



Universidad del
Rosario

UR emprende
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO



Somos energía creadora

Opción de grado en
Emprendimiento 1

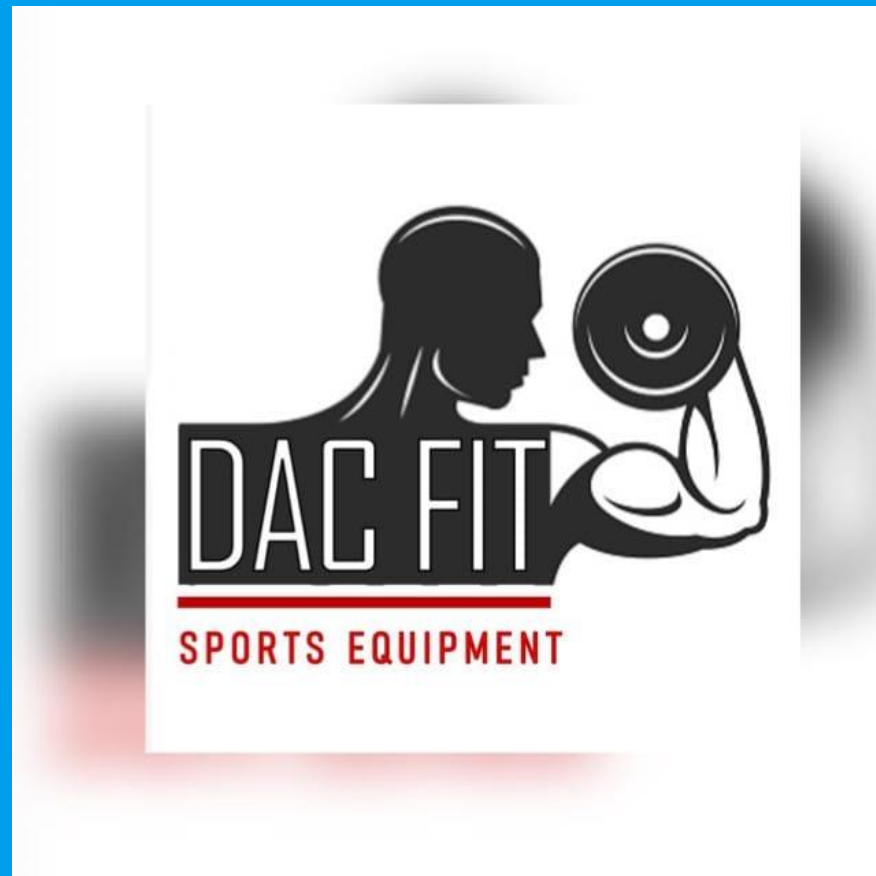
DAC FIT SPORTS

Integrantes

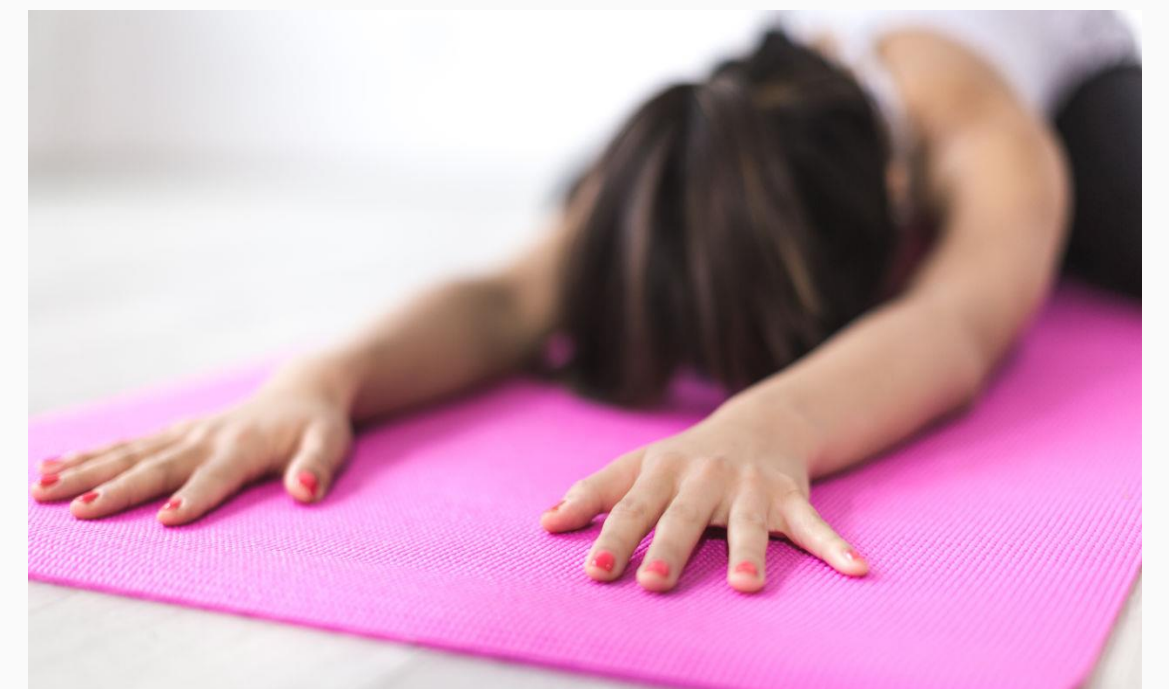
**Juan Camilo
Cruz Ortegón**



DAC FIT SPORTS



DAC FIT SPORTS es un emprendimiento nacido en el año 2019 que se dedica a vender productos para realizar actividad física por medio de las redes sociales.



PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA



Problemática → Ahorrar tiempo, dinero y calidad en pro de su bienestar físico.

Luego de la pandemia el uso del gimnasio bajo casi un 40 % por gustos o preferencias de los usuarios (revista sport fitness).

Oportunidad perfecta para modelos innovadores como lo es este emprendimiento.

40%

SOLUCIÓN Y DIFERENCIAL

Solución oportuna → cambio de gusto de los usuarios luego de la pandemia

Productos claves en las tendencias del mercado

Red social (Instagram), los clientes contactan a la página, se concreta la venta y el cliente hace uso de los productos.

Los **diferenciales** con respecto a otras marcas parecidas:

- Experiencia previa en el comercio durante la pandemia
- Flujo de clientes
- Conocimiento del ecosistema y mercado
- Relación previa con proveedores
- Manejo de envíos
- Excelentes recomendaciones



ESTRATEGIA COMERCIAL

SEGMENTO: JOVENES 17 – 25 AÑOS CON GANAS DE MEJORAR SU RENDIMIENTO FISÍCO

Punto de equilibrio en 2020

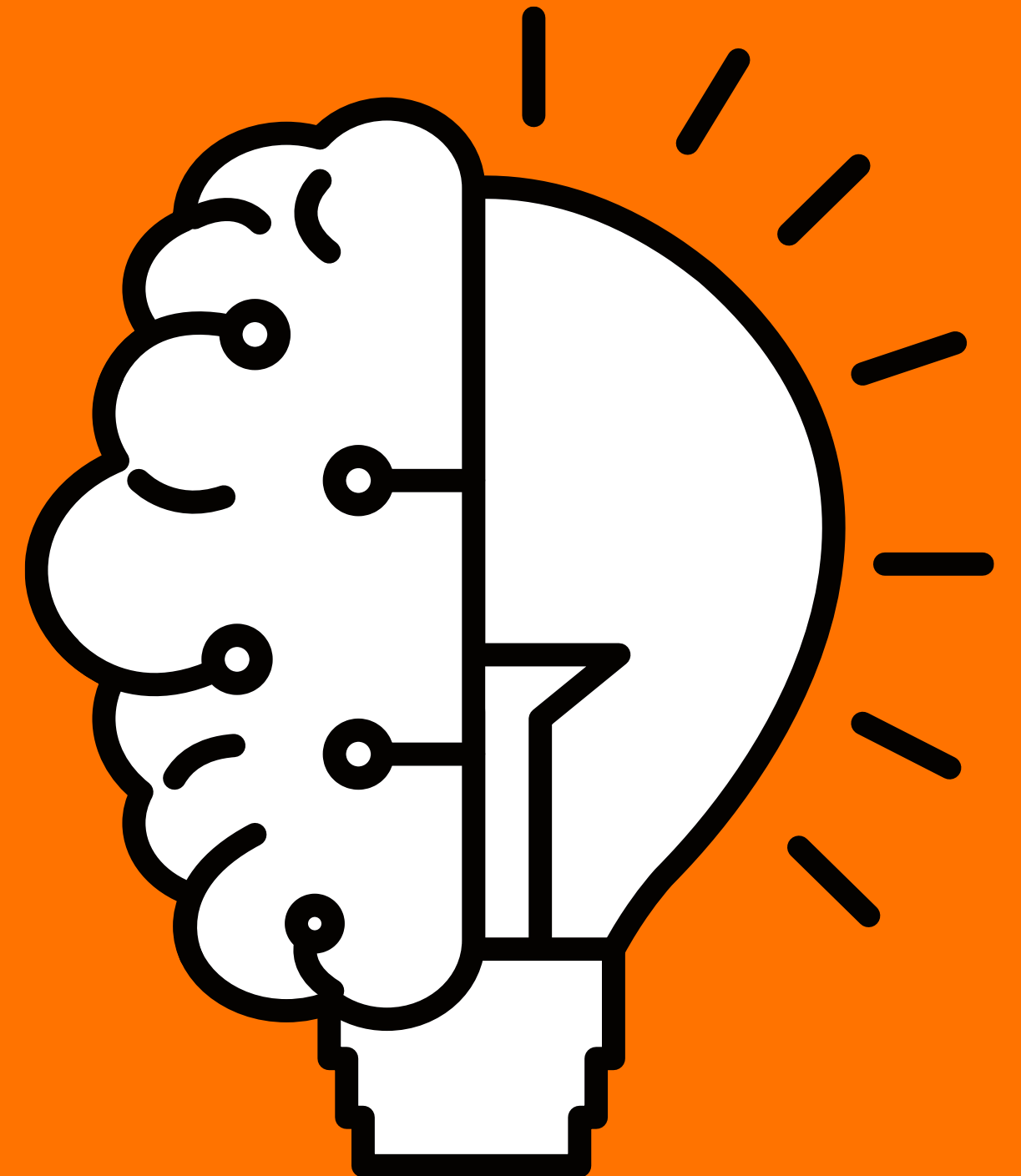
Plan de marketing del emprendimiento

Elementos

- a. Voz a voz
- b. Publicidad por medio de ads en Instagram

Objetivos

- a. Recuperar el éxito previo, bajo nuevas condiciones del mercado y nuevos gustos en el ecosistema donde se desenvuelve Dac Fit.
- b. Lograr el punto de equilibrio en menos de 15 días y lograr un flujo de ventas de 4 productos semanales en el mediano plazo es decir en 3 meses.



MODELO DE INGRESOS Y VIABILIDAD DEL PROYECTO

NO.	PRODUCTO	Costo Unitario	Costo Transporte	Costo Bolsa	Costo Total Unitario	P MIN 30%	P MAX	RENTABILIDAD
1	Mat Yoga	\$ 33.000	3000	1100	\$ 37.100	\$ 48.230	\$ 49.900	34,5%
2	rueda abdominal	\$ 39.000	3000	1100	\$ 43.100	\$ 56.030	\$ 49.900	15,8%
3	bandas cerradas x 5	\$ 42.000	3000	1100	\$ 46.100	\$ 59.930	\$ 59.900	29,9%
4	TRX	\$ 50.000	3000	1100	\$ 54.100	\$ 70.330	\$ 69.900	29,2%
5	lazos miyagui	\$ 20.000	3000	1100	\$ 24.100	\$ 31.330	\$ 34.900	44,8%
6	kit banda tubular x5	\$ 89.900	3000	1100	\$ 94.000	\$ 122.200	\$ 124.900	32,9%

VENTAS	\$ 1.557.600
COSTO DE VENTAS	\$ 1.178.100
UTILIDAD BRUTA	\$ 379.500
COSTOS DE VENTA	\$ 26.400
COSTOS OPERATIVOS	\$ 72.000
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 281.100
IMPUESTOS	\$ -
UTILIDAD NETA	\$ 281.100

Precios reales de compra y venta de los principales artículos deportivos comercializados, responsables de las ventas y el flujo de caja del emprendimiento.

El balance general → Cantidades parciales de venta y compra en un periodo determinado. Se tiene en cuenta costos de venta (transporte) y costos operativos (bolsas).

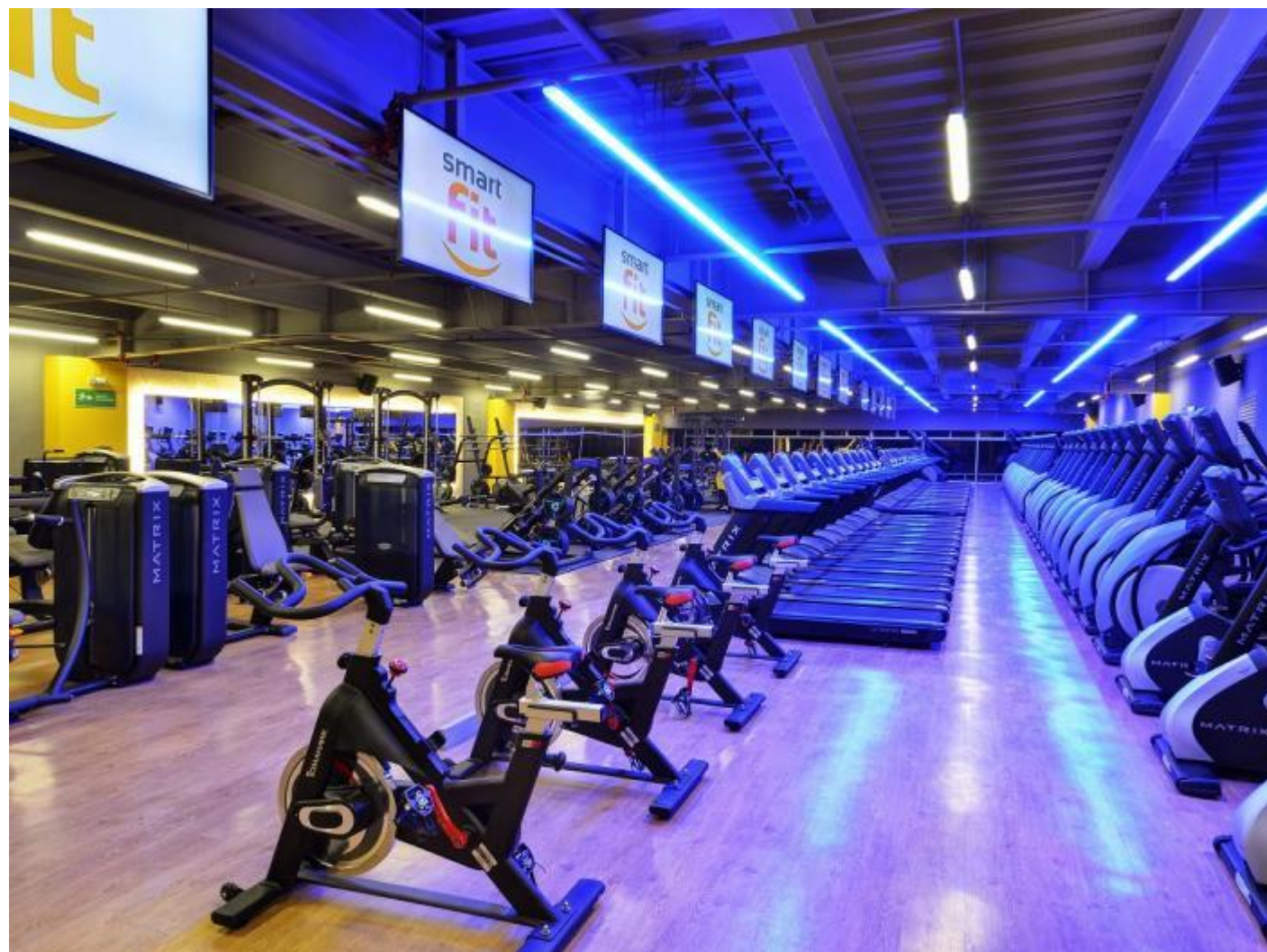
HITOS



Las validaciones realizadas previamente han sido todo un éxito. Se alcanzó a vender productos a casi 40 clientes.
Tomando comentarios positivos y negativos que han ayudado a la asertividad del emprendimiento en procesos y relacionamiento con clientes que no se contaba previamente.



ALIADOS



PROVEEDORES:

Los proveedores son los principales aliados que tiene la marca, y el tener un buen relacionamiento con ellos es clave para lograr los objetivos planteados previamente.

GIMNASIOS:

A pesar de ser uno de los principales competidores, los gimnasios se volverán clientes estratégicos en formatos pequeños y de baja superficie, y una plataforma importante para lograr nuevos clientes insatisfechos.

