

PROPUESTA DEL TRABAJO FIN DE GRADO (TFG)

Internacionalización y crecimiento inorgánico de una startup de alquiler de material deportivo: análisis de competencia, modelos de negocio y oportunidades de nicho en Europa.

Casilda Bernal Moscoso del Prado

5º E6

Octubre 2024

Director: Rafael Castellote Azorín

I. Objetivo

El objetivo de este trabajo es analizar y desarrollar un plan de internacionalización, a la par que examinar el desarrollo inorgánico de una empresa emergente que se dedica al alquiler de material deportivo. Se busca encontrar oportunidades estratégicas y nichos de mercado en el sector deportivo europeo, evaluando los métodos potenciales de internacionalización que se adapten mejor a las características de la startup analizada. Adicionalmente, se examinará la competencia actual en el sector junto con distintos modelos de negocio, así como las estrategias más efectivas para expandirse a través de alianzas estratégicas y/o fusiones y adquisiciones.

El trabajo se divide en dos partes. En primer lugar, se analizará el estado actual del mercado del alquiler de material deportivo y la situación de la startup para determinar si está lista para expandirse a nivel internacional. Luego, se propondrá un Plan de Marketing Internacional (PMI) y un análisis del crecimiento inorgánico. Así, se llegará a recomendar las mejores estrategias de entrada a mercado, alianzas estratégicas y potenciales líneas de producto a desarrollar.

II. Metodología

Para la elaboración de este trabajo de fin de grado se llevará a cabo una extensa investigación y recopilación de datos e informaciones, utilizando tanto fuentes primarias como secundarias.

Esta investigación utilizará métodos cualitativos y cuantitativos. Las fuentes primarias se recopilarán a través de entrevistas con fundadores y empleados importantes de la startup. Las fuentes secundarias se recopilarán a través de artículos académicos, estudios de mercado y bases de datos como Google Scholar, la Universidad Pontificia de Comillas y otros recursos similares. Además, también serán objeto del análisis la evaluación de la competencia en Europa y el análisis de los diversos modelos de internacionalización utilizados en el ámbito deportivo.

La evaluación del crecimiento inorgánico incluirá un análisis de las fusiones y adquisiciones más recientes en el sector y cómo estas estrategias pueden aplicarse a las startup. Por último, pero no menos importante, el trabajo utilizará herramientas de análisis competitivo y modelos de selección de mercados internacionales como el CAGE para encontrar los mercados con mayor potencial.

III. Índice provisional

Abstract

Introducción

Objetivos, metodología y estructura

PARTE I: El estado de la cuestión

1. Introducción al sector y situación actual:

- 1.1 Introducción al sector de alquiler de material deportivo
- 1.2 La industria del alquiler de material deportivo en Europa
- 1.3 Tendencias y oportunidades de crecimiento

2. Introducción a la startup de material deportivo (FitOut):

- 2.1 Historia y desarrollo de la compañía
- 2.2 Análisis DAFO y situación financiera
- 2.3 Motivos y promotores de la internacionalización

3. Conclusión parte I: Oportunidad de crecimiento e internacionalización

PARTE II: Desarrollo de un plan de internacionalización y crecimiento inorgánico

4. Valoración de diferentes modelos de internacionalización

- 4.1 Modelo de internacionalización de Hollensen
- 4.2 Modelo de internacionalización propuesto por el ICEX
- 4.3 Crecimiento inorgánico (fusiones y adquisiciones)
- 4.4 Selección de estrategias

5. Viabilidad financiera de la internacionalización de FitOut

5.1 Hipótesis para la estimación de ingresos y costes a través de crecimiento inorgánico (2024-2030)

5.2 Estimación de cuenta de pérdidas y ganancias

5.3 Financiación para el crecimiento

6. Diseño del plan de internacionalización y estrategias de crecimiento

6.1 Selección del Mercado Internacional (metodología y justificación)

6.1.1 Modelo CAGE y análisis de potenciales mercados europeos

6.1.2 Elección de mercado(s) objetivo

6.2 Estrategias de entrada al mercado europeo

6.2.1 Elección de la forma de entrada: joint-venture, fusiones y/o adquisiciones

6.2.2 Estrategias de crecimiento inorgánico

6.3 Implementación, coordinación y control

6.3.1 Implementación, coordinación y estructura de la expansión

6.3.2 Control y evaluación del proceso

Conclusiones generales

Futuras líneas de investigación

Bibliografía

Anexos

IV. Bibliografía preliminar:

- Arellano Barrera, O. (2018). *Proceso de internacionalización de startups*. Universidad Pontificia de Comillas.
- Fuchs, M., Hovemann, G. (2022). *Consumer preferences for circular outdoor sporting goods: An Adaptive Choice-Based Conjoint analysis among residents of European outdoor markets*. Leipzig University.
- Kohli, S., Coggins, B., Thiel, A., Becker, S., V Duran, V., Zipser, D., de Branche, A., Agarwal, R., Ostromecka-Krawczyk, O. (2024). *Sporting Goods 2024: Time to move*. McKinsey & Company.

- Martín de Vidales Arias, J. (2024). *Desarrollo del modelo de negocio la dejadita: viabilidad técnica y económica*. Universidad Pontificia de Comillas.
- Salazar Morales, C. P., & Malca Suárez, M. F. (2014). *Plan de negocios: Implementación de un complejo deportivo de alquiler de cancha sintética*. Repositorio Universidad Privada del Norte.
- Hollensen, S. (2014) *Global Marketing. A decision-oriented approach*, 6ª Ed., USA, FT Pearson Education Limited.
- ICEX España Exportación e Inversiones. (2023). *Manual de internacionalización* (3ª ed.). ICEX España Exportación e Inversiones.