



POWER STRETCH

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS ENTREGA FINAL

Responsables:

FABIAN ENRIQUE PADILLA RINCON

DAVID ANTONIO FONSECA GARCIA

Asesor:

WILSON GARCIA CASTELLANOS

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Septiembre de 2016

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

LOGO

SLOGAN

MISIÓN

VISIÓN

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

MARCO REFERENCIAL

SEGMENTOS DE MERCADO

PROPOSICIONES DE VALOR

CANALES

RELACIÓN CON CLIENTES

INGRESOS

RECURSOS CLAVES

ACTIVIDADES CLAVES

ASOCIACIONES CLAVES

ESTRUCTURA DE COSTOS

EVALUACIÓN FINANCIERA

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INTRODUCCION

POWER STRETCH es una empresa Colombiana la cual está en el mercado de la fabricación , distribución y comercialización de prendas deportivas para deportes como : tenis y atletismo en todas sus modalidades , para deportistas amateur, aficionados y de alto rendimiento que se encuentren en un nivel socio económico medio , pero también para las personas que practican deporte independientemente del nivel y que cuenten con la facilidad y la necesidad de adquirir o comprar ropa deportiva para la práctica de su respectivo deporte . Cuenta también con un estándar de beneficios adaptados a dicha población, donde el precio está por debajo y la calidad está por arriba ,agilizando la comercialización en toda Colombia enfocados en la población mencionada .

Es importante para POWER STRETCH el innovar en el mercado con una excelente calidad ofertada a un bajo precio, también es más relevante tener datos y referencias de la competencia en la cual estará inmersa la empresa antes mencionada , por ejemplo : según un informe de la ANDI "Asociación de Industriales de Colombia" en el 2015 se encontraron alrededor de 450 fabricantes de textiles y 10.000 de confecciones, la mayoría con pequeñas fábricas que se pueden encontrar en las diferentes ciudades principales de Colombia .

Esta empresa presenta como objetivo principal la fabricación, diseño, distribución, innovación y comercialización de prendas deportivas para personas inmersas en el mundo del deporte y se denominen deportistas amateur, aficionados y de alto rendimiento que se encuentren en un nivel socio- económico medio o dentro de los estándares de dicha denominación en toda Colombia ,por esto serán ofertadas todo tipo de prendas deportivas para los deportes antes mencionados ,generado que cada cliente se sienta cómodo, feliz y sobre todo conforme para la práctica de sus competencias o entrenamientos, con ropa a un menor costo y con la misma calidad, tecnología y desempeño, pero también con más facilidades de adquirirla y un mejor confort a la hora de lucir y sentir las prendas deportivas durante y después de realizar sus actividades físicas-deportivas.

Es importante para la empresa tener impacto en el mercado ofreciendo diseños únicos y con calidad, que supla las necesidades de cada deportista, siendo así la mejor opción para la población ya mencionada anteriormente y generando un impacto fuerte al mercado actual, pero más allá de eso ser capaces de complacer y suplir las necesidades de los clientes potenciales.

MOLDEAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Esta empresa tiene como fin complacer, satisfacer y suplir las necesidades de los deportistas amateur, aficionados y de alto rendimiento que se encuentren en un nivel socio-económico medio o dentro de los estándares de dicha denominación, que practiquen, compitan o entrenen deportes como: tenis y atletismo en todas sus modalidades. Al ser una empresa nueva, mientras se logra posicionar, no tendrá mucha demanda, y buscara su expansión a través del voz a voz de los clientes, debido a la gran experiencia que se lleven con los productos. También se buscara expandir a través del marketing online

La idea surge de una necesidad latente, observada y comprendida en una comunidad de nivel socio-económico medio ya que en muchos casos la práctica de los deportes mencionados, (tenis y atletismo) es categorizada como de elite, y muchas personas de la comunidad no pueden estar adquiriendo en cada momento la indumentaria necesaria, es por esto que se realizó un sondeo con preguntas verbales a las personas que entrenan en la liga del salitre, observando así que en muchos casos las personas quisieran adquirir con más frecuencia prendas para sus deportes de preferencia que en este caso son tenis y atletismo, pero que así mismo, se ven abrumadas por el costo y valor monetario de diferentes marcas internacionales que hay en el mercado.

Se fabrican prendas que incluyan telas con diferente tecnología adecuada para cada deporte (nanoWik moisture movement, Hydrofleece, Clima Cool,), telas que cuentan con diferentes objetivos los cuales ayudan a la protección solar, movimiento de la humedad, impermeabilidad y sobre todo comodidad, pudiendo así innovar en el mercado y generar

un impacto en la población adquiriendo así más clientes potenciales en toda Colombia y posicionando esta marca que es 100% nacional.

POWER STRETCH piensa más que todo en la población en la cual se quiere suplir una necesidad por eso tendrá página web y diferentes plataformas en las redes sociales donde se publicara y difundirá la publicidad, de modo en que se pueda tener un contacto indirecto con el cliente pero que a su vez sea un excelente servicio, dando así un plus extra con promociones y beneficios de la marca de manera virtual e indirecta con el mejor personal capacitado.

MISION

Empresa que fabrica, diseña, distribuye, innova y comercializa prendas deportivas, toma decisiones y actúa basándose en 3 metas específicas:

- **Inspirar** momentos de felicidad y comodidad en las competencias, prácticas y/o en la vida cotidiana del deportista.
- **Marcar** la diferencia en cuanto a otras marcas, **posicionándose** en la mente (TOP MIND).
- **Brindar beneficios** como soluciones y alternativas que abarquen las diferentes poblaciones, enfocándonos en la situación problema que genere una comunidad.

VISION

Hacer lo necesario para lograr el máximo crecimiento, calidad y sostenibilidad generando un plan de trabajo a futuro que permita consolidar y lograr las diferentes metas, posicionando en unos años de manera consistente la empresa y proponiendo valores específicos para beneficio propio, innovando también en el sector textil de ropa deportiva colombiana, logrando así en el 2020 ser una empresa reconocida a nivel nacional por su calidad y buen servicio hacia los clientes.

FUNDAMENTACION HUMANISTA

La empresa considera que es necesario incluir valores que promuevan nuestro negocio y que impulsen la idea de negocio, por esto se deberá cumplir y vivir cada uno de los valores que se mencionaran a continuación : Integridad : es necesario ser autentico en el desarrollo de la marca POWER STRETCH, generando también, Calidad ya que lo que hacemos lo hacemos de manera excelente, pero también con Responsabilidad , mostrando que lo que suceda depende de cada persona , potenciando un talento humano y colectivo con Colaboración, sin dejar a un lado la pasión , es decir estar comprometidos con la razón y el corazón al fabricar nuestros productos.

MARCO REFERENCIAL

Power Stretch es una empresa que fabrica y comercializa ropa deportiva de la más alta calidad, tecnología y confort para deportes como tenis y atletismo en todas sus modalidades. La ropa de Power Stretch será para deportistas de todos los niveles, como el amateur y alto rendimiento, para poder así ofrecer una gran variedad de productos y precios que se acomoden más al cliente. La empresa se ubicara en la calle 63 con carrera 70, al lado de la liga del salitre, en donde se centra la práctica de los deportes mencionados anteriormente.

Se fabricará y comercializará ropa deportiva con materiales de la más alta calidad y comodidad, esto con el fin de generar un lucro, ya que Power Stretch posee una meta completamente económica y lucrativa, es por esto que al querer beneficiar a la población también se podrá garantizar una conciencia única en donde se promoverá la práctica del deporte y la actividad física de manera adecuada y con los mejores implementos deportivos.

SEGMENTOS DEL MERCADO

¿Clientes potenciales?

Principalmente son deportistas amateur, aficionados y de alto rendimiento que se encuentren en un nivel socio-económico medio en deportes como el tenis y el atletismo abarcando todas sus modalidades, debido a que este es el nivel socio-económico de la población que vive en el sector donde se encuentra la liga del salitre, siendo esta liga unas de las más reconocidas en Bogotá y Colombia. Por lo tanto es una población potencial, pero que ha sido excluida por ser el tenis y el atletismo deportes de elite. Por lo tanto Power

Stretch fabricara y distribuirá ropa deportiva de la mejor calidad, diseño, confort y precio para dichos clientes.

¿Población objetivo?

Deportistas amateur, aficionados y de alto rendimiento que se encuentren en un nivel socio-económico medio en deportes como el tenis y el atletismo y que no cuenten con la facilidad de adquirir prendas de las marcas más reconocidas por sus altos costos. También se ofrecerá el servicio a las personas que practican deporte independientemente del nivel y que cuenten con la facilidad y la necesidad de adquirir o comprar ropa deportiva para la práctica de su respectivo deporte.

Geográfica

País: Colombia

Ciudad: Bogotá

Localidad: Engativá

Barrio: Jardín Botánico

Liga de Salitre en la ciudad de Bogotá.

Demográfica

La localidad de Engativá contiene el 11.3% de los jóvenes bogotanos, siendo un dato fundamental debido a que el 75% de las personas que practican deporte en la liga del salitre, tienen una edad entre los 9 a 25 años. El barrio Jardín Botánico cuenta con una población de 3.766 habitantes, con un alto índice de población juvenil y una predominancia femenina sobre la masculina, siendo la femenina de 2196 mujeres y la masculina de 1570 hombres. Por lo tanto Power Stretch fabricara y comercializara ropa deportiva para hombre y mujer juvenil. Un plus que tiene la ropa deportiva, es que es una ropa que aunque tiene un enfoque deportivo y juvenil, es una ropa que puede ser usada por cualquier persona sin juzgar por su edad, ya que es una vestimenta que luce tanto para niños, jóvenes, adultos o adultos mayores.

Psicografica

Los clientes de Power Stretch serán las personas dedicadas a la práctica del tenis y el atletismo. Que practiquen el deporte como amateurs o aficionados y profesional, dicha población está alrededor de 100 asistentes a la liga semanalmente.

PROPOSICIONES DE VALOR

Power Stretch fabrica y distribuye una excelente calidad, con los mejores diseños, precios y confort en ropa deportiva para deportistas amateur, aficionados y de alto rendimiento que se encuentren en un nivel socio-económico medio en deportes como el tenis y el atletismo y que no cuenten con la facilidad de adquirir prendas de las marcas más reconocidas por sus altos costos. Power Stretch inspira momentos de felicidad, comodidad y satisfacción a sus clientes cuando realicen sus prácticas o competencias deportivas, potenciando su juego al máximo nivel. Se ofrecerá el servicio a las personas que practican deporte independientemente del nivel de juego y que cuenten con la facilidad y la necesidad de adquirir o comprar ropa deportiva. Por lo tanto la empresa quiere brindar la mejor experiencia con sus productos a sus clientes, ya que encontraran precios completamente asequibles a sus bolsillos y se llevaran lo último en tecnología y diseño para entrenar sus respectivos deportes con el máximo confort y sensación. La empresa contará con una gran variedad de diseños modernos y propios con la mejor calidad en telas, que ofrecerán comodidad y estilo, ya que son telas que con su tecnología favorecen el transporte de humedad, evita la fricción con la piel, protección solar e impermeabilidad. Power Stretch cuenta con personal calificado para la atención al cliente, lo que permitirá una asesoría completamente profesional, para que este encuentre exactamente lo que está buscando.

Además de esto Power Stretch facilita a sus clientes la adquisición de los productos, ya que estos pueden ser adquiridos a través de redes sociales, y de manera directa. Aunque la empresa maneja lo último en diseño y tecnología, los precios permitirán que una persona con un nivel socio económico medio, pueda adquirir los productos necesarios para practicar su respectivo deporte. Por otra parte, la empresa beneficiará a los primeros 100 clientes que adquieran sus productos y que evidencien fidelidad con la marca, ofreciéndoles un 15% de descuento de por vida, y un 25% de descuento durante 4 años por referir nuevos clientes.

Se realizara una revisión minuciosa de cada uno de los canales para así poder seleccionar de manera adecuada uno, de tal manera que con este se pueda generar eficiencia en cuanto al producto y así hacerlo llegar hacia su destino final; es decir el cliente. La empresa cuenta con los mejores canales de distribución para generar un gran impacto en los clientes potenciales. Se dispondrán de 3 canales, pero la empresa se enfocara en uno, de acuerdo con esto los canales que estarán a disposición de la empresa son:

CANAL DE DISTRIBUCIÓN DIRECTO (internet, tiendas deportivas):

Se pretende enfocar el contacto con el consumidor del producto de tal manera de que la empresa siempre este atenta y pueda generar impacto mediante este canal de distribución directa para lograr así ventas, distribución y la activación de los ingresos generados por nuestros clientes potenciales, obteniendo una efectividad única y óptima.

CANAL DISTRIBUCION CORTO (grandes almacenes minoristas):

Este proceso podría evidenciar una actividad de la empresa en donde se generen ventas de manera indirecta y en donde se podrá utilizar un enfoque netamente en el comercio minorista y así de esta manera se pueda evidenciar la distribución del producto.

CANAL DISTRIBUCION LARGO (tiendas de barrio):

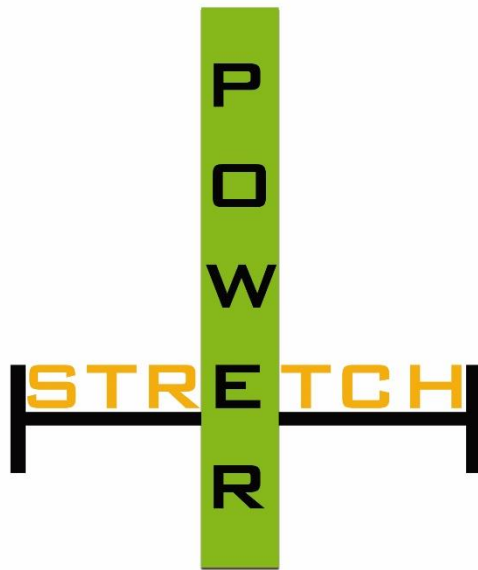
Es necesaria la implementación de estrategias en las cuales la empresa pueda llegar al cliente y suplir sus necesidades, de tal manera que se pueda lograr el impacto deseado y se llegue a la comunidad en donde surge la problemática que Power Stretch tiene como objetivo. También se busca que a partir de esto, se pueda masificar el desarrollo e impacto hacia otras poblaciones que puedan acoger la marca, por esto se fomenta la inclusión de mayoristas, distribuidores y/o revendedores, pudiendo así mostrar y dar a conocer el producto en distintos puntos, diferentes al de fabricación.

FASES DE CANALES

- Percepción ¿Cómo elevamos la percepción acerca de los servicios?

POWER STRETCH se fundamentara durante toda su incursión en el mundo textil como una empresa en la cual los clientes potenciales y clientes indirectos podrán tener acceso a un modelo de negocio con una estructura única y sencilla que les permita de cualquier manera entender y comprender el servicio que la empresa ofrece , para que asi

, se pueda satisfacer , comprender y ofrecer la mejor calidad , cubriendo básicamente la necesidad de los clientes específicos pero que a su vez pueda incluir más clientes. De esta manera cada una de las personas a las cuales se quiera llegar, podrán percibir siempre de manera adecuada las ventajas que se ofrecerán en la empresa.



Slogan: calidad, durabilidad y comodidad.

-Evaluación. ¿Cómo ayudamos a nuestros clientes a evaluar la proposición de valor de nuestra organización?

Los clientes tendrán la opción de responder una encuesta tipo Likert de 3 preguntas, en donde se calificara el servicio prestado. Estas preguntas evalúan la atención al cliente y la asesoría para la compra del producto. Las personas que realicen las compras online también dispondrán de esta opción, pero se evaluara la facilidad con la que se realizó la compra a través de la página. Aparte de esto y como opción para el cliente, después de realizada la compra, a cada cliente se le enviara un correo con una encuesta tipo Likert de 10 preguntas para que evalúen la calidad el producto.

-Compra ¿Cómo permitimos que nuestros clientes compren de manera específica nuestros productos y servicios?

En la empresa además de beneficios monetarios, también se podrán encontrar propuestas que incentiven la compra del producto, ofertando diversas garantías y controlando el proceso de confección de las prendas deportivas, haciendo que cada empleado de POWER STRETCH use y se sienta de manera confortable con nuestras prendas, para que así al momento de venderlas y ofrecerlas al público pueda tener una experiencia única sobre el material, diseño y durabilidad, enfocando a los clientes potenciales en un imaginario en donde puedan imaginarse comprando y luciendo nuestra marca de manera eficaz y fácil.

-Entrega. ¿Cómo entregamos la proposición de valor a los clientes?

POWER STRETCH siempre estará preocupado por el cliente es por esto que contara aparte de las instalaciones, con personal (domiciliarios) que controlen y puedan dirigirse a la casa de los clientes que desean adquirir las prendas. También se brindara total información sobre cada uno de los productos ofrecidos para que así las personas tengan conocimiento textil de la prenda por el que están interesados adquirir y conozcan los beneficios del mismo.

-Post-Venta. ¿Cómo proveemos soporte post-venta a nuestros clientes?

El cliente potencial de la empresa tendrá acceso a todas las facilidades que POWER STRETCH ofrece. Es decir se facilitara y se crearan diferentes métodos para estar en contacto con el cliente, por ejemplo la plataforma de Facebook y la página de internet, se piensa diseñar de acuerdo a un modelo en el cual se tenga registro de los clientes y ellos puedan comunicarse directamente con la empresa para facilitar información post-venta o para realizar quejas o sugerencias, reclamaciones y/o felicitaciones que ayuden al crecimiento y mejoramiento de la entidad. También se piensa en generar diferentes asesorías para las personas amateur que no sepan en específico que tipo de prenda debe adquirir mostrando acogida hacia el cliente, suministrando un servicio amplio y de calidad.

RELACION CON LOS CLIENTES ¿Que novedoso puede ofrecer a sus clientes?

Power Stretch fabrica y distribuye una excelente calidad, los mejores diseños, precios y confort en ropa deportiva para deportistas amateur, aficionados y de alto rendimiento que se encuentren en un nivel socio-económico medio en deportes como el tenis y el

atletismo y que no cuenten con la facilidad de adquirir prendas de las marcas más reconocidas por su nivel monetario(costoso) en la liga de Salitre en la ciudad de Bogotá , pero también se ofrecerá el servicio a las personas que practican deporte independientemente del nivel y que cuenten con la facilidad y la necesidad de adquirir o comprar ropa deportiva para la práctica de su respectivo deporte. Por lo tanto la empresa quiere brindar la mejor experiencia con sus productos a sus clientes, ya que encontraran precios completamente asequibles a sus bolsillos y se llevaran lo último en tecnología y diseño para entrenar sus respectivos deportes con el máximo confort y sensación. La empresa contara con una gran variedad de diseños modernos y propios con la mejor calidad en telas, que ofrecerán comodidad y estilo, ya que son telas que con su tecnología favorecen el transporte de humedad, evita la fricción con la piel, protección solar e impermeabilidad. Power Stretch cuenta con personal calificado para la atención al cliente, lo que permitirá una asesoría completamente profesional, para que este encuentre exactamente lo que está buscando.

Además de esto Power Stretch facilita a sus clientes la adquisición de los productos, ya que estos pueden ser adquiridos a través de redes sociales, y de manera directa. Aunque la empresa maneja lo último en diseño y tecnología, los precios permitirán que una persona con un nivel socio económico medio, pueda adquirir los productos necesarios para practicar su respectivo deporte. Por otra parte, la empresa beneficiara a los primeros 100 clientes que adquieran sus productos y que evidencien fidelidad con la marca, ofreciéndoles un 15% de descuento de por vida, y un 25% de descuento durante 4 años por referir nuevos clientes.

¿Cómo puede mejorar el desempeño de su servicio deportivo?

Es necesario contar con servicios que generen un plus pero que a su vez solo beneficien a los clientes de la empresa, es decir se podrán implementar asesorías personalizadas y/o virtuales a cada una de las personas que adquiera nuestras prendas, POWER STRETCH quiere generar constantes beneficios y oportunidades para que los clientes puedan seguir prefiriendo nuestra marca.

¿En qué forma trabajan la atención individualizada?

Contar con el antes mencionado valor agregado de asesorías personalizadas y/o virtuales ayudara a la empresa a mejorar constantemente y ayudara al cliente a tener pleno

conocimiento acerca de las prendas deportivas que ofrece la empresa, las preferencias y gustos de las personas serán importantes para crear estrategias de venta en donde cada uno de nuestros empleados tenga la capacidad de determinar de alguna manera (observando o analizando) a cada una de las personas para así ofrecer nuestras prendas y lograr que el cliente se sienta cómodo y satisfecho por como se ve y luce la prenda, servicios de alta calidad son necesarios para que la empresa crezca.

Como propuestas para desarrollar Marca o status para los usuarios se podrá:

1. Contar con estrategias específicas, diseñadas para el cliente potencial que demuestre el interés de la marca por la preocupación hacia el cliente, que a su vez muestre cada una de las características asignadas a sus prendas ya sea al terminar la asesoría personalizada o virtual, mediante una pequeña encuesta de satisfacción y/o gustos de la persona.

2. Es necesario contar con estrategias que fomenten el buen desarrollo de la empresa, empezando por tener impacto en el cliente potencial, por esto generar servicios adicionales sin ningún costo, sería lo indicado para impactar la población especificada anteriormente.

INGRESOS

Precios

De acuerdo a la población los precios que se deberán manejar son medios, para la población a la cual se quiere generar el servicio pero como también se ofrecerán oportunidades de compra a diferente público que cuente con la capacidad monetaria también se tendrán precios altos, estos se podrán manejar de manera especial, es decir con algún catalogo diferente o en una parte donde se muestren servicios Premium.

¿De qué forma los precios de su servicio pueden competir en el mercado?

La iniciativa de incursionar en el mercado textil Colombiano, busca la facilidad de adquisición para las personas mencionadas anteriormente, por esto generar promociones y/o bonos específicos con el fin de fidelizar con la empresa a las personas que adquieran los productos es necesario.

Empresas competencia.

Las empresas más conocidas en el mercado y que son la principal competencia de Power Stretch SON NIKE, ADIDAS, UNDERARMOUR, REEBOK, PUMA, y empresas

proveedoras como TOTAL TENIS, SMASH BALL, entre otras, que están ubicadas cerca de la liga deportiva del salitre y al local de la empresa .

Tabla # 0 Productos y precios de las empresas competencia

PRODUCTOS Y PRECIOS DE LAS EMPRESAS COMPETENCIA					
	Camiseta	Pantaloneta	Licra	Esqueletos	
NIKE	90.000	80.000	85.000	50.000	
ADIDAS	85.000	80.000	85.000	65.000	
UNDERARMOUR	90.000	85.000	87.000	75.000	
YONEX	80.000	70.000	75.000	65.000	
TOTAL TENIS	75.000	65.000	40.000	50.000	

Selección de las estrategias para definir el precio.

La estrategia de precios será por diferenciación ya que el objetivo es posicionar la marca en el mercado colombiano en donde este nicho de mercado aún no se encuentra desarrollado. Pese a que los precios que manejan otras empresas a nivel mundial son superiores, POWER STRETCH, por asumir relevancia en Colombia y no en el extranjero inicialmente manejará precios inferiores a las marcas NIKE, ADIDAS, UNDERARMOR, REEBOK.

Teniendo en cuenta los costos de cada referencia de las prendas y los precios que manejan los competidores en el mercado, los precios de Power Stretch serán los siguientes:

Tabla # 1 Camisetas

CAMISETAS POWERFIT		
Tipo Insumo	Cantidad de Insumo	Costo Total
Man de Obra	1	\$ 20.000
Etiquetado	1	\$ 500
Tela Hydrofleece	2	\$ 15.000
Transporte	NA	\$ 5.000
Empaque	1	\$ 3.500
COSTO UNITARIO		\$ 44.000,00

Tabla # 2 Pantalinetas

PANTALONETA DEPORTIVA		
Tipo insumo	Cantidad de Insumo	Costo Total
Mano de Obra	1	\$ 18.000
Etiquetado	1	\$ 500
Tela Pólux	2,5	\$ 17.000
Forro	1	\$ 4.000
Transporte	NA	\$ 5.000
Empaque	1	\$ 3.500
COSTO UNITARIO		\$ 48.000

Tabla # 3 Licra

LICRA ATLETISMO		
tipo insumo	Cantidad de Insumo	Costo Total
Mano de Obra	1	\$ 20.000
Etiquetado	1	\$ 500
Tela microfibra	1,7	\$ 14.000
Transporte	NA	\$ 5.000
Empaque	1	\$ 3.500
COSTO UNITARIO		\$ 43.000

Tabla # 4 Esqueleto

ESQUELETO ATLETISMO		
tipo insumo	Cantidad de Insumo	Costo Total
Mano de Obra	1	\$ 15.000
Etiquetado	1	\$ 500
Tela Climacool	2	\$ 12.000
Transporte	NA	\$ 5.000
Empaque	1	\$ 3.500
COSTO UNITARIO		\$ 36.000

Tabla # 5 Precios de venta y margen de contribución

MARGEN DE CONTRIBUCION							
PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA	MATERIA PRIMA	M.O. VARIABLE	GASTOS DE VENTA	TOTAL COSTOS VARIABLES	MARGEN DE CONTRIBUCION	CONTRIBUCION A VENTAS
Pantalóneta	65.000	48.000	0	520	48.520	16.480	25,35%
Camiseta	70.000	44.000	0	560	44.560	25.440	36,34%
Esqueleto	65.000	36.000	0	520	36.520	28.480	43,82%
Licra	68.000	43.000	0	544	43.544	24.456	35,96%

- El margen de contribución de la empresa es 35,13% lo cual se interpreta así: por cada peso que venda la empresa se obtienen 35 centavos para cubrir los costos y gastos fijos de

la empresa y generar utilidad. El producto con mayor margen de contribución es esqueleto, pantaloneta es el producto de menor margen de contribución.

Tabla # 6 proyección de ventas 1 año

VENTAS AÑO 1		
PERIODO	\$	%
jul/2017	9.380.000	9,14%
ago/2017	6.657.000	6,49%
sep/2017	5.703.000	5,56%
oct/2017	6.626.000	6,46%
nov/2017	12.060.000	11,75%
dic/2017	15.755.000	15,35%
ene/2018	8.040.000	7,83%
feb/2018	7.504.000	7,31%
mar/2018	6.034.000	5,88%
abr/2018	6.440.000	6,27%
may/2018	8.040.000	7,83%
jun/2018	10.395.000	10,13%

- Las ventas inician en el mes 7 del 2017. En el primer año se espera vender 102,63 millones de pesos. Se confía tener la mayor venta en el mes 6 de la proyección, por valor de 15,76 millones de pesos.

Tabla # 7 Ventas totales por producto

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO				
PRODUCTO	EN PESOS		EN UNIDADES	
	VENTAS AÑO	%	VENTAS AÑO	%
Pantaloneta	26.000.000	25,33%	400	26,13%
Camiseta	27.370.000	26,67%	391	25,54%
Esqueleto	22.880.000	22,29%	352	22,99%
Licra	26.384.000	25,71%	388	25,34%
	0	0,00%	0	0,00%
	0	0,00%	0	0,00%
	0	0,00%	0	0,00%
	0	0,00%	0	0,00%
	0	0,00%	0	0,00%
	0	0,00%	0	0,00%
	0	0,00%	0	0,00%
	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL	102.634.000	100,00%	1.531	100,00%

-el producto de mayor venta en el año 1 es camiseta el cual participa con un 26,67%. El producto de menor participación en el portafolio es esqueleto con una contribución de solo el 22,29%.

En lo que respecta al canal de promoción y venta de los artículos Power Stretch, se contemplan los siguientes aspectos:

- La primera vez que se accede a la página, el cliente tiene la oportunidad de registrar sus datos, de manera que sea más fácil controlar la información sobre el movimiento y la propagación del reconocimiento de la marca. Si el navegador virtual accede a dejar sus datos, obtendrá información privilegiada disponible en la página.

- Los clientes previamente vinculados obtendrán mayores beneficios frente a los precios, pues tendrán acceso a bonos de descuento por cumpleaños.

- Estos clientes también recibirán correos directos, informando sobre promociones espontaneas realizadas a lo largo del año.

- Las políticas de precio creadas por la empresa impiden recibir dinero en efectivo por la realización de la compra, pues Power Stretch reconoce que las transacciones bancarias hacia la cuenta de la empresa es la manera más ecológica de aceptar los pagos.

Transporte

En cuanto a la comercialización del producto o el servicio se establece que un elemento imprescindible es que este llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. Por esto, se busca un manejo efectivo del canal de distribución para generar buena recordación en los nuevos clientes. El costo aproximado de transporte a su destino es de \$4.900 COP con la empresa Deprisa.

Plataforma Virtual URBE

En este presupuesto se debe considerar la inversión inicial en la creación de la página web de Power Stretch, con la cual se usará la plataforma virtual URBE.COM. Esta ofrece 3 tipos de servicios dependiendo de la cantidad de productos que se quieran publicar. Power Stretch busca iniciar con el “plan avanzado” y con su crecimiento en el mercado ser un usuario “Profesional”.

Según la información de la tabla, al inicio de proyecto Power Stretch deberá pagar EUR.85 semestralmente, es decir que en el primer año invertirá \$586.554COP ya que su producción no superará los 150 productos permitidos en este plan.

Los criterios para escoger la plataforma fueron la libertad de diseño del sitio Web, la disponibilidad y eficacia del soporte técnico. Por otro lado, fue importante evitar la compra e instalación de algún software, al cual algún ordenador le fuese imposible acceder o abrir por diferencias en el sistema. Además, teniendo en cuenta el nivel de educación informática del público, se consideró útil que las herramientas de navegación fueran básicas y que no

requirieran de conocimiento previo para su uso. Finalmente, contribuyó a la selección de URBE como proveedor de este servicio la posibilidad de compartir los productos en redes sociales. Esto hace que sea amigable tanto para Power Stretch como para los clientes.

En lo que respecta al canal de promoción y venta de los artículos Power Stretch, se contemplan los siguientes aspectos:

- La primera vez que se accede a la página, el cliente tiene la oportunidad de registrar sus datos, de manera que sea más fácil controlar la información sobre el movimiento y la propagación del reconocimiento de la marca. Si el navegador virtual accede a dejar sus datos, obtendrá información privilegiada disponible en la página.
- Los clientes previamente vinculados obtendrán mayores beneficios frente a los precios, pues tendrán acceso a bonos de descuento por cumpleaños.
- Estos clientes también recibirán correos directos, informando sobre promociones espontaneas realizadas a lo largo del año.
- Las políticas de precio creadas por la empresa impiden recibir dinero en efectivo por la realización de la compra, pues Power Stretch reconoce que las transacciones bancarias hacia la cuenta de la empresa es la manera más ecológica de aceptar los pagos.

Transporte

En cuanto a la comercialización del producto o el servicio se establece que un elemento imprescindible es que este llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. Por esto, se busca un manejo efectivo del canal de distribución para generar buena recordación en los nuevos clientes. El costo aproximado de transporte a su destino es de \$4.900 COP con la empresa Deprisa.

Plataforma Virtual URBE

En este presupuesto se debe considerar la inversión inicial en la creación de la página web de Power Stretch, con la cual se usará la plataforma virtual URBE.COM. Esta ofrece 3 tipos de servicios dependiendo de la cantidad de productos que se quieran publicar. Power Stretch busca iniciar con el “plan avanzado” y con su crecimiento en el mercado ser un usuario “Profesional”.

Según la información de la tabla, al inicio de proyecto Power Stretch deberá pagar EUR.85 semestralmente, es decir que en el primer año invertirá \$586.554COP ya que su producción no superará los 150 productos permitidos en este plan.

Los criterios para escoger la plataforma fueron la libertad de diseño del sitio Web, la disponibilidad y eficacia del soporte técnico. Por otro lado, fue importante evitar la compra e instalación de algún software, al cual algún ordenador le fuese imposible acceder o abrir por diferencias en el sistema. Además, teniendo en cuenta el nivel de educación informática del público, se consideró útil que las herramientas de navegación fueran básicas y que no requirieran de conocimiento previo para su uso. Finalmente, contribuyó a la selección de URBE como proveedor de este servicio la posibilidad de compartir los productos en redes sociales. Esto hace que sea amigable tanto para Power Stretch como para los clientes.

Venta de activos

Venta de activos debido a que Power Stretch vende productos o bienes tangibles a cambio de un monto en efectivo o electrónico que es pagado por el cliente que quiere adquirir los productos de la empresa. Los activos que venden son camisetas, pantalonetas, licras y esqueletos.

Precios fijos

Son precios fijos porque la mano de obra no tiende a tener cambios significativos en costo, como tampoco las telas, transporte, arriendos, etc., por lo cual los precios se mantienen estables y son muy mínimas las variaciones. La empresa siempre estará en busca de expansión y mayor reconocimiento, para los primeros y más frecuentes clientes, se les mantendrán los precios iniciales, siempre y cuando evidencien fidelidad con la marca, ofreciéndoles un 15% de descuento de por vida, y un 25% de descuento durante 4 años por referir nuevos clientes.

RECURSOS CLAVES

RECURSOS FÍSICOS

Infraestructura: Como idea primordial jugar con los colores de nuestro logo se considera el primer paso para la decoración de nuestros estantes, paredes, y en general nuestros locales y paginas virtuales, ya que es necesario que cada persona sienta que al ingresar al espacio de POWER STRETCH, se sienta cómodo visualmente y espacialmente con ganas de adquirir nuestros servicios ofertados.

Brindar espacios donde las personas se puedan medir sus prendas con una excelente comodidad, es adecuado por ende en POWER STRETCH cada cliente contara con su espacio altamente diseñado, en donde se sentirá como en casa y podrá tener una experiencia diferente al momento de probar la materia prima de la empresa , con espacios grandes, tapizados con nuestro logo y alfombras especiales que sea agradable pisar sin zapatos, también ofrecer espejos en todo el vestidor le ayudara el cliente a fijarse en cada aspecto de como lucir la prenda.

También se tendrán locales adecuados especialmente para nuestros clientes amantes del tenis y de atletismo, en donde se muestren figuras asociadas a los deportes mencionados y en donde se pueda apreciar un poco de la historia para que de tal manera, los clientes potenciales puedan sentir que no solo compraran ropa de excelente calidad sino que también se jugara con la mente de cada persona interesada en la marca.

Jugar con figuras, formas, luces y modelos a escala de nuestro logo nos permitirá implementar estrategias visuales de marketing que ayuden a las personas a identificar la marca pero que a su vez también permitan el reconocimiento de nuestro producto en diferentes espacios, consolidando que así como nuestra publicidad nuestras prendas y servicios también serán excelentes y únicos.

Cada uno de los espacios de la empresa estará adecuado con lo necesario para el correcto funcionamiento de la empresa, por esto, añadir complementos necesarios tales como caja registradora, computador, vitrinas, estanterías.

RECURSOS HUMANOS

Para comenzar con la empresa es necesario contar con diferentes profesionales, los cuales tendrán funciones empresariales para la dirección adecuada de la empresa, dicho esto se nombraran a continuación:

Personal administrativo: El cual deberá estar en la capacidad de : planificar cada uno de los objetivos, políticas y metas, para que de esta manera se pueda tener el manejo controlado de la empresa, también organizaran los parámetros para el desarrollo de proyectos , buscando mejorar y aplicar diferentes proyectos en beneficio de la entidad, además dirigir los objetivos y las metas que la empresa tenga, abarcando cada uno de los trabajadores , clientes y personas externas que desean el servicio de POWER STRETCH,

por ultimo controlar los procedimientos adecuados para poder observar si los parámetros de la empresa se están cumpliendo a cabalidad.

Con el tiempo de apertura también vendrá nuevo personal necesario para el correcto funcionamiento de la empresa, este personal seria: Una persona capacitada para la recepción, que tenga la capacidad de aprender y pueda llegar a tener el mejor servicio al cliente, además se contratara un jefe de personal el cual tendrá como función escoger de manera adecuada el personal, controlándolo y orientándolo siempre para mejorar. También se tendrá que contar con personal de servicios generales, estas personas serán externas a la empresa.

En esta empresa se cuenta con el apoyo de compañeros externos al proyecto que están en capacidad de colaborarnos con la publicidad adecuada que sea capaz de impactar nuestros clientes potenciales y cualquier población interesada, dicha persona cuenta con el título de publicista, también será la encargada de posicionar un estándar único con diseños especiales para nuestros clientes.

RECURSOS INTELECTUAL

Es necesario aclarar que en este caso POWER STRETCH sería el recurso intelectual, contemplado así como, Capital Humano + Capital de la Economía de Mercado + Capital Estructural es decir la marca será adoptada como los recursos intangibles.

RECURSOS ECONÓMICOS

Sera necesario que para empezar tengamos que conseguir un crédito bancario por si en algún momento los ahorros de cada inversionista (2 en este caso), no alcanza para completar el capital de inversión ya que el capital inicial será producto de los ahorros de cada inversionista.

Tecnología: Como se menciona en capítulos anteriores empezando desde nuestras confecciones se utilizaran prendas tecnológicas competentes en el mercado, a su vez también se adquirirán productos necesarios para facturar y recibir pedidos de manera eficiente y rápida.

EVALUACION DE PROVEEDORES

Como procesos adecuados se tendrán en cuenta la compra de nuestra materia prima (telas, hilos y demás materiales), que faciliten la confección de las prendas y permitan desarrollar catálogos informativos y que a su vez permita ofrecer la variedad de productos, buscando siempre la satisfacción de nuestros clientes.

Como valor agregado haremos parte de la internet y estaremos al alcance de nuestros clientes potenciales o cualquier persona que desee adquirir nuestros productos, por esto POWER STRETCH, busca tener el mayor impacto a través de (tecnologías de la información y la comunicación) pero en este caso se manejaran diferentes redes sociales tales como:

powerstretch@gmail.com



<https://www.facebook.com/powerstretch/>



@powerstretch



ACTIVIDADES CLAVE

POWER STRETCH se encargara de:

- Distribuir rápidamente los productos y servicios.
- Captar cada una de las tendencias que estén en el mercado textil deportivo.
- Generar ventar online 100% seguras para cada uno de los clientes.
- Tener ofertas y promociones adecuadas al cliente potencial.
- Servicios eficaces post-venta para cualquier cliente.
- Gestionar adecuadamente la plataforma web.
- Organizar posibles negociaciones con empresas que pretendan aliarse a la marca.

ASOCIACIONES CLAVES

Para potenciar y mejorar el modelo de negocio se crearan alianzas estratégicas con el fin de reducir riesgos y adquirir recursos, los cuales ayuden al crecimiento específico de POWER STRETCH es por esto que:

Cada alianza estará pensada en comenzar a incursionar y establecer de cierta manera conexiones con las empresas que estén impactando de manera innovadora la sociedad colombiana (de moda), para así obtener contratos de exclusividad y de esta manera potenciar ambas marcas, creando una barrera de seguridad en donde la competencia (otras empresas), tengan un filtro a la hora de entrar al mercado y POWER STRETCH sea un competidor fuerte, también con esta alianza se lograra proporcionar publicidad exclusiva en donde las empresas aliadas incluyan nuestra marca en sus afiches, volantes y/o página web, con el fin de dar a conocer la propuesta de nuestro negocio y podamos impactar mediante aplicación del marketing mutuamente.

Cada socio de POWER STRETCH deberá generar un aporte económico para poder generar dichas alianzas pero esto se piensa a futuro, cuando la empresa empiece a generar ingresos, pero no se descartan las alianzas estratégicas que propongan otras empresas y que no generen gastos por parte de POWER STRETCH.

Se piensa además que entre las alianzas posibles se puede contar con:

- Equipo de atletismo universidad santo tomas.
- Equipo de tenis universidad santo tomas.

Con la universidad santo tomas se podría generar algún acuerdo en donde se pueda diseñar la ropa de los deportistas mencionados anteriormente, colocando así nuestro logo para darlo a conocer en competencias como ASCUN o INTER FACULTADES.

- COLEF(colegio colombiano de educadores físicos, profesiones afines y profesiones auxiliares)

Contamos con la oportunidad de tener en la universidad nuestro decano de Cultura Física Deporte y Recreación el cual también es el presidente actual del COLEF, por esto se piensa diseñar algún convenio en el cual él nos permita difundir de manera adecuada nuestra información ya sea en sus páginas web o en sus instalaciones, esta es una oportunidad importante ya que en la empresa mencionada anteriormente se encuentra la

mayor población de personas afines al deporte y actividad física, es decir la oportunidad de encontrar muchos entrenadores de atletismo y tenis.

ESTRUCTURA DE COSTOS POWER STRETCH

Para POWER STRETCH es necesario tener la capacidad de cuidar cada peso invertido en el proyecto para que así cada uno de estos se pueda usar de la mejor forma, es decir con el fin de suplir un objetivo y/o necesidad específica solo si es necesario, cuidar los recursos económicos es necesario pero también lo es el cuidar y mantener los recursos físicos, para que de esta manera los empleadores que estarán desde el principio puedan enfocarse en apoyar el esfuerzo e invertir tiempo, constancia y dedicación en la decisión de la empresa de cuidar más allá del recurso económico. Cada día en la empresa se buscara el poder fortalecer actitudes que comprometan el nombre de la marca por parte del equipo de trabajo, puesto que de alguna manera esto podría afectar los ingresos, dicho esto siempre se buscara la fidelización del cliente.

COSTOS FIJOS

Tabla # 1 Composición de los costos fijos

COMPOSICION DE LOS COSTOS FIJOS		
TIPO DE COSTO	MENSUAL	ANUAL
MANO DE OBRA	\$ -	\$ -
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.382.788	\$ 16.593.450
CREDITOS	\$ -	\$ -
DEPRECIACION	\$ 34.972	\$ 419.667
TOTAL	\$ 2.582.788	\$ 31.413.117

BALANCE GENERAL PROYECTADO

ACTIVO	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
CAJA	9.932.000	14.991.478	13.326.540	13.146.540
CUENTAS POR COBRAR				
INVENTARIOS	128.000	128.000	128.000	128.000
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	10.060.000	15.119.478	13.454.540	13.274.540
ACTIVOS SIN DEPRECIACION	1.714.000	1.714.000	1.714.000	1.714.000
DEPRECIACION		419.667	839.333	1.259.000
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	1.714.000	1.294.333	874.667	455.000
OTROS ACTIVOS	140.000			
TOTAL ACTIVOS	11.914.000	16.413.811	14.329.207	13.729.540
PASIVO				
CUENTAS POR PAGAR				
PRESTAMOS				
IMPUESTOS POR PAGAR		1.484.938		
PRESTACIONES SOCIALES				
TOTAL PASIVO		1.484.938		
PATRIMONIO				
CAPITAL	11.914.000	11.914.000	11.914.000	11.914.000
UTILIDADES RETENIDAS			3.014.874	2.415.207
UTILIDADES DEL EJERCICIO		3.014.874	(599.667)	(599.667)
TOTAL PATRIMONIO	11.914.000	14.928.874	14.329.207	13.729.540
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	11.914.000	16.413.811	14.329.207	13.729.540

- Los costos y gastos fijos del primer año, ascienden a \$ 31.413.117, no se presupuesta mano de obra, se establecen 14,4 millones de pesos en costos de producción, se calculan 16,59345 millones de pesos para gastos administrativos, no se estudian credits. Se contabilizan 0,419666666666667 millones de pesos para depreciación.

Tabla # 2 Costos variables

PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA	MATERIA PRIMA	M.O. VARIABLE	GASTOS DE VENTA	TOTAL COSTOS VARIABLES
Pantaloneta	65.000	48.000	0	520	48.520
Camiseta	70.000	44.000	0	560	44.560
Esqueleto	65.000	36.000	0	520	36.520
Licra	68.000	43.000	0	544	43.544

Tabla # 3 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO		VENTAS TOTALES ANUALES:		\$ 89.425.575
PRODUCTOS	VENTAS ANUALES	UNIDADES ANUALES	VENTAS MENSUALES	UNIDADES MENSUALES
Pantaloneta	22.653.945	349	1.887.829	29,04
Camiseta	23.847.633	341	1.987.303	28,39
Esqueleto	19.935.471	307	1.661.289	25,56
Licra	22.988.526	338	1.915.710	28,17
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
TOTAL VENTAS ANUALES	\$ 89.425.575	VENTAS MENSUALES	\$ 7.452.131	

- Teniendo en cuenta la estructura de costos y gastos fijos y el margen de contribución de la empresa, se llega a la conclusión que la organización requiere vender \$ 89.425.575 al año para no perder ni ganar dinero. Se requieren ventas mensuales promedio de 7,5 millones de pesos. Al analizar las proyecciones de ventas se determina que la empresa, en el primer año, alcanza el punto de equilibrio.

EVALUACION FINANCIERA

Inversión Inicial

Tabla # 4 Resumen de inversión y financiación

RESUMEN DE INVERSION Y FINANCIACION								
	RECURSOS PROPIOS		CREDITO		NO REEMBOLSABLES Y DONACIONES		TOTAL	
ACTIVOS FIJOS	\$ 1.714.000	14%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ 1.714.000	14%
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 10.200.000	86%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ 10.200.000	86%
Total general	\$ 11.914.000		\$ -		\$ -		\$ 11.914.000	
DISTRIBUCION INVERSION	100,00%		0,00%		0,00%			

Tabla # 5 Activo fijo

ACTIVOS FIJOS				
Periodo de inversión:	TOTAL		OTRAS FUENTES	TOTAL
	APORTES	CRÉDITO		
TERRENOS	0	0	0	0
EDIFICIOS	0	0	0	0
MAQUINAS	0	0	0	0
EQUIPOS	0	0	0	0
VEHICULOS	0	0	0	0
MUEBLES Y ENSERES	650.000	0	0	650.000
HERRAMIENTAS	0	0	0	0
COMPUTAD. PRODUC.	1.064.000	0	0	1.064.000
COMPUTAD. ADMON.	0	0	0	0
CAPITAL DE TRABAJO	10.200.000	0	0	10.200.000
TOTAL	11.914.000	0	0	11.914.000

- La inversión total para a la realización del proyecto es de \$ 11.914.000. Se aporta el 100% con recursos propios. De la inversión se destina para capital de trabajo el 85,61% y para activos fijos el 14,39%.

Valor Presente Neto y La TIR

Tabla # 5 Flujo de fondos anual

FLUJO DE FONDOS ANUAL	
CONCEPTO	AÑO 1
INGRESOS OPERATIVOS	
VENTAS DE CONTADO	102.634.000
VENTAS A 30 DIAS	0
VENTAS A 60 DIAS	0
VENTAS A 90 DIAS	0
VENTAS A 120 DIAS	0
VENTAS A 150 DIAS	0
TOTAL INGRESOS OPERATIVO	102.634.000
EGRESOS OPERATIVOS	
MATERIA PRIMA	65.888.000
GASTOS DE VENTA	821.072
MANO DE OBRA VARIABLE	0
MANO DE OBRA DIRECTA FIJA	0
OTROS COSTOS DE PRODUCCION	14.400.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	16.593.450
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	97.702.522
FLUJO NETO OPERATIVO	4.931.478
INGRESOS NO OPERATIVOS	
APORTES	
ACTIVOS FIJOS	1.714.000
CAPITAL DE TRABAJO	10.200.000
FINANCIACION	
ACTIVOS FIJOS	0
CAPITAL DE TRABAJO	0
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	11.914.000
EGRESOS NO OPERATIVOS	
GASTOS PREOPERATIVOS	140.000
AMORTIZACIONES	0
GASTOS FINANCIEROS	0
IMPUESTOS	0
ACTIVOS DIFERIDOS	0
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	1.714.000
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	1.854.000
FLUJO NETO NO OPERATIVO	\$ 10.060.000
FLUJO NETO	\$ 14.991.478
+ SALDO INICIAL	\$ 9.932.000
SALDO FINAL ACUMULADO	\$ 14.991.478

- El proyecto posee una inversión de \$ 11.914.000. Al primer año de operación arroja un flujo de efectivo de 14,99 millones, para el segundo año, el valor es de -1,66 mm y para

el tercero de -0,18 mm. La viabilidad financiera se determina a través de tres indicadores, el primero de ellos es la tasa interna de retorno o TIR la cual es de 12,17%. Se interpreta como: el proyecto arroja una rentabilidad del 12,17% promedio anual. Esta dentro de los parámetros de los proyectos.

Asociaciones clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relaciones con clientes	Segmentos de mercado
Asociaciones clave por parte de cada socio de Power Stretch: Fabián Padilla y David Fonseca. Se piensa además que entre las alianzas posibles se puede contar con: - Equipo de atletismo universidad santo tomas. - Equipo de tenis universidad santo tomas. - COLEP (colegio colombiano de educadores físicos, profesiones afines y profesiones auxiliares) 	- Distribuir rápidamente los productos y servicios. - Capitar cada una de las tendencias que estén en el mercado textil deportivo. - Generar ventar online 100% seguras para cada uno de los clientes. - Tener ofertas y promociones adecuadas al cliente potencial. - Servicios eficaces post-venta para cualquier cliente. - Gestionar adecuadamente la plataforma web. - Organizar posibles negociaciones con empresas que pretendan aliarse a la marca. 	- Fabrica y distribuye una excelente calidad, con los mejores diseños, precios. - Diseños únicos, innovadores. - lo último en tecnología y diseño para entrenar sus respectivos deportes con el máximo confort y sensación - Diferente tecnología adecuada para cada deporte (nanowik moisture movement, Hydrofleece, Clima Cool.) - Productos adquiridos por página web, y redes sociales: Facebook, twitter, Instagram. 	- Generar satisfacción a través de la propuesta de valor ofertada anteriormente. - Fidelización y retención al cliente mediante redes sociales y de manera directa con bonos de descuento. 	- Liga del salitre en Bogotá. - Buen Precio y calidad en sus productos. - Para deportistas amateur, aficionados y de alto rendimiento - Diseños personalizados - Cualquier persona que le guste la práctica del tenis y atletismo y tenga capacidad económica. 
Estructura de costos Costos Fijos: \$31.413.117 Costos Variables: 13.729.540 Costo variable unitario: \$ 173.144 Punto de Equilibrio: 318 productos – \$ 10.056.000 Aproximadamente Evaluación Financiera: VPN: \$ 89.425.575 TIR: 12,17 % RI: 6 Meses	Recursos clave - Físicos: Infraestructura, materiales, logo, pg virtuales. - Intelectuales: Capital Humano + Capital de la Economía de Mercado + Capital Estructural es decir la marca será adoptada como los recursos intangibles. - Humanos: Departamentalización - Económicos: Aporte de socios, crédito bancario.	Fuentes de ingresos - Directamente de la venta de las prendas deportivas y accesorios deportivos. - Ingresos por compras via internet Total de ingresos: \$ 7.452.131 	Canales - Canal de distribución directo (internet, tiendas deportivas) - Canal distribución corto (grandes almacenes minoristas) - Canal distribución largo (tiendas de barrio) - Otros.	

CALIDAD, DURABILIDAD Y COMODIDAD.

REFERENCIAS

- Sociedades, S. d. (25 de Noviembre de 2013). Superintendencia de sociedades DESEMPEÑO DEL SECTOR DEL SECTOR TEXTIL-CONFECCIÓN. Recuperado el 4 de Marzo de 2016, de Superintendencia de sociedad DESEMPEÑO DEL SECTOR DEL SECTOR,TEXTIL- NFECCIÓN:<http://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf>

- Modelo Canvas, Entuxia-consultoría de creación de empresa(PDF)
<http://www.entuxia.com/financiacion/wp-content/uploads/MODELO-DE-NEGOCIO-CANVAS-EJEMPLO.pdf>