

# 1. EL ORIGEN DEL PROYECTO. LOS PROMOTORES

## 1.1 El origen de la idea

Surge tras atender a la problemática climática actual y combinarla con el espectáculo que más masas mueve del mundo como es el fútbol, surge tras la posibilidad de que nuestro país sea el anfitrión del Mundial de fútbol 2030 y poder dotarle de una imagen de progreso y futuro de cara al mundo. Elegimos innovar con los balones de fútbol ya que estos tienen unas características precisas tales como que responden mejor que las camisetas al plástico reciclable (ya se vio en la temporada 2016/2017 como al Real Madrid se le fueron borrando poco a poco las serigrafías de las camisetas) y además, en un partido de fútbol el balón se va cambiando a través de los recogepelotas constantemente por lo que en caso de fallo en uno no habría problema en sustituirlos.

## 1.2 Origen del grupo promotor

El origen del grupo sale tras juntarse 3 chavales del aula del grado superior de TSEAS Urkide apasionados por el deporte rey como somos:

Mikel Flores: Matriculado en bachiller, ex guarda de seguridad en instalaciones privadas.

Erik Ramos. Matriculado en bachiller, actual árbitro de 3 Rfef.

Ander Nieto: Grado medio en auxiliar de enfermería y prácticas en dicho ámbito.

Se formó llegando a un acuerdo entre los 3, porque los tres tenemos una gran pasión por el fútbol y tenemos una gran amistad.



## 1.3 Características personales de los emprendedores

El origen del grupo sale tras juntarse 3 chavales del aula del grado superior de TSEAS

Urkide de segundo curso, apasionados por el deporte rey como somos:

Mikel Flores: Matriculado en bachiller, ex guarda de seguridad en instalaciones privadas.

Erik Ramos. Matriculado en bachiller, actual árbitro de 3 Rfef.

Ander Nieto: Grado medio en auxiliar de enfermería y prácticas en dicho ámbito.

Tras la inflación y subida de los precios de los productos de primera necesidad, este grupo de amigos se ve obligado a emprender pese a no tener ninguno una experiencia laboral seria e intentar darle un vuelco a sus situaciones mediante el deporte rey, ya que cada lunes a las 08:00 a.m. de lo primero que hablamos nada más nos vemos, es de la jornada de liga del fin de semana.



### 1.4 Objetivos del grupo promotor

Los motivos que nos han llevado a tomar esta decisión han sido básicamente el problema de tener que lidiar con la inseguridad que rodea a los jóvenes en cuanto a su futuro económico y laboral. Los objetivos más básicos que tenemos es poder dotar de calidad de vida a nuestras familias y poder ser unos referentes para las generaciones futuras que jueguen y disfruten con nuestros balones.



## 2. LA ACTIVIDAD. EL PRODUCTO O SERVICIO



### 2.1 Definición

Esta empresa pretende vender única y exclusivamente balones de fútbol, pese a ser una oferta de balones a priori reducida, contará con diferentes modelos para las diferentes características que cada competición exige.

### 2.2 y 2.3 Características del producto o servicio y necesidades que cubre el producto o servicio

Estos balones serán fabricados en Pakistán y enviados tanto a nuestras sedes como a nuestros intermediarios para fomentar una venta directa como indirecta ya que nuestras sedes son reducidas y nuestro público muy

específico como niños y gente de no más de 35 años por lo que nuestros productos deben aparecer en tiendas de ropa comunes en todos los barrios como “Décimas” o “Forum Sport”.

### 2.4 y 2.5 Ventajas comparativas y nombre del producto o servicio

Nuestro producto destaca en su fabricación ya que está hecho de plástico reciclable y es por ello que a la hora de venta su precio es más reducido que la media competidora por lo que a pesar de su gran calidad puede ser comprado también como capricho instantáneo. Nuestro balón de gama alta se llamará “Oolck”.

### 2.6 Presentación, imagen, embalaje

El balón será presentado en una caja externa decorada con los momentos más importantes de la historia de este deporte como mundiales y finales de champions, además, en las primeras 100 ventas en España se les otorgará un 20% de descuento en futuras compras.



### 2.7 Estimación de la evolución futura del producto o servicio

Las expectativas que tiene este producto los primeros meses serán bajas debido al miedo que produce que este balón esté hecho con plástico reciclable, no obstante la gente se irá dando cuenta de nuestra enorme calidad y a partir de ese mes llegarán las compras masivas, cuando se empiecen a generar ingresos que lo permitan la decoración y proceso de creación de materiales irá variando e incluso podríamos cambiar de empresa fabricante y con ello crear diferentes gamas para llegar a un público más amplio.

## 3. EL MERCADO

### 3.1 Características del mercado

Nuestra empresa se ciñe únicamente al ámbito deportivo y tanto al sector masculino y al femenino con el auge de este último colectivo los últimos años en el deporte. Al estar únicamente reducidas nuestras ventas a nivel nacional esperamos en 3 años unas 250.000 ventas y cuando ya no se pueda sacar mayor rendimiento al producto hacer uno nuevo.



### 3.2 Características del cliente

El cliente podrá ser tanto individual como una empresa o federación territorial. También, la edad, el sexo y la raza no importan, ya que creemos que se puede practicar el fútbol con cualquier edad, es decir, nosotros no queremos poner barreras, ni por la edad, ni por el sexo, ni por la raza. Opinamos esto, debido a que el fútbol es el deporte rey por excelencia y se juega en la mayor parte del mundo, no importa la etnia, ni el sexo, ni la edad que el cliente tenga, siempre podrá practicar este hermoso deporte



### 3.3 Análisis DAFO



### Debilidades:

Dependencia del mercado nacional: Si la empresa se enfoca únicamente en el mercado español, puede estar expuesta a fluctuaciones económicas específicas del país.

Competencia local e internacional: En el mercado de balones de fútbol, existen numerosos competidores tanto a nivel nacional como internacional, algunos de los cuales pueden tener una mayor presencia y recursos.

Sensibilidad al precio del plástico reciclable: Si los precios del plástico reciclable aumentan, podría afectar los márgenes de beneficio de la empresa.

Posible percepción de menor calidad: Algunos consumidores pueden asociar plástico reciclable con menor calidad en comparación con otros materiales.

### Amenazas:

Cambios en regulaciones medioambientales: Cambios en las regulaciones medioambientales podrían afectar la disponibilidad y costos del plástico reciclable.

*Fluctuaciones en los precios del petróleo y plástico reciclable:* Variaciones en los precios de la materia prima pueden afectar los costos de producción.

Cambio en preferencias de los consumidores: Si los consumidores cambian sus preferencias hacia materiales diferentes al plástico, la empresa podría enfrentar una disminución en la demanda.

Crecimiento de la competencia: Nuevas empresas o competidores existentes que innoven en materiales o tecnologías podrían representar una amenaza.

### Fortalezas:

Enfoque en sostenibilidad: La utilización de plástico reciclable demuestra un compromiso con la sostenibilidad, lo que puede ser un diferenciador en el mercado.

*Conciencia medioambiental creciente:* La conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad está en aumento, lo que puede ser una ventaja para la empresa.

Mercado nacional establecido: Si la empresa ya tiene una presencia fuerte en el mercado español, esto puede ser una base sólida para el crecimiento futuro.

Potencial de expansión internacional: Una vez que la empresa haya consolidado su posición en España, podría considerar la expansión a otros mercados.

### Oportunidades:

Alianzas estratégicas con organizaciones medioambientales: Colaborar con organizaciones dedicadas a la sostenibilidad puede fortalecer la imagen de la empresa y abrir nuevas oportunidades de mercado.

Desarrollo de nuevos productos y tecnologías: Investigar y adoptar nuevas tecnologías o materiales podría mantener a la empresa a la vanguardia de la industria.

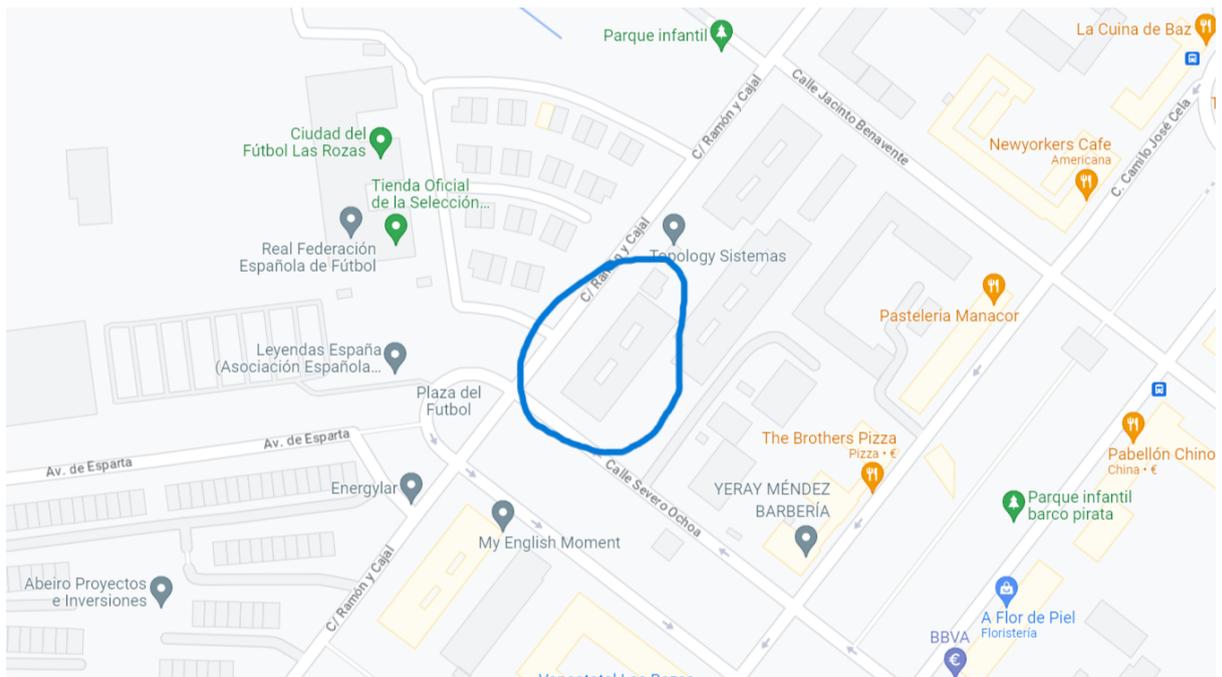
Crecimiento del mercado de productos sostenibles: El mercado de productos sostenibles está en constante crecimiento, lo que proporciona una oportunidad para expandir la base de clientes.

Programas de educación y concienciación: La empresa puede beneficiarse al educar a los consumidores sobre los beneficios del plástico reciclable y su contribución a la sostenibilidad.

## 4. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

**1- Localización empresa:** La localización de la sede principal se encuentra en la ciudad deportiva de las Rozas (Madrid), no obstante, disponemos de varias tiendas o sucursales en otras localidades españolas, como por ejemplo, Barcelona, Vigo, Sevilla, Valencia y Bilbao.

**2- Distribución espacial de las construcciones (locales):** EcoKick se va a ubicar en Madrid, en la ciudad deportiva de Las Rozas, más específicamente en la calle Severo Ochoa. Alrededor de los 400 m2.



Por otra parte, también se nos puede encontrar o contactar en nuestra tienda online, ya que hemos creado nuestra propia marca personal y nuestra propia tienda online con el mejor hosting del mercado que ofrece los mejores servicios a disposición de nuestros clientes. Así como, un dominio para que nuestra clientela nos identifique de una manera sencilla y cómoda.

## 5. LA IMAGEN DE LA EMPRESA



**1. Nombre de la empresa y logotipo:** Como bien se puede apreciar en nuestro logo, el nombre de nuestra empresa es “EcoKick”. Seleccionamos este nombre debido a que son balones de fútbol reutilizables, de ahí la parte de “Eco” y “Kick” porque en este hermoso deporte, se patea la pelota.

**2. Tarjetas de visita, folletos informativos y cartas de presentación.**



**3. Promoción y comunicación:** Promocionar una tienda física de balones de fútbol reutilizables en Madrid implica implementar estrategias de marketing para atraer a clientes interesados en nuestros **productos sostenibles y deportivos**.

### 1. Campañas de publicidad local

- Anunciaremos nuestra tienda en periódicos locales, revistas deportivas, estaciones de radio y estaciones de televisión locales.
- Utilizaremos vallas publicitarias estratégicamente colocadas en zonas muy concurrentes de las grandes ciudades donde se encuentran nuestras otras tiendas.

### 2. Participaremos en eventos deportivos locales:

- Patrocinaremos equipos locales o eventos deportivos en algunas localidades de nuestras tiendas. Esto nos asegura tener bastante más visibilidad.

### 3. Promociones especiales y descuentos:

- Ofreceremos descuentos en la compra de nuestros balones reutilizables durante ciertos días de la semana o en fechas específicas, como por ejemplo, en el "Black Friday".

- Crearemos paquetes promocionales, por ejemplo, un balón reutilizable junto con otros productos relacionados con el fútbol a un precio rebajado.



### 4. Alianzas locales:

- Estableceremos asociaciones con academias de fútbol locales, clubes deportivos o gimnasios para promocionar nuestros productos en nuestras instalaciones.

### 5. Presencia en redes sociales:

- Crearemos perfiles en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter) y compartiremos contenido relevante sobre tus balones reutilizables, consejos de fútbol y noticias deportivas.

- Realizaremos sorteos y concursos en redes sociales para atraer a más seguidores y así poder generar clientes potenciales.



### 6. Sistema de puntos para los clientes:

- Crea un programa de fidelización donde los clientes acumulen puntos por cada compra y obtengan descuentos en futuras compras o regalos.

- Ofrece un descuento especial por referir a amigos o conocidos a la tienda.

### 7. Demostraciones en la tienda:

- Organizaremos eventos en la tienda donde podamos mostrar las características y beneficios de los balones reutilizables, y que puedan probar los balones los clientes antes de comprarlos.

### 8. Colaboración con conocidos Locales:

- Colaboraremos con influencers o tiktokers locales del ámbito deportivo para que promocionen nuestros productos en nuestras redes sociales y generen interés en nuestra tienda.

### 9. Campañas de email marketing:

- Cogeremos los correos electrónicos de los clientes y enviaremos "newsletters" con información sobre nuevos productos, promociones y eventos en la tienda. Creemos que este tipo de publicidad tiene mucho potencial, y además está creciendo a gran escala en los últimos meses.



### 10. Feedback y opiniones de clientes:

- Animaremos a nuestros clientes a dejar opiniones en nuestro sitio web o en redes sociales. Las opiniones positivas pueden influir en la decisión de compra de otros consumidores.

# 6. LA POLÍTICA COMERCIAL

## 1. Análisis del entorno y de la actividad

### 1.1 El entorno general de la empresa:

#### 1) Factores económicos:

-Coyuntura económica general:

- Variables: En la actualidad, es innegable que en 2023 existe una inflación a nivel mundial importante y los tipos de interés están altos. Esto afecta en gran medida a la creación de la empresa, ya que los costos son bastante más altos.

También, el desempleo, depende de cada país, pero se está alzando poco a poco, debido a la implantación de la inteligencia artificial en algunos ámbitos y sectores.

Por último, en cuanto a las expectativas de crecimiento que calculamos, somos muy optimistas.



- Política económica:

Aplicaremos una política de acceso a financiamiento: Con tasas de interés bajas, la empresa podría acceder a préstamos o crédito a tasas más favorables, lo que facilita la inversión en nuestra empresa.

Además de aplicar, el estímulo al consumo: Los consumidores tendrían más acceso al crédito, lo que podría aumentar la demanda de productos como los balones de fútbol.

Finalmente, en nuestra opinión unas exportaciones competitivas: Si la empresa exporta sus productos, una política monetaria expansiva podría debilitar la moneda local del país, esto hace que sean más atractivos en los mercados internacionales.

#### 2) Factores sociales y culturales:

- Coyuntura social y política general: El mercado de trabajo es bastante amplio, ya que hay una gran demanda, sin embargo, hay bastante competencia. Por la situación actual del momento, la política general de gran cantidad de países es la protección del medio ambiente. Y nuestra empresa es perfecta para ello.

- Conflictividad social: Actualmente, no hay ningún tipo de conflictividad social en los países de nuestras sedes o tiendas. Y si hay es mínima. Por otra parte, tenemos que destacar los sindicatos, que los más importantes son los siguientes:

1. Unión General de Trabajadores (UGT)
2. Comisiones Obreras (CCOO)
3. Unión Sindical Obrera (USO)
4. Central Sindical Independiente y de Funcionarios (CSIF)
5. Confederación General del Trabajo (CGT)

- Influencia de las modas: Todas nuestras tiendas establecidas, están en países y ciudades donde la influencia del fútbol es muy alta, asegurándonos así de tener más oportunidades. Además, según los datos demográficos, cada vez más población sigue practicando el fútbol con una edad más avanzada. No obstante, los niveles de renta son cada vez menores, debido a una inflación cada vez mayor.

### 3) Factores políticos:

- Políticas de los gobiernos: Desafortunadamente, en España no hay una política facilitadora muy clara, es decir, si es verdad que no se limita la expansión y la creación de empresas, no obstante, hay bastantes obstáculos de entrada y barreras.
- Subvenciones: Una de las subvenciones que podría interesarnos es la subvención para poder poner en marcha para la financiación para la inversión
- Modificaciones de normativas: Las normativas que más nos afectan en nuestro negocio, y a todos en general son las siguientes:
  - Ley** de Sociedades de Capital.
  - Ley** de Impuesto sobre Sociedades.
  - Ley** del Impuesto sobre el Valor Añadido.
  - Ley** de marcas.

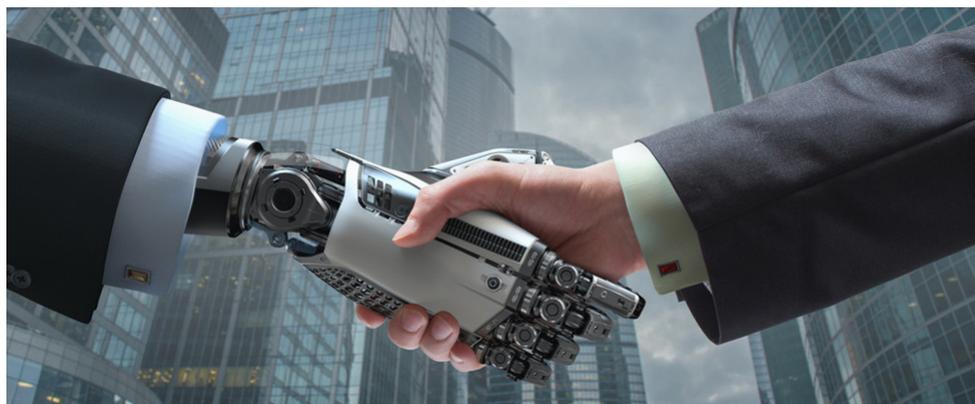


### 4) Factores tecnológicos:

- Innovación en TICs: Contamos con una gran variedad de herramientas y soluciones tecnológicas que permiten agilizar y procesar la información de la empresa, así como ser más eficientes gracias a ello.
- I + D + i: También, hemos tenido en cuenta la inversión en I + D + i, dado que nos interesa en gran medida invertir en progreso, eficiencia y productividad a largo plazo para nuestro negocio.

Creemos que la mayoría de las empresas deberían invertir una cantidad de dinero en la innovación, el desarrollo y en la investigación.

- Desarrollo tecnológico: Como bien hemos mencionado el apartado anterior, nos tomamos muy en serio el desarrollo de la empresa. Sobre todo el desarrollo con nuevas tecnologías que nos permitan resolver una necesidad.



Es por eso que contamos con la mejor maquinaria para la producción de nuestros balones. Aumentando así nuestra eficiencia y nuestra productividad.

#### 5) Factores ecológicos:

- Medio ambiente: El medioambiente es una de nuestras mayores preocupaciones. Por consiguiente, nuestros balones son completamente ecológicos como bien indica nuestro nombre y completamente reutilizables, protegiendo así el medio ambiente.
- Regulación sobre el consumo de energía: La regulación del consumo de energía de esta empresa se realiza cada trimestre, además de contar con paneles solares que nos dan el 80% de nuestra energía total. En EcoKick intentamos responsabilizarnos con el medio ambiente al máximo.
- Reciclaje/generación de residuos: En EcoKick llevamos a cabo un reciclaje mensual de todas las zapatillas que han resultado defectuosas en el proceso de producción para no generar ningún tipo de residuo.



#### 6) Factores legales:

- Licencias: EcoKick cuenta con todas las licencias necesarias para empezar, constamos de las siguientes licencias: licencia de apertura, licencia de obras, inscripción en registros, comunicación de apertura del centro de trabajo y por último, registro de la marca.



- Protección de datos: Hoy en día este apartado es muy importante por la cantidad de hackeos y datos que se filtran. Por eso, protegemos los datos personales de nuestros clientes, empleados y proveedores con sistemas de seguridad integrados en todos los ordenadores, móviles y cualquier tipo de dispositivo electrónico de la empresa.

- Derechos de autor/Derechos de Propiedad Intelectual: Tenemos patentados todos nuestros productos. Sin embargo, si alguien quisiera vender nuestros productos, tendría que pagarnos unos royalties correspondientes. Si alguien vendiera nuestros balones sin nuestro consentimiento, eso sería ilegal y podría estar en problemas serios.

## 1.2 El entorno específico de la empresa

- **Análisis Interno de la empresa:** las fortalezas y las debilidades internas de la organización en relación con los competidores que tenemos son las siguientes:

-Fortalezas: Una de nuestras fortalezas o una de nuestras ventajas competitivas más grandes, es la utilización de materiales reciclables, protegiendo el medio ambiente y aumentando la sostenibilidad de nuestro entorno.

-Debilidades: La mayor debilidad del negocio es la altísima competencia que hay en este sector. Puede ser bastante complicado posicionarse entre los altos competidores, no obstante, aún habiendo tanta competencia, creemos que tenemos muy buenas ventajas competitivas que nos diferencian del resto de competidores.

- **Análisis de la competencia:** Nuestra competencia es claramente cualquier tienda de balones cerca de la localización de nuestras tiendas. Como por ejemplo, una de nuestras mayores competencias a nivel nacional e internacional, puede llegar a ser "Fútbol Emotion", ya que tienen bastante reconocimiento en este sector



## 2. La segmentación de mercado y posicionamiento de la empresa:

En la segmentación del mercado, tenemos pensado segmentar nuestros potenciales clientes en 3 grupos, parecidos a los 3 grupos en los que dividimos nuestros balones. Los dividiremos en clientes con poder de adquisición bajo, medio y alto. Además, como bien hemos dicho anteriormente, no está dirigido a un sector en concreto de la sociedad, ya que en el fútbol da igual la raza, la etnia, la edad o el sexo.

Respecto al posicionamiento de la empresa en nuestro mercado, tenemos pensado posicionar nuestra empresa en una de las mejores del sector, por la calidad, por el factor sostenible y por la variedad de gamas que ofrecemos.

Y lo vamos a hacer con las distintas campañas y eventos que hemos organizado en el punto de promoción y comunicación, que está en la imagen de la empresa.

## 3. El Marketing Mix de la Empresa

3.1 Producto. Política de producto: La política de producto de una empresa que se dedica a fabricar balones de fútbol reutilizables debería centrarse en la calidad, la sostenibilidad y la innovación. Aquí te presento algunas estrategias y consideraciones que podrían ser relevantes:



1. Calidad superior: Nuestros balones de fútbol reutilizables son duraderos y funcionan de manera similar a los balones tradicionales. La calidad del producto es alta, por lo tanto, esto es esencial para ganar la confianza de los consumidores.

2. Sostenibilidad: Destacaremos la sostenibilidad como un elemento clave de nuestra política de producto. Utilizaremos materiales reciclados o reciclables en la fabricación de los balones y promoveremos su reutilización como una alternativa ecológica a los balones desechables.

3. Innovación: Investigaremos y desarrollaremos nuevas tecnologías y diseños que mejoren el rendimiento de los balones reutilizables. Esto podría incluir mejoras en la aerodinámica, la textura de la superficie...

4. Personalización: Ofreceremos opciones de personalización para nuestros clientes, como colores, diseños, logotipos o tamaños de balones. Esto puede atraer a equipos deportivos, escuelas y organizaciones que deseen productos únicos con su marca, lo que nos podría beneficiar en gran medida.

En resumen, nuestra empresa que fabrica balones de fútbol reutilizables se centrará en la calidad, la sostenibilidad y la innovación para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y promover un enfoque más ecológico en el sector.

3.2 La Distribución. Política de distribución: Distribuiremos nuestros balones directamente a las viviendas de nuestros clientes, en un plazo máximo de 2 a 4 días laborables.

3.3 La promoción. Política de promoción: Daremos a conocer el producto mediante campañas publicitarias, eventos deportivos locales, promociones especiales y descuentos, publicando reels, vídeos y fotos en nuestras redes sociales y con campañas de email marketing, etc. Esta última manera de publicitar el producto tiene muchísimo potencial y ha generado muchas ventas en los últimos años a innumerables empresas.

3.4 El precio. Política de precios: El precio de nuestros balones dependerá de la gama de balón que desee el cliente. Los balones de gama baja costarán alrededor de los 12 euros. En cambio, los balones de gama media, rondarán los 35 euros. Y finalmente, los balones de gama alta costarán aproximadamente unos 70 euros.



## 7. LA PRODUCCIÓN EMPRESARIAL

### 1. Fases del proceso productivo.

1-Investigación del mercado: Identificar la necesidad del mercado y la demanda del producto.

2-Desarrollo del concepto: Generar conceptos e ideas del balón reutilizable.

3-Diseño del producto: Creación de diseños detallados, teniendo en cuenta el diseño estético o la duración del producto.

4-Pruebas y validación: Realizar pruebas para contemplar cuanta durabilidad puede tener nuestro balón.

5-Fabricación: Procesos de fabricación eficientes para producir los balones reutilizables a gran escala.

6-Marketing y comercialización: Estrategias de marketing para promocionar el producto y generar interés en el mercado.

7-Lanzamiento al mercado: Lanzar campañas publicitarias.

8-Postventa y mejora continua: Atención al cliente y gestión de comentarios para realizar mejoras en el producto.

## 2. Subcontratación.

Si que tenemos en mente la subcontratación de varias empresas para la ayuda de la realización de nuestro producto.

-Fabricantes de materiales: Empresas que produzcan materiales específicos utilizados en la fabricación de balones reutilizables.

-Diseño del producto: Agencias de diseño industrial de productos que puedan ayudar a mejorar el diseño del balón.

-Fabricación: Empresas especializadas en la fabricación de productos deportivos en este caso en balones de fútbol.

-Marketing: Agencias de marketing que puedan ayudar en la promoción de los balones reutilizables.

-Servicio al cliente: Empresas que promueven servicios de atención al cliente y gestión de pedidos.

-Distribución: Distribuiremos el producto directamente a las viviendas de nuestros clientes en 2-4 días laborables.



## 3. Capacidad de producción de la empresa.

Volumen de producción: Mensualmente produciremos 10.000 balones y anualmente produciremos unos 120.000 balones.

Distribución y Ventas: Distribuiremos nuestros balones a través de una red de tiendas especializadas en artículos deportivos, también tendremos una presencia online en la cual se podrán realizar compras directas.

Recursos Humanos:

- Personal de producción: 50 empleados
- Equipo de diseño: 10 empleados
- Equipo de control de calidad: 5 empleados
- Equipo de ventas:15 empleados



Tecnología Utilizada: La empresa utiliza maquinaria avanzada de corte y costura automatizada para optimizar el proceso de fabricación.

Sostenibilidad: Balones Deportivos Excelentes está comprometida con la sostenibilidad y utiliza materiales reciclables en la medida de lo posible.

Innovación: La empresa invierte en investigación y desarrollo para mejorar constantemente la calidad y el rendimiento de sus balones.

**4. Materias primas y suministros.**

- Cuero sintético de alta calidad
- Caucho para la válvula del balón
- Etiquetas y materiales de empaque
- Productos para el estampado

**5. Proveedores:**

-Materia Prima: Cuero Sintético

- Ubicación: Proveedor Nacional de Artículos Deportivos, Ciudad X.



- Condiciones: Entrega semanal, pago a 30 días después de la recepción de la mercancía.

-Materia Prima: Hilo de Nylon

- Ubicación: Proveedor Internacional de Hilos Industriales, País x.
- Condiciones: Entrega mensual, pago adelantado a la entrega.

-Materia Prima: Caucho para Vejiga

- Ubicación: Proveedor Local de Materiales Industriales, Ciudad Z.
- Condiciones: Entrega trimestral, pago a 60 días después de la recepción de la mercancía.

-Etiquetas y Material de Empaque

- Ubicación: Proveedor Nacional de Material de Empaque, Ciudad X.
- Condiciones: Entrega mensual, pago a 30 días después de la recepción de la mercancía.

-Tintas y Productos de Marcaje

- Ubicación: Proveedor Internacional de Suministros de Impresión, País Y.
- Condiciones: Entrega bimestral, pago a 45 días después de la recepción de la mercancía.

## 6. Existencias, aprovisionamiento y almacenamiento:

El almacén de EcoKick ocupa un espacio de 500 metros cuadrados. Se distribuye de la siguiente manera:



- Área de Materias Primas: 200 metros cuadrados.
- Área de Productos Terminados: 100 metros cuadrados.
- Área de Embarque y Recepción: 100 metros cuadrados.
- Espacio para Circulación y Operaciones: 100 metros cuadrados.

Niveles de Existencias:

- Cuero Sintético: Mínimo 2,000 metros cuadrados, Máximo 5,000 metros cuadrados.
- Hilo de Nylon: Mínimo 500 carretes, Máximo 1,500 carretes.
- Caucho para Vejiga: Mínimo 1,000 unidades, Máximo 3,000 unidades.

- Etiquetas y Material de Empaque: Mínimo 10,000 unidades, Máximo 30,000 unidades.

## 7. Control de calidad

La implementación del control de calidad es fundamental para asegurar la calidad y la seguridad de los productos.

-Control de materias primas: Verificar si los materiales que se utilizan para fabricar los balones cumplen con las especificaciones y normas de seguridad establecidas.

-Control durante el proceso de fabricación: Implementar controles a lo largo de la línea de producción para garantizar que cada etapa del proceso de fabricación cumpla con los estándares de calidad establecidos.

-Pruebas de rendimiento: Realizar pruebas para comprobar el rendimiento del balón en situación de uso real.

-Certificado de calidad: Obtener certificados de calidad reconocidos a nivel nacional o internacional que validen que los balones cumplen con los estándares de calidad establecidos.



## 8. ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

- Año 1:
  - Producción: 20 empleados (Personal de producción y ensamblaje)
  - Diseño y Desarrollo: 5 empleados (Diseñadores de balones)
  - Control de Calidad: 3 empleados (Control de calidad)
  - Ventas y Marketing: 8 empleados (Representantes de ventas, especialistas en marketing)
  - Gerencia y Administración: 4 empleados (Gerente general, administrativos)
- Año 2:
  - Producción: 30 empleados (Aumentó debido a la expansión)
  - Diseño y Desarrollo: 6 empleados (Mayor inversión en investigación y desarrollo)
  - Control de Calidad: 4 empleados (Aumento proporcional)
  - Ventas y Marketing: 10 empleados (Expansión del equipo de ventas)
  - Gerencia y Administración: 5 empleados (Mayor carga administrativa)
- Año 3:
  - Producción: 40 empleados (Continúa la expansión)
  - Diseño y Desarrollo: 8 empleados (Mayor énfasis en innovación)
  - Control de Calidad: 5 empleados (Aumento proporcional)
  - Ventas y Marketing: 12 empleados (Aumento proporcional)
  - Gerencia y Administración: 6 empleados (Aumento)

## 2. Perfiles del Personal (personas necesarias):

- Producción: Operarios especializados en la fabricación de balones, con habilidades en corte, costura y ensamblaje.
- Diseño y Desarrollo: Diseñadores industriales con experiencia en la creación de productos deportivos, conocimientos en aerodinámica y materiales.
- Control de Calidad: Técnicos especializados en pruebas de calidad y normativas de fabricación de balones.
- Ventas y Marketing: Representantes de ventas con conocimiento en productos deportivos y especialistas en marketing.
- Gerencia y Administración: Gerente general con experiencia en la industria deportiva, administrativos con habilidades en contabilidad y logística.



## 2. Funciones:

- Producción: Fabricación de balones, control de calidad en la línea de producción, mantenimiento de maquinaria.
- Diseño y Desarrollo: Creación de prototipos, diseño de productos, investigación de materiales y tecnologías.
- Control de Calidad: Realización de pruebas de calidad.
- Ventas y Marketing: Ventas directas y a través de distribuidores, estrategias de marketing, publicidad y promoción de productos.
- Gerencia y Administración: Gestión general de la empresa, administración de recursos humanos, finanzas, logística y toma de decisiones estratégicas.

## 3. Organigrama:

- Gerente General
  - Departamento de Producción
  - Departamento de Diseño y Desarrollo
  - Departamento de Control de Calidad
  - Departamento de Ventas y Marketing
  - Departamento de Administración

La toma de decisiones estratégicas recae en el Gerente General, quien se apoya en los jefes de departamento para asuntos específicos.

#### **4. Selección y Contratación:**

El proceso de selección se basará en entrevistas personales. La contratación será principalmente a tiempo completo, con contratos indefinidos y periodos de prueba.



#### **5. Asesoría Externa:**

En casos específicos, EcoKick podría requerir servicios de asesoría legal, contable o consultoría para temas puntuales como asuntos legales, estrategias de expansión o gestión de impuestos. Estos servicios se contratarían según las necesidades de la empresa.



## **9. TRÁMITES DE LEGALIZACIÓN**

### **1. Forma jurídica**

EcoKick será una Sociedad Mercantil, debido a que buscamos incrementar los beneficios. Más específicamente, constará como una Sociedad Limitada, ya que entre los 3 miembros propietarios, podemos reunir 3.000 euros, no obstante, no podríamos reunir los 60.000 euros de una Sociedad Anónima.

Entre los 3 (personas físicas) podríamos crear una Sociedad Limitada, ya que cumplimos el número mínimo de socios. Las aportaciones en nuestra sociedad se podrán realizar en dinero, bienes y derechos valorables económicamente.

Otra de las razones por las que hemos elegido la Sociedad Limitada es la separación del patrimonio personal, del empresarial, es decir, la responsabilidad limitada. Creemos que esto nos ofrece una red de seguridad, dado que si la empresa no funciona, no embargarán nuestros bienes personales.

Para la constitución de la empresa, si es verdad que es un procedimiento más complicado si lo comparamos con una Sociedad Civil, pero preferimos la Sociedad Limitada porque consideramos que se ajusta más a nuestras exigencias. Primero, nos aseguraremos de la Certificación Negativa de Denominación Coincidente. Después, realizaremos la escritura pública ante un notario y por último, inscribiremos la empresa al Registro Mercantil.

Dentro de la administración y toma decisiones, la junta de socios tendrá derecho a voto, en el caso de toma de decisión en casos de importancia, y la decisión se tomará por mayoría.

Habrà un consejo de administración para la toma de decisiones que no necesariamente tiene que ser de los socios, y sus funciones serán la gestión de asuntos cotidianos, ejecutar asuntos de la junta general y representar a la sociedad.

## **2. Protección de la propiedad industrial e intelectual**

Hemos patentado nuestra marca "EcoKick", para que nadie ni ningún competidor pueda copiar o plagiar nuestra marca personal. Así, nos aseguramos de que nadie nos robe nuestra marca de balón o nuestra idea, ya que creemos que es muy innovadora.