codo	539,91	539,91
	Maquina Flat		
1	seamer	119,95	119,95
	Maquina		
1	botonadora	359,94	359,94
	Máquina		
1	Presilladora	1317,14	1317,14
	Máquina ojaladora		
2	Máquina ojaladora	275,95	551,91
	Máquina Multi-		
4	agujas	467,92	1871,69
	Máquina		
3	pretinadora	1415,77	4247,31
	Máquina plana de		
3	dos agujas	224,33	673,01
	Total		10793,81

Autoría del investigador.

27.1. Localización operaciones

27.1.1. Condiciones técnicas de la infraestructura.

Tabla 18 Condiciones técnicas de la infraestructura

Tipo de activo	Describir	Cantidad	Valor unitario	Requisito de habilidades
Infraestructura – Ajustamiento	2onesport se requiere instalación física para operar.	1	USD 479,922	
Maquinaria y herramientas	No aplica			

Equipo de Comunicación y Computación	Ordenador portátil	3	USD 719,88	Core i5 10ª generación en adelante, tarjeta Gráficos, 1650 ti o superior, 16 gb ram 3000 MHz, 1 tb ssd
	PC de escritorio	2	USD 959,844	core i7 de 10.ª generación y superior, tarjeta gráfica, 1660 ti o superior, 16 gb de ram 3200 MHz, 1 tb ssd, 1 tb hdd
Muebles y enseres y otros	Escritorio	5	USD 95,98	- Longitud: 138cm - Altura: 137,5 cm - Profundidad: 50cm Esto incluye: Un (1) escritorio Tres (3) estantes Dos (2) cajones
	Sillón reclinable	5	USD 127,15	- Ancho: 61 - Altura: 122 - Antecedentes: 60 - Materiales: Espuma, Polipropileno, Textil

			- Reposabrazos: si
	Silla ergonómica	2	USD 213,54
			- Ancho: 67cm - Altura: 126cm - Profundidad: 53cm - Capacidad (resistencia carga máxima): 150 kg - Peso del producto: 21 kg - Reposabrazos: si

Autoría del investigador.

28. Actividades

Tabla 19 *Actividades*

Actividad de proceso	Tiempo estimado de realización	Cargos que Participan	Número de personas que intervienen	Equipos y maquinaria que se utilizan
Actividad uno: Inicio de actividades	10 meses	Gerente General Gerente Comercial Gerente Operación	3	Equipo técnico (laptops) y equipo de oficina
Actividad 2: Seleccione un desarrollador de aplicaciones personales para Zonesport	2 meses	gerente general Gerente Comercial Gerente Operación	3	Equipo técnico (laptops) y equipo de oficina
Actividad 3: Creación de la aplicación Zonesport	5 meses	Desarrollador de aplicaciones	2	Equipamiento técnico (ordenadores de sobremesa) y equipamiento de oficina
Actividad 4: Administración y control.	1 mes	Desarrollador de aplicaciones	2	Equipamiento técnico (ordenadores de sobremesa) y equipamiento de oficina
Actividad 5: Gestión comercial de Zonesport	3 meses	Gerente General Gerente Comercial Director de operaciones	3	Equipo técnico (portátiles) y material de oficina. También como transporte (terrestre, aéreo)
Actividad 6: Zonesport alianzas estratégicas,	1 mes	Gerente General Gerente Comercial Gerente Operación	3	Equipo técnico (portátiles) y material de oficina. También como transporte (terrestre, aéreo)

Actividad 7: Análisis del sector.	1 día	Gerente General Gerente Comercial Gerente Operación Desarrollador de aplicaciones	5	Equipamiento técnico (sobremesa y portátiles) y equipamiento de oficina.
---	-------	--	---	--

Auditoria del investigador.

29. Capacidad productiva

Tabla 20 *Capacidad productiva*

Actividades	Meses												Total	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1 Construcción de proyecto	■													
2 Gestión comercial							■							
3 Verificación técnica (Monitor de rendimiento de aplicaciones)	■													
Autoría del investigador.														

30. Equipo de trabajo

Gerente General

Función:

- Actividades previstas dentro de la empresa.
- Los recursos de la entidad organizativa.
- Determinar el rumbo de la empresa a corto, mediano y largo plazo, entre muchas otras tareas.
- Establezca una serie de objetivos que definan la planeación estratégica de la organización.
- Establecer una estructura organizativa competitiva basada en el mercado.
Investigar diferentes temas financieros, administrativos, de marketing, etc.
- Servir como líder de cada equipo en el nivel misional

Gerente Comercial

Función:

- Desarrollar relaciones con los clientes
- Analizar el rendimiento empresarial conforme a los indicadores de gestión
- Encuentre oportunidades de crecimiento
- Desarrollar un plan de crecimiento empresarial.
- Gestión del marketing
- CRM

- Identificar oportunidades de negocio
- Mejorar estratégicamente los procedimientos
- Análisis de riesgo
- Administrar las operaciones diarias de la empresa.

Gerente de Operaciones

Funciones:

- Planificar, dirigir y velar por la adecuada gestión de los recursos
- Control estricto del proceso
- Resolución de procesos
- Gestionar la logística
- Desarrollar una estrategia de optimización de procesos.
- Análisis de rendimiento operativo

31. Emprendedor

Los nombres de los emprendedores y sus biografías son los siguientes:

Experiencia general: Servicio al cliente

Experiencia específica: Responsable de las relaciones con los clientes en el departamento de servicio. Responsable de analizar inquietudes, reseñas, preguntas, preguntas y sugerencias de los clientes para diagnosticar y resolver adecuadamente los problemas del producto.

Rol: Gerente General

Dedicación: Jornada completa

Experiencia general: Servicio al cliente

Experiencia específica: Responsable de las relaciones con los clientes en el departamento de servicio. Responsable de analizar inquietudes, reseñas, preguntas, preguntas y sugerencias de los clientes para diagnosticar y resolver adecuadamente los problemas del producto.

Rol: Gerente Comercial

Dedicación: Jornada completa

Experiencia general: Servicio al cliente

Experiencia específica: representante de ventas y atención al cliente bilingüe. Responsable de analizar inquietudes, reseñas, preguntas, preguntas y sugerencias de los clientes para diagnosticar y resolver adecuadamente los problemas del producto.

Rol: Gerente de Operaciones

Dedicación: Jornada completa

32. Cargos

Tabla 21 Cargos

Nombre Cargos	Función	Aptitudes y actitudes			Tipo de contrato	Dedicación de tiempo	Unidad	Valor de la recompensa	Mes de unión
		Habilidades	Experiencia general (año)	sus propias experiencias (año)					
gerente general	Planificación recursos de la entidad. Determinar el rumbo de la empresa a corto, mediano y largo plazo. Establecer una serie de objetivos. Crear una estructura organizativa Depende de competencia , el mercado.	calcular administrativo Finanzas Contabilidad ventas de mercado.	1 año	1 año	contrato indefinido	8 horas/día	Uno	\$2'000.000 (incluyendo obligaciones Prestaciones de salud y pensión: 8,5% salud/12% pensión) total, nómina: Salud: \$170,000 Pensión:	12 meses

	Investiga diferentes asuntos financieros, administrativos Tú, de marketing. Como líder de varios equipos.							Nómina de \$240,000 Total, mensual: \$2'410.000; total en USD: 578,30	
encargado comercial él	Los gerentes comerciales coordinan equipos comerciales en sus esfuerzos por ganar nuevos negocios, explorar nuevas vías de actividad y buscar Oportunidad para ayudar a la empresa crecer y desarrollarse. Los gerentes de negocios deben ser buenos.	Comercialización Orientación y gestión de empresas del ramo digital. comercio dirección comercial administrativo y gestión empresarial. Gestión y Márketing Negocio.	1 año	1 año	contrato indefinido	8 horas/día	Uno	\$2'000.000 (incluyendo obligaciones Prestaciones de salud y pensión: 8,5% salud/12% pensión) total, nómina:	12 meses

								saludables: \$170,000	
--	--	--	--	--	--	--	--	--------------------------	--

	comunicador y pensadores estrategia de desarrollo plan a juego con – objetivo comercial.							pensión: Nómina de \$240,000 Total mensual: \$2`410.000; total en USD: 578,30	
gerente Operación	Gerente de Operaciones Es decir profesional que es responsable Administración existir, planificación , implementar iones y supervisar el diferente proceso u operación que_ _ Las empresas lo hacen todos los días.	programación Capacidad estratégica Nivel logístico Administración	1 año	1 año	contrato indefinido	8 horas/día	Uno	\$2'000.00 0 (incluyendo obligaciones Prestaciones de salud y pensión: 8,5% salud/12% pensión) total, nómina: Salud: \$170,000 Pensión: Nómina de \$240,000 Total mensual: \$2`410.000; total en USD: 578,30	12 meses

Autoría del investigador.

Métricas de gestión de desarrolladores:

- Tiempo de cumplimiento en el desarrollo de la aplicación Zonesport
- Gestión técnica de la calidad (calidad y funcionamiento de la aplicación)

33. Estrategia

Tabla 22 *Estrategia*

Estrategia de comunicación (nombre): Redes sociales: marketing en redes sociales marketing digital				
Propósito: Dado que los jóvenes visitan las redes sociales con mayor frecuencia, estos individuos serán los responsables de realizar la mayoría de las descargas de aplicaciones a través de anuncios. Pretende ser la voz del público de referencia para que la app Zonesport sea conocida y difundida.				
Ejercicio	Recursos necesarios	mes de ejecución	costo	Responsable
Abrir perfil Zonesport en las diferentes redes sociales	Instagram, Facebook, Contenido publicitario como banners, videos y textos	Primer mes	\$0	Gerente Comercial y General
Establecer el destino de comunicación de la aplicación	CRM	Primer mes	\$0	Gerente Comercial y General
Definir la fecha de lanzamiento del contenido	Cronograma	Primer mes	\$0	Gerente Comercial y General
Define el tipo de contenido que utilizará Zonesport en sus publicaciones	Marketing 4.0	Primer mes	\$0	Gerente Comercial y General

Medir el rendimiento de Zonesport mensualmente	Indicadores	Cada mes	\$0	Gerente Comercial y General
Coste total			\$0	Gerente Comercial y General

Estrategia de comunicación (nombre):

Anuncios de Google

Finalidad: Facilitar la identificación de aplicaciones de esta forma mediante la búsqueda en Internet de información.

Ejercicio	Recursos necesarios	Mes de ejecución	Costo	Responsable
Anúnciate con los anuncios de Google	Dinero y conexión a internet	Primer mes	\$ 200000/4167,34= 47,99 USD	Gerente General y Gerente Comercial
Mide el rendimiento de Zonesport en Google mensualmente Anunciar	Vaya a la página de Google Ads para comprobar el progreso de su solicitud.	Cada mes	\$ 200000/4167,34= 47,99 USD	Gerente General y Gerente Comercial
Coste total Precio de referencia			\$2,400,000/4167,34= 575,90 USD inversión anual Anuncios de Google	Gerente General y Gerente Comercial

Estrategia de comunicación (nombre):

Revista

Propósito: Si bien las redes sociales (mercadeo en redes sociales) son más populares entre las audiencias más jóvenes, las revistas son una forma de comunicación más común entre los adultos mayores. Estas personas son los principales consumidores de la aplicación Zonesport

Ejercicio	Recursos necesarios	Mes de ejecución	Costo	Responsable
-----------	---------------------	------------------	-------	-------------

Investigación sobre las revistas más compradas en la ciudad de Bogotá	La información mediática escrita más vendida de la ciudad	Primer mes	\$0	Gerente Comercial y General
Elija las revistas más relevantes para el estilo de vida	Información	Primer mes	\$0	Gerente Comercial y General
Anúnciate en estas revistas y difunde la aplicación a través de ellas	Habilidades de persuasión y conocimiento de la industria y habilidades de comunicación.	Segundo mes	Entre \$5,500,000 y \$8,630,000; es decir entre 1319,78 USD y 2070.86 USD.	Gerente Comercial y General
Crea contenido constante en cada actualización de la revista.	Conocimientos de marketing empresarial.	Todos Actualización de la revista	Entre \$5,500,000 y \$8,630,000; es decir entre 1319,78 USD y 2070.86 USD.	Gerente Comercial y General
Coste total Precio de referencia			Entre \$5,500,000 y \$8,630,000; es decir entre 1319,78 USD y 2070.86 USD.	Gerente Comercial y General

Estrategia de comunicación (nombre):

Sitio web de Zonesport

Finalidad: Obtener más información sobre la aplicación, nuestros servicios y nuestro equipo en el sitio web. De esta manera, también habrá un servicio de chat en línea y ayuda de la aplicación.

Ejercicio	Recursos necesarios	Mes de ejecución	Costo	Responsable
Cree páginas web y haga que toda su interfaz sea fácil de navegar y segura.	Conocimientos en programación y desarrollo web.	Primer mes	Desde 5.000.000 a 30.000.000 pesos colombianos; es decir desde 1199,80 a 7198.83 USD.	Desarrolladores web y de aplicaciones, gerentes de operaciones

Adaptar la web para ordenadores y móviles	Conocimientos en programación y desarrollo web.	Primer mes	Desde 5.000.000 a 30.000.000 pesos colombianos; es decir desde 1199,80 a 7198.83 USD.	Desarrollador web y de aplicaciones
Diseñado por 2onesport.	Conocimientos de programación y desarrollo web, guía de presentación de diseño. se espera que se utilice para Redada	Primer mes	Desde 5.000.000 a 30.000.000 pesos colombianos; es decir desde 1199,80 a 7198.83 USD.	Desarrolladores web y de aplicaciones, gerentes de operaciones
Mejorar y actualizar el sitio web de vez en cuando.	Conocimiento Programación y Desarrollo Web	1 a 4 meses	Entre \$100,000 y \$1,000,000 de pesos por mes; es decir entre 23,99 y 239,96 USD.	Desarrolladores web y de aplicaciones, gerentes de operaciones
	Evaluar las habilidades de desarrollo del sitio para la mejora continua			
Coste total			Desde 5.000.000 a 30.000.000 pesos colombianos; es decir desde 1199,80 a 7198.83 USD.	Desarrolladores web y de aplicaciones, gerentes de operaciones

Estrategia de comunicación (nombre): Publicidad en centros comerciales, aeropuertos, centros de transporte

Finalidad: En los aeropuertos, las personas que lleguen podrán ver un anuncio de la aplicación y animarse a descargarla, también en centros comerciales y terminales de transporte.

Ejercicio	Recursos necesarios	Mes de ejecución	Costo	Responsable
Diseñe su anuncio según el sitio web en el que se mostrará.	Hay diseñadores gráficos que pueden hacer este trabajo de acuerdo a cada tema.	Segundo mes	Entre \$9,000,000 y \$20,000,000 de pesos; es decir entre 2159,691 y 4799,22 USD.	Gerente Comercial y General
Negociación publicitaria.	Realizar una reunión previa con el responsable para acordar el anuncio y su ubicación.	Segundo mes	\$0	Gerente Comercial y General
Evalúe las descargas antes y después de los anuncios.	Disponer de un informe digital con información de descarga.	Segundo mes	\$0	Gerente Comercial y General
Coste total			Entre \$9,000,000 y \$20,000,000 de pesos; es decir entre 2159,691 y 4799,22 USD.	Gerente Comercial y General

Autoría del investigador.

34. Periodo de arranque

¿Cuál es el período de puesta en marcha del proyecto (meses)?

Nota: Este tiempo corresponde al tiempo estimado desde la fecha de firma del contrato hasta la fecha de aprobación del lugar de negocio.

Zonesport es un proyecto desarrollado completamente desde cero por estudiantes, con planes a mediano y largo plazo. Los estudiantes no tienen la estabilidad financiera o los recursos necesarios para presentar una solicitud, por lo tanto, el apoyo financiero está disponible de los padres de cada estudiante.

Comercia implementando un programa llamado “Soy Micro Emprendedor”.

35. Periodo improductivo

¿Cuál es el período de no producción (meses) requerido para el primer ciclo de producción?

El periodo de no producción que tendrá la empresa Zonesport serán los primeros 6 meses desde el inicio, su fondo económico respalda su lanzamiento, debido a que durante estos meses se llevará a cabo el desarrollo resultando no generar utilidad ni ingresos el en periodo de producción

36. Proyección de costos

Tabla 23 *Proyección de costos en pesos colombianos*

Costo fijo mensual			Costes Variables		
Personal administrativo (incluyendo obligaciones de salud y pensión)	Cantida d	Precio por empleado	Descripció n	Cantida d	Precio
			Revista Categoría		
Gerente comercial	1	2410000	Orvieto	2	16600000
Director comercial	1	2410000	Periódicos	5	20000000
			Inversión eventos y ferias	1	25000000
Director de operaciones	1	2410000			
Total personal administrativo	3	7230000	Total Costos variables año		61600000
			Total Costos variables mes		5133333, 33
Personal de Campo					
Desarrollador de APP	1	4000000			
Desarrollador de APP	1	4000000			
Total personal de campo	2	8000000	Costes totales		23841666 ,7
Otros costes fijos					
Obligaciones financieras	1	125000			
		833333,3			
Préstamo de inversión	1	33			
Tarifa de agencia	1	300000			
Publicidad en Google ADS	1	200000			
Licencia de Software de contabilidad	1	170000			
Licencia de Software de Plataforma de aplicación y sitio web de la empresa	1	1850000			
Total otros costes		3478333, 33			
TOTAL COSTES FIJOS		18708333 ,3			

Autoría del investigador.

Tabla 24 *Proyección de costos en Dólares*

Costo fijo mensual		Costes Variables			
Personal administrativo (incluyendo obligaciones de salud y pensión)	Cant idad	Precio por empleado	Descripción	Cant idad	Precio
Gerente comercial	1	578,3065 457	Revista Categoría Orvieto	2	3983,3 5629
Director comercial	1	578,3065 457	Periódicos	5	4799,2 24445
Director de operaciones	1	578,3065 457	Inversión eventos y ferias	1	5999,0 30557
Total personal administrativo	3	1734,919 64	Total Costos variables año		14781, 6113
Personal de Campo			Total Costos variables mes		1231,8 0094
Desarrollador de APP	1	959,8448 891			
Desarrollador de APP	1	959,8448 891			
Total personal de campo	2	1919,689 78	Costes totales		5721,0 7548
Otros costes fijos					
Obligaciones financieras	1	29,99515 278			
Préstamo de inversión	1	199,9676 851			
Tarifa de agencia	1	71,98836 668			
Publicidad en Google ADS	1	47,99224 445			
Licencia de Software de contabilidad	1	40,79340 779			
Licencia de Software de Plataforma de aplicación y sitio web de la empresa	1	443,9282 612			
Total otros costes		834,6651 18			
TOTAL COSTES FIJOS		4489,274 53			

 Autoría del investigador.

37. Proyección de gastos

Comisión de agencia:

Invertir en gestión empresarial y relaciones públicas: citas de negocios de la ciudad

Las citas de negocios en ciudades fuera de Bogotá incluyen: transporte, alimentación, los gastos de viaje

Tarifa de agente general: \$ 300,000 pesos por mes; referente a la conversión en dólares dividiendo por el precio del USD que se ubica en 4167,34 pesos aproximadamente en la tarifa general del gerente sería un aproximado de USD 71,98.

38. Inversiones

Equipo técnico: Para el desarrollo de las aplicaciones se requiere equipo de alto rendimiento que pueda garantizar las operaciones realizadas. Por un lado, los administradores de aplicaciones deben tener computadoras portátiles para mantenerse al día con los requisitos de publicidad, flujos de ingresos, bases de datos, etc. de la empresa; acompañar a los guías turísticos y turistas cuando sea necesario. Por otro lado, equipe a cada desarrollador de aplicaciones con una computadora de escritorio, tanto en la creación de la aplicación como para proporcionar mejoras y cambios a Zonesport según sea necesario.

Software de desarrollo de aplicaciones: con el objetivo de llegar a la mayor cantidad de consumidores posible, Zonesport invertirá en dos desarrolladores web con conocimientos de desarrollo de aplicaciones para Android e iOS. Ambos tienen un código y un software muy diferentes, por lo que los desarrolladores deben ser muy buenos para manejar el software JavaScript (código de Android) y el lenguaje Swift (código de iOS)

39. Capital de trabajo

¿Qué conocimientos tiene cada uno para aportar a la empresa?

Profesional con énfasis en gerencia, técnica en logística empresarial y experiencia en servicio al cliente. Cocreador de la aplicación Zonesport.

Profesional, Énfasis en Gestión, CoCreador

Las ideas de Zonesport y los técnicos de sistemas pueden aportar todos sus conocimientos e ideas al desarrollo de Zonesport.

40. Resumen fuentes de financiación

¿Qué factores externos e internos son críticos para las operaciones comerciales? Indicar el nombre y su función en la ejecución.

Apoyo gubernamental y bancario:

Asimismo, el Sena es propietario del Fondo Emprender, que entrega capital semilla a aprendices o asociaciones de aprendices, y realiza múltiples convocatorias a lo largo del año.

Además, la banca tradicional ha incursionado en este espacio. Colombia tiene

Un programa enfocado en propuestas de alto impacto con una línea de crédito de \$50 millones hasta \$1.500 millones con un período de gracia de 18 meses; es decir aproximadamente desde 119980,06 hasta 359941,83 Dólar.

Otros bancos que ofrecen créditos especiales a emprendedores son Banco Caja Social, Banco Procredit, Bancamía y Coomeva, que a través de fundaciones apoyan a emprendedores que ya tienen experiencia en el mercado y reciben apoyo.

Ángeles inversores:

En Colombia, opera una red de inversores ángeles para movilizar capital para empresas innovadoras. El grupo busca empresas establecidas que tengan productos o servicios probados en el mercado, tengan ventajas competitivas únicas (equipo de inicio, modelo de negocio, tecnología, patentes, derechos de autor) y permitan una entrada rápida en el mercado y una escala de negocios.

La red invierte un promedio de \$320 millones por empresa y han invertido alrededor de \$12 mil millones de pesos; es decir aproximadamente 76787,59 dólar y se han invertido aproximadamente 2879534,66 dólar.

41. Riesgo

¿Qué factores externos e internos afectan las operaciones de un negocio y cuáles son los planes de acción para reducir estos riesgos? ejemplo:

Tabla 25 *Matriz de riesgo*

Variables *	Riesgo	Plan de mitigación
Técnico	Costo de adquisición de software legal Actualización de software	Usa software libre
Comercial	no vendo gráficos publicitarios Esto se considera una guía de precios altos.	Lineamientos altamente diferenciados y atractivos para las empresas de esta industria precio de oferta promoción
Talento	Los desarrolladores de aplicaciones individuales no se están adaptando El asesoramiento técnico carece de compromiso	Reclutar nuevos empleados Mejorar el ambiente de trabajo (mejorar el ambiente organizacional)
Normativo	Falta de compromiso y normas laborales.	Mejorar el clima laboral (mejorar el clima organizacional)
Medioambiente		
Otro, ¿cuál?		

Autoría del investigador.

Las razones de 2onesport son las siguientes:

Por sus ingresos (70% de cada gira).

Falta de confianza en ser un servicio nuevo en el mercado.

No estoy de acuerdo con los términos y condiciones de 2onesport.

Factores internos: legales, financieros, jurídicos, financieros, operativos, de producción.

Desarrollar planes de acción para mitigar los riesgos definidos en función de factores externos e internos.

No existen recursos económicos para implementar la idea de negocio.

Apoyo gubernamental.

Obtenga crédito rotativo.

Se proporciona un modelo de matriz de riesgos internos y externos, sobre el cual los empresarios pueden realizar una investigación adecuada y detallada.

42. Resumen ejecutivo Nombre del(los) emprendedor(es) Perfil del Emprendedor

Tabla 26 *Resumen ejecutivo*

Indicador	Meta para el primer año
Trabaja	2 trabajos (desarrollador de aplicaciones)
El volumen de ventas	\$4.387.500 (considerando Cuadro 6. Producción y ventas estimadas)
Mercadotecnia (Eventos)	Configure los anuncios de su aplicación en los siguientes canales: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> medios de comunicación social <input type="checkbox"/> Anuncios de Google <input type="checkbox"/> Directrices para la Publicidad en Medios Impresos (Revista viajes y estilo de vida) <input type="checkbox"/> Sitio web de Zonesport <input type="checkbox"/> Participa en la exposición <input type="checkbox"/> Stand en centros comerciales, aeropuertos y centros de transporte.
contraparte SENA	No estamos obligados a pagar las contrapartes del SENA en el primer año.
trabajo indirecto	Todas las guías usando la aplicación.

(cumpliendo con la normativa, los objetivos de la empresa y la actividad económica)

Bibliografía

- Actualicese. (2022). *Aspectos tributarios*. Recuperado el 23 de 07 de 2022, de Actualicese:
<https://actualicese.com/requisitos-de-caracter-tributario-para-crear-y-mantener-una-empresa/>
- Adenauer, K. (2022). *RECUPERACIÓN ECONÓMICA TRAS LA PANDEMIA COVID-19*. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Repositorio Cepal:
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47308/1/S2100678_es.pdf
- Alba, E. (2020). *PLAN DE EXPORTACIÓN DE ROPA DEPORTIVA HACIA ESTADOS UNIDOS*. Recuperado el 18 de 07 de 2022, de Repositorio Universidad de America:
<https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/8075/1/707826-2020-III-NIIE.pdf>
- Alcaldía de Bogotá. (2022). *Localidad de Barrios Unidos*. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Culltura Recreación y Deportes:
<https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/localidades/barrios-unidos?page=1>
- Archive. (2022). *Monográfico sobre Ecuador*. Recuperado el 23 de 07 de 2022, de Archive:
<https://web.archive.org/web/20090506222453/http://www.imsersomayores.csic.es/internacional/iberoamerica/ecuador/indicadores.html>
- Asuntos legales. (2022). *Normativa*. Recuperado el 23 de 07 de 2022, de Asuntos legales:
<https://www.asuntoslegales.com.co/consumidor/conozca-cuales-son-los-aspectos-legales-a-tener-en-cuenta-para-crear-un-e-commerce-3003834>
- Banco Mundial. (07 de 10 de 2020). *Debido a la pandemia de COVID-19, el número de personas que viven en la pobreza extrema habrá aumentado en 150 millones para 2021*. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Banco Mundial:

<https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/10/07/covid-19-to-add-as-many-as-150-million-extreme-poor-by-2021>

Camara de Comercio Electronico. (2022). *Camara de Comercio Electronico*. Recuperado el 23 de 07 de 2022, de Camara de Comercio Electronico: <https://www.ccce.org.co/afiliate/>

CBB. (2019). *Cosméticos, un segmento que tendrá facilidades para exportar*. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Cluster de Cosmeticos y Bienestar:

<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cosmeticos/Noticias/2019/Junio-2019/Cosmeticos-un-segmento-que-tendra-facilidades-para-exportar>

Cepal. (2021). *ECUADOR*. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de CEPAL:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47192/68/EE2021_Ecuador_es.pdf

Cipoletta, G. (2015). *Financiamiento de la infraestructura para la integración regional*.

Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Cepal:

https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/39839/S1501366_es.pdf

Datos Abiertos Bogotá. (2022). *Piramide poblacional*. Recuperado el 21 de 07 de 2022, de Datos

Abiertos Bogotá: <https://datosabiertos.bogota.gov.co/dataset/piramide-poblacional-bogota-d-c>

Dian. (06 de 2019). *UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES SUBDIRECCIÓN DE GESTIÓN DE ANÁLISIS*

OPERACIONAL COORDINACIÓN DE ESTUDIOS ECONÓMICOS. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de DIAN:

https://www.dian.gov.co/dian/cifras/BoletinesComEx/Bolet%C3%ADn%20Ene_Jun_2018_2019.pdf

Estrada, C. (07 de 03 de 2022). *Consumo de moda en Colombia cerró ventas por \$27,7 billones el año pasado*. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de La república:

<https://www.larepublica.co/empresas/consumo-de-moda-en-colombia-cerro-ventas-por-27-7-billones-el-ano-pasado-3316367>

Frohmann, A., Mulder , N., & Olmos, X. (2020). *Incentivos a la sostenibilidad en el comercio internacional*. Obtenido de Cepal:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46604/1/S2000778_es.pdf

Garzón, D. (26 de 09 de 2019). *La industria textil, un sector importante en la economía de Colombia*. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de CECANE: <https://cecane3.com/la-industria-textil-un-sector-importante-en-la-economia-de-colombia/>

Gobierno Nacional. (10 de 11 de 2018). *¿Por qué el sector moda es fundamental dentro de la política productiva?* Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Urna de Cristal:

<https://www.urnadecristal.gov.co/index.php/actualizate/por-que-el-sector-moda-es-fundamental-dentro-de-la-politica-productiva>

González, J. (18 de 02 de 2020). *Ropa deportiva: características debe tener*. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Marcadegol: <https://marcadegol.com/2020/02/ropa-deportiva-que-caracteristicas-debe-tener/>

González, N. (27 de 10 de 2020). *Cómo desarrollar un plan de marketing de exportación*.

Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Magentaig: <https://magentaig.com/como-desarrollar-un-plan-de-marketing-de-exportacion/>

Gonzalez, T. (03 de 2018). *El mercado de la ropa deportiva crece por encima del 15% anual en Colombia*. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Camara de Comercio de Bogotá:

- <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2018/Marzo-2018/El-mercado-de-la-ropa-deportiva-crece-por-encima-del-15-anual-en-Colombia>
- González, V. (05 de 25 de 2022). *Colombiamoda + Colombiatex 2022 Apuesta de Inexmoda a la Moda Sostenible, Social y Cultural*. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Textiles Panamericanos: <https://textilespanamericanos.com/textiles-panamericanos/2022/05/colombiamoda-colombiatex-2022-apuesta-de-inexmoda-a-la-moda-sostenible-social-y-cultural/>
- Inexmoda. (2021). *Consumo de moda en Colombia*. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Inexmoda: <https://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2021/06/Informe-Observatorio-Sistema-Moda-Abril-2021.pdf>
- Invest Colombia. (2022). *INDUSTRIA DE LA MODA*. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Invest Colombia: <https://investincolombia.com.co/es/sectores/manufacturas/industria-de-la-moda>
- Lazo, J. (01 de 2002). *Diseño de un plan de exportación de productos no tradicionales a Europa vía aérea, caso específico plantas ornamentales follajes*. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Repositorio Universidad Rafael Landívar: <http://biblio3.url.edu.gt/Publi/Tesis/2002/01/04/Lazo-Jose.pdf>
- Morales, D. (15 de 04 de 2021). *Las ventas realizadas a través de comercio electrónico se incrementaron 147% en febrero frente al mismo mes del año anterior, informó el departamento*. Recuperado el 19 de 07 de 2022, de La República: <https://www.larepublica.co/economia/el-dane-informo-que-la-produccion-real-interanual-tuvo-un-aumento-de-0-6-en-febrero-3154028>

Ordoñez, D. (2012). *EL COMERCIO EXTERIOR DEL ECUADOR: ANALISIS DEL INTERCAMBIO DE BIENES DESDE LA COLONIA HASTA LA ACTUALIDAD.*

Recuperado el 23 de 07 de 2022, de Edumet:

<https://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2012/ddoi.html>

Pastrán, A. (17 de 08 de 2021). *Producto Interno Bruto de Colombia creció 17,6% en el segundo trimestre de 2021.* Recuperado el 19 de 07 de 2022, de La república:

<https://www.larepublica.co/economia/producto-interno-bruto-de-colombia-crecio-17-6-en-el-segundo-trimestre-de-2021-3218221>

Procolombia . (02 de 26 de 2019). *¿Cómo funciona el sector floricultor en Colombia?*

Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Procolombia:

<https://www.colombiatrader.com.co/noticias/como-funciona-el-sector-floricultor-en-colombia>

Procolombia. (29 de 05 de 2019). *Ecuador acelera el ritmo de compras de moda colombiana.*

Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Procolombia:

<https://procolombia.co/noticias/ecuador-acelera-el-ritmo-de-compras-de-moda-colombiana>

Sánchez, J. (2022). *Plan de negocio.* Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/plan-de-negocio.html>

Visa. (07 de 06 de 2013). *¿Qué es ser innovador?* Recuperado el 19 de 07 de 2022, de Visa:

[https://www.visa.com.co/dirija-su-negocio/pequenas-medianas-empresas/notas-y-recursos/productividad/que-es-ser-](https://www.visa.com.co/dirija-su-negocio/pequenas-medianas-empresas/notas-y-recursos/productividad/que-es-ser-innovador.html#:~:text=Se%20puede%20decir%20que%20la,lo%20que%20tiene%20en%20mente.)

[innovador.html#:~:text=Se%20puede%20decir%20que%20la,lo%20que%20tiene%20en%20mente.](https://www.visa.com.co/dirija-su-negocio/pequenas-medianas-empresas/notas-y-recursos/productividad/que-es-ser-innovador.html#:~:text=Se%20puede%20decir%20que%20la,lo%20que%20tiene%20en%20mente.)

