

# NON LIMITS

---

No existen normas, rompe los limites

# PROPUESTA DE VALOR

Signature \_\_\_\_\_

Date \_\_\_\_\_

¿Que problema  
queremos  
solucionar?

- La gestión y almacén junto a la organización de proveedores
- La variación de los precios por problemas de gestión con varios proveedores y no haya opción a descuentos por volumen
- Agilizar procesos manuales con asistencia de inteligencia artificial

# Puntos destacables

- Web clara, atención al cliente activa y actualizaciones semanales con nuevas prendas y promociones.
- Arte y diseño creados por la empresa
- Productos sostenibles 100 % algodón y enfoque en calidad.
- Escuchamos al cliente: aceptamos ideas, sugerencias y colaboramos con negocios locales.

# SOCIEDADES CLAVE

- PROVEEDORES Y ALIADOS ESTRATEGICOS

- ZakFactory: fabrica prendas y aplica nuestros diseños
- Mensacom: envíos nacionales y urgentes
- Colabaorando con estas dos empresas ahorramos tiempo y dinero y ellos ganan clientes y visibilidad

## SOSTENIBILIDAD Y EFICIENCIA

- Zakfactory: materiales de calidad y procesos controlados, los cuales reducen errores y desperdicios
- Mensacom: reduce devoluciones y transporte innecesario
- Toda esta planificacion eficiente de producción y envíos lo cual hace a NONLIMITS mas sostenible y responsable a largo plazo

## Mapa De Empatía

Nombre: NONLIMITS



# *Canales de distribución*

- La empresa *Non Limits* gestiona sus canales de distribución principalmente de forma online
- Web activa y redes sociales como Instagram y TikTok.
- Ofrecen atención al cliente a través de teléfono y correo electrónico, y planean añadir un canal de WhatsApp para encuestas y resolución de dudas.
- - Por ahora operan solo en formato digital
- Abrir una tienda física y un stand en El Corte Inglés.
- - Colaboran en festivales, conciertos y algunas peluquerías, trabajan con Zack Factory y Mensacom.
- - Aunque no tienen aplicación móvil, lo consideran un objetivo futuro.
- En la web se pueden realizar pedidos cuentan con un apartado de reseñas y comentarios

# Segmentación de Mercado:

- Non Limits se dirige jóvenes de 15 a 25 años,
- Hombres.
- Su enfoque está orientado a un público de gama media/alta,
- Deportes de contacto.
- Estudiantes, deportistas o jóvenes trabajadores.
- Torrent o Aldaia.
- Clientes fieles y otros ocasionales.
- En general, Non Limits quiere facilitar el acceso a sus productos y mantenerse abierto a todos los géneros y edades.



Producto	Precio Proveedor (€)	Precio Venta (€)	Margen (€)	Margen (%)
Sudadera 1	20,00	40,00	20,00	50%
Sudadera 2	22,00	44,00	22,00	50%
Botella	5,00	12,00	7,00	58,33%
Llavero	2,50	6,00	3,50	58,33%
Camiseta 1	8,00	18,00	10,00	55,56%
Camiseta 2	7,50	17,00	9,50	55,88%
Camiseta 3	9,00	20,00	11,00	55%
Camiseta 4	6,50	15,00	8,50	56,67%
Camiseta 5	8,50	19,00	10,50	55,26%

# Fuentes de Ingresos

Resumen de los productos, precios, márgenes y estrategia de ingresos.

Incluye venta web, publicidad, stands y acuerdos con peluquerías.

# Ingresos, Gastos y Estrategia

- La mayor fuente de ingresos proviene de la venta directa en la web.
  - Los ingresos secundarios incluyen publicidad en TikTok/Instagram y stands.
  - Se generan ingresos extra colocando productos en peluquerías modernas.
- 
- Ingresos mensuales: 6.336 €
  - Gastos mensuales: 2.841,62 €
  - EBITDA mensual: 3.494,38 €
  - Impuesto estimado (15%): 524 €
  - Beneficio neto: 2.970 €
  - Estrategia futura:
    - Mantener precios fijos para asegurar un margen estable.
    - Introducir descuentos en fechas clave (Navidad, Black Friday, verano).
    - Objetivo: disponer de un stand permanente en El Corte Inglés de Valencia.