



UNIVERSIDAD  
SANTO TOMÁS

# PROTECKA

idea de negocio



# PCIK

Andrés Felipe Leguizamon Motta – Sara Juliana Leguizamon Vanegas

# ¿Qué es Protecka?

**Protecka** es una marca de ropa deportiva y de protección donde la pasión por las motos se fusiona con el estilo, la innovación y el confort. En esta fase inicial, nos enfocamos en ofrecer un accesorio para motociclistas que no solo protege, sino que también refleja nuestra identidad: **diseño funcional con un toque distintivo**.

Ya contamos con un primer diseño definitivo, optimizado tras un riguroso análisis, y actualmente en etapa de producción. Las primeras unidades están disponibles en **pre-orden**, dirigidas especialmente a mujeres motociclistas que buscan proteger su rostro y cabello con elegancia. Este es nuestro **valor diferencial**:

- **Materiales premium** para máxima calidad y durabilidad.
- **Diseño innovador** que combina dos elementos que, hasta ahora, se vendían por separado.

En PCK, creemos que cada motociclista merece accesorios que fusionen funcionalidad y autenticidad, llevando su personalidad a cada kilómetro. Nuestro símbolo encarna la fuerza, el estilo y la protección, transmitiendo nuestra esencia deportiva y garantizando un reconocimiento inmediato. No solo es un logo: es la firma de una marca que marca la diferencia.

Y esto es solo el principio: nuestros futuros productos están pensados para quienes no están dispuestos a sacrificar estilo por comodidad.

<https://youtube.com/shorts/Xs91Argm8pA?si=MDOnywgXL6pe mTc5>.



# ALINEACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En Protecka, nuestro propósito es crear prendas de protección y deportivas que unan funcionalidad y calidad duradera. Nos alineamos con el Objetivo 12 de Desarrollo Sostenible (Producción y Consumo Responsables), combatiendo activamente el impacto negativo del fast fashion.

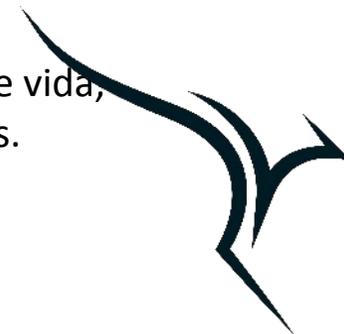
Frente a una industria que promueve prendas de baja calidad y corta vida útil - generando un consumo excesivo de recursos - nosotros ofrecemos una alternativa consciente. Cada diseño Protecka está pensado para:

- ✓ Maximizar su vida útil mediante materiales premium
- ✓ Reducir la necesidad de reemplazo constante
- ✓ Ofrecer versatilidad para múltiples usos

Creemos que la verdadera protección va más allá del usuario: es también proteger nuestro planeta.

Desde la concepción misma de Protecka, hemos integrado en nuestro ADN el programa PCK Lovers - una iniciativa de impacto social que busca generar cambios positivos en dos frentes:

- ✓ Internamente: Empoderando a cada miembro de nuestro equipo, garantizando condiciones laborales justas y oportunidades de crecimiento.
- ✓ En la comunidad: Apoyando a personas en situaciones vulnerables para mejorar su calidad de vida, alineándonos así con el Objetivo 10 de Desarrollo Sostenible: Reducción de las Desigualdades.



# DESCRIBE

## 1. Fast fashion en ropa de protección:

Muchas marcas priorizan el diseño sobre la calidad, usando materiales baratos que se deterioran rápido (y generan recompra constante).

Nuestra solución: Materiales premium y duraderos que alinean protección real con sostenibilidad

Nuestro valor agregado: Diseños pensados específicamente para mujeres, con ajustes anatómicos y estilo que no sacrifica seguridad.

## 2. PROPUESTA DE VALOR DE PROTECKA

### 1. Componente Creativo:

Diseños que rompen con lo convencional, fusionando protección deportiva con moda urbana.

### 2. Innovación:

Producto 2-en-1: Integramos protección facial + capilar en un solo diseño (hoy vendido por separado), optimizando funcionalidad.

Tecnología textil: Materiales premium que combinan durabilidad con sostenibilidad (anti-fast fashion).

### 3. Ventaja Competitiva:

Enfoque de género: Soluciones anatómicas reales para mujeres motociclistas, un mercado ignorado por competidores masivos.

### Diferencial clave:

Mientras otros ven accesorios de protección como commodities, nosotros los convertimos en extensiones de identidad para riders exigentes.

## 3. Producto:

Balaclava con diseño finalizado y en proceso de producción



# COMPONENT

## DE MERCADO

### E

#### Mercado Objetivo

Protecka se enfoca en **motociclistas urbanos** (25–45 años) que: Priorizan **seguridad y estilo** en sus accesorios. Buscan soluciones prácticas, Valoran **sostenibilidad** y materiales premium. Consumen contenido en redes sociales (Instagram, TikTok) y asisten a grupos de motociclismo.

Segmentación secundaria: Ciclistas que usan elementos de protección.

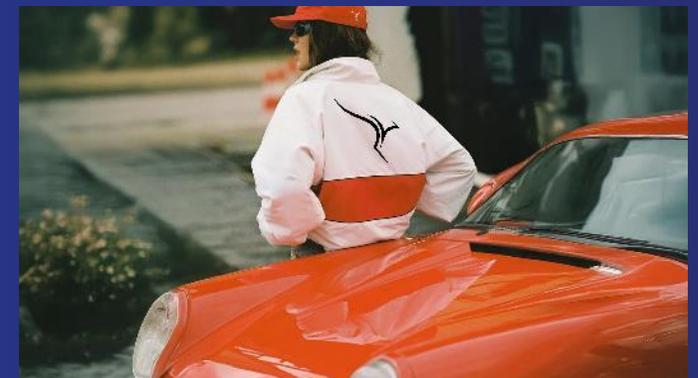
#### Estrategia de Mercadeo (Marketing):

**Posicionamiento de marca:** Enfatizar la combinación única de protección + estilo + sostenibilidad

#### Canales y Aliados Clave

**Redes sociales:** Promoción orgánica y paid ads (Instagram, TikTok, Facebook).

**Eventos moteros:** Activaciones presenciales (ferias, Rodadas, eventos).





UNIVERSIDAD  
SANTO TOMÁS

**GRACIA**

**S**

**PCIK**