

# **GRADO EN COMERCIO**

## **TRABAJO FIN DE GRADO**

**“Plan Empresarial Sector Textil Ciclismo  
VALCYCLING”**

**ALBERTO HOSPITAL SIMÓN**



**FACULTAD DE COMERCIO**  
Universidad de Valladolid

# UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

## GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO...22/23...

### TRABAJO FIN DE GRADO

### “Plan Empresarial Sector Textil Ciclismo VALCYCLING”

**Trabajo presentado por: Alberto Hospital Simón**

**Tutor: Felicidad Viejo Valverde**

**FACULTAD DE COMERCIO**

Valladolid, fecha

## RESUMEN

Este proyecto consiste en la elaboración de un Plan Empresarial de una empresa dedicada a la venta online de productos de textil de ciclismo para ciclistas amateurs, semiprofesionales, y clubes. Esta idea surge por la pasión con la que vivo este deporte, del cual soy practicante desde hace bastantes años. A partir de este fervor, la intención con la que se crea **VALCYCLING** es la de poder ayudar y transmitir a que este deporte crezca, y a que más usuarios puedan disfrutar de su deporte pasión.

El objetivo que se persigue con la realización de este trabajo es poder llevar a cabo un estudio para ver las posibilidades de creación de la empresa mencionada en el párrafo anterior, analizando los siguientes elementos: plan estratégico, investigación de mercado, modelo de negocio de la Startup, y plan de marketing. Después de analizar todo, podremos obtener una información detallada de cual serían las estrategias por perseguir para poder crear esta entidad empresarial.

## PALABRAS CLAVE

Textil, deporte, ciclismo, equipaciones, ciclistas, rendimiento, mercado, análisis, marketing, estrategias, plan empresarial, modelo de negocio, proveedores, comercio electrónico, empresa emergente.



## ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	5
1.1	Elección del tema de trabajo .....	5
1.2	Metodología.....	5
1.3	Estructura del trabajo.....	6
1.4	Nombre de la marca de la Startup.....	6
2.	PLAN ESTRATÉGICO.....	8
2.1	Misión, valores, filosofía de VALCYCLING.....	8
2.2	Marco jurídico de la Startup según el promotor de venta .....	11
2.3	Descripción de la actividad.....	14
2.4	Consumidor al que se dirige nuestra Startup .....	15
3.	ANÁLISIS DE MERCADO .....	18
3.1	Análisis del macroentorno .....	19
3.1.1	Descripción del mercado del Retail .....	19
3.1.2	Factores políticos.....	22
3.1.3	Factor económico .....	24
3.1.4	Factor sociocultural.....	29
3.1.5	Factores tecnológicos.....	30
3.2	Análisis del microentorno.....	33
3.2.1	Descripción del mercado del Retail del ciclismo.....	33
3.2.2	Proveedores .....	35
3.2.3	Productos ofertados, y productos sustitutos .....	37
3.2.4	Principales competidores.....	39
3.2.5	Barreras de entrada al mercado del Retail del ciclismo .....	42
3.2.6	Comportamiento final del consumidor .....	43
3.3	Análisis interno de la Startup .....	45
3.4	Análisis DAFO .....	46

4.	MODELO STARTUP VALCYCLING.....	48
4.1	Modelo de negocio Startup.....	48
4.2	Plan de producción.....	50
4.3	Infraestructura.....	51
5.	PLAN DE MARKETING .....	53
5.1	Plan de ventas .....	54
5.2	Estrategia de precios .....	54
5.3	Estrategia de productos.....	55
5.4	Estrategia de comunicación.....	58
5.4.1	Redes sociales .....	58
5.4.2	Promociones y ofertas .....	59
5.5	Estrategia de distribución .....	60
6.	CONCLUSIONES .....	61
7.	BIBLIOGRAFÍA.....	63

## ÍNDICE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1. Logo de empresa</i> .....	7
<i>Ilustración 2. Estadística Sociedades Limitadas en España año 2022</i> .....	12
<i>Ilustración 3. Forma Jurídica VALCYCLING SL</i> .....	13
<i>Ilustración 4. Volumen de ventas sector de la bicicleta</i> .....	16
<i>Ilustración 5. Ramas de actividad con mayor porcentaje de volumen de negocio de comercio electrónico.</i> .....	17
<i>Ilustración 6. Evolución Trimestral del volumen de Negocio de Comercio Electrónico en el año 2021.</i> .....	20
<i>Ilustración 7. Empresas vinculadas al deporte.</i> .....	21
<i>Ilustración 8. Clubes deportivos</i> .....	22
<i>Ilustración 9. Evolución del Salario Mínimo Interprofesional (SMI) en España</i> .....	25
<i>Ilustración 10. Evolución PIB anual y Per Capita en España.</i> .....	26
<i>Ilustración 11. Renta Media por Hogar. Total Nacional</i> .....	27
<i>Ilustración 12. IPC España. Enero 2023</i> .....	28
<i>Ilustración 13. Licencias federadas (en miles)</i> .....	29
<i>Ilustración 14. Personas que practican deporte</i> .....	30
<i>Ilustración 15. Uso de Internet en los hogares españoles</i> .....	31
<i>Ilustración 16. Frecuencia de compra por internet de los consumidores en España en 2015 y 2022</i> .....	32
<i>Ilustración 17. Personas que practicaron deporte en el último año.</i> .....	33
<i>Ilustración 18. Porcentaje de ventas por categorías en ciclismo.</i> .....	34
<i>Ilustración 19. Ranking marcas que consumen los ciclistas españoles</i> .....	40
<i>Ilustración 20. Ranking marcas españolas de textil más utilizadas</i> .....	41
<i>Ilustración 21. Dimensionamiento del mercado Online vs Offline</i> .....	43
<i>Ilustración 22. Análisis interno VALCYCLING</i> .....	46
<i>Ilustración 23. Análisis DAFO VALCYCLING</i> .....	47
<i>Ilustración 24. Modelo de Negocio Canvas VALCYCLING.</i> .....	49

<i>Ilustración 25. Precios de Productos VALCYCLING</i> .....	55
<i>Ilustración 26. Oferta de Gama VALCYCLING</i> .....	56
<i>Ilustración 27. Packaging VALCYCLING</i> .....	57

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1 Elección del tema de trabajo

El principal objetivo que se busca con la realización de este trabajo es llevar a cabo un estudio de mercado, y plan de marketing para obtener información del sector del textil del ciclismo para la creación de una empresa startup, relacionada con el consumidor de un deporte bastante específico, como es el ciclismo. Esta entidad se situará en la venta de prendas deportivas para el deporte mencionado.

Este tipo de modelo de negocio se encuentra como protagonista de las últimas creaciones de empresas, debido a que es un elemento emergente que permite vender, a través de las innovaciones tecnológicas que tenemos en nuestra sociedad, productos y servicios de una manera rápida y sostenible en el tiempo.

A partir de esta elección, se establecen objetivos operativos que afianzan y refuerzan el objetivo principal detallado al principio de este punto:

- Presentación de la marca creada para penetrar en el mercado del Retail de ciclismo, la cual se relacionará con una parte del objetivo principal, como es el análisis estratégico.
- Análisis del deporte en el cual se va a centrar nuestra Startup. Esto llevará a sacar conclusiones de cómo se encuentra el mundo del ciclismo y sobre todo el consumidor en la actualidad.
- Investigación de mercado de la sociedad española en la actualidad, ya que nuestra marca se va a posicionar a nivel nacional.
- Definición de las estrategias de marketing y comunicación de la marca.

## 1.2 Metodología

La manera escogida para la ejecución del trabajo se basa en la creación de la Startup elegida, a través de la explicación de la misma, relacionándola con el marco jurídico, comercial y personal. Esta Startup se centra específicamente en el mundo del deporte del ciclismo y especialmente en la disciplina de carretera o también llamada en ruta.

En el desarrollo del trabajo, se van a combinar los conocimientos obtenidos en estos años en los diferentes cursos del Grado de Comercio, con mi experiencia profesional en el sector de la distribución, en concreto en el Retail del deporte que se ha

mencionado anteriormente. Por ello, el proyecto va a tener toques teóricos y sobre todo personales de mi experiencia durante siete años en el mundo de distribución en una empresa puntera en el mundo deportivo como es Decathlon.

### 1.3 Estructura del trabajo

El trabajo consta de cuatro apartados bien marcados, centrado en el estudio de mercado para crear una *Startup de ropa de ciclismo*. Por ello, se procede a explicar cómo se estructura dicho trabajo:

- En el primer capítulo se analiza el plan estratégico que se va a seguir desde la creación de la empresa, marcando la cultura de la empresa, la forma jurídica que se necesita para su creación y por último la explicación de los productos y la actividad que se va a desarrollar.
- En el segundo capítulo se va a realizar un estudio de mercado, el cual se va a dividir en tres partes:
  - Análisis del Macroentorno a través del estudio de varios factores como son el político, el económico y el geográfico para poder tener un contexto actual de dicho marco nacional.
  - Análisis del Microentorno, en este caso, se llevará a cabo una investigación más específica del mercado del Retail del ciclismo poniendo foco sobre los proveedores, productos demandados por los usuarios, y las barreras de entrada al mundo de la distribución de productos ciclistas.
  - Análisis D.A.F.O para ver las diferentes fortalezas y debilidades que nos podemos encontrar al crear una Startup relacionada con el deporte mencionado a lo largo de este trabajo.
- En el tercer capítulo se planeará el Plan de Marketing haciendo un seguimiento exhaustivo a cómo va a ser la estructura de la Startup y sobre todo cuáles van a ser las de a los precios, producto, comunicación y distribución para poder tener una hoja de ruta cuando se decida crear la empresa.

### 1.4 Nombre de la marca de la Startup

La motivación para la realización de este proyecto y, sobre todo, de la creación de una marca de ropa relacionada con el ciclismo, es a la vinculación que tengo en este deporte. Desde hace muchos años, se ha convertido en una forma de vida, en mucho más que un hobby, por lo que poder compaginar mi deporte pasión con lo que he estudiado, se

convierte en un proyecto profesional para poder embarcarse en una etapa muy bonita y sobre todo muy satisfactoria.

Esta ilusión se debe a que poder ayudar a compañeros ciclistas, y sobre todo a todos los consumidores que practican este deporte, genera una manera gratificante de aportar el granito de arena a que el ciclismo llegue más alto y se convierta en un deporte más amado practicado por más usuarios.

Por todos estos alicientes, el nombre seleccionado para la marca de ropa de ciclismo es “**VALCYCLING**”. Se ha optado por este nombre debido a que se relaciona, por un lado, con algo que creo que es significativo con la ubicación de donde surge la idea de la creación de una Startup, la cual es Valladolid, de ahí el término “VAL”, y por otro lado el deporte del cuál soy practicante de forma diaria, el ciclismo, por ello se elige la palabra “CYCLING”.

Se ha puesto un nombre fácil de recordar y sobre todo que tenga fuerza para que los consumidores de la marca puedan recordarlo y, sobre todo, se sientan satisfechos de elegir esta marca como es **VALCYCLING**.

Para poder potenciar un nombre, también es necesario acompañarlo de un logo que sea bonito, y sobre todo que sea distintivo dentro del mundo del ciclismo. Dicha imagen se va a ilustrar:

*Ilustración 1. Logo de empresa*



*Fuente: Elaboración Propia*

Este diseño se ha procedido a instaurar como imagen de la marca de **VALCYCLING**, dedicada a la venta de productos de textil en el sector del ciclismo, debido a que en la parte izquierda encontramos un símbolo que simula a los eslabones de la cadena de cualquier bicicleta y, por otro lado, el color negro de las letras **VALCYCLING** se encuentran haciendo referencia a la grasa que se genera a lo largo de los entrenamientos de los ciclistas en los componentes de la transmisión de la bicicleta.

## 2. PLAN ESTRATÉGICO

### 2.1 Misión, valores, filosofía de VALCYCLING

Para proceder a explicar la cultura organizativa de una empresa se va a analizar por separado la misión, visión, valores y objetivos de la entidad **VALCYCLING**, relacionada con el sector textil del ciclismo. Para ello, en cada apartado se encontrará una definición de cada término según la página web del *BANCO SANTANDER*. Se ha elegido esta compañía financiera, debido a que apuestan por realizar ayudas a empresas pequeñas y emergentes que se quieran adentrar en el mercado nacional.

#### MISIÓN

Antes de crear una misión empresarial hay que conocer qué significa, y por qué tiene tanta importancia para todas las empresas que se crean y se posicionan en el mercado nacional e internacional. Según el término *misión empresarial* se define cómo la razón principal por la cual esta existe, es decir, cuál es su propósito u objetivo y cuál es su función dentro de la sociedad. De esta manera, la misión de una empresa permite establecer la base de su plan de negocios y construir estrategias de mercado coherentes, ya que cualquier decisión para llegar a una meta futura debe tomarse a partir de esta misma.

Cuando interiorizamos este término, tenemos que extrapolarlo a nuestro contexto personal, intentando contestar a unas preguntas concretas como son:

- ¿Qué hacemos? La principal respuesta que se relaciona con la marca **VALCYCLING** es ofrecer productos textiles de ciclismo para poder practicar un deporte que es duro y gratificante a la vez. Para ello, gracias a conocer el mundo del ciclismo en primera persona se pueden obtener los mejores resultados de los productos a través de una prueba práctica antes de su venta, para poder sacar al mercado productos fiables, exitosos, y prácticos para todos los usuarios del mundo ciclista, tanto de carretera como de montaña, pero sí que más específico para la primera disciplina debido a que los materiales que se van a diseñar van a estar basados en poder sacar la mayor aerodinámica, transpirabilidad y confort para rutas por carreteras.
- ¿Por qué lo hacemos? Desde la Startup **VALCYCLING** se quiere participar activamente en que los usuarios ciclistas, ya sean amateurs o profesionales puedan sacar el máximo rendimiento, energía, y satisfacción para que puedan conseguir sus objetivos, a través de unos componentes que son necesarios en

cualquier persona que practique este deporte de manera habitual, como es todo el textil relacionado con ciclismo en todo tipo de condiciones climatológicas. Es por ello, que una de las premisas de **VALCYCLING** es acompañar a todas las personas que quieran iniciarse en este deporte, o sean practicantes del máximo nivel.

- ¿Para quién lo hacemos? La principal consigna, es poder acercar el ciclismo a todo el mundo, a través de la experiencia en el deporte. Es por ello, que nuestro target más buscado se centra en el ciclista amateur y semiprofesional en mayor medida, pero como hemos descrito anteriormente nuestra tendencia es poder acoger al mayor número de personas, por lo que a los ciclistas profesionales queremos darles y ofrecerles un servicio textil personalizado para mejorar su rendimiento. De toda esta explicación, aparece nuestro lema de “*EL CICLISMO PARA TODOS LOS PÚBLICOS*”.

Después de dar respuesta a todas las preguntas que se hacen antes de preparar la misión, en la empresa **VALCYCLING** se define el siguiente slogan:

***“Sacar el mejor ciclista de cada persona”***

### VISIÓN

Como se ha realizado en el apartado de la misión, se va a explicar primero que es la visión para poder entender y poder tener una estrategia soñada para que todas las acciones de la Startup vayan acordes a conseguir el objetivo idílico de la empresa. Por ello, la visión se refiere a dónde se dirige esta compañía y cuáles son sus metas a medio y largo plazo. La visión permite definir el camino que se debe seguir para alcanzar las metas propuestas.

Para ir en consonancia con la definición del término que se está exponiendo, la empresa **VALCYCLING** define su visión:

***“Acercar el ciclismo, de manera sostenible los beneficios de la práctica ciclista al mayor número de personas con nuestras prendas”***

### VALORES U OBJETIVOS

Para cumplimentar la cultura de la empresa, se necesita que las personas físicas o jurídicas que prestan sus servicios de manera directa o indirecta a la entidad tengan una relación directa con los valores que emana la entidad, es por ello por lo que los valores presentan un término como son los principios sobre los que se fundamentan las acciones

y decisiones de una empresa. Definen cuáles son las pautas sobre las que se trabaja e influyen de forma directa al desarrollo de la empresa, la dinámica de trabajo, al servicio al cliente, al prestigio de la marca y la conciencia social o medioambiental de la empresa.

Para determinar los valores de una empresa se necesita reflexionar sobre una serie de cuestiones para que los valores tengan una importancia vital en la contratación, en el desarrollo y en el acompañamiento en el camino de la empresa en el mercado y en la parte humana de la entidad:

- ¿Cómo somos? **VALCYCLING** se compone de personas orientadas al deporte, en la que nos une un tema predominante: textil del deporte de ciclismo. Esto lleva a compaginar la pasión con la vida profesional, por lo que los valores que se transmiten en la competición (responsabilidad, superación de uno mismo, colaboración, ayuda, vitalidad) se intenta conseguir que se respire dentro de una entidad relacionada con el mundo deportivo, y más concretamente con el ciclismo. Un deporte que tiene tres valores bien referenciados como son: constancia, superación, cooperación.
- ¿En qué creemos? Se propone una cultura basada en el deporte, ya que creemos que los valores y enseñanzas que el ciclismo aporta, puede ayudar a afrontar la vida laboral, estudiantil y personal. En el deporte, aparecen muchos valores, y situaciones que se pueden extrapolar en cualquier ámbito del camino que seguimos como persona a lo largo del tiempo. Es por ello, que **VALCYCLING** cree que no es una entidad sólo de venta, sino también de asesoramiento, de ayuda y sobre todo, de generar experiencias tanto dentro como de fuera de nuestro círculo empresarial.
- ¿Cómo es la cultura organizativa? La principal premisa se basa en la transparencia y la facilidad de comunicación, a través de la empatía, con los clientes (usuarios, personas) y con las personas que engloban el marco empresarial que presenta **VALCYCLING** (proveedores, empleados). Se trabaja en dos aspectos para poder mejorar día tras día la organización, por lo que un valor que marca la diferencia es posicionarse de manera fuerte en la innovación tecnológica, ya que en **VALCYCLING** el mayor activo es la operación de su actividad a través del comercio electrónico, ya que en un primer momento no habrá tiendas físicas autorizadas a la venta. La respuesta resumida sería la innovación, transparencia y facilidad de comunicación.

Ante el análisis expuesto en los párrafos anteriores, se llega a la conclusión de los siguientes valores que hacen que **VALCYCLING** sea una empresa diferente, y sobre todo que su marca se haga relevante en el mercado:

- ***Vitalidad***
- ***Transparencia***
- ***Responsabilidad***
- ***Innovación***

## 2.2 Marco jurídico de la Startup según el promotor de venta

Para dictaminar cual es la mejor forma jurídica para la empresa **VALCYCLING** se necesita empezar por dar forma a que es una empresa emergente o Startup, por ello es necesario saber cuáles son las características de las mismas:

- ***Jóvenes.*** Se tratan de empresas jóvenes, innovadores y tecnológicas que intentan realizar un crecimiento de manera rápida en una pyme o gran empresa. Tras nacer intentan conseguir financiación, o vender la idea de una empresa consolidada en el mercado en el que van a operar.
- ***Escalables.*** La gran esencia de una Startup es la capacidad de crecimiento y velocidad con la que pueden generar ingresos de forma rápida, sin necesidad de tener unos gastos considerables. A parte de las ganancias, su capacidad de producción y margen de beneficio aumentan de manera notable a corto plazo.
- ***Tecnológicas.*** Son modelos de negocio basados en la innovación, y en el que sus principales herramientas son las tecnologías de comunicación e innovadoras. Gracias a esto, tienen una gran posibilidad de poder encontrar financiación a través de estar interconectadas como empresarios y empresas del ámbito mundial.
- ***Pequeños costes.*** Al comienzo de este tipo de negocios se intenta mantener costes bajos de producción para poder aumentar las posibilidades de crecimiento. Esto se basa en que en los comienzos no se tiene una sede oficial física.

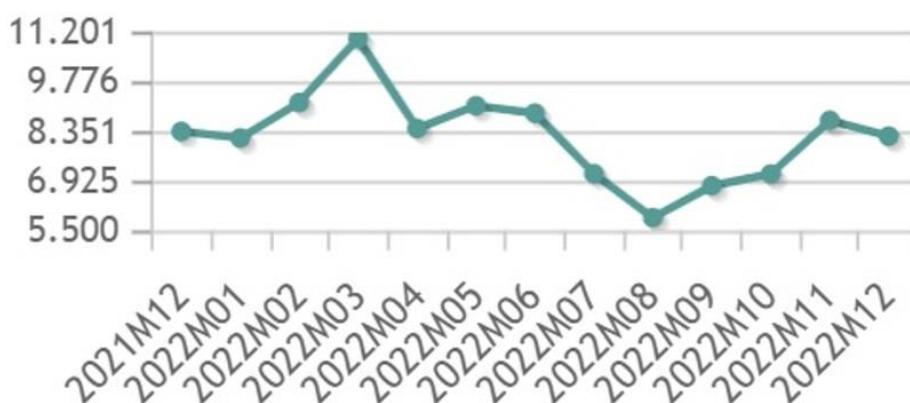
Después de saber cuáles son las principales características de una empresa emergente o Startup, se estudian los requisitos legales que se necesitan para poder poner en marcha nuestro proyecto **VALCYCLING**. Para obtener todo este tipo de información se ha consultado del portal de la *Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado (B.O.E)*, y más

específicamente sobre el tema que nos concierne, la Ley 28/2022, 21 de diciembre, de fomento del ecosistema de empresas emergentes.

Esta ley o norma publicada en el B.O.E. hace referencia a las ayudas y tributaciones que desde la administración y el Gobierno Español a las que se puedan acoger las empresas emergentes que se van a crear, o pequeñas empresas que estén creadas, y cumplan una serie de requisitos expuestas en el documento publicado. A parte, de las empresas nacionales, también se modifica esta Ley para atraer inversiones extranjeras para crear entidades en el país español.

Posteriormente, hay que mencionar que para crear nuestra empresa **VALCYCLING** se va a recurrir a crear una *Sociedad Limitada Nueva Empresa*, ya que en el sector empresarial nacional es la forma más utilizada para la creación de empresas emergentes. Para verificar esta información, se ha recurrido a la obtención de los datos en el *Instituto Nacional de Estadística (INE)*, con fecha 17 de febrero de 2023.

**Ilustración 2.** Estadística Sociedades Limitadas en España año 2022



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

En la ilustración 2 se puede ver que, a lo largo del año 2022, ha habido un aumento y una bajada de empresas constituidas durante los meses del año referenciado, pero si cabe destacar que durante el último semestre se ha producido un aumento considerable de empresas constituidas como Sociedades Limitadas, ascendiendo a final de año en 8.217 empresas creadas en el ámbito nacional.

Es por ello, las *SLNE* presentan las siguientes características:

- El capital necesario mínimo para la creación de una *SLNE* es de 3.000 €, mientras que la cuantía máxima que se puede aportar es de 120.000 €.

- La capacidad máxima para constituir este tipo de sociedades es de hasta un máximo de cinco socios. Pero cabe destacar, que la peculiaridad recae en que en otra sociedad no puede poseer participaciones en la empresa, esto quiere decir que todas las personas tienen que ser físicas y no jurídicas.
- Este tipo de forma jurídica tan recurrida se debe a que el tipo de responsabilidad en caso de quiebra solo se aplicará al capital aportado por cada socio, esto quiere decir que en caso de que se llegue a tener deudas, no se requisarán los bienes o propiedades de los propios socios.
- Para poder acogerse a este tipo de organizaciones, la actividad desarrollada u objeto social tiene que estar sujeta a este tipo de servicios: agrícola, ganadera, forestal, pesquera, industrial, de construcción, comercial, turística, transportes, comunicación. En nuestro caso **VALCYCLING** está acogida a una *SLNE* debido a que está ubicada en el sector comercial.
- La constitución de este tipo de forma jurídica se hace con trámites bastante ágiles, ya que pueden ser telemáticos o presenciales para inscribirse en el *Registro Mercantil*. Si se decide realizarlo de forma telemática sólo se necesita la firma electrónica.

Finalmente, después de analizar la forma jurídica que va a tener la empresa **VALCYCLING**, en la ilustración 3 se describe la forma jurídica.

**Ilustración 3.** Forma Jurídica VALCYCLING SL

NOMBRE	NÚMERO DE SOCIOS	COTIZACIÓN EN EL MERCADO DE VALORES	CAPITAL INICIAL	TIPO DE APORTACIÓN
VALCYCLING SL	1	NO	3.000 €	MONETARIA

*Fuente: Elaboración Propia.*

### 2.3 Descripción de la actividad

**VALCYCLING** se centrará en la venta de productos de textil de material deportivo relacionado con el ciclismo. Nuestros artículos son confeccionados para poder adquirirlos como un particular o como un club, esto quiere decir que el personal de equipos de ciclismo puede optar a personalizar toda su equipación para sus miembros que quieran realizar competición y entrenamientos. Es por ello, que todo nuestro trabajo va relacionado a ayudar a los ciclistas amateurs o profesionales para que a través de nuestras prendas de ropa puedan sacar su mejor rendimiento encima de la bicicleta, por lo que como se expuso en la cultura de nuestra entidad es algo que se tiene como principal objetivo y que moviliza a la gente que preste sus servicios en nuestra empresa ya que el cliente y sobre todo, los usuarios de la bicicleta son lo primero.

A partir de este proyecto y de esta premisa, surge la idea en el inicio de **VALCYCLING** de ofertar una gama de productos, centrado principalmente para días de entrenamiento y de carrera, con dos maillots (manga larga, y manga corta), dos culottes (largo y corto), chalecos, y chubasqueros. Todo esto que se oferta va a estar realizado de manera exhaustiva para que cumpla todos los estándares de calidad que nos marquen nuestros propios clientes, y sobre todo estas unidades saldrán a la venta después de que nuestro equipo de personal, practicantes del deporte, den el visto bueno y se sientan cómodos con los productos.

La manera de vender toda la gama que ofrece la marca **VALCYCLING** va a ser a través de una página web propia, creada para poder operar, ya que nuestra empresa como se ve en la cultura organizativa de la entidad tiene presente la innovación, y la tecnología, ya que así podremos llegar a un mayor rango de público. En dicha página web habrá dos pestañas, para particular o para club ciclista. Esto va a facilitar la compra de nuestros clientes debido a que se sentirán acogidos y acompañados desde el primer momento. A partir de la elección de los productos deseados por cada cliente, se redirigirá a una página externa, la cual es la de nuestro proveedor.

Esto quiere decir que todos nuestros productos van a estar confeccionados por una empresa externa, que va a ser nuestro proveedor, él cual se encargará de la fabricación de nuestros textiles. Cada prenda adquirida estará confeccionada con nuestro logo, diseño en caso de un particular y por otra parte en caso de un club, también irá estampada con nuestro logo y diseño que el propio cliente de empresa quiera para que sea único y personal. Por ello, el proveedor que se consideré tendrá que presentar los mismos valores

y la misma cultura que tiene **VALCYCLING**, ya que gracias a ello se podrá obtener una satisfacción de nuestros clientes.

Para poder entender nuestro mecanismo de compra, hay que poner foco en que en un primer momento no dispondremos de almacén propio, ya que únicamente tendremos una página web, desarrollada por una empresa externa encargada en la confección de las mismas, para que la experiencia usuario sea excelente, ya que cualquier problema que pueda tener con las prendas, o dudas que le surjan será la empresa **VALCYCLING** quién de las soluciones pertinentes para que el cliente no tenga problemas, por lo que todos los productos adquiridos a través de nuestra venta online estarán en garantía con nuestra entidad.

Esto nos lleva a centrarnos en la atención al cliente en preventa, durante la venta y post venta, ya que no tendremos gastos excesivos debido a que toda la parte de producción y almacenamiento de stock no lo tendremos de manera directa en nuestra entidad. A parte, la carga de personal en el nacimiento de **VALCYCLING**, no va a ser elevado debido a que en el primer momento sólo habrá un trabajador, el cual es el propio fundador de la *SLNE*.

Todas estas acciones estratégicas se aplicarán desde el principio del comienzo de la marca, ya que si a lo largo del tiempo empieza a tener éxito se procederá a cambiar la dinámica pudiendo controlar toda la trazabilidad del producto desde el inicio de las materias primas hasta la adquisición final del cliente, pudiendo tener tiendas físicas y online para que podamos llegar a un mayor target y sobre todo, para poder dar un servicio más rápido. Para ello, se tendrá que hacer un fuerte trabajo, para que los resultados puedan ser buenos para que en un futuro aparezca un establecimiento físico para crear un espacio **VALCYCLING**.

En el principio de la vida de **VALCYCLING**, nuestra premisa es conseguir los precios más bajos y con una calidad media. Esta decisión estratégica se basa en poder empezar a dar a conocer nuestros productos textiles dentro del mercado de los ciclistas amateur y semiprofesional. A partir de haber conquistado ese mercado, se procederá a conseguir materiales de más calidad y aumentar el catálogo de la oferta de la marca.

## 2.4 Consumidor al que se dirige nuestra Startup

Nuestra empresa **VALCYCLING** se ubica en el sector terciario o en el sector servicios, más en específico en el sector del Retail del mercado deportivo. Esto nos lleva a tener una cultura de empresa enfocada a ofrecer un servicio a nuestros clientes que especialmente van a ser practicantes y amantes del deporte del ciclismo ya que todos

nuestros productos están orientados a un público específico para favorecer la práctica deportiva del mismo.

La idea de ofrecer este tipo de oficio es por ser un apasionado desde hace muchos años de este deporte, y sobre todo que desde la crisis sanitaria que vivimos desde 2020, se ve una forma de negocio para poder ayudar a la industria del ciclismo y ser partícipe de la misma. ¿Por qué pensar en vender textil de ciclismo? esto se debe a que desde la pandemia el impulso que ha sufrido este nicho de mercado es bastante importante ya que muchas personas han decidido adentrarse a este mundo el cual analizaremos más adelante de manera más profunda. Es por ello que el mercado del sector ha aumentado sus ventas de manera exponencial como podemos ver en la ilustración 4 facilitada por la *Asociación de Marcas y Bicicletas de España (AMBE)*.

**Ilustración 4.** Volumen de ventas sector de la bicicleta



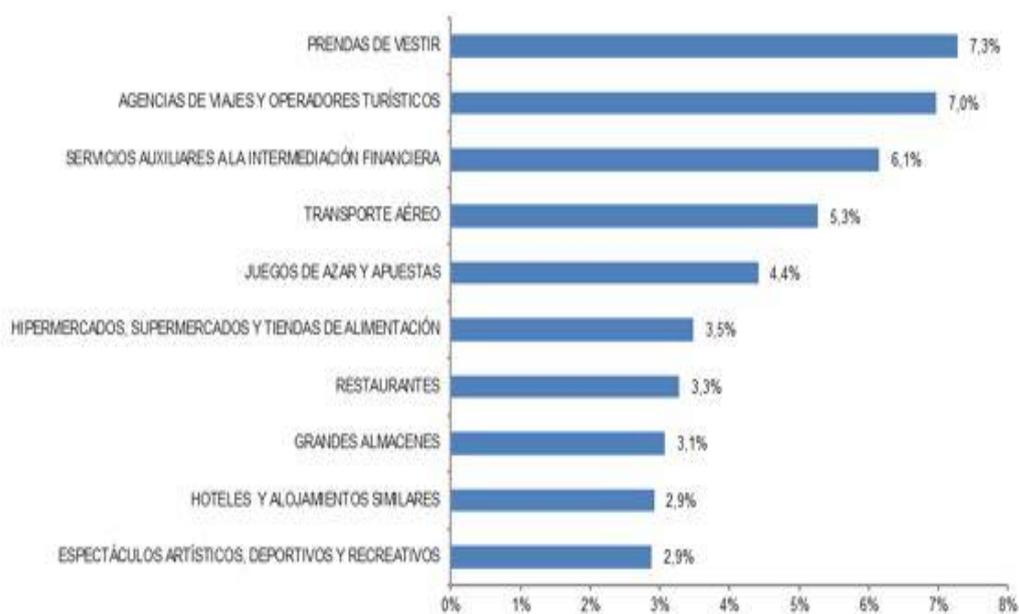
*Fuente: Asociación de Marcas y Bicicletas de España (AMBE).*

Desde el año 2019, se ha producido un aumento muy fuerte de ventas de productos de ciclismo, esto quiere decir que el deporte se encuentra en auge y el negocio que hay alrededor de ciclismo tiene bastantes probabilidades de éxito. Se intenta acceder desde una particular forma de venta, como es la ofrecer productos a través del mercado online, ya que los patrones de consumo se han modificado en nuestra sociedad. Es por ello que

surgen bastantes empresas dedicadas a comercializar productos de forma online en España para adaptarse a este tipo de forma de obtener ventas y rentabilidad. En España en el año 2022 la rama de actividad que más ventas ha obtenido de forma online es:

**Ilustración 5.** Ramas de actividad con mayor porcentaje de volumen de negocio de comercio electrónico.

LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO (I-22, porcentaje)



Fuente: CNMC

*Fuente: Comisión nacional de los mercados y la competencia.*

En esta ilustración 5 se observa que el mayor sector de actividad en el comercio electrónico con todas los canales de venta online son las prendas de vestir. Esto se debe a la facilidad que dan los distribuidores para lograr un plazo de entrega rápido, los productos que desee el cliente. Como se observa, el 7,3% se asocia al consumo de textil, por lo que se elige este tipo de negocio ya que se puede tener éxito a través de una inversión exhaustiva, y controlada. Es por ello, que desde **VALCYCLING** se apuesta por el desarrollo e innovación tecnológica, ya que nuestro público objetivo, abarca desde la edad joven, hasta la edad anciana, debido a que el ciclismo es uno de los deportes menos lesivo muscularmente.

Con todo lo analizado anteriormente, apostamos en **VALCYCLING** por realizar toda nuestra actividad de manera online, ya que se ve que el mercado del comercio electrónico ha crecido de manera exponencial y sobre todo porque se puede llegar a un mayor público y las ventas se puedan llevar al mercado nacional en un primer momento, en vez de al local.

### 3. ANÁLISIS DE MERCADO

Antes de empezar este capítulo, quiero poner un foco bastante importante, ya que para cualquier modelo de negocio se necesita realizar un análisis bastante exhaustivo, por lo que, para ello, se va a comenzar procediendo a plasmar una definición según *Nareh K. Malhotra publicada en su libro Investigación de Mercados Quinta Edición:*

La investigación de mercados es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso. La investigación de mercados especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las técnicas para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones. (Malhotra, 2008, p. 45).

Posteriormente, una investigación de mercado cuenta con una serie de características para poder tener éxito en el análisis, para ello se va a recurrir a la página *Web Club Planeta* en la que se redacta un documento de la importancia de la realización de un buen análisis de mercado:

- Recabar un análisis del número de consumidores que van a estar dispuestos a adquirir el bien o servicio que se oferta, durante un espacio de tiempo definido, y porque precio estarán dispuestos a obtenerlo.
- La exploración del mercado va a poner en manifiesto las características del producto o servicio que el cliente demanda.

- Hará una criba de que clientes están interesado en obtener el producto o servicio ofertado, por lo que se dará una estimación de en qué rango se tiene que mover la producción que se va a realizar dentro de la empresa.
- Proporciona información acerca del precio en el cual se está posicionando el bien o servicio que se va a ofertar, al igual que también mostrará un informe del precio que se imponga según una causa justificada.
- Demostrará cuales son los canales de distribución más adecuados para poder vender el producto o servicio ofertado. Al mismo tiempo se propondrá cual es el mejor funcionamiento para llegar al consumidor final.

Con todo lo expuesto, se va a describir en este capítulo un análisis del macroentorno en el que se recogerán las partes más generales del mercado y un análisis del microentorno en la que ya se entrará de forma más específica en el sector del textil de ciclismo.

### 3.1 Análisis del macroentorno

Cuando se valora realizar un estudio del macroentorno, se habla del conjunto de factores que pueden llegar a afectar al funcionamiento en todos los niveles de una entidad empresarial que se va a poner a funcionar o que ya está en funcionamiento. En este conjunto de circunstancias, a través del análisis, podemos sacar a la luz qué aspectos son incontrolables dentro del ámbito geográfico, político, sociocultural, y tecnológico. Dichos factores los vamos a estudiar en este apartado.

#### 3.1.1 Descripción del mercado del Retail

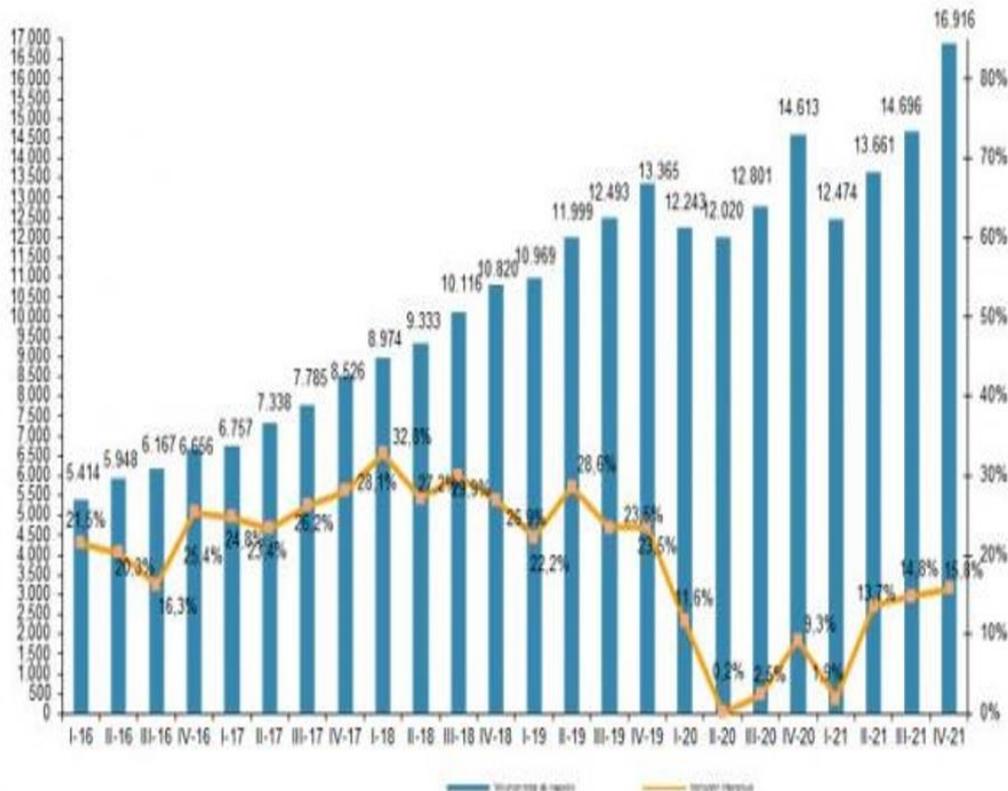
Para poder iniciar un buen análisis se necesita poder recabar toda la información relacionada con la palabra *Retail* en el término empresarial. Este término hace referencia a la venta al por menor al consumidor final, pero más específicamente en el caso de **VALCYCLING** se puede asociar al E-Retailer.

Este tipo de manera de hacer venta se centra única y exclusivamente en la venta online, en ofertar productos de manera tecnológica en el que su adquisición del bien no sea de manera clásica, sino su distribución y venta sea de a través del comercio electrónico, asociada a la red. Gracias a esto, se pueden reducir costes, para que el margen de venta sea superior.

Es por ello, que para entender cómo se encuentra el mercado del ecommerce en España, hay que recurrir a la *Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)* para poder sacar una lectura clara de cuál ha sido la tendencia de los últimos años

en el comercio electrónico, ya que se encuentra muy latente en nuestra forma de consumo, y **VALCYCLING**, como se ha manifestado anteriormente, se quiere sumar a este tipo de modelo de compra y de negocio.

**Ilustración 6.** Evolución Trimestral del volumen de Negocio de Comercio Electrónico en el año 2021.



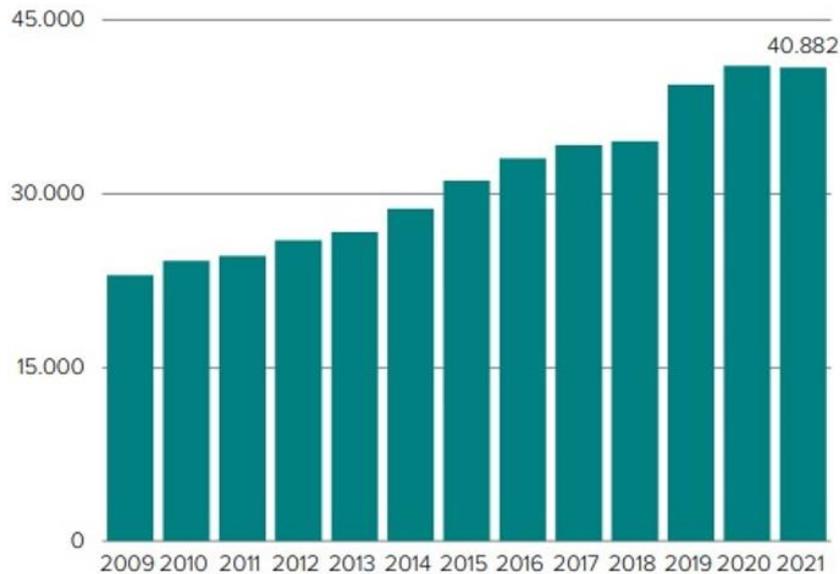
*Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.*

En la ilustración 6 se puede observar cómo se ha producido un incremento del volumen de negocio del comercio electrónico en el año 2021. Esto nos lleva a sacar la conclusión de que definitivamente el comportamiento del consumidor ya no es como antes de la pandemia, y el patrón de consumo se basa en la rapidez que ofrece el ecommerce. Esto conduce a que **VALCYCLING** oferte todos sus productos a través de su página web para poder ir en fase con la actualidad de la sociedad y, sobre todo, con la innovación en el comercio y con dar al usuario lo que demanda en cada momento.

Como consecuencia de esta evolución, las prendas de vestir se posicionan como la mayor actividad demandada, en cuánto a la distribución online. De ahí, qué la gama que ofrece **VALCYCLING** se englobe en el sector textil, ya que como se ha descrito en el

párrafo anterior, el usuario online demanda que esos productos estén al alcance de su ratón para poder adquirirlos, sin necesidad de acercarse a un establecimiento físico.

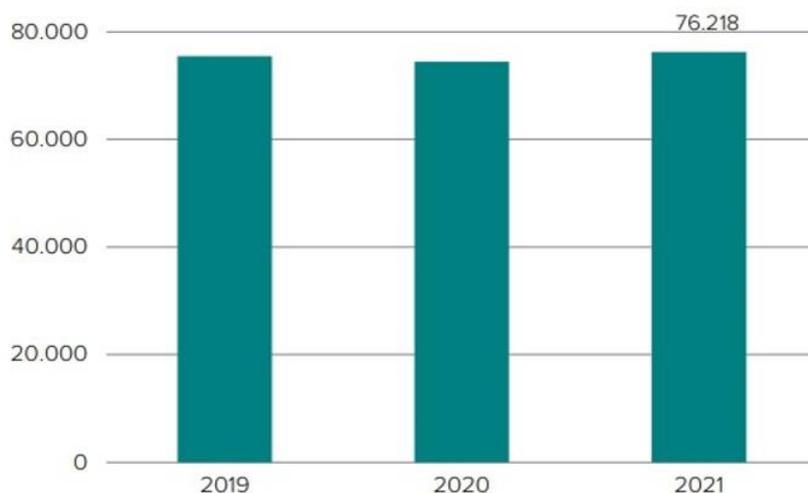
**Ilustración 7. Empresas vinculadas al deporte.**



*Fuente: Anuario de estadísticas deportivas 2022.*

Como se representa en la ilustración 7, a lo largo de los últimos años se ha producido un aumento de empresas relacionadas con el sector del deporte, ascendiendo a 40.882 entidades. A partir de esta cifra, el sector del *Retail* cuenta con un 13,1% de representación. Esto quiere decir que se encuentra en constante aumento y por lo tanto hay mayor demanda de artículos deportivos y en especial lo que interesa a **VALCYCLING**, productos de textil para la práctica deportiva del ciclismo. Este aumento de personas jurídicas involucradas en el sector de la distribución y venta de material deportivo venga relacionado con el incremento de clubes y espacios deportivos.

**Ilustración 8. Clubes deportivos**



*Fuente: Anuario de estadísticas deportivas 2022*

Como se aprecia en la ilustración 8, vemos que los clubs han aumentado en España, llegando a rozar los 80.000. Por lo tanto, hay un un incremento de estos, ya sean profesionales o no, y origina la necesidad de adquirir más material deportivo, en el caso de nuestro sector, más productos de textil para poder practicar de manera correcta el deporte que elija cualquier persona.

### **3.1.2 Factores políticos**

En este apartado, vamos a realizar un estudio de cuatro factores: la legislación en materia de competencia, mercantil, de los consumidores y la estabilidad política.

En primer lugar, vamos a comenzar con la legislación en materia de la competencia, para entender este término, se necesita saber que en España existe un organismo, él cual se llama *CNMC*, que se encarga de garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento de la competencia que pueda existir en el mercado nacional en beneficio de los consumidores y usuarios.

La *CNMC* se encuentra sometida al control parlamentario, lo que asegura su independencia, y afianza sus actuaciones o decisiones jurídicas antes posibles sanciones que pueda ejercer, previamente aprobadas por su consejo de gobierno. Todas estas decisiones están amparadas bajo la Ley publicada en el BOE: *Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia*.

Esta norma parlamentaria lo que explica en su documento es que controla que no exista competencia desleal para que las condiciones mercantiles sean transparentes y

todas las empresas puedan tener la tranquilidad de que se están aplicando todo tipo de requisitos para que se produzca una transparencia y buena fe en el comercio español. Además, en esta Ley aparecen qué ayudas públicas pueden tener las empresas y qué requisitos deben cumplir.

Para proteger la libre buena elección dentro de una competencia leal, surge la legislación del consumidor en la que se especifica según el BOE como: *Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la directiva 2013/11/UE, del parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo*. En el documento publicado en el Boletín Oficial del Estado, aparece como objeto de esta norma, lo siguiente:

“Esta ley tiene como finalidad garantizar a los consumidores residentes en la Unión Europea el acceso a mecanismos de resolución alternativa de litigios en materia de consumo que sean de alta calidad por ser independientes, imparciales, transparentes, efectivos, rápidos y justos”. (BOE)

Es, por consiguiente, qué, en esta Ley, aparecen los actores protagonistas que participan en la composición del mercado, en este caso del país en cuestión donde estamos creando nuestra empresa **VALCYCLING**. Estos términos se encuentran reflejados en la ley expuesta en el párrafo anterior, por lo que se va a formalizar esta información a partir de la publicación de esta norma en el *BOE*.

- **Consumidor:** toda persona física que actúe con fines ajenos a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión, así como toda persona jurídica y entidad sin personalidad jurídica que actúe sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial, salvo que la normativa aplicable a un determinado sector económico limite la presentación de reclamaciones ante las entidades acreditadas a las que se refiere esta ley exclusivamente a las personas físicas.
- **Empresario:** toda persona física o jurídica, ya sea privada o pública, que actúe, por sí misma o a través de otra persona a su cargo o en su nombre, con fines relacionados con sus actividades comerciales o empresariales, su oficio o su profesión.

- **Organización profesional o organización empresarial:** toda organización o asociación sin ánimo de lucro que reúne a diferentes profesionales o empresas de un sector determinado para la gestión y logro de sus propios fines.
- **Contrato de compraventa:** todo contrato en virtud del cual el empresario transmita o se comprometa a transmitir a un consumidor la propiedad de ciertos bienes y el consumidor pague o se comprometa a pagar su precio, incluido cualquier contrato cuyo objeto esté constituido a la vez por bienes y servicios.
- **Litigio nacional de consumo:** litigio de naturaleza contractual derivado de un contrato de compraventa o de prestación de servicios en el que en el momento de realizar la orden de pedido el consumidor y el empresario tengan su residencia y establecimiento en España.

Con todo lo explicado en este punto, teniendo ya identificados tantos los actores del comercio como la organización que controla la competencia desleal, se ampara todo en el *Código de Comercio* para proteger todo lo que conlleva la prestación y adquisición de bienes y servicios.

A todo lo generado de manera legal en el comercio español, surge el análisis de la estabilidad política actual en España. El año 2023, viene marcado por las elecciones generales que se van a celebrar, y por consiguiente eso siempre trae dudas y cuestiones debido a que puede haber o no cambio de gobierno. Esto conlleva a que los consumidores sean más precavidos a la hora de realizar inversiones de gasto, y quieran ahorrar para un momento de mayor estabilidad política.

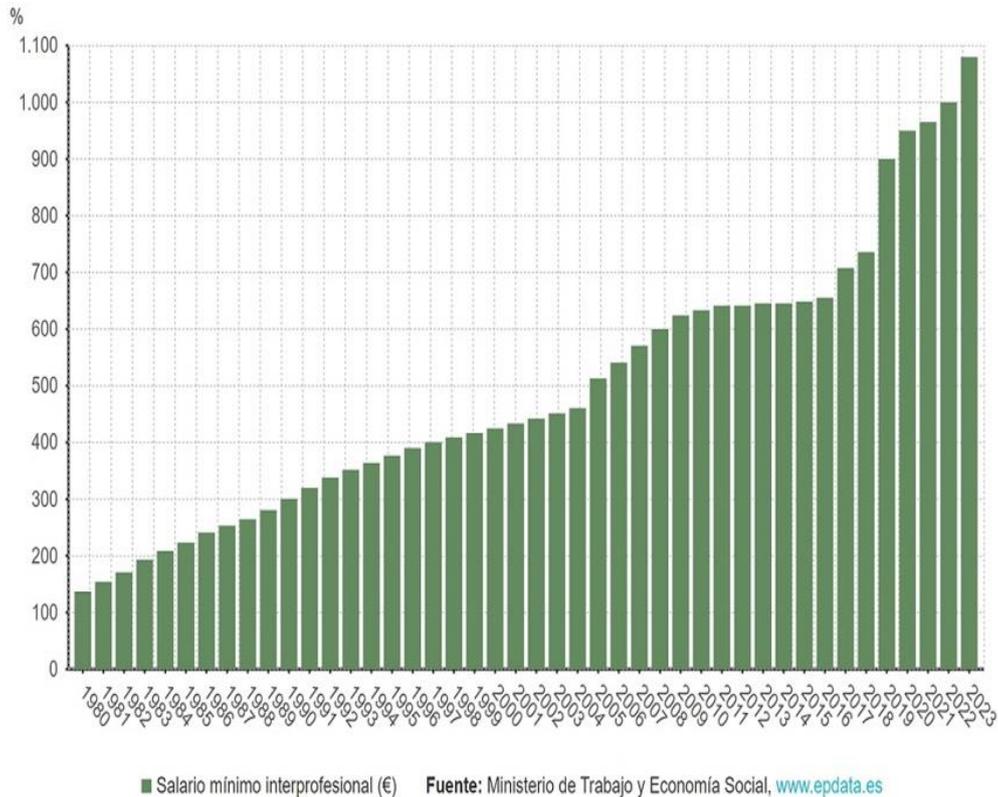
Por último, aunque esto pueda parecer un inconveniente, hay que plasmar un hecho que favorece la creación de **VALCYCLING** en España, ya que este país se encuentra dentro de la Unión Europea, y no se asumirían mayores costes al realizar importaciones o exportaciones en las empresas que se encuentren en la UE.

### 3.1.3 Factor económico

Para empezar a estudiar los factores económicos antes de la creación de **VALCYCLING**, hay que poner en contexto la capacidad que económica que tienen los consumidores para poder hacer frente a la adquisición de bienes en el mercado. Por ello en primer lugar se analiza el *Salario Mínimo Interprofesional* que hay en España.

**Ilustración 9. Evolución del Salario Mínimo Interprofesional (SMI) en España**

Datos en euros mensuales para 14 pagas



*Fuente: Ministerio de Trabajo y Economía Social*

En esta ilustración 9 podemos ver cómo ha ido aumentando de manera considerable, desde el año 2018, el salario mínimo interprofesional. Esto nos lleva a sacar la conclusión que a las empresas situadas en el territorio español van a poder aumentar sus ventas debido a que la población pueda tener un capital mayor, gracias a esta subida. Por ello esto es una buena coyuntura para poder poner en marcha a la empresa que se está tratando en este estudio, **VALCYCLING**. El último incremento se ha producido del salario se ha publicado en el Real Decreto 99/2023, de 14 de febrero, en el que se eleva hasta la cuantía de 1.080 euros brutos mensuales en 14 pagas, el cual asciende a los 15.120 euros brutos anuales.

Otro aspecto que se debe tener en cuenta es el *Producto Interior Bruto (PIB)*, ya que dará una visibilidad sobre el valor añadido de la producción de los bienes y servicios en nuestro país durante un tiempo determinado, que casi siempre es mensual, por un lado, y por otro lado anual. Este dato, es una información vital cuando se va a crear una entidad

empresarial en un país ya que nos proporciona una visión general del país, que en este caso es España.

**Ilustración 10. Evolución PIB anual y Per Capita en España.**

Evolución: PIB anual España			Evolución: PIB Per Capita España		
Fecha	PIB anual	Var. PIB (%)	Fecha	PIB Per Capita	Var. anual PIB Per Capita
2022	1.328.922 M€	5,5%	2022	27.910 €	9,5%
2021	1.206.842 M€	5,5%	2021	25.500 €	8,0%
2020	1.117.989 M€	-11,3%	2020	23.610 €	-10,7%
2019	1.245.513 M€	2,0%	2019	26.440 €	2,6%

*Fuente: DatosMacro.com*

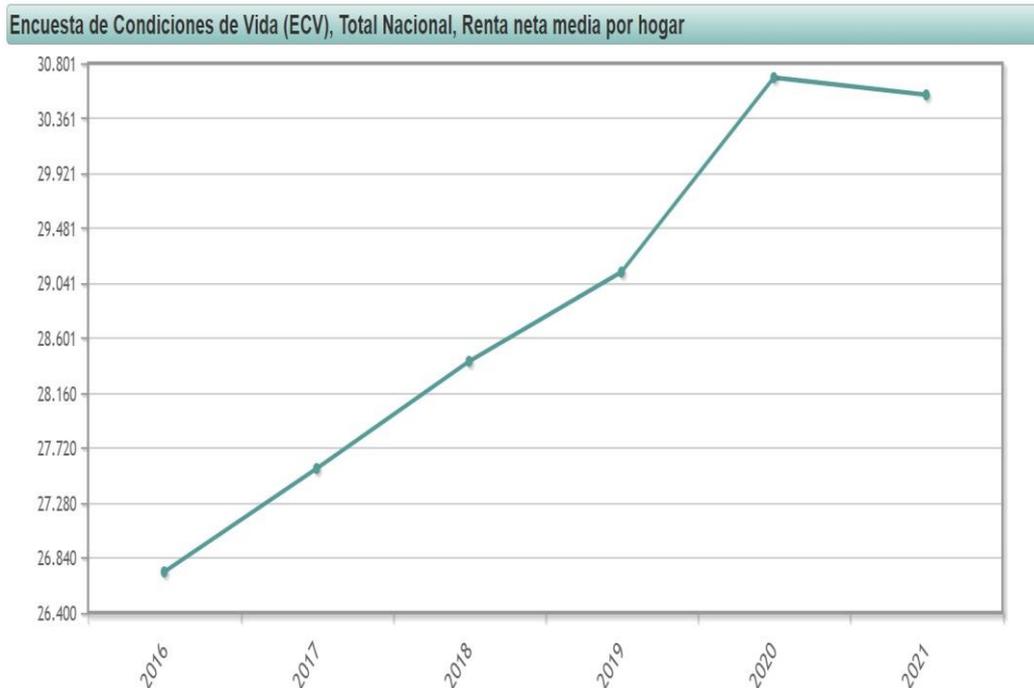
Como se observa en la ilustración 10 se produce un considerablemente aumento desde el año 2020, esto se da debido a que, a partir de este tiempo, se produjo una bajada de las restricciones en todos los sectores, debido a que la pandemia empezó a disminuir, por lo que se pudo comenzar a realizar una actividad medio normal, hasta el punto de que en el 2023 estamos ya prácticamente haciendo una vida cotidiana como antes de la enfermedad COVID-19.

En el año 2022, el PIB anual se consolidó en un 5,5%, esto quiere decir que España creció 122.080 millones de euros respecto a 2021, situándole en el puesto 15 de los 196 países de los que se publican el PIB, según la página *DatosMacro.com*. Esta situación muestra una oportunidad bastante buena para la creación de una empresa en España, debido a que se encuentra dentro del TOP 20 de los países en los que ha aumentado tanto el PIB anual cómo el PIB Per Capita.

En el sector en que se desarrolla **VALCYCLING**, existe una especial atracción ya que nos muestra una realidad que se está consumiendo en España, más bienes textiles y de calzado de todo tipo, es por ello que se ha manifestado en el párrafo anterior, la buena decisión de poder crear una empresa como esta.

Siguiendo con la investigación económica de España, se pone la visión en la *Renta Media por Hogar*, la cual hace referencia al poder adquisitivo y monetario que tienen los habitantes españoles que residen en España.

**Ilustración 11. Renta Media por Hogar. Total Nacional**



*Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)*

La información que podemos sacar sobre la ilustración 10, es que en los últimos años, hasta 2020, se produjo un aumento de renta media en los hogares españoles, pero a partir del año citado se ha visto afectado el poder adquisitivo de las familias españolas por un aumento en los precios de los bienes esenciales y por la guerra que se está produciendo entre Rusia y Ucrania. Como consecuencia, de dicha guerra, se ha tenido que subir el precio de varios productos, por ejemplo, del combustible. Esto lleva a los consumidores a ser más precavidos a la hora de generar gastos que no sean esenciales, por eso una estrategia diferenciadora de **VALCYCLING** es poder ofertar los productos con precios bajos, y de una calidad media, por ello nuestro target es el ciclista amateur y semiprofesional.

Otro factor importante para estudiar es el *Índice de Precios de Consumo (IPC)*. Este dato muestra la evolución que sufren los precios de los bienes y servicios que consumen las familias españolas. Es por ello, que para obtener esta medición se va a recurrir a mostrar el *IPC* general, y el *IPC* por distinción de bienes y servicios.

**Ilustración 12. IPC España. Enero 2023**

IPC España Enero 2023			
	Interanual	Acum. desde Enero	Variación mensual
IPC General [+]	5,9%	-0,2%	-0,2%
Alimentos y bebidas no alcohólicas [+]	15,4%	0,4%	0,4%
Bebidas alcohólicas y tabaco [+]	8,2%	1,5%	1,5%
Vestido y calzado [+]	3,6%	-11,5%	-11,5%
Vivienda [+]	-8,4%	-4,2%	-4,2%
Menaje [+]	7,9%	0%	0%
Medicina [+]	1,2%	0,2%	0,2%
Transporte [+]	5,6%	4,1%	4,1%
Comunicaciones [+]	2,3%	4,5%	4,5%
Ocio y Cultura [+]	2,5%	-2,1%	-2,1%
Enseñanza [+]	1,5%	0,2%	0,2%
Hoteles, cafés y restaurantes [+]	7,8%	0%	0%
Otros bienes y servicios [+]	5,0%	0,9%	0,9%
< IPC 2022-12			

Fuente: [www.datosmacro.com](http://www.datosmacro.com)

En la ilustración 12 se observa que el IPC de los productos ha bajado un 0,2%, por lo que las familias en su cesta media van a ahorrarse cierta parte monetaria, y van a poder realizar gastos que no sean de consumo esencial, lo que puede ser una buena oportunidad para la creación de **VALCYCLING** en la sociedad española. Hay que destacar que la filosofía de nuestra entidad empresarial es poder ofrecer unos precios bajos para poder generar experiencias a todos los usuarios que elijan nuestra marca.

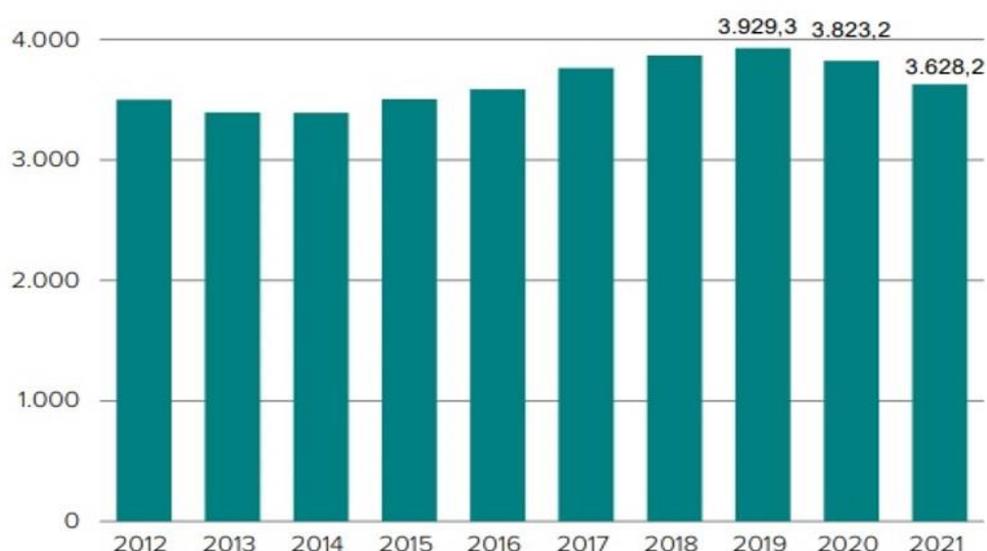
Con todo lo analizado en este apartado económico, se muestra que el país donde queremos implantar nuestra nueva organización es un territorio con unas condiciones bastante favorables, ya que se encuentra en un marco de la Unión Europea, en el que no existen barreras arancelarias, goza de una buena economía, y su población por regla

general tiene unos índices de consumo óptimos en el sector textil en general y en particular en el sector textil deportivo. Por todo esto, la elección de **VALCYCLING** es apostar en un primer momento únicamente en el ámbito nacional para, en un futuro si el proyecto tiene éxito, poder expandirse fuera del territorio español.

### 3.1.4 Factor sociocultural

En este apartado se va a analizar un hábito importante para la población, que es la vida saludable a través del deporte. Para ello, en primer lugar, se va a mostrar cuántas personas se encuentran con licencias federativas en nuestro país.

**Ilustración 13.** Licencias federadas (en miles)



*Fuente: Cultura y Deporte Gobierno de España*

En la ilustración 13 se puede encontrar una disminución de licencias deportivas, pero se debe a sufrir el COVID-19 dentro de nuestro país. Esto conllevó a parar todas las competiciones profesionales, semiprofesionales y deporte base. Sí que es verdad, que ahora ya estamos volviendo a la normalidad y se ve que las licencias federativas son altas en España, por lo que la gente sigue practicando deporte como forma de vida, e incluso de manera laboral.

Este dato es importante, dado que en **VALCYCLING** se persigue el deportista semiprofesional y amateur. A partir de esta misión, se recurre a buscar información sobre si en el territorio español se tiene como modo de vida el deporte, y se recurre a la página de *Cultura y Deporte del Gobierno Español*.

**Ilustración 14. Personas que practican deporte**

*(En porcentaje de la población total investigada)*



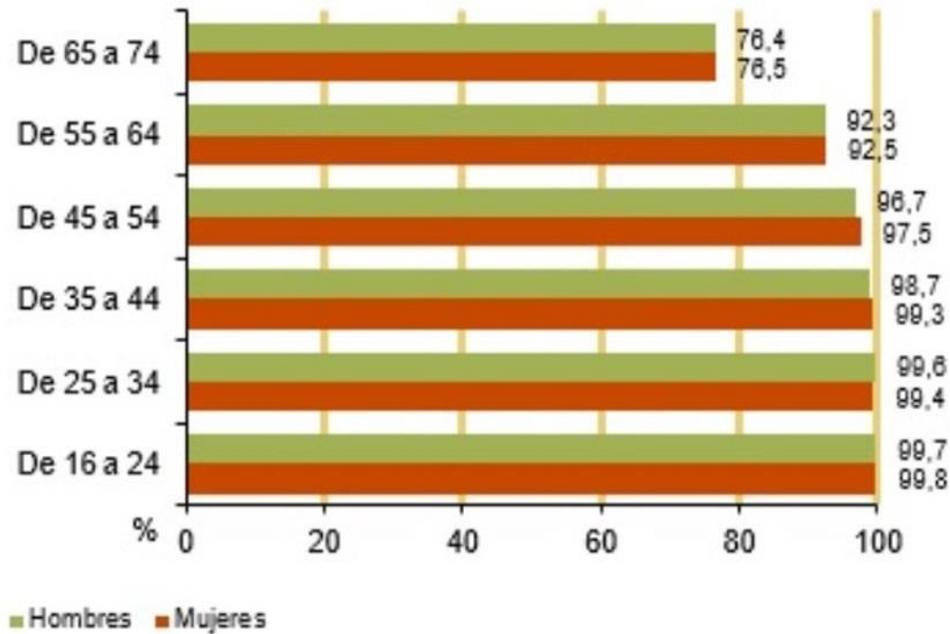
*Fuente: Cultura y Deporte Gobierno de España*

Como se manifiesta en la ilustración 14, en estos últimos años se ha producido un incremento de gente que practica deporte durante todos los días, ascendiendo casi 8 puntos de diferencia, por lo que esto presenta una gran oportunidad, ya que se refleja que hay un gran nicho de mercado para poder ofertar los productos que queremos comercializar. Gracias a este tipo de mentalidad de la sociedad española, se puede presentar un proyecto de la creación de **VALCYCLING** que puede tener éxito.

### *3.1.5 Factores tecnológicos*

Para poder analizar la viabilidad de **VALCYCLING**, hay que prestar atención al factor más importante en este estudio del macroentorno, como es la tecnología. Este análisis supone que nuestra entidad empresarial pueda funcionar o no, ya que toda su actividad se centra en el comercio electrónico. Por ello, hay que destacar que España es un país desarrollado y el acceso a la tecnología en los hogares es prácticamente completa. Para ello vamos a apoyarnos en el *INE*.

**Ilustración 15.** *Uso de Internet en los hogares españoles*



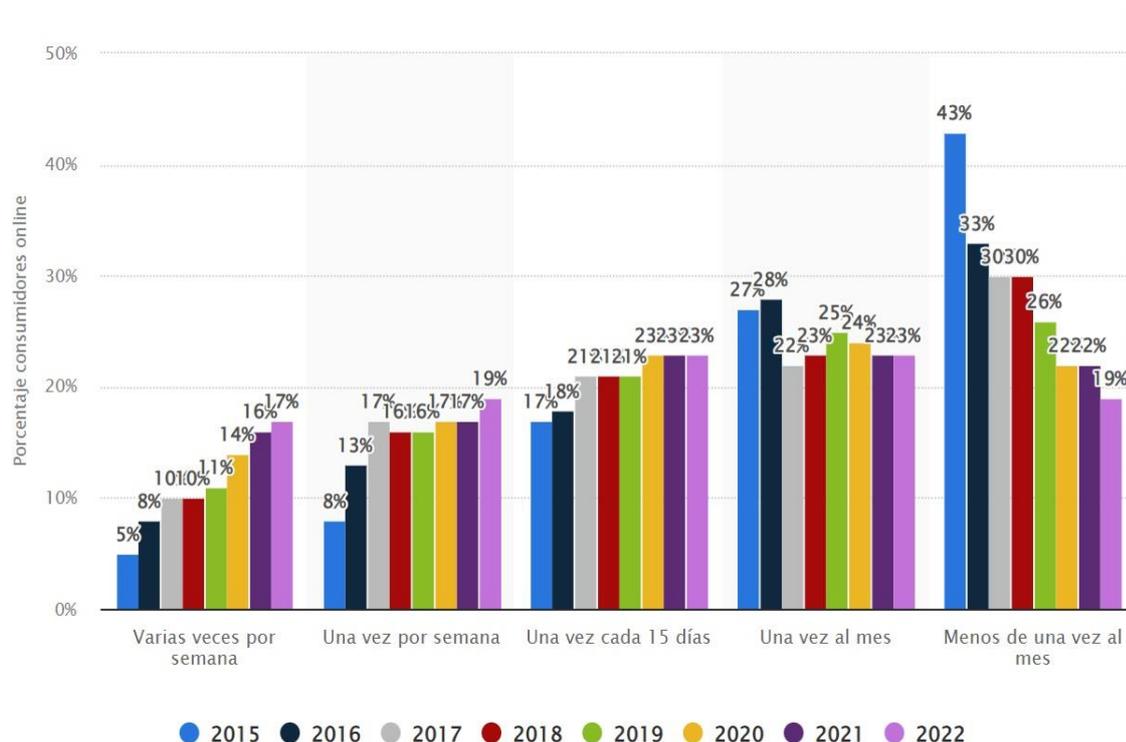
Fuente: INE

En la ilustración 15, se muestra que España está inmersa en el avance tecnológico, y la población está al tanto de la tecnología que se pone al alcance de su mano y la usa de manera diaria tanto para estar al día de las últimas noticias, como para ser uno de los actores principales en el sector del comercio electrónico. A parte, tanto hombres como mujeres utilizan de la misma manera la compra online para adquirir sus bienes o servicios, y la mayor parte en cuanto a la franja de edad se encuentra en el baremo de los 16 años a los 54 años. Con esta reflexión, **VALCYCLING** utilizará esta virtud para colocar sus productos dentro del ámbito de las *Tecnologías de la Información (TICS)*.

En el comercio electrónico español se ha producido un gran aumento de la actividad de la venta online situándose en un aumento del 25,3% en el año 2022. Los consumidores han concebido que la manera más rápida y ágil en la actualidad para conseguir los productos que deseen es a través del e-commerce. Con esta información, nos adentramos en que uno de los sectores más demandados dentro de este tipo de forma de vender son los productos de textil. Es por esto, que desde **VALCYCLING** se apuesta de manera íntegra a realizar todo el comercio de manera electrónica, ya que hay un nicho de mercado bastante potente y, sobre todo esta decisión también se produce para ir en fase con la sociedad española, y darle al consumidor lo que demanda en cada momento.

Esto conlleva que la sociedad española haya aumentado de manera considerable las transacciones del comercio electrónico. Esto es una oportunidad bastante notable para que **VALCYCLING** pueda apostar su fuente de ingresos a través de las *TICS*.

**Ilustración 16.** Frecuencia de compra por internet de los consumidores en España en 2015 y 2022.



Fuente: Statista.com

En la ilustración 16 se puede observar que a lo largo de los años se ha producido un aumento de compra online por parte de los consumidores. Esto se ha conseguido a través de una potenciación de las *TICS* y sobre todo, a una nueva forma de consumo por parte de la población española. Esto se ve en que los consumidores realizan compras por internet de manera diaria, semanal y quincenal de forma abundante. Esto se ha producido ya que ahora los comercios que operan a través de páginas web realizan una fuerte inversión en ellas para que sean rápidas, ágiles e intuitivas para que cualquier persona pueda obtener su producto o servicio de manera casi inmediata.

Finalmente, en este apartado se ha visto que el comercio electrónico se encuentra en constante crecimiento, y por ello desde la entidad empresarial **VALCYCLING** se realizará un trabajo en tener nuestra herramienta de negocio, la cual es nuestra página

web, en un correcto funcionamiento para que los clientes que elijan comprar los productos que se oferten puedan tener tranquilidad y seguridad a la hora de realizar la compra online.

### 3.2 Análisis del microentorno

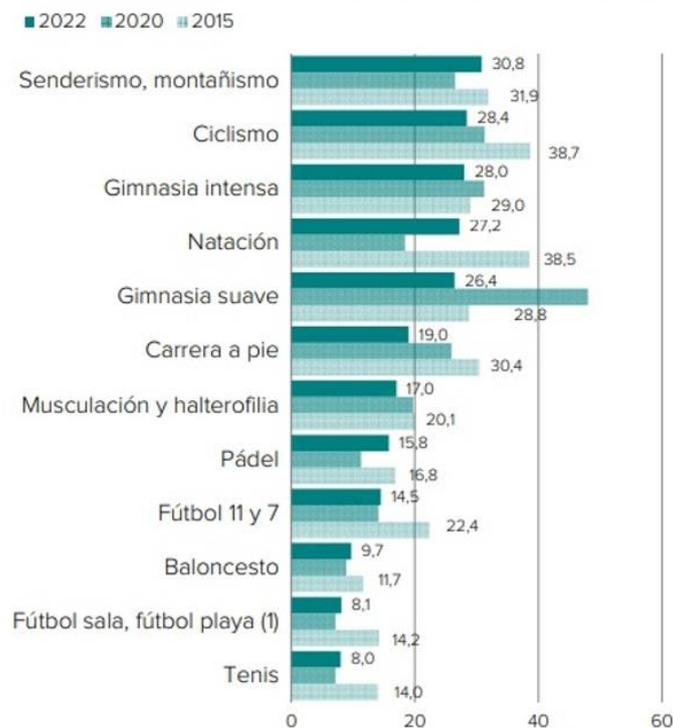
En esta segunda parte del análisis del entorno, ya nos adentraremos en nuestro sector deportivo, el ciclismo y por otro lado, en el sector del textil, más específicamente en la ropa que utilizan los ciclistas para practicar este deporte. Para ello, haremos un análisis de parte de la trazabilidad que va a tener nuestro producto, por lo que estudiaremos el mercado del Retail del ciclismo, productos sustitutos, proveedores, barreras de entrada al mercado y, por último, el comportamiento del consumidor final.

#### 3.2.1 Descripción del mercado del Retail del ciclismo

Para comenzar este apartado, hay que centrarse en cómo se encuentra el deporte del ciclismo en España. Esto se basa en analizar qué repercusión tiene entre la población española sacar su bici ya sea para realizar desplazamientos o utilizarla para entrenar de manera deportiva. Consultando la página de la *Cultura y Deporte del Gobierno Español*.

**Ilustración 17.** *Personas que practicaron deporte en el último año.*

*(En porcentaje de la población que practicó deporte en el último año)*



*Fuente: Cultura y Deporte del Gobierno Español.*

En la ilustración 17, se muestra que el ciclismo se encuentra en la segunda posición de deportes que más eligen las personas para practicar. Esto nos lleva a señalar que hay un mercado bastante amplio para poder vender todos nuestros productos, ya que en general, las personas que son apasionadas de este deporte y utilizan su bicicleta para realizar entrenamientos. Su vestimenta tiene que ser específica para aumentar su rendimiento ya que les ofrecerá una serie de propiedades como son confort, transpirabilidad, temperatura corporal, seguridad y prevención de lesiones. Es por ello, que a aquí vemos en **VALCYCLING** una oportunidad de negocio, ya que a parte el ciclismo, es el único deporte que une a profesionales y amateurs en los mismos sitios de prácticas, ya sea en carretera cómo en caminos.

Pero no sólo sirve, con verificar que el ciclismo se encuentra instalada en nuestro país, hay que ir más a lo específico, a lo que **VALCYCLING** va a poner en venta en el comercio electrónico. Esto nos lleva a analizar de manera exhaustiva cómo está el mercado textil del deporte mencionado con anterioridad. Para ello, nos vamos a apoyar en la *AMBE*.

**Ilustración 18.** Porcentaje de ventas por categorías en ciclismo.



*Fuente: Asociación de Marcas y Bicycletas en España (AMBE).*

En la ilustración 18 se muestra el porcentaje que ocupa cada categoría de elementos que están relacionados con la venta para el ciclista. El textil se encuentra en la tercera categoría con un 9,14%, por detrás de las bicicletas y los componentes que ocupan más del 50% de las ventas. Esta situación es buena ya que los productos más demandados, después de la bicicleta, y sus elementos, son las prendas de vestir para realizar el deporte. Por ello, esta parte del mercado se hace interesante para penetrar, y poder hacerse un nombre dentro del Retail del ciclismo.

Al final, la venta de textil siempre va a estar presente, debido a que como se ha expuesto antes, este deporte es muy técnico, y sus usuarios más asiduos únicamente practican su pasión con productos específicos y acordes, ya que son muchas horas las que pasan encima de su bicicleta, sobre todo los fines de semana que es cuando la población tiene más tiempo libre para entrenar o realizar su afición.

### *3.2.2 Proveedores*

Como se ha referenciado al principio de este trabajo, en los comienzos de la empresa **VALCYCLING** se va a realizar un análisis para poder encontrar un proveedor, el cual nos fabrique los productos que queremos poner a la venta en el comercio electrónico. Este fabricante, nos facilitará poder representar nuestros diseños, y posteriormente confeccionarlos para poder presentarlos ante la sociedad ciclista.

Para elegir a nuestro proveedor, se ha hecho un estudio minucioso para encontrar una empresa que pueda satisfacer las necesidades de **VALCYCLING**, pero estos requisitos que nos hemos planteado han ido enfocados en atender a nuestros usuarios y, sobre todo, darles la mayor seguridad y satisfacción al elegir nuestro producto. Esto se basa en seguir con nuestra cultura de empresa la cual va dirigida a ayudar a todos los usuarios que quieran iniciarse, o quieran consolidarse en la práctica de este deporte a través de nuestras prendas textiles de ciclismo.

Después de realizar una búsqueda con las directrices expuestas se ha decido elegir una empresa dedicada a la fabricación de ropa de ciclismo, ubicada en la zona norte de España, en la comunidad autónoma de Aragón, ubicada en la localidad de Zaragoza. Esta ubicación se encuentra relativamente cerca, de donde se va a realizar la actividad de **VALCYCLING**, que como se ha mencionado se encuentra ubicada en la ciudad de Valladolid.

Esta fábrica de ropa se centra en el deporte, teniendo una sección dedicada al ciclismo, con materiales técnicos que favorecen la transpirabilidad, el confort y la mejora de rendimiento para las personas practicantes del deporte. Es por ello, que al final ha sido la elegida por ubicación, por confianza, y por tener una cultura basada en ayudar a las personas que puedan disfrutar de su práctica deportiva sea cual sea su nivel. Es una empresa con una buena flexibilidad a la hora de poder alcanzar acuerdos de producción y fabricación. Su mentalidad es ayudar a empresas que quieran distribuir prendas de textil de ciclismo, como es el caso de **VALCYCLING**. Para ello, se realizará una propuesta de los productos ofertados:

- Maillot de manga corta y manga larga.
- Culotte corto y largo.
- Chaqueta.
- Chubasquero.

Con todo lo referenciado en este punto, la empresa que se va a dedicar a fabricar toda nuestra gama de prendas de vestir para los entrenamientos de los clientes va a ser **HATI WEAR**. Esta elección ha sido sumamente estudiada, debido sobre todo a la confianza que genera poder trabajar con esta fábrica de textil, ya que cabe destacar que los plazos de entrega son bastantes rápidos, y sobre todo su servicio postventa genera una seguridad óptima debido a que su principal estrategia es satisfacer las necesidades de sus clientes.

Por otra parte, hay que poner foco, en cómo se va a distribuir nuestro producto, para ello vamos a recurrir al término *drop-shipping*. Esta forma de hacer negocio está de moda en la actualidad y se dirige a empresas emergentes que únicamente operan mediante el comercio electrónico. Esta manera de operar se basa en una forma de comercio electrónico en el que no se necesita almacén. Esto quiere decir que toda la logística estará gestionada por nuestro proveedor **HATI WEAR**. Asimismo, para poder entender este mecanismo se va a detallar brevemente como serían los pasos que el cliente pueda obtener su producto:

1. *La compra del producto en la tienda online **VALCYCLING** para parte del consumidor.* El primer paso que se da es cuando el cliente compra un producto en nuestra página web.
2. *Pedir el producto al fabricante o mayorista.* En este punto, cuando el cliente realice la compra, desde **VALCYCLING** nos pondremos en contacto para que nuestro proveedor de nuestros productos, en este caso **HATI WEAR** realice el

tramite pertinente en sus almacenes para enviar el producto en perfectas condiciones al usuario que ha realizado la compra.

3. *Envío del producto por parte del fabricante o mayorista.* Nuestro proveedor **HATI WEAR** se encargará de enviar, y entregar el producto al cliente que ha realizado la compra en nuestra página web. Con este sistema ahorramos todo el proceso de envío del producto comprado en nuestra tienda online.

Para poder poner en marcha todo este proceso de compra, se necesita la herramienta con la que nos vamos a dar a conocer desde **VALCYCLING** al comercio electrónico. La manera de comercializar todos nuestros productos será a través de la página web. Por lo que, para poder tener un buen funcionamiento de esta, nos apoyaremos en una empresa dedicada al diseño de estas, cómo es **K-Digital**. Esta entidad empresarial nos ayudará a la creación del diseño del sitio para poder tener una web inteligente, y adaptada a las necesidades que se buscan desde **VALCYCLING** las cuales se basan en que el proceso de compra por parte de los consumidores sea fácil e intuitivo y por otro lado, que los productos y sus descripciones den ganas de adquirirlos.

### *3.2.3 Productos ofertados, y productos sustitutivos*

Nuestra empresa se va a caracterizar, por los productos que más se demandan dentro del sector del textil del ciclismo, los cuales son:

- **Maillot de manga corta.** Confeccionado con un ajuste ceñido para poder tener un buen equilibrio entre confort y rendimiento. Para ello, se ha realizado una combinación entre 4 tejidos para poder tener una prenda muy técnica y eficaz. En este maillot encontraremos una estructura que mejora el rendimiento a través de dirigir el flujo del aire a la parte trasera del maillot y realizar un afilado de las partes laterales para que queden más minimalistas. Por último, para que el maillot quede ajustado se ha fijado una cinta de silicona en todo el perímetro de la cintura.
- **Maillot de manga larga.** Fabricado para días primaverales u otoñales para que se pueda utilizar como primera capa o segunda capa. Se ha buscado en este producto poder realizar una prenda elástica para que su ajuste sea perfecto a cualquier persona. Esto proporciona una mayor aerodinámica y comodidad. Cómo pasa con el maillot de manga corta se busca una buena transpirabilidad con la combinación de tres tejidos, a la que se le suma un forro extrafino para mantener la temperatura corporal del ciclista. Por último, el maillot quedará

ajustado tanto en los puños como en la cintura para proporcionar una buena comodidad encima de la bicicleta.

- **Culotte corto.** Para obtener la búsqueda del rendimiento en condiciones climatológicas cálidas se ha concebido una prenda con lycra bielástica para obtener una comprensión muscular contenida y mejorar el rendimiento encima del sillín de nuestra bicicleta. Otra parte importante para aguantar horas encima de la bicicleta se ha buscado diseñar una badana con densidades de espuma diferentes y un tejido con hilos de carbono para reducir la presión y la aparición de bacterias provocadas por el sudor.
- **Culotte largo.** Confeccionado para días en que las condiciones climatológicas son frías y lluviosas. Para poder combatir estos días, se ha fabricado la prenda con tejidos cálidos y RAIN LAB para hacer que el culotte repela la lluvia ligera. Como en el culotte corto la badana se ha realizado de la misma manera para reducir la presión durante todo el entrenamiento y frenar la aparición de bacterias provocadas por el sudor.
- **Chaqueta.** Diseñada para sacar el mayor rendimiento como ciclista en los días en los que la climatología sea adversa. Gracias a la composición del tejido GORE TEX laminado con 3 capas se obtendrá una resistencia al frío, viento, y lluvia ligera. Esto no hará que tu temperatura corporal suba de manera drástica debido a que se usará un tejido transpirable con un cálido forro interior. A parte, este producto se basa en obtener buen rendimiento, por lo que se confeccionará de una manera en que la chaqueta quede pegada de manera personalizada a la persona que la adquiera.
- **Chubasquero.** Concebido como segunda o tercera capa cuando se produzcan lluvias durante nuestra salida o entrenamiento encima de la bicicleta. Esta prenda cuenta con un tejido muy fino para poder ser transpirable y repelente al agua a través del material RAINLAB. El chubasquero de **VALCYCLING** contará con un mecanismo para que se guardará en el bolsillo del maillot a través de poder compactarlo cuando la climatología sea favorable.

Esta gama, es la más utilizada dentro del mundo de este deporte, ya que te facilita poder sacar el mayor rendimiento en los entrenamientos o las salidas en bici. Nos encontramos ante una ropa muy técnica y específica por lo que encontrar productos sustitutivos es bastante complicado. Sí que es verdad que la gente que monta de manera

ocasional en bici o la utiliza para desplazamiento urbano, puede llevar otro tipo de vestimenta, pero la gente que la utiliza para hacer deporte de manera diaria o semanal debe utilizar este tipo de equipamiento sobre todo para prevenir dolores o lesiones.

Es por ello que, **VALCYCLING** se va a intentar establecer en el mundo del deporte, y no en la moda deportiva, la cuál es muy diferente. En nuestra empresa intentamos promover el uso de la bicicleta para deporte, para entrenar y sobre todo, para mejorar el rendimiento. Por eso, se hace bastante hincapié en utilizar una vestimenta técnica y acorde a pasar tiempo encima del sillín de la bici para poder prevenir lesiones y aumentar la condición física de manera notable.

Cabe destacar que todas las prendas ofertadas, están confeccionadas para que, durante el uso de las mismas, el cuerpo de cualquier persona que quiera utilizarlas esté en condiciones buenas, debido a que una de las premisas que se busca en cualquier deporte es que la ropa abrigue en invierno, y transpire en cualquier momento del año. Debido a esto, es muy complicado poder encontrar productos sustitutivos para realizar la práctica deportiva.

Finalmente, a medida que **VALCYCLING** pueda ir cumpliendo sus objetivos, se promoverá la estrategia de ampliar el catálogo, ofertando en su página web más productos y más colores de los mismos, para poder llegar a más público objetivo y, sobre todo, para poder demandar todas las necesidades de las personas que quieran confiar en nuestra marca, por eso todo lo que se hace está enfocado a garantizar las demandas que los usuarios nos puedan dar y, sobre todo, escuchar su feedback para mejorar ya que la mayor innovación de nuestro textil va a ser de personas que hagan este deporte de manera continua, desde empleados hasta embajadores y clientes.

#### *3.2.4 Principales competidores*

Para realizar una investigación específica de cómo se encuentra el mercado español en cuanto a prendas de vestir dedicada a la práctica deportiva del ciclismo, tenemos que comenzar con un análisis de cuáles son las marcas más demandadas en la actualidad, esto es, las de mayor consumo entre los ciclistas españoles:

**Ilustración 19.** Ranking marcas que consumen los ciclistas españoles

1. Gobik
2. Gore Wear
3. Spiuk
4. Castelli
5. Santini
6. Etxeondo
7. Siroko
8. Sportful
9. Rapha
10. Van Rysel
11. Deporvillage

*Fuente: Elaboración Propia.*

En la ilustración 19, aparece el nombre de las marcas más usadas por los ciclistas en el mercado español, cada una tiene su esencia, ya que encontramos marcas que buscan precios bajos como Van Rysel, y otras que buscan calidad con un nivel económico más alto como es Gobik o Gore Wear. Es por ello, que el mercado del textil es muy amplio con diferentes opciones para que los consumidores puedan adquirir el material que más se ajusta a su poder adquisitivo, y sobre todo a las necesidades que le pueda satisfacer encima de su bicicleta.

Dentro de este abanico presentado se puede encontrar a **VALCYCLING** con unos competidores bastante marcados, como son:

- **Van Rysel.** Marca con precios muy bajos y con una calidad intermedia. Esto hace que todos los deportistas que quieran iniciarse en el mundo del ciclismo adquieran su equipación completa con un coste para sus bolsillos bastante asequibles.
- **Sportful.** Equipaciones ciclistas con materia prima de buena calidad y precios bastante altos. Esta marca apuesta por precios bastante altos para dar exclusividad a sus clientes, ya que está presente en varios equipos del ciclismo profesional.
- **Etxeondo.** Empresa española en la que apuesta por productos de una calidad muy buena con precios intermedios dentro de lo que oscila el mercado de textil de ciclismo. Su principal virtud es que todos sus diseños se realizan en el País

Vasco, sitio en el que se encuentra la mayor practica ciclista de nuestro país, ya que está ubicado en un territorio en el que están dos equipos profesionales de ciclismo como son Movistar Team y Fundación Euskadi.

Estas marcas referencias son los principales competidores de **VALCYCLING** debido a que se encuentran posicionadas en el mercado con unos precios medios, y con una calidad media-alta. Con esta información **VALCYCLING** en el comienzo va a intentar penetrar en el mercado compitiendo con estas empresas, para luego más tarde coger estrategias más retadoras para poder posicionarse entre las mejores marcas de ciclismo, pudiendo llegar a tener toda la trazabilidad del producto ya que podemos ascender un peldaño en la calidad de la gama, y poner un sello exclusivo a todos nuestros productos.

Después de analizar las marcas más demandadas dentro del mercado español, también hay que identificar las marcas que sean propias de nuestro país, y que su actividad se haya creada en nuestro territorio:

**Ilustración 20.** Ranking marcas españolas de textil más utilizadas

1. Gobik
2. Spiuk
3. Etxeondo
4. Siroko
5. Inverse
6. Deporvillage
7. Atika

*Fuente. Elaboración propia.*

En la ilustración 20, aparece una clasificación de las marcas españolas de ropa técnica de ciclismo que más se utilizan en nuestro país. Para situarnos dentro del mercado de empresas creadas en nuestro territorio, **VALYCLING** se encontrará con seis competidores directos, los cual están expuestos entre el puesto tercero y el puesto séptimo. Las dos primeras entidades reflejadas en el ranking se encuentran muy posicionadas en el mercado nacional e internacional por lo que al principio no se intentará competir con ellos ya que cuentan con un recorrido muy longevo dentro del Retail del ciclismo.

### *3.2.5 Barreras de entrada al mercado del Retail del ciclismo*

En la actualidad, en el sector del Retail del ciclismo, y de manera específica en el comercio textil, no se encuentran grandes barreras para poder crear una empresa emergente. Esto conlleva, aspectos positivos y negativos:

#### POSITIVOS

El principal aspecto que se considera ganador para poder crear **VALCYCLING** es que el deporte del ciclismo se encuentra en auge y, por lo tanto, es un sector que se puede explotar con la creación de otra entidad empresarial.

Después de esta gran oportunidad, aparece la oportunidad que dan las nuevas tecnologías para poder crear una empresa de textil sin una fuente de inversión principal grande a través del comercio electrónico y de la forma de negocio drop shipping que abarata muchos costes al no tener que poseer infraestructura para guardar el stock, ya que para poder operar dentro del mundo ecommerce sólo se necesita un buen desarrollo de una página web.

#### NEGATIVOS

El mayor inconveniente que nos encontramos para poder marcar la diferencia con **VALCYCLING**, es que al no tener muchas barreras para poder crear una empresa emergente o Startup, se da la posibilidad a tener muchos competidores en el mercado, ya sea de manera online o de manera física.

Asimismo, las marcas que pueden contar con infraestructuras son capaces de poder vender su gama de manera física, con tiendas de bicis locales, establecimientos comerciales físicos que vende todo tipo de deportes o por entidades online que se dedican a ser meros intermediarios, como puede ser una empresa reconocida, y posicionada en la actualidad, como es *Deporvillage*, la cual vende productos propios y productos de otras marcas con las que tiene un convenio.

Por otra parte, la tecnología es un factor que nos beneficia, pero siempre y cuando nos apoyemos de una empresa que nos desarrolle y haga el mantenimiento de la página web para que los clientes puedan tener una buena experiencia de compra, por lo que esto lleva a **VALCYCLING** a prestar mucha atención en la innovación y desarrollo, no sólo de los productos, sino también de estar en constante actualización en el mundo del comercio electrónico y de los patrones de consumo en la red, para poder dar las mayores facilidades a todos los cibernautas.

### 3.2.6 Comportamiento final del consumidor

Para poder explicar cómo se comporta el consumidor final en la actualidad, hay que poner foco en la pandemia que ocurrió en el año 2020. Esto potenció un cambio drástico en la manera que se tiene de consumir y de hacer los procesos de compra. Antes de la llegada del COVID-19 el comercio electrónico estaba comenzando a instaurarse en España, ya que las empresas más potentes de la distribución estaban sacando nuevas formas de compra, para facilitar a los usuarios la manera de consumir productos y servicios.

Con la llegada del virus, que hizo parar a nuestro país, la sociedad española cambió el patrón de consumo potenciando el comercio electrónico, debido a que se produjeron numerosas restricciones a nivel nacional en ese momento. Las personas tuvieron que innovar en su manera de consumir y, por ello, recurrieron al comercio electrónico o también conocido como e-commerce.

A partir de este momento, las empresas tuvieron que realizar una innovación más rápida para poder posicionarse en este comercio electrónico, hasta el punto de que ahora este tiene un papel muy protagonista.

**Ilustración 21.** Dimensionamiento del mercado Online vs Offline



Fuente: IAB.Spain

Como aparece en la ilustración 21, las personas compran por internet de una manera masiva, por lo que el comercio electrónico ya se ha instaurado de una forma muy seria en el patrón de consumo de la población española y mundial. Esto se basa en la facilidad para poder adquirir cualquier bien o servicio sin tener que acudir a un establecimiento físico, ya que vivimos en una sociedad que va cada día más rápido y la

gente quiere optimizar su tiempo, de modo que el e-commerce favorece rapidez e inmediatez y, evitar desplazamientos y ahorrarse en muchos casos costes innecesarios.

A partir de esta forma de consumo, nuestro público objetivo estará dentro de la edad de la adolescencia en adelante ya que este deporte lo consumen todos los públicos ya sean jóvenes o mayores. Esto se debe a que es una práctica deportiva poco lesiva y fortalece tanto el tren inferior cómo el tren superior. Es por ello, que **VALCYCLING** se encuentra con un atractivo de poder llegar a la mayor población española, que será únicamente en el mercado nacional.

Debido a todo lo expuesto, hay que hacerse la pregunta de *¿Por qué comprar ropa de ciclismo?* La respuesta para la cuestión que nos hemos planteado en **VALCYCLING** es sencilla. La principal inquietud para poder comprar este tipo de ropa específica es prevenir lesiones, ya que este tipo de prendas están orientadas para poder sacar el máximo rendimiento al ciclista. Esto se traduce en que los consumidores que buscan este tipo de vestimenta se basan en las condiciones climáticas que pueden sufrir mientras estén practicando su afición, deporte o pasión. A partir, de esta reflexión, surge otra pregunta *¿Cada cuánto tiempo comprar prendas de ciclismo?*

El usuario que practica ciclismo, como deporte habitual, necesita diferentes tipos de maillots, culottes para cada época del año, por eso hemos especificado el papel que juegan las condiciones climáticas. Cada cierto tiempo el consumidor de ropa de ciclismo, tiene que actualizar su armario, para ir acorde al tiempo que haga y no sufrir un desmayo o una pájara como se suele decir en el argot ciclista. Esto se produce cuando nos faltan fuerzas principalmente, por falta de alimento, de líquidos, o también por ir con una mala vestimenta. Con todos estos hechos surge una nueva cuestión, la cuál es *¿Qué buscan los consumidores en una marca?*

Hoy en día, la mayor importancia que dan las personas cuando realizan una compra a través del comercio electrónico, es un servicio post venta con bastante calidad. Esto conlleva a tener una atención al cliente a través de la página web que genere una experiencia de confianza y seguridad a la hora de poder tener cualquier inconveniente con su adquisición. Es por esto que, desde **VALCYCLING**, estamos orientados a que la experiencia de venta y post venta sea una premisa muy fuerte para que todos los clientes guarden una sonrisa con su experiencia de compra, por ello nuestra política de devoluciones será 100% orientada a todos los consumidores que nos elijan.

Finalmente, con todo lo comentado en este punto, se llega a la conclusión de que no encontramos grandes dificultades para poder entrar en el mercado del textil del ciclismo.

sí es verdad, que, al no encontrar tantas barreras para poder crear empresas emergentes o Startup, esto va a llevar a que se presenten muchos competidores para **VALCYCLING**, pero al ser una ropa tan específica como es la de ciclismo, siempre tendremos un público fiel y objetivo al que atender sus necesidades.

### 3.3 Análisis interno de la Startup

Para poder conocer cómo se va a encontrar **VALCYCLING** en sus inicios, debemos detenemos en realizar un análisis interno de nuestra entidad empresarial emergente. Para ello, hay que saber para qué sirve realizar dicho estudio según la definición recogida por Juan Carrión Maroto en su libro *Estrategia De la Visión a la Acción*: “El análisis interno de una empresa se encarga de investigar las características de los recursos, factores, medios, habilidades y capacidades de que dispone la empresa para hacer frente al entorno”.

Asimismo, realizar este estudio nos va a mostrar una serie de ventajas que nos va a permitir detectar que estrategias poder tomar en **VALCYCLING** para poder conseguir nuestros objetivos a corto y medio plazo. Dichas oportunidades son:

- Poner sobre la mesa de operaciones o decisiones las fortalezas y debilidades de la empresa.
- Al poder elaborar un informe del estado actual de la empresa, se permite poder potenciar las fortalezas de **VALCYCLING** y minimizar las debilidades que puedan aparecer después de la realización de la investigación.
- Después de sacar las conclusiones de este informe, se permite poder ejecutar planes de acción a través de mesa de grupos entre los directivos de la empresa, o incluso entre todos los empleados de esta, para ver qué estrategias se van a realizar para conseguir los objetivos o prioridades que se hayan puesto dentro de la entidad empresarial.

Para poder plasmar este análisis interno en la empresa **VALCYCLING** se van a analizar una serie de parámetros como son la dirección el capital intelectual, el posicionamiento, la cuota de mercado y, por último, la cadena de valor. Esto nos va a poner en situación de cómo nos vamos a encontrar en el mercado a la hora de la creación de nuestra empresa relacionada con el sector textil de ciclismo.

En la ilustración 22 se muestra un cuadro con las diferentes secciones que se han explicado en el párrafo anterior:

### Ilustración 22. Análisis interno VALCYCLING

	DEBILIDAD	NORMAL	FORTALEZA
<b>CAPITAL INTELECTUAL</b>			
EXPERIENCIA RETAIL			X
EXPERIENCIA CICLISMO TEXTIL			X
EMPRENDEDOR LIDERAZGO	X		X
<b>POSCIONAMIENTO</b>			
IMAGEN DE MARCA	X		
TAMAÑO DE LA ENTIDAD	X		
INNOVACIÓN DEL PRODUCTO	X		
<b>CUOTA DE MERCADO</b>			
OFERTA DE PRODUCTOS		X	
DISEÑO DE PRODUCTOS			X
COMUNICACIÓN			X
<b>CADENA DE VALOR</b>			
COSTE DE PRODUCCIÓN			X
CALIDAD PRODUCTO			X
STOCK			X

*Fuente: Elaboración Propia*

Como se refleja, contamos varias fortalezas, relacionadas con la producción y el almacenaje del producto ofertado, ya que como se va a utilizar la técnica drop shipping, la cual nos abarata los costes de producción, y el poder guardar todo nuestro producto en los almacenes de nuestro proveedor **HATI WEAR**. Esto nos va a permitir contrarrestar las debilidades que nos encontramos por falta de experiencia sobre todo a la hora de emprender ya que se tiene conocimiento en el sector de la distribución por tener experiencia laboral en la empresa Decathlon, pero a la hora de crear una nueva empresa emergente o Startup se carece de experiencia, por lo que será un reto bonito y apasionado para aprender y poder tener éxito.

#### 3.4 Análisis DAFO

Para terminar con la investigación de mercado, se tiene que analizar como último punto el *Análisis DAFO*. Este estudio nos permite ver, por un lado, las fortalezas y oportunidades que se nos presenta y, por otro lado, las debilidades y amenazas a las que estamos expuestos en relación con nuestra empresa **VALCYCLING**.

Con la elaboración de esta investigación, podremos sacar conclusiones de cómo afrontar una parte del plan de marketing de nuestra entidad empresarial para poder

plantear una serie de estrategias acorde a la situación actual. El estudio DAFO realizado en la entidad **VALCYCLING** se refleja en la ilustración 23.

*Ilustración 23. Análisis DAFO VALCYCLING*

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nula experiencia como emprendedor</li> <li>2. Poco conocimiento sobre los términos legales para poner la empresa en marcha.</li> <li>3. Demasiada competitividad con multitud de marcas y empresas en el sector del retail textil de ciclismo.</li> <li>4. Apoyarse en la iniciación del proyecto en otra empresa para poder comercializar nuestros productos.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inestabilidad política debido a las elecciones generales en España en el año en curso.</li> <li>2. Disminución de la renta media de los hogares españoles debido a la inflación en los bienes esenciales.</li> <li>3. Marcas muy potentes abarcan mucha cuota de mercado.</li> <li>4. Facilidad de entrada para nuevas empresas y proveedores en el mercado del sector textil del ciclismo.</li> </ol>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Experiencia en el mundo de la distribución, más concretamente en una cadena de deporte, cómo es la empresa Decathlon.</li> <li>2. Consumidor y practicante de manera diaria del ciclismo en ruta.</li> <li>3. Bajos costes de producción y almacenaje debido a apoyarse en una empresa externa, como es <b>HATI WEAR</b>.</li> <li>4. Calidad de los productos fabricados.</li> <li>5. Inversión inicial no muy alta, gracias al modelo de negocio <i>drop shipping</i>.</li> <li>6. Facilidad para la innovación con las redes sociales y las nuevas tecnologías.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tendencia de disminución del IPC.</li> <li>2. Pocas barreras de entrada y de salida en el mercado.</li> <li>3. Falta de productos sustitutivos.</li> <li>4. Fácil acceso a la tecnología.</li> <li>5. Aumento de las personas que practican deporte desde la pandemia.</li> <li>6. Aumento del comercio electrónico.</li> <li>7. Variedad de clientes en el sector textil del ciclismo.</li> <li>8. Pertenencia a la Unión Europea.</li> <li>9. Mayor poder de comunicación gracias a las redes sociales.</li> <li>10. Números eventos y carreras amateurs y semiprofesionales en nuestro país.</li> </ol>

*Fuente. Elaboración Propia.*

Después de realizar el análisis DAFO de **VALCYCLING**, se observa que se encuentran más fortalezas y oportunidades que debilidades y amenazas. Esto nos da un impulso de motivación para poder realizar un Plan de Marketing para poner foco en las diferentes estrategias que se quieren llevar a cabo en los comienzos de la entidad empresarial. Hay que destacar que una de las mayores virtudes que hay en **VALCYCLING** es la innovación y desarrollo de las tecnologías ya que con ello vamos en fase con el aumento del comercio electrónico.

Por último, cabe destacar que, al ser un deporte tan específico, se necesita un textil adecuado para poder sacar el mayor rendimiento encima de la bicicleta. Es por ello, que perseguimos una calidad en nuestros ofertados para poder dar a la variedad de consumidores que presenta el mercado lo que demandan. Sí que es verdad, que debemos tener en cuenta la situación actual del país en cuanto a la renta media de los hogares y a que nos encontramos en un año electoral, en el que por inercia va a existir durante estos meses una inestabilidad política.

## 4. MODELO STARTUP VALCYCLING

Una vez realizado el estudio de mercado se procederá a realizar un análisis de cual será el modelo de negocio, la infraestructura y el plan de producción de la empresa **VALCYCLING**. Esto nos permitirá obtener una imagen real de como queremos que se organice la entidad empresarial, para luego posteriormente poder establecer las estrategias que se quieren tomar.

### 4.1 Modelo de negocio Startup

Para poder tener clara nuestra visión de **VALCYLING**, debemos realizar un retrato del modelo de negocio con el que queremos empezar. Esto nos va a servir para tener bien marcado como va a ser nuestra estructura y cuáles son los elementos vitales de nuestro proyecto de empresa emergente o Startup. Para ello, nos vamos a apoyar en el *Business Model Canvas*.

El *Business Model Canvas* es un método dinámico de gestión estratégica empresarial que analiza la empresa a tratar de una dinámica y sencilla. Para ello, se utiliza un retrato en el que se dividen nueve secciones que se encuentran dentro de una entidad empresarial. Este modelo ha sido creado por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur en el año 2011, él cual aparece en el libro titulado *Generación de Modelos de Negocio*.

En este libro aparece cómo se realizar el modelo expuesto en el párrafo anterior, el cual se elabora en función de cuatro áreas protagonistas cómo son: clientes, oferta, infraestructura, viabilidad económica.

Estas explicaciones propuestas en los párrafos anteriores para la empresa **VALCYCLING** se van a encontrar expuestas en un término llamada *Lienzo Modelo Canvas*:

**Ilustración 24. Modelo de Negocio Canvas VALCYCLING.**

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>Hatiwear: fabricante de ropa deportiva de ciclismo.</li> <li>K-Digital: empresa encargada de desarrollar la página web en la que realizaremos nuestro e-commerce.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Venta de ropa deportiva de ciclismo para clientes particulares, y clubs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Excelente atención al cliente con un servicio postventa orientado 100% a cada nuestro usuario.</li> <li>Prendas de calidad para mejorar el rendimiento encima de la bicicleta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Política de devoluciones 100%</li> <li>Atención personalizada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ciclistas amateurs</li> <li>Ciclistas semiprofesionales.</li> <li>Ciclistas adolescentes</li> <li>Ciclistas adultos</li> <li>Clubes.</li> </ul>
	<p><b>Recursos Clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Página web</li> </ul>		<p><b>Canales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Página web</li> <li>Comercio electrónico</li> <li>Redes sociales</li> <li>Vía email</li> <li>Vía telefónica</li> </ul>	
<p><b>Estructura de Costes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo Web</li> <li>Pagos a proveedores por fabricación y almacenaje de los productos ofertados.</li> </ul>		<p><b>Estructura de Ingresos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ventas realizadas a través del comercio electrónico por nuestra página web.</li> </ul>		

*Fuente. Elaboración Propia. Apoyándose en el lienzo Modelo de Negocio Canvas*

Con esta ilustración 24 se ha representado cómo sería el modelo de negocio de **VALCYCLING**, en el que cabe destacar dos cosas:

- En el momento inicial de **VALCYCLING**, se decidirá apostar por apoyarse en dos proveedores para la fabricación, almacenaje y desarrollo web para poder empezar a lanzar mediante el comercio electrónico todos los productos que se van a ofertar al público segmentado en apasionados del ciclismo ya sean amateurs o semiprofesionales. Esto nos va a ayudar a empezar nuestra andadura en el mercado del Retail de textil de ciclismo.
- **VALCYCLING** se va a caracterizar por tener una política de devolución, y un servicio postventa enfocado 100% en el cliente, es decir en tener un trato personalizado a cada usuario que nos elija para practicar ciclismo con nuestro textil. Es por ello, que, para diferenciarnos de la competencia, procederemos a tener una política de devoluciones flexible, devolviendo cada prenda obtenida sea cual sea el motivo, siempre que se actúe de buena fe. Esto también implicará que, aunque pase la garantía y se vea que es problema de fabricación se procederá a devolver el artículo por el importe adquirido o darle una nueva prenda.

## 4.2 Plan de producción

Cabe destacar que, antes de empezar esta aventura de la creación de la empresa **VACYCLING** es definir un plan de producción para poder suministrar a nuestros clientes de las prendas de textil que elijan para hacer su actividad deportiva, como es el ciclismo.

Una parte importante en la producción es saber en primer lugar, para que sirve apoyarse en un documento dedicado a cuál va a ser la estrategia a la que la entidad empresarial se va a dirigir. Esto nos va a permitir poder trabajar de la mano con nuestro proveedor *HATI WEAR* de una manera eficaz y segura para poder tener una estructura organizada tanto en el proceso de fabricación como en la demanda que se genere.

Como se ha dicho en el punto anterior, una fase en la negociación con *HATIWEAR* será como se va a producir el tiempo y la cantidad de fabricación que va a elegir **VALCYCLING**. Esta manera de producción se basará en realizarla dependiendo de la demanda que vaya surgiendo durante cada período de tiempo. Por eso, sabiendo que el mayor consumo de productos de ciclismo se produce con el buen tiempo, es cuando la producción va a tener que ser más alta para poder satisfacer a todos los consumidores. Aunque sepamos que las mayores ventas se producen en el tiempo cálido, no podemos descuidar nuestra producción en otras épocas del año, ya que como se ha comentado en este plan empresarial, nuestro producto también va a ir dirigido al público semiprofesional o amante de la práctica deportiva durante todo el año. Por eso también, se planificará la producción a demanda de los productos asociados a la época más fría del año.

Gracias a esta estrategia, podremos tener controlada cual será nuestro stock, aunque lo gestione de manera física la empresa *HATI WEAR*, de manera informática para poder dar cobertura a todos los usuarios, ya que, sin una correcta estrategia para disponer de producto, no conseguiremos una venta. Como se suele decir en el mundo de la distribución, si el producto no está en la zona de venta, el cliente no puede comprar, y por ello genera insatisfacción y malestar ya que no se puede cubrir la necesidad del usuario, por lo que la experiencia de compra será nefasta. Es por eso, que disponer de stock es una de las principales partes de la venta para poder tener éxito.

Por todo, la estrategia elegida, como se ha mencionado, es la *Producción a Demanda*. Esta elección nos va a permitir proyectar la demanda a futuro, y sobre todo encontrar un equilibrio para que no tengamos un sobrestockaje o, por otro lado, tener ruptura en nuestra página web.

### 4.3 Infraestructura

Una parte importante del modelo de negocio de **VALCYCLING** es la infraestructura donde se va a iniciar todas las operaciones al comienzo de su vida empresarial. Por eso, para explicar cómo se distribuye nuestra entidad empresarial, lo vamos a dividir en tres partes:

#### COMERCIO ELECTRÓNICO

Toda la operación de **VALCYCLING** se va a apoyar en las nuevas tecnologías, ya que el comercio electrónico se ha instaurado de una manera bastante sólida en la manera que tiene el consumidor de adquirir bienes y servicios. Debido a esto, se pone el foco en la entidad empresarial que nos va a ayudar al desarrollo y mantenimiento de su nuestra mayor arma de venta, como es la página web. Esta empresa es *K-Digital*.

Nuestro compromiso con la innovación tecnológica es uno de nuestros mayores objetivos, ya que desde **VALCYCLING** tenemos que dar una imagen y experiencia, al usuario que nos elija, extraordinaria para que sienta una facilidad y rapidez a la hora de adquirir sus productos textiles. Es por eso, que haremos mejoras de nuestra página web de manera diaria y, sobre todo, será nuestra mayor herramienta para la venta de nuestra marca de ropa de ciclismo.

Para poder garantizar el buen funcionamiento de nuestra página web se realizarán formaciones en la entidad empresarial **VALCYCLING** para poder en un futuro mantener, actualizar y desarrollar nuestra herramienta online de manera autónoma. Esto supondrá una mayor rapidez a la hora de crear contenido.

#### DROP-SHIPPING

Esta forma de negocio es una parte interesantísima para poder comenzar la actividad de **VALCYCLING**, debido a que nos ahorraremos los costes de producción y almacenaje, ya que para ello se trabajará con la empresa *HATI WEAR*.

Con esta estrategia, lo que haremos es seguir varios pasos explicados en este punto:

- En primer lugar, se hará una propuesta de proyecto a la empresa *HATI WEAR* para poder explicarles nuestro proyecto en **VALCYCLING** para empezar a poder trabajar de la mano para ofertar nuestro producto.

- Cuando se llegue a un acuerdo, se elegirán el patronaje, diseño, y producción para lanzar nuestros productos al mercado. Para ello, se harán las diferentes pruebas de fabricación, hasta que se llegue a la definición perfecta de la prenda de textil.
- A partir de obtener el producto deseado, se procederá a concretar con la empresa *HATIWEAR* un plan de producción y de almacenaje para que cuando un cliente quiera comprar alguna prenda ofertada por la empresa **VALCYCLING** le llegue la prenda de manera rápida y segura.

Con todo lo mencionado en estos puntos, lo que se conseguirá es que toda la infraestructura de nuestro producto se haga y se almacene en la empresa mencionada, y por ello nos ahorraremos costes al principio de la andadura de **VALCYCLING**. Gracias a ello, podremos centrarnos en tramitar la parte administrativa, y sobre todo, el dar un excelente soporte al servicio postventa para poder mejorar, y principalmente ayudar y asesorar a nuestro público objetivo.

### PARTE HUMANA

Desde **VALCYCLING** se cree que todos los resultados económicos y estratégicos se consiguen a través del equipo, y sobre todo de las personas que lo forman. En el inicio de la vida de nuestra entidad empresarial sólo estará compuesta por el fundador y socio capital. Esto se debe, a que en los comienzos estaremos ayudados por proveedores, y esto nos permitirá poder tener un solo empleado, el cual cómo se ha dicho será el fundador de la empresa.

A lo largo de la andadura de **VALCYCLING**, y sobre todo si se va teniendo éxito en este proyecto, se intentará ir cogiendo el talento y la versatilidad de diferentes perfiles que puedan aportar sus ideas, y su innovación para incrementar la posibilidad de que nuestra entidad empresarial tenga un buen camino a largo plazo. En **VALCYCLING** se promoverá a tener un buen clima de trabajo, y sobre todo que todas las personas que elijan prestar su talento a la empresa se sientan acompañadas, y desarrolladas, ya que la cultura estará enfocada en el coaching, en la escucha, y en poner a las personas en el punto más alto de la pirámide.

Toda esta manera de trabajar va a ser una máxima en **VALCYCLING**, ya que una de nuestras premisas es ayudar a los consumidores/usuarios, y por eso se tiene que aplicar tanto de manera externa como interna en la empresa. Con una persona motivada se consigue sacar el máximo potencial para que se sienta realizada y desarrollada.

## 5. PLAN DE MARKETING

Una vez realizado todo el análisis de la empresa **VALCYCLING** se procederá a plantear una serie de estrategias para poder saber que rumbo se quiere tomar dentro de la entidad empresarial. Esto se consigue a través de un Plan de Marketing.

Nos encontramos ante una herramienta muy útil para saber cuánto es de competitiva nuestra entidad empresarial. Gracias a la realización de este plan, podremos marcar un camino de actuación para conseguir los objetivos que nos propongamos para entrar o posicionarnos en el mercado. Es por ello, que sobre todo para las empresas emergentes o Startup es de vital importancia la realización de dicho estudio para poder saber cuál es su objetivo final en un primer momento, y poder perseguirlo a través de una serie de acciones meditadas que nos lleven al éxito.

Con todo esto, el poder realizar un buen plan de marketing nos va a proporcionar en **VALCYCLING** una serie de ventajas:

- Gracias a la realización de un documento dirigido al área de marketing podemos sacar qué objetivos queremos perseguir y, sobre todo, en qué situación actual nos encontramos. Por eso, en **VALCYCLING** al principio queremos dar a conocer nuestra marca para que a medio o largo plazo podamos tener una cuota de mercado que nos haga poder invertir en conseguir mejores materiales y poder fabricar nuestro propio textil.
- Con la obtención de toda la información minimizamos riesgos empresariales para que al principio **VALCYCLING** pueda asentar sus bases y principios estratégicos para poder consolidarse en un futuro. Al inicio, tenemos que ser muy finos en el marcaje de objetivos estratégicos para poder conseguirlos, esto nos permite poder poner unas metas sencillas, alcanzables, medibles, y retadoras, lo que se suele llamar *objetivos SMART*.
- Al terminar la realización de un Plan de Marketing podemos desde **VALCYCLING** fijar plazos de seguimiento y de control para poder cada intervalo de tiempo replanificar cualquier estrategia acorde al momento que se vive tanto dentro de la entidad empresarial como fuera. Es por ello que, en

**VALCYCLING** se propondrá reuniones de seguimiento de la persecución de objetivos. Estas tendrán lugar cada dos meses para poder hacer un trabajo exhaustivo, y poder tomar decisiones y planificar acciones para evitar catástrofes económicas.

Después de todo lo argumentado, en **VALCYCLING** se va a poner un foco bastante grande en hacer un buen análisis de marketing, para poder implantar unas estrategias sólidas en relación con los precios, el producto, la distribución y la comunicación de nuestra entidad empresarial para poder saber que caminos vamos a tomar desde el principio.

### 5.1 Plan de ventas

Una buena ejecución del plan de ventas nos va a poder definir unas correctas estrategias para poder llegar a cumplir nuestros objetivos. Para poder entender la importancia de este apartado se va a definir lo que es un *Plan de Ventas*, según la *Cámara de Comercio de Madrid (2021)*:

Un Plan de Ventas es un documento en el que se hace una proyección de las ventas para un período de tiempo determinado, generalmente un año. Puede formar parte de un Plan de Negocio más amplio o incluido en el Plan de Marketing de una empresa.

Al elaborar este *Plan de Ventas* va a proporcionar a VALCYCLING tomar una serie de caminos en torno a los siguientes apartados:

- Precios.
- Productos.
- Comunicación.
- Distribución.

### 5.2 Estrategia de precios

Una parte del marketing, y en concreto del plan de ventas, se centra en la estrategia que se va a seguir en una empresa, en este caso en **VALCYCLING**, en cuánto a los precios a los que va a salir el producto ofertado en el mercado. Por ello, para poder sacar los productos de textil de ciclismo que se va a ofertar desde nuestra entidad empresarial, debemos tener en cuenta los costes de producción, el precio de la competencia y, por último, la cantidad de demanda por parte de los usuarios del deporte.

Para poder tener una información clara de cuáles van a ser los precios establecidos por parte de VALCYCLING se va a realizar una tabla para poder tener una estrategia acorde al mercado, y sobre todo a la cultura y los valores de **VALCYCLING**.

*Ilustración 25. Precios de Productos VALCYCLING*

PRODUCTO	PRECIO COSTE	PRECIO VAN RYSEL	PRECIO ASSOS	PRECIO ODLO	PRECIO RAPHA	PRECIO GOBIK	PRECIO VENTA	BENEFICIO
Maillot manga corta	65,38 €	54,99 €	145,00 €	85,00 €	115,00 €	80,00 €	85,00 €	30%
Maillot manga larga	76,92 €	59,99 €	145,00 €		164,00 €	100,00 €	100,00 €	30%
Culotte corto	84,61 €	69,99 €	180,00 €	84,99 €	125,00 €	110,00 €	110,00 €	30%
Culotte largo	84,61 €	79,99 €	200,00 €		118,00 €	105,00 €	110,00 €	30%
Chaqueta invierno	100,00 €	64,99 €	240,00 €	99,99 €	120,00 €	115,00 €	120,00 €	20%
Chubasquero	50,00 €	39,99 €	110,00 €	90,00 €			60,00 €	20%

*Fuente. Elaboración Propia*

En la ilustración 25, se refleja el precio de venta de los productos que se van a ofrecer en la empresa **VALCYCLING**. Como se observa en la tabla los precios de toda la gama de textiles oscila entre los 60€ y los 120€, posicionándonos en el mercado, en un precio medio, ya que la mayoría de las marcas están más caras que **VALCYCLING**.

Por otra parte, se plasma en la estrategia de precios, un beneficio de margen en torno al 20%-30%. En la que los productos más vendidos como serán maillots y culottes tendrán una ganancia del 30%, y las chaquetas de invierno y chubasqueros se situarán en el 20%.

### 5.3 Estrategia de productos

Como se lleva apuntando en todo el proyecto, nuestros productos van dirigidos a un público de personas que les guste realizar el deporte de ciclismo y, sobre todo, el ciclismo en ruta. Esto nos lleva a tener un producto específico, por lo que la gama de textil ofertada únicamente se puede utilizar para practicar esta actividad deportiva. Estos bienes son tangibles, aunque tienen una parte intangible que se centra en el servicio postventa y garantía.

Con esta última referencia nos lleva a garantizar una fuerte estrategia, y por consiguiente unos objetivos retadores a la hora de la fabricación de los productos para que podamos satisfacer a todos nuestros clientes que demanden nuestra gama de textil. Por otra parte, si algún consumidor tiene problemas con algún producto de **VALCYCLING** se le darán todas las facilidades para poder solventar ese problema y, sobre todo, se le ayudará de manera gratuita para poder darle un producto nuevo o reembolsarle el dinero aportado en la compra. Esto va a generar que se realicen el 100% de las devoluciones de todos los productos adquiridos a través de la página web de nuestra entidad empresarial.

Después de saber que toda nuestra cultura está orientada en satisfacer a todas las personas que elijan a **VALCYCLING** como marca para ir vestidos con nuestros productos a la hora de sus salidas en bicicleta, hay que especificar cuál va a ser la disposición de toda nuestra gama. Para ello, se especificará en el siguiente cuadro de la oferta:

**Ilustración 26. Oferta de Gama VALCYCLING**

PRODUCTO	ÉPOCA USO	DURABILIDAD	TALLAS	COLORES	SEXO
Maillot Manga corta	Verano/Primavera	1-2 años	XS/S/M/L/XL/2XL	AZUL CLARO/BLANCO/NARANJ A/VERDE	HOMBRE/MUJER
Maillot Manga Larga	Primavera/Otoño/Invierno	1-2 años	XS/S/M/L/XL/2XL	AZUL CLARO/BLANCO/NARANJ A/VERDE	HOMBRE/MUJER
Culotte Corto	Verano/Primavera	1-2 años	XS/S/M/L/XL/2XL	NEGRO/AZUL MARINO	HOMBRE/MUJER
Culotte Largo	Primavera/Otoño/Invierno	1-2 años	XS/S/M/L/XL/2XL	NEGRO/AZUL MARINO	HOMBRE/MUJER
Chaqueta Invierno	Primavera/Otoño/Invierno	1-2 años	XS/S/M/L/XL/2XL	AZUL CLARO/BLANCO/NARANJ A/VERDE	HOMBRE/MUJER
Chubasquero	Todo el año	1-2 años	XS/S/M/L/XL/2XL	AZUL CLARO/BLANCO/NARANJ A/VERDE	HOMBRE/MUJER

*Fuente: Elaboración Propia*

En la ilustración 26, se exponen todos los productos de **VALCYCLING** en el que vestimos a todos los ciclistas adolescentes y adultos durante todo el año, tanto hombres como mujeres. Disponemos de diferentes colores para satisfacer todas las necesidades de los consumidores, con una durabilidad del producto en torno a los 2 años, ya que lo que perseguimos es avanzar en la innovación de los productos para poder dar a nuestro público el mejor equipamiento técnico, en cuanto al textil, para que saquen sus mejores rendimientos.

Este objetivo perseguido se basa en lo que se ha expuesto durante este plan empresarial, en el que se detalla que **VALCYCLING** está enfocada en ayudar a las personas que quieren disfrutar de este bonito deporte y, de esta manera, podemos aportar nuestro granito de arena al mundo del ciclismo de ruta.

Por último, otra parte importante cuando se adquiere un producto en **VALCYCLING**, va a ser la calidad de empaquetado debido a que nuestro producto tiene que llegar al cliente final en condiciones perfectas. Esta parte, la gestionaremos con nuestro proveedor, mencionado anteriormente, **HATIWEAR**. Proporcionarle a nuestro cliente una experiencia al abrir su paquete, en el que vendrá en una caja de cartón con nuestro logo, y dentro de la misma, el producto estará en una bolsa con cremallera para que vaya totalmente protegido, y sobre todo para el usuario sienta la exclusividad desde el primer momento al ponerse nuestro textil de ciclismo.

*Ilustración 27. Packaging VALCYCLING*



*Fuente: Elaboración Propia*

Cómo se ve en la ilustración 26, se ha hecho un prototipo de cómo sería el packaging de los productos que compra el consumidor en **VALCYCLING** en el que cabe destacar la frase “Siempre a plato grande”. Estas palabras se utilizan como motivación en el deporte del ciclismo, como en la vida en general.

## 5.4 Estrategia de comunicación

Al principio de la vida de cualquier entidad empresarial, una parte importante para que su marca pueda ir abriéndose hueco en el mercado, es cómo es capaz la nueva empresa de potenciar su imagen. Para ello, se recurre a tomar estrategias en cuanto a la comunicación, y más si cabe, en el momento en el que vivimos que las nuevas tecnologías están en todas partes y sirven para enterarse de las últimas informaciones de noticias comerciales, de sociedad, políticas, deportivas.

Con esta forma de impulsar la marca, desde **VALCYCLING** se prepararán dos estrategias para poder llegar al mayor público de la sociedad para poder empezar con buen pie sus ventas, y poner en el mapa mercantil del Retail de textil de ciclismo nuestra gama de productos.

### 5.4.1 Redes sociales

Nuestra mayor arma de poder poner nuestra marca **VALCYCLING** en el mundo de los productos de textil de ciclismo es a través de las redes sociales que existen en el mercado. Esto se consigue a través de la creación de cuentas de empresa en las plataformas que tienen mayores usuarios en el momento cómo son:

- **Facebook.** Nombre de usuario *VALCYCLING Marca de Ropa de Ciclismo*. Esta red social es la más utilizada por los usuarios de internet, ya que aquí podemos poner en acción a través de publicaciones toda nuestra gama de productos y poder relacionarlos con nuestra página web. A parte, podemos anunciar promociones o eventos relacionados con la marca **VALCYCLING**. Esta página social la frecuentan todos los rangos de edades, por lo que llegaremos a todo el público al que van relacionados nuestros textiles de ciclismo.
- **Instagram.** Nombre de usuario *@VALCYCLING*. En esta plataforma crearemos una cuenta para potenciar la compra en el sector adolescente y adulto de nuestros productos, ya que la mayoría de público que frecuenta esta red social oscila entre los 16 y 30 años. Para dar a conocer nuestra gama, subiremos publicaciones con la ropa puesta, nuestros modelos en un primer momento serán amigos o familiares que entrenan con la bicicleta de carretera. Esto nos llevará a poder dar a conocer nuestra marca de textil deportivo, para en un futuro poder hacer contratos con *influencers* que potencien la venta de nuestros productos.

- **Linkedin.** Nombre de usuario *VALCYCLING SL*. Nos encontramos ante una red creada para el ámbito profesional. En este medio tecnológico, desde **VALCYCLING** nos enfocaremos en crear contenido relacionado con la innovación y desarrollo que se vaya teniendo tanto de productos, como de actividad de la empresa. A parte, también nos servirá para poder estar informados en todo momento de todos los competidores de marcas de textil de ciclismo y ver las últimas actualizaciones de las innovaciones que se vayan produciendo en la vestimenta de los ciclistas, para poder mejorar la gama que se oferta desde nuestra entidad empresarial.
- **Google My Business.** Esta herramienta que proporciona Google servirá a **VALCYCLING** a presentarse en sociedad en el comercio electrónico. Esto hará que podamos conectar nuestra página web, donde se realiza toda nuestra actividad empresarial, con el mundo Google. A parte, nos será de bastante utilidad para estar en contacto con los clientes que quieran dejar una reseña sobre su experiencia de compra en nuestra entidad empresarial y, por supuesto, sobre pequeños problemas o dudas que les hayan surgido, lo que nos llevará a mejorar nuestra entidad empresarial a través del feedback de los consumidores. En definitiva, este mecanismo nos mantendrá con un contacto cercano con los usuarios del comercio electrónico.
- **Google Analytics.** Nos encontramos ante una aplicación que nos mide el comportamiento de los usuarios que visitan nuestra web, que realizan compras en ella, los productos que ven y, sobre todo, si llegan a realizar todas las fases de la venta. Esta herramienta se usará cuando **VALCYCLING** lleve un tiempo en el comercio electrónico, ya que ahí podremos obtener datos reales y, sobre todo, poner en marcha estrategias que vayan en fase con la información obtenida.

#### *5.4.2 Promociones y ofertas*

En el momento de iniciar una aventura empresarial en el comercio electrónico es necesario recurrir a una técnica de venta como es la realización de promociones y ofertas para poder atraer al público al que va dirigido el bien o servicio que se está ofertando. Es por ello, que desde **VALCYCLING** se va a recurrir en el comienzo de su vida comercial a la realización de una estrategia que favorezca el incremento de las ventas, como es poner un 15% de descuento de todos nuestros productos durante los 3 primeros meses. Esto nos va a llevar, a en un primer lugar obtener menor beneficio por cada producto vendido, pero, en segundo lugar, nos irá abriendo camino en el mercado del textil del sector de ciclismo.

A parte, una cosa es incentivar a la compra, pero en **VALCYCLING** no queremos que sean efímeras la adquisición de bienes de los consumidores, sino buscamos la fidelización de las personas que nos eligen para que la relación sea a largo plazo. Esto nos va a permitir poder tener un público fiel al que vamos a tener que satisfacer sus necesidades, por lo que nos llevará a realizar una estrategia agresiva en innovar todas las etapas de la venta. A parte, para agradecer su fidelidad enviaremos por cada 3 pedidos, un descuento del 10% en la próxima compra.

## 5.5 Estrategia de distribución

Para que el cliente pueda tener el bien o servicio que ha adquirido es importante que se realice una buena estrategia de distribución para que no haya problemas en la entrega, ya que todas las partes de la venta, desde que el cliente se mete en la página de **VALCYCLING** hasta que tiene en su domicilio nuestro producto es importante, ya que cabe recordar que uno de los motivos de la creación de esta empresa emergente es ayudar a todas las personas a disfrutar de sus salidas o entrenamientos con su bicicleta.

En esta parte, como se ha detallado anteriormente en este plan empresarial, nos apoyaremos en el proveedor **HATI WEAR**, a través del modelo de negocio *drop shipping*. Ellos serán los encargados de gestionar que el producto que compre nuestro cliente salga de sus instalaciones y llegue en perfecto estado. Esto nos quitará un quebradero de cabeza, y lo más importante nos permitirá ahorrar costes al no tener que almacenar el producto. En un futuro, el objetivo de **VALCYCLING** es poder controlar toda la trazabilidad del producto, desde su confección hasta su distribución al cliente final.

## 6. CONCLUSIONES

Nos encontramos ante una empresa creada como *Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE)*, la cuál es una de las formas más asequibles y utilizadas para crear una Startup nacional. Su nombre es **VALCYCLING**. La actividad empresarial se llevará a cabo a través del comercio electrónico, debido a que los patrones de consumo han cambiado a lo largo de estos últimos años debido a la pandemia sufrida a nivel mundial. Esto ha conllevado, que la sociedad española haga un fuerte impulso en la venta online, y es por ello que se va a emprender en fase con la nueva forma que tienen los consumidores de adquirir sus bienes o servicios.

La empresa está orientada a los productos textiles que se ofertan dentro del ciclismo ya que, al ser un deporte tan técnico se necesita una vestimenta especial para poder obtener el mayor rendimiento encima de la bicicleta. Para poder crear nuestra entidad empresarial, el COVID-19 ha jugado un papel importante para cambiar el pensamiento de la sociedad, debido a qué un número considerable de personas han optado por tener una filosofía de vida en torno a la práctica deportiva y, en concreto, en la práctica ciclista. Esto nos lleva, a verificar que la mayor actividad en el comercio electrónico que se produce en España gira en torno a la moda de textil, incluyendo la ropa deportiva dentro de ella.

El ciclismo se ha convertido en el segundo deporte que más se ha practicado en el año 2022. Esto es un buen síntoma para dar vida a la empresa **VALCYCLING**. Es un factor que produce entusiasmo, y tras la investigación de mercado en el análisis DAFO donde se muestran que existen más oportunidades y fortalezas que problemas y debilidades, ya que nos encontramos en un país que goza de buena salud económica tanto la sociedad, como el país para poder poner a la venta nuestros productos con un precio que se ha detallado a lo largo de este proyecto empresarial.

España se encuentra adherido a la Unión Europea, por lo qué el libre comercio da un buen augurio para **VALCYCLING**, aunque en un primer momento nuestra actividad comercial sólo se va a ejercer en el ámbito nacional.

En este estudio se observa que existen pocas barreras de entrada en el mercado del Retail del ciclismo, lo que provocar un mayor número de competidores. Desde **VALCYCLING** se tiene que ejercer fuertes estrategias para poder tener éxito. Esto hace que desde nuestra entidad empresarial planteemos desde el primer momento una serie de estudios internos a través de un Plan de Marketing.

En cuanto a la manera elegida para formar nuestro negocio de comercio electrónico se va a recurrir al término drop shipping. Con esta forma de realizar nuestra andadura comercial nos apoyaremos en una empresa que nos confeccionará nuestros productos y también nos distribuirá nuestra oferta al consumidor final. Esta entidad empresarial se llama *HATI WEAR*.

A parte de este proveedor, contaremos con una empresa que nos mantenga actualizada y en constante funcionamiento nuestra página web que será la herramienta utilizada para acercar nuestra oferta a todo el público que practica ciclismo. Para ello, contaremos con la ayuda de *K-Digital*.

Con todos estos ingredientes podemos decir que tenemos una visión favorable para poder crear nuestra Startup **VALCYCLING** y poder tener éxito a largo plazo, siempre y cuando las estrategias elegidas sean coherentes y retadoras, ya que el objetivo mayoritario de nuestra entidad empresarial es poder controlar toda la trazabilidad de los productos que pongamos a la venta a medio-largo plazo.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- APP Logo Master. *Creación de Logo de Empresa*. Recuperado el 22 de diciembre 2022, de <https://bit.ly/3Js01tt>
- Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. *Ley 28/2022, de 21 de diciembre, de fomento del ecosistema de las empresas emergentes*. Recuperado el 4 de enero, de <https://bit.ly/3ZBbVH5>
- Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. *Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia*. Recuperado 6 de febrero, de <https://bit.ly/3YtZgEA>
- Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. *Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo*. Recuperado 8 de febrero, de <https://bit.ly/423vN7I>
- Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. *Real Decreto de 22 de agosto de 1885 por el que se publica el Código de Comercio*. Recuperado 10 de febrero, de <https://bit.ly/3mGPYYM>
- Asociación de Marcas y Bicicletas de España (AMBE). *El sector de las bicicletas en cifras 2021*. Publicado en abril de 2022. Recuperado 20 de enero, de <https://bit.ly/3mv3rCI>
- Banco Santander (2022). *Misión, visión, y valores de una empresa: qué son y cómo definirlos*. Recuperado el 26 de diciembre 2022, de <https://bit.ly/3yJjsYR>
- Banco Santander (2022). *Macroentorno: los factores externos que condicionan a las empresas*. Recuperado 24 de enero, de <https://bit.ly/3Jtu7N6>
- Cámara de Comercio de España. *¿Qué es una startup?* Recuperado el 4 de enero, de <https://bit.ly/423uvJx>
- Cámara de Madrid. *Qué es un plan de ventas, para qué sirve y pasos para elaborarlo*. Recuperado 6 de marzo, de <https://bit.ly/3JtAfVZ>
- Canva. Página web oficial para reproducir el diseño del packaging de VALCYCLING. Recuperado 7 de marzo, de <https://bit.ly/3yr0kyv>
- Centro de Estudios Financieros (CEF). *Reflexiones sobre el Plan de Marketing*. Recuperado 3 de marzo, de <https://bit.ly/3YBM5ld>

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). *Nota de prensa: El comercio electrónico supera en España los 15.600 millones de euros en el primer trimestre de 2022, un 25,3% más que el año anterior.* Recuperado 22 de enero, de <https://bit.ly/3ZRJaG2>

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). *El comercio electrónico supera en España los 57.700 millones de euros en el año 2021, un 11,7% más que el año anterior.* Recuperado 25 de enero, de <https://bit.ly/3SZw7QF>

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). *Qué es la CNMC.* Recuperado 2 de febrero, de <https://bit.ly/2t5w1Vt>

Commerce rentable. *Ecommerce España 2022. Situación actual y evolución.* Recuperado 28 de febrero, de <https://bit.ly/3J3QHuy>

Cultura y Deporte Gobierno de España. *Anuario de Estadísticas Deportivas 2022.* Recuperado 30 de enero, de <https://bit.ly/3kZ59Mi>

Cultura y Deporte Gobierno de España. *Estadística de deporte federado 2021.* Recuperado 24 de febrero, de <https://bit.ly/3ZRRF3R>

Cultura y Deporte Gobierno de España. *Encuesta de Hábitos Deportivos en España 2020.* Recuperado 24 de febrero, de <https://bit.ly/3ZWaKC6>

Cultura y Deporte Gobierno de España. *Encuesta de Hábitos Deportivos de España en 2022.* Recuperado 24 de febrero, de <https://bit.ly/3ZLavto>

DatosMacro.com. *Producto Interior Bruto, PIB España 2022.* Recuperado 23 de febrero, de <https://bit.ly/4207IUI>

DatosMacro.com. *Índice de Precios de Consumo en España.* Recuperado 24 de febrero, de <https://bit.ly/2ODfPKe>

EpData. *Evolución del Salario Mínimo Interprofesional (SMI) en España.* Recuperado 23 de febrero, de <https://bit.ly/3mGEX9X>

Gestron Asesoría para Pymes y Autónomos. *Qué es una Sociedad Limitada Nueva Empresa.* Recuperado 13 de enero, de <https://bit.ly/3FawLVN>

HATI WEAR. *Página web oficial de la entidad empresarial.* Recuperado 27 de febrero, de <https://bit.ly/3ZPRWEo>

Instituto Nacional de Estadística (INE). *Estadística Sociedades Limitadas en España año 2022.* Recuperado 10 de enero, de <https://bit.ly/3J6wyUI>

Instituto Nacional de Estadística (INE). *Renta Media por Hogar Nacional*. Recuperado 23 de febrero, de <https://bit.ly/3FaARxc>

Instituto Nacional de Estadística (INE). *Renta Media por Hogar Nacional*. Recuperado 23 de febrero, de <https://bit.ly/3FaARxc>

Instituto Nacional de Estadística (INE). *Población que usa Internet (en los tres últimos meses). Tipos de actividades realizadas por Internet*. Recuperado 24 de febrero, de <https://bit.ly/3mtn3qP>

K-Digital. *Página Oficial de la Entidad Empresarial*. Recuperado 3 de marzo, de <https://bit.ly/3ZBn8r9>

Leader Summaries. *Resumen del Libro Generación de Modelos de Negocio por Alexander Osterwalder y Yves Pigneur*. Recuperado 3 de marzo, de <https://bit.ly/3ZSY>

P&A Group. *Análisis Interno de una empresa: parámetros a estudiar y herramientas*. Recuperado 1 de marzo, de <https://bit.ly/3ZVyPJe>

Naresh K. Malhotra (2008). *Investigación de Mercados Quinta Edición*.

Web Club Plante (2004). *Importancia de una investigación de mercado*. Recuperado 20 de febrero, de <https://bit.ly/3l1dgYN>