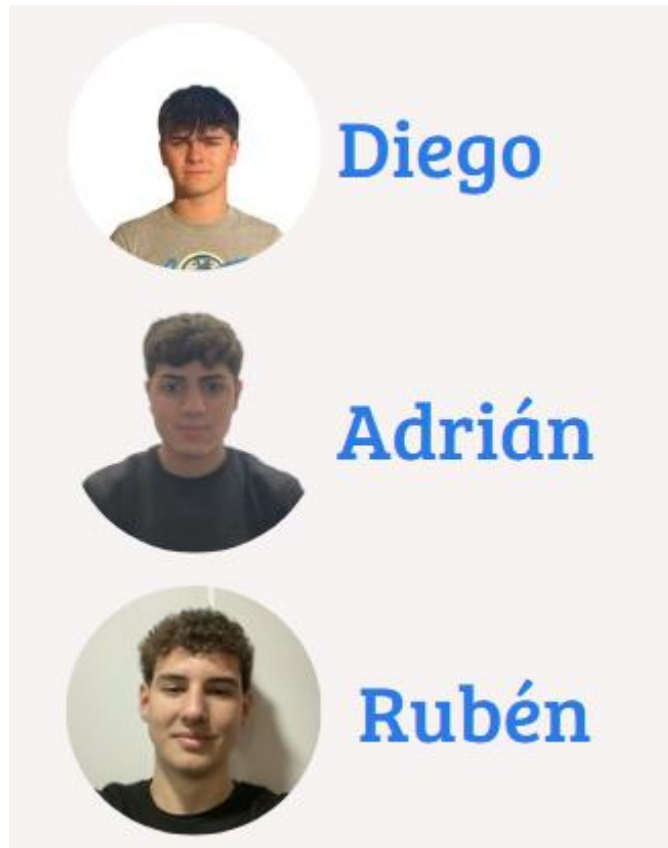


PROMOTORES DEL PLAN

- Nombre y apellidos de cada miembro del grupo y foto de cada miembro



- Estudios académicos, experiencia laboral, datos de su formación, grado de experiencia

Rubén: ESO y Grado medio de Actividades Comerciales. Experiencia únicamente en las prácticas.

Diego: ESO y Grado medio de Actividades Comerciales. Experiencia laboral como profesor de esquí, atención al cliente en un pequeño comercio y limpieza de apartamentos.

Adrián: ESO y Grado medio de Actividades Comerciales. Experiencia en atención al cliente en la petardería GORI.

Segmentacion del Mercado

Tendencias del Mercado:

- **Crecimiento:** El mercado global de zapatillas deportivas tiene una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) proyectada del 5-6% en los próximos cinco años, impulsado por el aumento del interés en actividades deportivas y estilos de vida saludables.
- **Segmentación:**
 - **Deportivas:** Dirigidas a atletas y personas activas.
 - **Casuales:** Uso diario y moda urbana.
 - **Sostenibles:** Incremento en la demanda de productos eco-friendly.

Clientes Potenciales:

- **Demografía:**
 - Jóvenes entre 18 y 35 años con interés en deportes, moda y comodidad.
 - Consumidores preocupados por la sostenibilidad y la innovación tecnológica en calzado.
- **Comportamiento de compra:**
 - Búsqueda de calidad, diseño atractivo y durabilidad.
 - Preferencia por marcas reconocidas y experiencias de compra personalizadas.

Análisis de la Competencia

Competidores Directos:

- **Nike:** Líder en innovación y tecnología. Fuerte posicionamiento global.
- **Adidas:** Especialización en sostenibilidad y diseño moderno.
- **Puma:** Enfoque en estilo y rendimiento con precios competitivos.

Competidores Indirectos:

- **Marcas emergentes:** Ofrecen productos únicos, sostenibles y a precios accesibles.

- **Fabricantes locales:** Atraen consumidores con precios bajos y diseños personalizados.

Diferenciación de los Competidores:

- Uso de materiales reciclados y sostenibles.
- Experiencias digitales (realidad aumentada para probar productos).
- Colaboraciones con artistas o influencers para atraer a públicos jóvenes.

Estrategias de los Líderes del Mercado:

- Lanzamientos frecuentes de colecciones limitadas.
- Presencia fuerte en redes sociales y marketing de influencers.
- Expansión hacia mercados emergentes y diversificación en el segmento femenino.