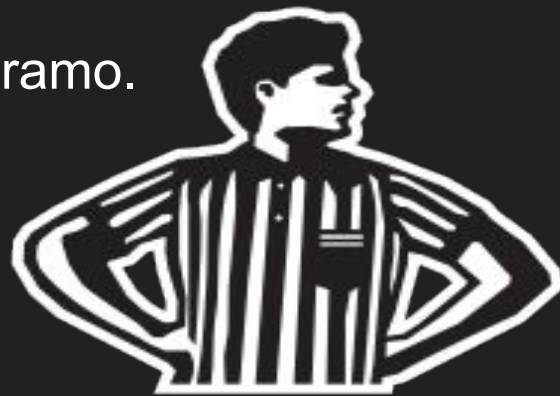


# Management e business planing.

Gropo costituito da: Alvaro Fernández Fernández e Jorge Burunat Moreno.

## IL NOSTRO BUSSINES PLAN:

- Apertura di un negozio di pediluvi a Teramo.



**Foot Locker®**

# -Indice dei contenuti:

1. Sintesi.
  - 1.1 Principali prodotti/servizi offerti e principali punti di forza rispetto ai prodotti concorrenti.
  - 1.2 Oportunità del mercato.
  - 1.3 Obiettivi.
2. Storia del foot locker.
3. Descrizione del prodotto.
  - Ventaggi.
  - Svantaggi.
4. Analisi di mercato
5. Modelo di recavi.
6. Analisi competitivi.
7. Strategia di acquisizione clienti.
8. Finanza.

# 1. Sintesi.

-Principali prodotti/servizi offerti e principali punti di forza rispetto ai prodotti concorrenti.

Prodotti offerti da Foot Locker sono principalmente sneakers moderne sia per uomo che per donna.

Ha anche una vasta gamma di abbigliamento e accessori urbani, che vanno dai cappelli alle cinture.

-Opportunità del mercato.

30 anni di esperienza conta più di 620 punti vendita. Tasso di crescita con vendite superiori del 4,3% rispetto all'anno precedente e un netto utile che cresce anch'esso del 5%, raggiungendo la cifra approssimativa di 281 milioni di euro. È un'attività attraente e redditizia.

-Obiettivi.

Definire l'opportunità di business. -Consentire uno studio di mercato che fornisca le informazioni necessarie per effettuare un corretto posizionamento del prodotto o del servizio. -Determinare con ragionevole certezza la fattibilità economica del progetto.

## 2. Storia del Foot Locker.

Foot Locker è una multinazionale americana di abbigliamento e calzature sportive. Ha sede a New York e opera in più di 20 Paesi con circa 3.900 franchising. Il suo logo e i suoi dipendenti indossano uniformi simili a quelle degli arbitri dei campionati sportivi americani.

Il marchio cominciò presto a espandersi in tutti gli Stati Uniti e negli anni '80 iniziò a operare anche in Europa. Ciò si scontrò, tuttavia, con il declino del proprietario Woolworth, che iniziò a chiudere molti dei suoi negozi in tutto il paese. Le attività di Foot Locker sono state controllate da un'entità chiamata Woolworth Company che, con il fallimento della società madre nel 1997, è diventata Venator Group e Foot Locker è diventata la principale azienda di calzature del gruppo Kinney. Nel 1998, Venator ha annunciato la chiusura di tutti i negozi Kinney, facendo diventare Foot Locker la società madre del gruppo e nel 2001 il gruppo stesso ha cambiato nome in Foot Locker.

### 3. Descrizione del prodotto.

Vantaggi del franchising - Accordi con i migliori marchi sportivi. - Alta redditività. - Oltre 30 anni di esperienza nel settore. - Appartenenza a un gruppo consolidato. - Immagine di marca nota e prestigiosa.

Svantaggi: - Pagamento delle quote di iscrizione e dei diritti d'autore. - Nessuna proprietà del marchio. - Le decisioni principali vengono prese dal franchisor, limitando la sua capacità di innovare e agire in modo indipendente. - Regole e linee guida strategiche imposte e rispettate dai manuali.

## 4. Analisi di mercato.

<b>Balance</b> <small>Todos los números en miles</small>				
Desglose	31/1/2020	31/1/2019	31/1/2018	31/1/2017
▼ Activos				
▼ Activos corrientes				
▼ Efectivo				
Caja y equivalentes de caja	907,000	891,000	849,000	1,046,000
<b>Caja total</b>	<b>907,000</b>	<b>891,000</b>	<b>849,000</b>	<b>1,046,000</b>
Cuentas pendientes netas	100,000	87,000	106,000	101,000
Inventario	1,208,000	1,269,000	1,278,000	1,307,000
Otros activos circulantes	6000	8000	4000	280,000
<b>Activos corrientes totales</b>	<b>2,386,000</b>	<b>2,518,000</b>	<b>2,551,000</b>	<b>2,633,000</b>
▼ Activos no corrientes				
▼ Propiedad, planta y equipo				
Propiedad bruta, planta y ...	5,097,000	2,153,000	2,158,000	1,927,000
Depreciación acumulada	-1,374,000	-1,317,000	-1,292,000	-1,162,000
<b>Propiedad neta, planta y ...</b>	<b>3,723,000</b>	<b>836,000</b>	<b>866,000</b>	<b>765,000</b>
Acciones y otras inversiones	149,000	110,000	22,000	6000
Valor llave	156,000	157,000	160,000	155,000
Activos intangibles	20,000	24,000	46,000	42,000
Otros activos a largo plazo	71,000	81,000	221,000	58,000
<b>Total de activos no corrientes</b>	<b>4,203,000</b>	<b>1,302,000</b>	<b>1,410,000</b>	<b>1,207,000</b>
<b>Activos totales</b>	<b>6,589,000</b>	<b>3,820,000</b>	<b>3,961,000</b>	<b>3,840,000</b>

-Nel bilancio, vediamo che le attività della società sono cresciute anno dopo anno, presentando una crescita del 174% dal 2017 al 2020, visto che nel 2016 le sue attività totali erano di 3.775 milioni di dollari e attualmente le sue attività totali sono 6.589 milioni di dollari  $6.589 / 3775 = 1,7454 * 100 = 174,54\%$ .

∨ Patrimonio neto y accionistas				
∨ Obligaciones				
∨ Pasivos circulantes				
Cuentas a pagar	333,000	387,000	258,000	249,000
Impuestos que se deben p...	4000	5000	11,000	5000
Obligaciones devengadas	211,000	226,000	229,000	211,000
Ingresos diferidos	43,000	41,000	49,000	49,000
<b>Pasivos circulantes totales</b>	<b>1,194,000</b>	<b>764,000</b>	<b>616,000</b>	<b>612,000</b>
∨ Obligaciones no corrientes				
Deuda a largo plazo	122,000	124,000	125,000	127,000
Obligaciones de impuesto...	2000	6000	15,000	3000
Otras obligaciones a largo ...	9000	274,000	254,000	217,000
<b>Total de obligaciones no ...</b>	<b>2,922,000</b>	<b>550,000</b>	<b>826,000</b>	<b>518,000</b>
<b>Pasivos totales</b>	<b>4,116,000</b>	<b>1,314,000</b>	<b>1,442,000</b>	<b>1,130,000</b>
∨ Patrimonio neto				
Acción ordinaria	-	809,000	842,000	900,000
Ganancias retenidas	-	2,104,000	2,019,000	2,254,000
Otro ingreso integral acumula...	-	-370,000	-279,000	-363,000
<b>Total de patrimonio neto de...</b>	<b>2,473,000</b>	<b>2,506,000</b>	<b>2,519,000</b>	<b>2,710,000</b>
<b>Total de obligaciones y capital...</b>	<b>6,589,000</b>	<b>3,820,000</b>	<b>3,961,000</b>	<b>3,840,000</b>

Ebbene, le sue passività sono aumentate di una percentuale maggiore durante l'ultimo anno, poiché il suo debito è passato da 1.130 a 4.116 milioni di dollari dal 2017 al 2020, il che rappresenta un aumento del suo debito del 364,24%.



## 5. Modelo di recavi.

Le entrate più importanti per la nostra azienda provengono dai nostri potenziali clienti, che in questo caso sono solitamente giovani che vogliono essere all'ultima moda. Per questo seguiamo un modello artigianale; si basa sulla generazione di valore attraverso creazioni uniche, sviluppando prodotti o servizi associati a processi artigianali che forniscono differenziazione e unicità.

## 6. Analisi competitivi.

1. Aiuta a identificare la proposta di valore unica del tuo prodotto.
2. Consente di valutare la fattibilità di nuovi prodotti e servizi.
3. Aiuta a valutare l'efficacia della tua strategia di marketing confrontando i siti Web.
4. Ti consente di identificare cosa sta facendo bene il tuo concorrente.
5. Individua dove i tuoi concorrenti non sono all'altezza.
6. Aiuta a capire cosa manca a un prodotto concorrente attraverso il feedback dei clienti e a considerare come potresti aggiungere funzionalità al tuo prodotto per soddisfare tali esigenze.

## 7. Strategia di acquisizione clienti.

- Potrete utilizzare i social network per diverse cose.
- Presentare i nostri prodotti e servizi.
- Rafforzare l'immagine del marchio.
- Utilizzatelo come piattaforma per il servizio clienti.
- Piattaforme molto utili per generare conversazioni con potenziali clienti.

## 8.Finanza

-Foot Locker ha registrato un utile netto di 223 milioni di euro nel terzo trimestre del suo anno fiscale, che è più del doppio dell'utile registrato nello stesso periodo dell'anno scorso. Le vendite sono aumentate del 9% nel trimestre rispetto a un anno fa, raggiungendo i 1.775 milioni di euro. Il costo dei prodotti venduti tra agosto e ottobre ha raggiunto i 1.227 milioni di euro, l'11% in più, mentre le spese di vendita, generali e amministrative si sono attestate a 357 milioni di euro, il 3,2%. Nell'insieme dei primi nove mesi del suo anno fiscale, Foot locker ha registrato un utile netto di 168 milioni di euro, il 44% in meno rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Da parte sua, le vendite sono diminuite del 7,3%, a 4.517 milioni di euro.