

MUNDO RUNNER

Presentado por:
MAYRA ALEJANDRA VALENCIA BENAVIDES

Profesor:
EMILY GALLEGO

PROYECTO DE GRADO

UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN MERCADEO
Cali, Colombia
2025

TABLA DE CONTENIDO

MODELO DE NEGOCIO CANVAS	18
1.1 Definición del problema	23
1.3 Análisis del Cliente	28
1.4 Análisis de la competencia y del entorno.....	31
2. Estrategia de mercadeo.....	36
3. Análisis ecosistema digital.....	41
Componentes del Ecosistema Digital:.....	41
3.1 Tendencias digitales.....	42
3.2 Boceto gráfico	43
4. Conclusiones	45
5. Referencias	47
6. Anexos	49

RESUMEN

Mundo Runner es un nuevo emprendimiento colombiano que se especializa en ropa deportiva para runners, enfocándose en camisetas y pantalonetas con tecnología avanzada para optimizar el desempeño atlético. Nace de la pasión por correr y la necesidad de prendas que permitan libertad y ayuden a superar límites personales. Su propósito es inspirar a los corredores a superar sus propios límites con libertad de movimiento, con la visión de liderar el mercado de ropa deportiva para runners en Colombia.

El mercado colombiano del running está en auge, con el 56% de la población activa deportivamente y el running como una de las disciplinas más populares. En 2023, la participación en medias maratones y maratones creció un 25% en Colombia. Eventos como la Media Maratón de Bogotá (42.000 corredores en julio de 2024) y la Maratón de Cali (4.000 inscritos en mayo de 2025) demuestran esta tendencia. El mercado de ropa deportiva en Colombia también muestra un crecimiento significativo del 8% (CAGR) entre 2025 y 2034, y hay una demanda creciente de prendas con tecnología transpirable y de secado rápido.

A pesar de este crecimiento, el mercado local presenta limitaciones. Las tiendas deportivas no están dedicadas exclusivamente a la ropa para runners, y la oferta es dispersa, con opciones limitadas de marcas premium y altos precios en tiendas generalistas. Además, hay una falta de asesoría especializada para los clientes.

Mundo Runner busca capitalizar estas oportunidades al ofrecer una tienda especializada, incorporando productos exclusivos, y brindando una experiencia personalizada con asesoría experta. La marca se fundamenta en valores como la pasión, innovación, confianza y resiliencia, y se identifica con arquetipos como el Héroe y el Explorador.

El modelo de venta de "Mundo Runner" es principalmente virtual, a través de marketplaces y redes sociales. Los canales incluyen redes sociales, marketplaces y stands físicos en eventos deportivos.

SUMMARY

Mundo Runner is a new Colombian entrepreneurship specializing in athletic apparel for runners, focusing on t-shirts and shorts designed with advanced technology to optimize athletic performance. It stems from a passion for running and the need for affordable garments that allow freedom of movement and help overcome personal limits. Its purpose is to inspire runners to push their own boundaries with freedom of movement, with a vision to lead the sports apparel market for runners in Colombia.

The Colombian running market is booming, with 56% of the population actively engaging in sports, and running being one of the most popular disciplines. In 2023, participation in half marathons and marathons grew by 25% in Colombia. Events like the Bogotá Half Marathon (42,000 runners in July 2024) and the Cali Marathon (over 4,000 registrants in May 2025) demonstrate this trend. The Colombian sports apparel market also shows significant growth, with an 8% (CAGR) increase projected between 2025 and 2034, and a growing demand for specialized breathable and quick-drying apparel.

Despite this growth, the local market faces limitations. Sports stores in Cali are not exclusively dedicated to apparel for runners, and the offerings are dispersed, with limited premium brand options and high prices in general stores. Furthermore, there's a lack of specialized advice for customers.

Mundo Runner seeks to capitalize on these opportunities by offering a specialized store, incorporating exclusive products, and providing a personalized experience with expert advice. The brand is built on values such as passion, innovation, trust, and resilience, and aligns with archetypes like the Hero and the Explorer.

"Mundo Runner's" sales model is primarily virtual, operating through various marketplaces and social media platforms. Channels include social media, marketplaces, and physical stands at sporting events. Initial investment is allocated to importing sample and quality merchandise (\$1M for the first month) and promoting the brand with active runners on social media by providing 10 free garments for review.

Palabras Claves / Key Words

Correr: andar rápidamente y con tanto impulso que, entre un paso y el siguiente, los pies por un momento en el aire.

-corredor: persona que participa en carreras de resistencia.

Atletismo: conjunto de actividades y normas deportivas que comprenden las pruebas de velocidad, saltos y lanzamiento.

Running to walk quickly and with such momentum that, between one step and the next, your feet are momentarily in the air.

Runner: person who participates in endurance races.

Athletics: a set of sports activities and rules that include speed, jumping, and throwing tests.

SÍNTESIS

problemáticas clave que enfrentan los runners en Colombia al buscar ropa deportiva especializada:

Oferta Limitada y Dispersa de Ropa Especializada:

- Las tiendas deportivas en Cali (y por extensión, en muchas otras ciudades de Colombia) "no están dedicadas exclusivamente a ropa especializada para runners".
- Las tiendas especializadas existentes suelen priorizar "zapatillas y accesorios", dejando la ropa técnica en un segundo plano.
- Los corredores enfrentan una "oferta dispersa de productos", lo que significa que tienen que buscar en múltiples lugares para encontrar lo que necesitan.

Falta de Asesoría Especializada:

- Los corredores no encuentran "asesoría especializada" al momento de elegir la ropa, lo cual es crucial dado que las necesidades varían según el tipo de entrenamiento, clima y distancia
- Acceso Limitado a Marcas Premium y Precios Elevados:
- Existen "opciones limitadas de marcas premium" de ropa para running en el mercado local.

-Las tiendas generalistas suelen tener "precios elevados" para la ropa especializada, lo que puede ser una barrera para los corredores.

Mundo runner se posiciona como la solución a estos problemas a través de su propuesta de valor y su modelo de negocio:

Tienda Especializada y Concentrada:

- Se establecerá como la "primera tienda especializada en ropa deportiva para runners", concentrando la oferta que actualmente está dispersa. Esto simplifica el proceso de compra para el corredor.
- Ofrecerá una "selección exclusiva de productos premium con tecnología avanzada" (como camisetas y pantalonetas con tecnología para optimizar el rendimiento), garantizando calidad y funcionalidad.

Asesoría Personalizada y Experta:

- Brindará "asesoría personalizada" según el tipo de entrenamiento, clima y distancia, asegurando que el corredor adquiera la prenda más adecuada para sus necesidades específicas. Esto resuelve directamente la falta de guía experta.

Calidad Accesible y Variedad Exclusiva:

- Su objetivo es ofrecer ropa de alta tecnología asequible, eliminando la barrera de los precios elevados en tiendas generalistas.

- La importación de prendas mediante un proveedor internacional con convenio de costos al por mayor sugiere una estrategia para mantener precios competitivos sin sacrificar calidad.
- La promesa de "mayor variedad y exclusividad" de productos premium satisface la demanda de opciones limitadas.

Mundo runner nace de la idea de una corredora, Mayra Valencia, quien a diario se enfrenta a esta problemática de la oferta limitada en ropa deportiva para runners, que se adapte a sus diferentes necesidades diarias. La problemática que enfrentaba a diario para sus entrenamientos y carreras, la llevó a proponer a la sociedad una alternativa de ayuda y mejora, al investigar e indagar con sus compañeros runners se dio cuenta que esta situación la viven a diario la mayoría de su comunidad. Así que un día decide empezar la búsqueda e investigación y darle solución creando un ambiente para los runners para accesibles y con más oportunidades de superar sus límites.

La solución desde el marketing para mundo runner se enfoca en comunicar eficazmente la propuesta de valor de la marca, construir una comunidad y atraer a los runners que enfrentan los problemas previamente identificados. Se trata de cómo mundo runner se posicionará y conectará con su público objetivo para convertirse en la solución preferida.

Mundo runner estará diseñado para inspirar a los runners a superar sus límites ofreciéndoles prendas de alta tecnología y una experiencia de compra y asesoría especializada que actualmente no encuentran en el mercado colombiano.

1. Posicionamiento de Marca y Comunicación de la Propuesta de Valor Única:

Mensaje Central: mundo Runner te equipa con la tecnología y libertad para que superes cada límite.

Diferenciación Clara: se destacará que mundo runner no es solo otra tienda de ropa deportiva, sino la primera tienda especializada y dedicada exclusivamente a las necesidades del runner colombiano, ofreciendo:

- Tecnología Avanzada: enfocarse en las características técnicas de las telas (transpirabilidad, secado rápido, ligereza) y cómo estas se traducen en rendimiento y comodidad superior.
- Asesoría Experta: promocionar la asesoría personalizada como un valor añadido clave, destacando cómo ayuda a los corredores a elegir la prenda ideal según su tipo de entrenamiento, clima y distancia.
- Calidad Premium a Precios Competitivos: comunicar que se ofrece ropa de alta calidad que compite con marcas premium, pero a un precio accesible, desmitificando la idea de que la ropa técnica debe ser excesivamente cara.

- Exclusividad y variedad: resaltar la curaduría de su selección de productos, ofreciendo prendas que quizás no se encuentren fácilmente en el mercado local.
- Contenido visual dinámico: utilizar fotos y videos de alta calidad que muestren a runners reales en acción, transmitiendo la libertad de movimiento, energía y la autenticidad que la marca representa. Las historias y reels serán cruciales para este formato.
- Contenido educativo: crear contenido que resuelva las dudas de los runners:
- Guías de elección de ropa (ej. "¿Qué tipo de tela necesito para correr en clima cálido?").
- Consejos para el cuidado de la ropa técnica.
- Artículos o videos sobre la importancia de la ropa adecuada para prevenir lesiones o mejorar el rendimiento.
- Tutoriales sobre cómo optimizar el uso de las prendas en diferentes terrenos (asociado a trail running).
- Contenido inspiracional y motivacional: compartir historias de superación, frases motivadoras, consejos de runners expertos y contenido que refuerce los valores de pasión, resiliencia y disciplina.

- Interacción y engagement: fomentar la participación de la comunidad a través de encuestas, preguntas, desafíos de running y concursos en redes sociales.

3. Construcción y fomento de la comunidad mundo runner

Redes Sociales como Centro de Comunidad: más allá de la venta, las plataformas como Instagram y Facebook se usarán para crear grupos y espacios donde los corredores puedan conectar, compartir experiencias y sentirse parte de algo más grande.

- Colaboraciones Estratégicas: la inversión en influencer marketing con runners activos en redes sociales (regalando prendas) es clave. Estos micro-influencers actúan como embajadores auténticos, generando confianza y demostrando el valor de los productos en escenarios reales.
- Eventos y Activaciones (Online y Offline): promocionar la participación en stands en eventos deportivos clave (Media Maratón de Bogotá, Maratón de Cali) para generar interacción directa. A futuro, considerar la organización de meet-ups o carreras patrocinadas.

4. Canales de Distribución y Venta Enfocados en la Comodidad:

- Optimización de la tienda Virtual: asegurar una experiencia de usuario impecable que sea intuitiva, rápida y visualmente atractiva, reflejando la imagen de la marca. Facilidades de pago y procesos de compra sencillos.

- Presencia Estratégica en marketplaces: utilizar marketplaces (como Mercado Libre) para captar a usuarios que ya están buscando activamente y que valoran la conveniencia de estas plataformas, dirigiéndolos luego a la tienda virtual para una experiencia más completa y asesoría.
- Atención al cliente por mensajería: implementar WhatsApp Business u otros canales para ofrecer la asesoría personalizada prometida, responder preguntas rápidas y facilitar el proceso de post-venta, lo que construye confianza y lealtad.

5. Medición y Optimización Constante:

- El marketing debe ser medible. Implementar herramientas de análisis web y de redes sociales para entender el comportamiento del cliente, el éxito de las campañas y las áreas de mejora. Esto permitirá ajustar las estrategias para maximizar el retorno de la inversión.

1. Alcance y Visibilidad Masiva (Brand Awareness):

- Presencia en Marketplaces: al estar en plataformas como Mercado Libre, "Mundo Runner" gana exposición instantánea a una base de usuarios ya establecida que está buscando productos. Esto es crucial para la visibilidad inicial y las primeras ventas.
- Optimización para motores de Búsqueda (SEO): asegurar que la tienda virtual y el contenido (blogs, guías) de "Mundo Runner" aparezcan en los

primeros resultados de búsqueda de Google cuando los usuarios busquen "ropa para runners Colombia", "camisetas técnicas para correr", etc.

- Publicidad digital pagada (SEM/Social Ads): campañas dirigidas en Google Ads, Facebook Ads e Instagram Ads permiten segmentar a los usuarios por intereses (running, maratones, deportes), ubicación y demografía, llevando la marca directamente a su público objetivo.
- Marketing de Contenidos: la creación y distribución de contenido relevante (guías, consejos, historias) no solo educa e inspira, sino que mejora el SEO y atrae tráfico orgánico a la tienda y redes sociales.

2. Generación de tráfico y conversión a ventas:

- Tienda virtual centralizada: el ecosistema digital permite que mundo runner tenga un punto de venta 24/7 accesible desde cualquier lugar de Colombia. La optimización del sitio web (velocidad de carga, diseño responsivo, proceso de compra sencillo) es clave para convertir visitantes en clientes.
- Estrategias de email marketing: construir una base de datos de correos electrónicos para enviar boletines, promociones, novedades de productos y contenido exclusivo, fomentando la recompra y la lealtad.
- Estrategias de retargeting: mostrar anuncios a usuarios que visitaron la tienda virtual o interactuaron con las redes sociales pero no compraron, recordándoles los productos de "Mundo Runner".

- Venta directa en redes sociales: las funciones de compra en Instagram shopping o facebook shop permiten a los usuarios adquirir productos directamente desde las plataformas sociales, simplificando el proceso.

3. Construcción y fortalecimiento de la Comunidad:

- Plataformas de redes Sociales: son el corazón para construir la "Comunidad mundo runner". A través de grupos, hashtags de marca, desafíos y eventos en línea, se fomenta la interacción entre los corredores y con la marca.
- Contenido interactivo: encuestas, preguntas y respuestas en vivo (Q&A), desafíos de running o concursos que incentiven la participación y el sentido de pertenencia.
- Marketing de influencers (runners activos): los corredores influyentes en redes sociales no solo publicitan el producto, sino que validan su calidad y crean una conexión más auténtica con la audiencia, invitándolos a unirse a la comunidad.
- UGC (User-Generated Content): animar a los clientes a compartir sus fotos y videos usando la ropa de "Mundo Runner" con un hashtag específico, generando contenido auténtico y testimonio social.

4. Servicio al cliente y asesoría personalizada escalable:

- Chatbots y atención al cliente en vivo: implementar herramientas en la tienda virtual y redes sociales (ej. WhatsApp Business) que permitan ofrecer la asesoría personalizada prometida sobre qué prenda usar según el

entrenamiento, clima o distancia. Esto puede ser a través de respuestas automatizadas para faqs o con atención humana.

- contenido de ayuda y faqs: crear secciones detalladas en la tienda virtual con preguntas frecuentes, guías de tallas y materiales, reduciendo la necesidad de contacto directo para consultas básicas.
- canales de soporte multiplataforma: ofrecer soporte por email, redes sociales y chat para que los clientes puedan elegir su método de comunicación preferido.

MODELO DE NEGOCIO CANVAS

El mercado al que se dirige "Mundo Runner" es el de la ropa deportiva especializada para runners en Colombia. Este mercado presenta un entorno favorable con un crecimiento significativo tanto en la participación deportiva como en el gasto en indumentaria.

Crecimiento del Running en Colombia:

Alta Participación Deportiva: Según el DANE, el 56% de la población colombiana realiza alguna actividad deportiva, siendo el running una de las más comunes. Esto indica una base amplia y activa de potenciales clientes.

Aumento en Eventos de Carrera: En 2023, Colombia registró un crecimiento del 25% en la participación de corredores en eventos de media maratón y maratón, según la Federación Colombiana de Atletismo. Esta tendencia ascendente demuestra un interés consolidado y creciente en la disciplina.

La Media Maratón de Bogotá (julio 2024) congregó a más de 42.000 corredores, consolidándose como la carrera atlética más grande del país y Latinoamérica.

La Maratón de Cali (mayo 2025) superó los 4.000 inscritos con tres meses de anticipación, destacando el potencial de mercado en ciudades específicas.

Comunidades Activas: Cali, en particular, cuenta con más de 15 clubes de running registrados, lo que señala una comunidad de corredores organizada y activa, un nicho clave para la marca.

Mercado de Ropa Deportiva para Runners:

Mercado Global en Expansión: el mercado global de ropa deportiva se valoró en US\$425.500 millones en 2022 y se proyecta que alcance US\$771.800 millones para 2032, con una CAGR significativa. Esta tendencia global es un indicador positivo para el mercado local.

Crecimiento en Colombia: el mercado colombiano de ropa deportiva experimentó un crecimiento considerable en 2024 y se estima que aumente a una tasa del 8% durante 2025-2034. Esto valida la oportunidad de negocio.

Demanda de Tecnología Especializada: existe una demanda creciente de ropa especializada con tecnología transpirable y de secado rápido, con un incremento del 40% reportado por marcas como Adidas y Nike en Colombia en los últimos 3 años. Esto subraya la necesidad de productos como los que ofrece "Mundo Runner".

Identificación de Problemas y Brechas en el Mercado Local (Oportunidades para Mundo Runner):

- Oferta Local Limitada y No Especializada:

Las tiendas deportivas en Cali no están dedicadas exclusivamente a ropa especializada para runners.

Las tiendas que sí tienen alguna especialización priorizan zapatillas y accesorios, relegando la ropa técnica.

Hay una "oferta dispersa de productos", lo que dificulta la búsqueda del corredor.

Falta de Asesoría Especializada: Los corredores no encuentran la guía necesaria para elegir las prendas adecuadas según sus necesidades (tipo de entrenamiento, clima, distancia).

Acceso Restringido a Marcas y Precios Elevados: existen "opciones limitadas de marcas premium" en el mercado local. Las tiendas generalistas suelen ofrecer "precios elevados" para la ropa técnica, creando una barrera de entrada.

Oportunidades de mercado específicas para mundo runner

Las brechas identificadas se traducen directamente en oportunidades estratégicas:

Pionero como Tienda Especializada: convertirse en la primera tienda dedicada exclusivamente a ropa deportiva para runners en Colombia.

Curación de Productos Exclusivos: incorporar marcas y productos exclusivos que no están fácilmente disponibles, atrayendo a corredores que buscan diferenciación y tecnología.

Construcción de Comunidad: crear un ecosistema y una comunidad alrededor del running a través de eventos, contenido y una experiencia de marca que vaya más allá de la venta.

Experiencia Personalizada: ofrecer asesoría especializada que aborde las necesidades específicas de los corredores, construyendo confianza y fidelidad.

Propuesta de Valor Competitiva: generar una propuesta de valor diferenciadora con ropa de calidad a precios accesibles, posicionándose como un referente en el mercado.

4El problema externo principal que mundo runner busca resolver es la carencia de una oferta especializada, accesible y con asesoría experta en ropa deportiva de alta tecnología para runners en Colombia.

Los corredores en Colombia se enfrentan a las siguientes frustraciones:

Falta de especialización y oferta dispersa: Las tiendas deportivas existentes no se enfocan exclusivamente en el running, y las pocas especializadas priorizan calzado y accesorios, dejando la indumentaria técnica desatendida. Esto obliga a los corredores a buscar en múltiples lugares, invirtiendo tiempo y esfuerzo.

Ausencia de asesoría experta: No hay orientación clara sobre qué tipo de ropa es la más adecuada según la distancia, el clima o el tipo de entrenamiento (velocidad, resistencia, trail), lo que lleva a compras inadecuadas y afecta el rendimiento y la comodidad.

Opciones limitadas de alta calidad/tecnología y precios elevados: Es difícil encontrar ropa técnica con tecnología avanzada (transpirabilidad, secado rápido) a precios competitivos. Las marcas premium suelen ser inaccesibles o su disponibilidad es reducida en tiendas generalistas.

El problema interno (desde la perspectiva del mercado no cubierto) es la existencia de un nicho de mercado desatendido y creciente dentro del segmento de ropa deportiva en Colombia, caracterizado por una demanda insatisfecha de indumentaria técnica para runners con valor añadido.

Esto se manifiesta en:

Una brecha en la oferta actual de tiendas especializadas, dejando un espacio vacío para un jugador que se enfoque exclusivamente en ropa para running.

Una oportunidad para capturar la demanda de corredores que buscan más que una prenda genérica: buscan rendimiento, comodidad, tecnología y la sensación de libertad al correr.

La oportunidad que mundo runner percibe es la de establecerse como el líder y referente en el mercado de ropa deportiva especializada y de alta tecnología para runners en Colombia, al capitalizar la brecha existente entre una demanda creciente y una oferta deficiente.

Ser el Especialista: posicionarse como la "primera tienda especializada en ropa deportiva para runners", creando un destino único y confiable para los corredores.

Ofrecer Valor Agregado: proporcionar no solo productos de calidad (con tecnología avanzada) sino también una asesoría personalizada que las tiendas generalistas no ofrecen, educando y guiando al cliente.

Construcción de una Comunidad: aprovechar el ecosistema digital y los eventos para construir una comunidad sólida alrededor de la marca, fomentando la lealtad y el sentido de pertenencia en un deporte que ya es inherentemente social.

Acceso y Comodidad: su modelo de negocio (tienda virtual, marketplaces, redes sociales) permite llegar a los corredores a nivel nacional, superando las limitaciones geográficas y de surtido de las tiendas físicas tradicionales.

Crecimiento del Nicho: montarse en la ola del crecimiento del running en Colombia y la creciente sofisticación del consumidor que busca equipamiento específico para mejorar su rendimiento y experiencia.

1.2 Concepto de Negocio de mundo runner

"Mundo Runner" es un emprendimiento enfocado en ser la primera tienda online especializada en ropa deportiva de alta tecnología para runners en Colombia, ofreciendo camisetas y pantalonetas que optimizan el rendimiento y la comodidad. Su modelo se basa en la venta directa al consumidor a través de una tienda virtual, marketplaces y redes sociales, complementado con una fuerte propuesta de asesoría personalizada y construcción de comunidad. Nace de la pasión por el running y la identificación de una brecha en el mercado local respecto a la oferta de indumentaria técnica de calidad y accesible, con el propósito de inspirar a los corredores a superar sus límites con libertad de movimiento.

Especialización de nicho profunda: la principal innovación es ser la "primera tienda especializada en ropa deportiva para runners" en Colombia. Mientras que otras tiendas ofrecen ropa deportiva genérica o priorizan zapatillas, "Mundo Runner" se dedica exclusivamente a la indumentaria técnica para corredores (camisetas y pantalonetas con tecnología avanzada), lo que le permite entender y satisfacer necesidades muy específicas.

Asesoría personalizada online: ofrecer "asesoría personalizada" según el tipo de entrenamiento, clima y distancia es un diferenciador crucial. Abordar una necesidad no cubierta por las tiendas tradicionales y garantizar que el cliente compre el producto adecuado para su rendimiento.

Propuesta de valor de tecnología y accesibilidad: ofrecer productos premium con tecnología avanzada (transpirabilidad, secado rápido, ligereza) que están a la par de grandes marcas, pero con una estrategia de precios que busca ser más competitiva o "asequible" gracias a convenios con proveedores internacionales.

Modelo de negocio "digital-first" con enfoque en comunidad: la tienda virtual, los marketplaces y las redes sociales no son solo canales de venta, sino plataformas para construir una comunidad alrededor del running. esto incluye marketing de contenidos, colaboraciones con runners influyentes y la promoción de un estilo de vida, creando una conexión emocional que va más allá de la transacción.

Mundo runner obtendrá ingresos principalmente a través de un modelo de venta al por menor (retail) de ropa deportiva, específicamente:

Venta Directa de Productos

Tienda Virtual Propia: El canal principal donde los clientes comprarán directamente camisetas y pantalonetas. Los ingresos provendrán del margen de ganancia sobre el costo de adquisición de las prendas.

Marketplaces: venta a través de plataformas de terceros (ej. Mercado Libre en Colombia). Los ingresos serán el precio de venta del producto menos las comisiones del marketplace.

Redes Sociales: ventas realizadas directamente a través de canales como Instagram o Facebook, facilitando el proceso de compra dentro de la plataforma o redirigiendo a la tienda virtual.

Modelo de márgenes: los ingresos se generarán de la diferencia entre el precio de venta al público y el costo de compra de las prendas a su proveedor internacional (con convenio de costos al por mayor).

Posibles fuentes futuras de ingreso (Expansión):

Venta de una gama más amplia de productos: A medida que crezca la marca, la diversificación de la oferta (otras prendas, accesorios para runners).

Membresías o programas de fidelidad: crear programas que ofrezcan descuentos exclusivos, acceso a eventos o contenido premium por una tarifa o por volumen de compra.

Patrocinios o colaboraciones: asociaciones con marcas de eventos de running o servicios complementarios.

1.3 Análisis del Cliente

El público objetivo general de "Mundo Runner" son todos los colombianos apasionados por el running que buscan desafiar y superar sus propios límites.

Este público se puede subdividir en segmentos más específicos basados en sus necesidades y tipos de carrera, lo que permite una comprensión más profunda de sus motivaciones y requerimientos de indumentaria:

Corredores de Distancias Cortas (Velocidad):

Necesidades: Buscan la máxima velocidad y ligereza en sus prendas. Requieren ropa que no los frene, sea extremadamente cómoda y permita una total libertad de movimiento para sprints y carreras cortas. Carreras de 5K/10K.

Corredores de Media Distancia (Equilibrio):

Requieren un equilibrio entre comodidad y rendimiento. La ropa debe ser lo suficientemente ligera para no añadir peso, pero también resistente para durar carreras más largas sin causar rozaduras. 15K o 21K

Corredores de Larga Distancia (Resistencia):

Buscan ropa que optimice la resistencia, durabilidad y ayude a prevenir lesiones o molestias en trayectos prolongados. La transpirabilidad y la capacidad de secado rápido son cruciales para el confort a lo largo de horas de carrera. 42K

Corredores de Trail Running (Adaptación a Terrenos Irregulares):

La resistencia y protección de la ropa son primordiales, dada la naturaleza de los terrenos irregulares (montañas, senderos, barro). Requieren prendas que ofrezcan libertad de movimiento para sortear obstáculos y que sean duraderas frente a roces y condiciones adversas..

Más allá de los tipos de corredor, hay características transversales que definen a los compradores potenciales de mundo runner

Pasión por el Running: Son individuos activamente involucrados y dedicados a esta disciplina deportiva.

Deseo de superación: buscan constantemente mejorar su rendimiento, romper récords personales y desafiar sus propios límites.

Valoración de la tecnología: entienden y aprecian los beneficios de la ropa deportiva con tecnología avanzada que impacta directamente en su comodidad y desempeño.

Búsqueda de calidad y especialización: están cansados de la oferta genérica y buscan productos diseñados específicamente para el running que ofrezcan un rendimiento superior.

Abiertos a la asesoría: valorarán la guía experta que mundo runner ofrece para tomar decisiones de compra informadas.

Conectados digitalmente: dada la estrategia de mundo runner de ser principalmente online (tienda virtual, marketplaces, redes sociales), estos compradores son usuarios activos de internet y plataformas digitales para buscar información, comprar y conectar.

Ubicación en Colombia: el mercado principal es Colombia.

Los corredores, especialmente aquellos apasionados que buscan superar sus límites, tienen criterios de compra muy específicos para su indumentaria.

Tecnología y Rendimiento (Funcionalidad, transpirabilidad y secado rápido.

Ligereza, libertad de Movimiento, prevención de Rozaduras: diseños sin costuras irritantes o con costuras planas para evitar fricción durante carreras largas.

1.4 Análisis de la competencia y del entorno

1. Competidor: Nike / Adidas (Grandes Marcas Internacionales)

Descripción: Gigantes globales de la indumentaria deportiva con una vasta presencia en Colombia a través de tiendas propias, distribuidores y grandes superficies. Ofrecen una amplia gama de productos para diversos deportes, incluyendo el running.

Fortalezas:

- Reconocimiento de Marca Global: Gozan de una enorme confianza y reputación a nivel mundial y local.
- Calidad y Tecnología: Desarrollan sus propias tecnologías de tejidos y diseño (Dri-Fit, Climalite, etc.) que son bien reconocidas.
- Amplia Distribución: Sus productos son fáciles de encontrar en casi cualquier tienda deportiva o centro comercial.
- Grandes Presupuestos de Marketing: Invierten fuertemente en publicidad, patrocinio de atletas y eventos.

Debilidades:

- No Especializadas en Ropa de Running Exclusivamente: Aunque tienen líneas de running, su oferta es generalista para múltiples deportes, y no siempre priorizan la asesoría exclusiva para indumentaria de running.
- Precios Elevados: Sus productos premium suelen tener un costo más alto en el mercado colombiano, lo que puede ser una barrera para algunos corredores.
- Oferta Menos Curada/Personalizada: Al ser tan amplias, la experiencia de compra de ropa de running específica puede sentirse genérica.
- Oferta de Ropa para Running: Cuentan con una amplia colección de camisetas, pantalonetas, mallas, chaquetas, etc., con tecnologías propias.
- Posicionamiento: Líderes del mercado deportivo, sinónimo de alto rendimiento, moda deportiva y estatus.

Son la competencia de alto nivel. mundo runner no busca competir en volumen o reconocimiento general, sino en especialización, asesoría y una mejor relación calidad-precio en el nicho de ropa para runners. Su existencia demuestra la alta demanda de ropa tecnológica, pero también la brecha en la experiencia de compra especializada.

2. Competidor: Decathlon (Grandes Superficies Multideporte)

Descripción: Minorista internacional de artículos deportivos con presencia significativa en Colombia, conocido por su modelo de ofrecer una amplia gama de productos para múltiples deportes a precios accesibles. Cuentan con marcas propias para cada disciplina.

Fortalezas:

- Precios Competitivos: Ofrecen productos de buena calidad a precios muy asequibles.
- Variedad de Productos: Tienen una vasta selección para casi cualquier deporte, incluyendo varias opciones de ropa para running.
- Experiencia de Compra Física: Permiten a los clientes probarse los productos y verlos en persona.

Debilidades:

- Falta de Especialización Profunda: Aunque tienen ropa para running, no es su único ni principal enfoque. La asesoría específica sobre el running apparel con tecnología avanzada puede ser limitada.
- Percepción de Menor "Premiumness": Aunque la calidad es buena para el precio, no siempre se perciben como marcas de "élite" o altamente tecnológicas comparadas con Nike/Adidas.

- No Enfoque en la Comunidad de Running Exclusivamente: Su enfoque es el deporte en general, no una comunidad dedicada solo al running.

- Oferta de Ropa para Running: Amplia, con sus marcas propias (Kalenji, por ejemplo) que cubren las necesidades básicas y algunas avanzadas de ropa para correr.

Decathlon representa la opción "económica y variada" pero no especializada. Mundo runner puede destacar ofreciendo una profundidad de conocimiento y una curaduría de productos que Decathlon no iguala, además de la asesoría experta que Decathlon, por su volumen, no puede ofrecer de manera personalizada.

3. Competidor: Tiendas Deportivas Locales (Generalistas, Físicas y/o Online)

Descripción: Tiendas independientes o pequeñas cadenas locales que venden una variedad de marcas y productos deportivos.

Fortalezas:

- Cercanía geográfica: Si tienen tiendas físicas, pueden ser convenientes para compras inmediatas.

- Relaciones con proveedores Locales: Pueden tener acceso a ciertas marcas o productos.

Debilidades:

- Falta de especialización en ropa de running: no son expertos en la indumentaria de running.

Oferta Dispersa y Limitada: su surtido de ropa técnica para running es a menudo reducido, poco curado y mezclado con ropa de otros deportes.

Ausencia de Asesoría experta: rara vez cuentan con personal capacitado para dar una asesoría detallada sobre las especificidades de la ropa de running.

Precios potencialmente elevados: Al tener menos volumen de compra, sus precios pueden no

Este es el competidor que "mundo runner busca desplazar directamente. Su debilidad en especialización, variedad curada y asesoría es precisamente la fortaleza de Mundo Runner. La estrategia de marketing de Mundo Runner debe resaltar activamente estas diferencias.

2. Estrategia de mercadeo

Historia de mundo runner

Mundo runner nace a partir de la pasión por correr y entender que existe la posibilidad de moverse con libertad, con prendas asequibles, que nos permiten y nos ayudan a superar nuestros propios límites

Propósito de mundo runner

Inspiramos a corredores a superar sus propios límites con libertad de movimiento.

Misión de mundo runner

Diseñamos ropa deportiva ligera, cómoda y duradera para runners colombianos que buscan superar sus límites y rendimiento.

Visión de mundo runner

Liderar el mercado de ropa deportiva para runners en Colombia



El propósito principal de mundo runner es inspirar a los corredores a superar sus propios límites y moverse con total libertad, proporcionándoles ropa deportiva de alta tecnología especializada para cada una de sus necesidades.

Publicidad con Runners Activos de Redes Sociales:

Se seleccionará los Runners más activos de redes sociales a los cuales se les presentará la marca y se les entregará una prenda totalmente gratuita con el fin de que a través de sus redes sociales realicen una prueba de las prendas de Mundo Runner."

Tipo de Descuento/Promoción: Esto es una estrategia de marketing de influencia y muestreo de producto. Aunque no es un descuento directo al cliente final en una compra, es una "regalo" o "muestra" del producto con un valor de marketing asociado.

Descuentos por primera Compra: Ofrecer un porcentaje de descuento (ej. 10-15%) para nuevos clientes que se registren o realicen su primera compra.

Ofertas por volumen/Paquetes: descuentos al comprar conjuntos (camiseta + pantaloneta) o múltiples unidades.

Promociones estacionales o por Eventos: descuentos ligados a épocas específicas (ej. Black Friday, Cyberlunes) o eventos importantes de running (antes de una maratón).

Programas de fidelidad: descuentos exclusivos o puntos acumulables para clientes recurrentes, incentivando la lealtad.

Descuentos por referencia: si un cliente existente refiere a un nuevo cliente, ambos podrían recibir un descuento.

Mundo runner se apalancará fuertemente en una estrategia digital y de comunidad para conseguir sus primeros clientes y establecer contacto, dada su naturaleza de emprendimiento "digital-first".

Marketing de Influencia / Colaboración con Runners Activos:

Se seleccionarán "los Runners más activos de redes sociales a los cuales se les presentará la marca y se les entregará una prenda totalmente gratuita con el fin de que a través de sus redes sociales realicen una prueba de las prendas de Mundo runner.

Contenido Atractivo en Redes Sociales:

Presencia en Marketplaces:

Especialización de Nicho: El concepto de ser la "primera tienda especializada en ropa deportiva para runners" en Colombia es un gran promotor de venta. Atrae a corredores que están frustrados con la oferta genérica y buscan una solución a medida. Se vende la idea de que "aquí sí entienden al runner".

Tecnología y Rendimiento como Beneficio: En lugar de solo vender ropa, se vende la promesa de optimizar el rendimiento y la comodidad a través de "tecnología avanzada" (transpirabilidad, ligereza, secado rápido). El foco no es el producto, sino el resultado y la experiencia que el corredor tendrá.

Libertad de Movimiento: Este concepto es aspiracional y muy potente para un runner. Se promueve la venta apelando a la sensación de no restricción, de fluidez y de poder alcanzar el máximo potencial al usar las prendas de mundo runner

Asesoría Experta como Valor Añadido: Se promueve la venta ofreciendo una guía especializada, transformando la compra en una experiencia educativa y personalizada, lo cual genera confianza y justifica el valor de los productos.

Construcción de Comunidad: Más allá de la venta transaccional, se promueve la venta al invitar al cliente a ser parte de una "Comunidad Mundo Runner". Esto genera lealtad, referencia boca a boca y un sentido de pertenencia que va más allá del producto.

Propuesta de Valor de Calidad-Precio: Se busca promover la venta ofreciendo una "propuesta de valor diferenciadora con ropa de calidad" y precios que, sin ser los más baratos, ofrecen un excelente valor por la tecnología y durabilidad, respaldados por los "convenios de costos al por mayor".

Cubrimiento Geográfico Inicial:

Nacional (Colombia): Desde el primer día, mundo runner tendrá un cubrimiento nacional gracias a sus canales de venta digitales (tienda virtual, marketplaces, redes sociales). Cualquier runner en Colombia podrá acceder a sus productos.

Redes Sociales (Instagram, Facebook, TikTok):

Contenido Visual de Alto Impacto: Fotografías y videos profesionales de runners en acción, mostrando los productos y sus beneficios.

Historias y Reels: Formatos dinámicos y de corta duración para captar la atención rápidamente.

Videos Cortos y Creativos: Explicando la tecnología de las prendas de forma atractiva.

Desafíos y Tendencias: Participar en lo que es relevante para la comunidad runner.

Marketing de Influencia:

Colaboración con Runners Activos: Las publicaciones, reseñas y pruebas de producto por parte de estos influencers serán un medio orgánico y de alta credibilidad para llamar la atención.

Participación en Eventos de Running (Físicos): stands y Presencia de Marca

La estrategia de distribución de mundo runner será principalmente online y directa al consumidor con un enfoque omnicanal complementario.

Canales Principales de Distribución:

- Tienda Virtual Propia

- Marketplace

- Redes Sociales

2. Análisis ecosistema digital

Componentes del Ecosistema Digital:

- Ventas a través de Redes Sociales (Instagram Shopping, Facebook Shop):

- WhatsApp Business

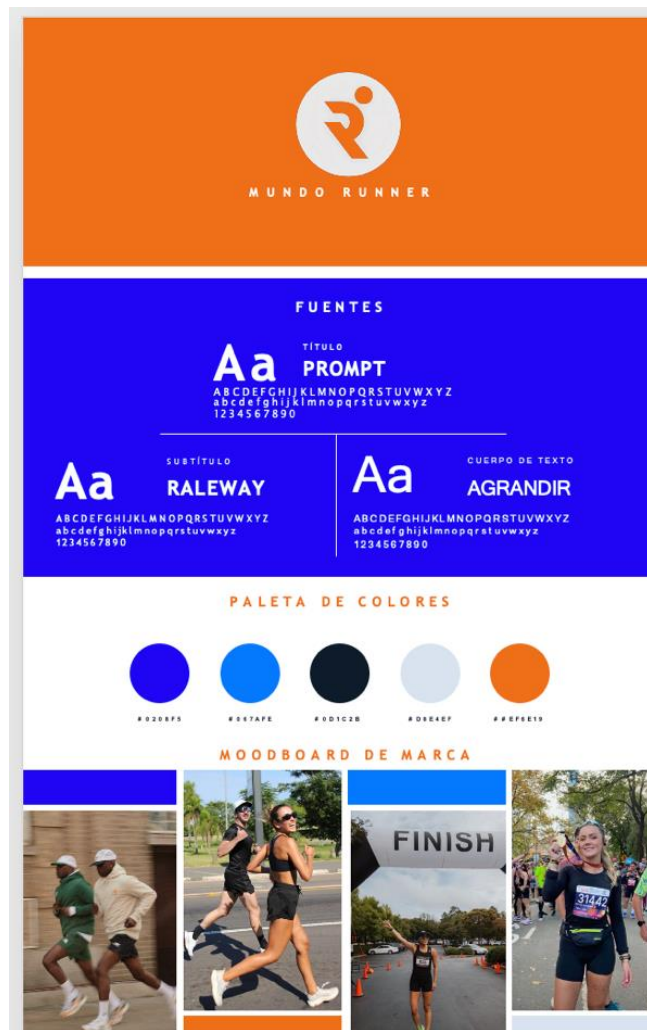
- Email Marketing

Crear y distribuir contenido relevante y valioso para los runners (guías de entrenamiento, consejos de nutrición, historias de superación, beneficios de la tecnología en la ropa). Este contenido se alojará en la tienda virtual (blog) y se promocionará en redes sociales, atrayendo tráfico orgánico y posicionando a mundo runner como una autoridad en el running.

Marketing de Influencia: La colaboración con "Runners activos en redes sociales" es un pilar. Ellos serán embajadores que prueben y validen las prendas, generando confianza y credibilidad en sus comunidades. El ecosistema digital facilita la identificación, el contacto y el seguimiento de estas colaboraciones.

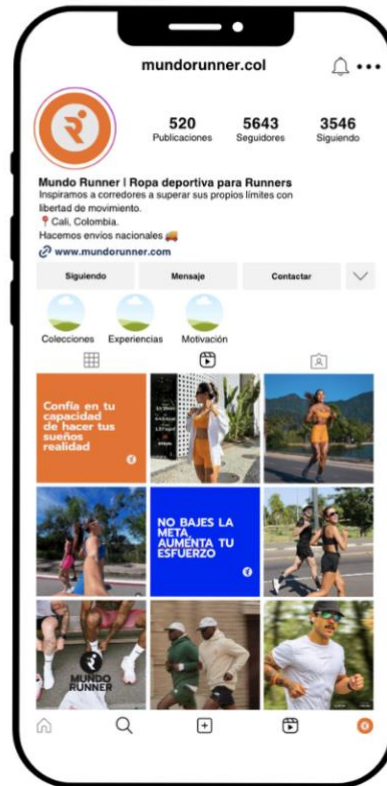
Experiencia Omnicanal: Aunque la base es digital, los stands en eventos físicos permiten un punto de contacto y venta complementario, donde los clientes pueden conocer la marca en persona y luego continuar su relación en el entorno digital.

3.1 Tendencias digitales



3.2 Boceto gráfico

FEED MUNDO RUNNER



4. Conclusiones

El Running como Fenómeno Consolidado y en Ascenso en Colombia: El running no es una moda pasajera en Colombia, sino una actividad deportiva profundamente arraigada y en constante crecimiento. La alta participación ciudadana en el deporte (56%), el incremento del 25% en corredores de maratones en 2023, y la magnitud de eventos como la Media Maratón de Bogotá (42.000+ corredores) son indicadores irrefutables de un mercado activo y con una base de consumidores en expansión. El sector de la ropa deportiva es una industria con un crecimiento significativo a nivel mundial (proyectado a US\$771.800 millones para 2032) y, crucialmente, en Colombia (crecimiento estimado del 8% de 2025 a 2034). Esta tendencia macroeconómica crea un entorno favorable y de alta oportunidad para nuevos jugadores.

El mercado general, impulsado por el aumento de corredores informados, está evolucionando hacia la búsqueda de indumentaria con características técnicas específicas (transpirabilidad, secado rápido). El 40% de incremento en la demanda de ropa tecnológica para running por parte de marcas líderes como Adidas y Nike lo confirma, demostrando que los consumidores están dispuestos a invertir en prendas que mejoren su experiencia.

Mundo runner tiene oportunidad de Mercado Sólida y Creciente surgiendo en un momento propicio, aprovechando el notable crecimiento y la consolidación de la comunidad runner en Colombia. El aumento del 25% en participación en eventos de carrera en 2023 y la masiva asistencia a maratones como la de Bogotá, junto con el

crecimiento del mercado de ropa deportiva en Colombia, validan la existencia de una demanda robusta y en expansión. El emprendimiento aborda una necesidad insatisfecha y clara: la falta de una oferta de ropa para runners especializada, con tecnología avanzada, asesoría experta y a precios justos en el mercado colombiano. Mundo runner se posiciona como la respuesta a la frustración de los corredores con la oferta genérica, dispersa y costosa.

Con una propuesta de Valor clara y diferenciadora, mundo runner se distingue por su hiperespecialización en indumentaria para runners (camisetas y pantalonetas inicialmente), su compromiso con la tecnología de alto rendimiento, la asesoría personalizada como valor añadido crucial, y una estrategia de precios competitiva gracias a convenios con proveedores. Esto le permite ofrecer calidad premium asequible. La estrategia de operar principalmente a través de una tienda virtual, marketplaces y redes sociales, le otorga un cubrimiento geográfico nacional desde el inicio con una inversión inicial contenida. Este enfoque digital permite flexibilidad, escalabilidad y un acceso directo al consumidor. Fuerte Enfoque en la Construcción de Comunidad: Más allá de la venta, mundo runner busca inspirar y fomentar un sentido de pertenencia en la comunidad runner. Las redes sociales, el marketing de influencia y la eventual participación en eventos físicos serán clave para crear una conexión emocional y generar lealtad a la marca.

5. Referencias

DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística). (2024,). [El running en Colombia].

Federación Colombiana de Atletismo. (2024) [crecimiento del 25% en participación de corredores en 2023].

Media Maratón de Bogotá. (2024). Resultados y participación de la Media Maratón de Bogotá 2024.

Maratón de Cali. (2025). Reporte de inscripciones y datos preliminares de la Maratón de Cali 2025. [Comunicado de prensa, noticia o informe oficial].

6. Anexos

Sección 1: Datos Demográficos y Hábitos de Running

- **1. ¿Cuál es tu edad?**
 - 18-24: 10% (5 corredores)
 - 25-34: 40% (20 corredores)
 - 35-44: 35% (17 corredores)
 - 45-54: 10% (5 corredores)
 - 55 o más: 5% (3 corredores)
- **2. ¿Cuál es tu género?**
 - Masculino: 55% (27 corredores)
 - Femenino: 45% (23 corredores)
- **3. ¿En qué ciudad/departamento de Colombia resides principalmente?**
 - Bogotá (Cundinamarca): 40% (20 corredores)
 - Cali (Valle del Cauca): 30% (15 corredores)
 - Medellín (Antioquia): 15% (7 corredores)
 - Barranquilla (Atlántico): 5% (3 corredores)
 - Otra: 10% (5 corredores)
- **4. ¿Qué distancia/tipo de *running* practicas con mayor frecuencia?**
(Respuestas múltiples)
 - Carreras cortas (hasta 10K): 30% (15 corredores)
 - Media distancia (10K - 21K): 70% (35 corredores)
 - Larga distancia (21K - 42K+): 45% (22 corredores)
 - Trail Running: 10% (5 corredores)
 - Ocasional / Principiante: 5% (2 corredores)
- **5. ¿Con qué frecuencia corres a la semana?**
 - 1-2 veces: 10% (5 corredores)
 - 3-4 veces: 55% (27 corredores)
 - 5-6 veces: 30% (15 corredores)
 - Todos los días: 5% (3 corredores)

Sección 2: Preferencias y Hábitos de Compra de Ropa para Correr

- **6. ¿Qué tipo de prendas utilizas principalmente para tus entrenamientos y carreras?** (Respuestas múltiples)
 - Camisetas técnicas: 95% (47 corredores)
 - Pantalónetas / Shorts: 85% (42 corredores)
 - Mallas / Leggings: 40% (20 corredores)
 - Chaquetas / Cortavientos: 30% (15 corredores)
 - Sujetadores deportivos (para mujeres): 20% (10 corredoras)
 - Calcetines técnicos: 70% (35 corredores)
 - Camisetas de algodón: 10% (5 corredores)
- **7. Al momento de elegir ropa para correr, ¿qué factor consideras MÁS importante?** (Una única selección)

- Tecnología del tejido (transpirabilidad, secado rápido): 45% (22 corredores)
- Comodidad y ajuste: 30% (15 corredores)
- Prevención de rozaduras: 15% (7 corredores)
- Precio: 5% (3 corredores)
- Durabilidad: 5% (3 corredores)
- **8. Evalúa la importancia de los siguientes factores al comprar ropa para correr (Promedio en escala de 1 a 5):**
 - **Transpirabilidad / Secado Rápido:** 4.8 (Muy importante)
 - **Ligereza de la prenda:** 4.5 (Muy importante)
 - **Prevención de rozaduras:** 4.7 (Muy importante)
 - **Libertad de movimiento:** 4.6 (Muy importante)
 - **Durabilidad y resistencia al lavado:** 4.2 (Importante)
 - **Diseño y estilo (colores, patrones):** 3.5 (Moderadamente importante)
 - **Precio:** 3.8 (Importante, pero no el más crítico)
 - **Reconocimiento de la marca:** 3.0 (Neutro a Moderadamente importante)
 - **Asesoría personalizada en la compra:** 4.3 (Importante)
 - de clubes/comunidad: 25% (12 corredores)

Análisis de los Resultados

Validación de la Demanda: La mayoría de los corredores son de media/larga distancia, corren con frecuencia y usan camisetas técnicas y pantalonetas. Hay un interés claro en el *running*.

Importancia de la Tecnología y Comodidad: Factores como la transpirabilidad, ligereza, prevención de rozaduras y libertad de movimiento son calificados como "muy importantes", validando la necesidad de ropa con tecnología avanzada.

Confirmación de las Frustraciones Actuales: La falta de oferta especializada, la ausencia de asesoría y los precios elevados son las principales quejas, confirmando las brechas del mercado que "Mundo Runner" busca llenar.

- **Interés Abrumador en mundo runner:** Un 95% de los encuestados está interesado o quizás interesado en una tienda como mundo runner, lo cual es un indicador muy positivo de la aceptación del mercado.
- **Comportamiento Digital del Público Objetivo:** Los corredores son muy activos en redes sociales y buscan información y reseñas de productos, lo que valida la estrategia de marketing digital de mundo runner (redes sociales, marketing de influencia, contenido).