

PROPUESTA DE EMPRENDIMIENTO
UNIFORMES INSTITUCIONALES Y DEPORTIVOS

AUTOR
YUDY JOHANA HURTADO ORTIZ

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE DISEÑO
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DEL DISEÑO TEXTIL Y DE MODAS
MEDELLÍN
2026

PROPUESTA DE EMPRENDIMIENTO
UNIFORMES INSTITUCIONALES Y DEPORTIVOS

AUTOR
YUDY JOHANA HURTADO ORTIZ

trabajo de grado para optar el título de TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DEL
DISEÑO TEXTIL Y DE MODAS

ASESOR
Luz Arley Espinosa Moreno
Economía - Diseño de Modas

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE DISEÑO
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DEL DISEÑO TEXTIL Y DE MODAS
MEDELLÍN
2026

DEDICATORIA

A mí que he aguantado tormentas en silencio, que he sido más fuerte de lo que imagine, que he llorado, pero no me he rendido

A mí que he sido perseverante cuando todo parecía cuesta arriba que no he desfallecido, aunque el camino se hiciera largo, que he seguido soñando incluso en los días más grises.

Porque cada cicatriz cuenta una historia de valentía, porque cada caída me enseñó a levantarme con más fuerza, por que sigo aquí de pie creyendo en mí Soy prueba viva de que la constancia vence el miedo de que la fe supera el cansancio y que mi historia aún se está escribiendo

AGRADECIMIENTO

A mi familia, gracias por ser mi refugio, mi fuerza y mi impulso constante. gracias por cada palabra de ánimo, por cada abrazo en los momentos difíciles y por creer en mí incluso cuando yo misma dudaba, su apoyo incondicional ha sido el motor que me ha permitido seguir adelante.

A mi esposo, gracias por estar siempre ahí, firme a mi lado, sosteniéndome cuando más lo he necesitado, gracias por tu paciencia, tu amor y tu compañía en cada etapa de este proceso

A esos profesores, que hicieron parte de mi proceso y que no solo conocieron al estudiante sino a la persona de tras, gracias por compartir su conocimiento, por su guía, su dedicación, gracias por motivarme a crecer, por impulsarme a dar lo mejor de mí y por acompañarme en este camino de aprendizaje, su enseñanza ha dejado una huella valiosa en mi formación y en mi vida

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
1. Propuesta Estratégica.....	1
1.1 Misión.....	1
1.2 visión.....	1
1.3 objetivos générale.....	1
1.4 objetivos específicos	1
1.5 valores corporativo	2
2. Módulo de Mercados	3
2.1 Justificación del problema	3
2.2 antecedentes del problema	5
2.3 Análisis del sector	5
2.4 Análisis del mercado.....	8
2.4 Análisis de la competencia	13
3. Estrategias Del Mercado.....	17
3.1 Concepto del Producto o Servicio.....	17
3.1.1 Descripción básica.....	18
3.1.2 Especificaciones o características.....	18
3.1.3 Para que se usa del producto o servicio.....	18
3.1.4 Diseño.....	19
3.1.5 Empaque.....	20
3.1.6 calidad.....	21
3.1.7 Embalaje.....	22
3.1.8 Fortalezas y debilidades del producto	22
3.1.9 Materia prima que utiliza en el producto.....	23
3.2 Distribución:.....	24
3.2.1 política de inventario de producto terminado.....	24
3.3 Precios.....	25
3.3.1 Análisis del precio con respecto a la competencia.....	25
3.3.2 Condiciones de pago.....	26
3.3.3 Estrategias a utilizar frente a una guerra de precios.....	26
3.3.7 Método utilizado para la definición del precio.....	26
3.4 Promoción.....	27
3.5 Comunicación y publicidad.....	27
3.6 Servicios.....	28
3.6.1 servicios post venta.....	28
3.6.2 garantía del producto.....	28
3.6.3 pasos para activar la garantía.....	29
3.6.4 mecanismo de atención al cliente.....	29
3.7 Presupuesto de la mezcla de mercado.....	29
3.8 Estrategia de aprovisionamiento de materias primas.....	30

3.9 proyección de venta.....	31
4. Modulo operativo.....	33
4.1 ficha técnica del producto o servicio.....	33
4.1.1 valor agregado que puede generar al cliente.....	41
4.1.2 estado de desarrollo.....	42
4.1.3 descripción del proceso.....	45
4.1.4 plan de producción.....	45
4.2 plan de compras	46
5. Módulo Organizacional.....	47
5.1 análisis foda	47
5.2 estructura organizacional.....	48
5.3 aspectos legales.....	49
5.4 costos administrativos.....	49
6. Modulo Financiero	50
6.1 ingresos	50
6.2 egresos.....	50
7.3 capital de trabajo.....	51
7. Plan operativo	52
7.1 cronograma de actividades.....	52
7.2 metas sociales	53
7.3 impacto económico social, regional y ambientas	53
8. cuestionario	55
Conclusiones	63
Bibliografías	64
Anexos	63

LISTAS ESPECIALES

Pág

imagen 1 buyer persona #1 – uniformes corporativos.....	9
imagen 2 buyer persona #2 – uniformes deportivos.....	10
imagen 3 el colombiano.....	13
imagen 4 cinema procinal.....	13
imagen 5 conaltura.....	13
imagen 6 Texaco.....	13
imagen 7 publicaciones buen vestir.....	14
Imagen 8 logo buen vestir.....	15
Imagen 9 logo canariam.....	15
Imagen 11 artículos canariam.....	16
Imagen 10 catálogo de canariam	17
Imagen 13 tabla de concepto del producto.....	18
Imagen 14 diseño camisa.....	19
Imagen 15 diseño pantalón.....	20
Imagen 16 diseño trusa.....	20
Imagen 17 empaque mochila.....	21
Imagen 18 empaque mochila.....	21
Imagen 19 empaque bolsa.....	21
Tabla 1 análisis del precio con respecto a la competencia.....	26
Tabla 2 estimado de costo estrategia de publicidad.....	28
Tabla 3 costo conjunto completo corporativo.....	30
Tabla 4 costo generales mensuales.....	30
tabla 5 proyección de ventas.....	32
Imagen 20 ficha técnica trusa patinadora.....	33
Imagen 20 ficha técnica trusa patinadora.....	34
Imagen 21 ficha técnica trusa patinadora.....	35
Imagen 22 ficha técnica camisa corporativa.....	36
imagen 23 ficha técnica camisa corporativa.....	37
Imagen 24 ficha técnica camisa corporativa.....	38
Imagen 25 ficha técnica pantalón corporativa.....	39
Imagen 26 ficha técnica pantalón corporativa.....	40
Imagen 27 ficha técnica pantalón corporativo.....	41
imagen 28 descripción de proceso.....	45
imagen 29 análisis.....	47
imagen 30 estructura organizacional.....	48
Tabla 6 costos administrativos.....	49
Tabla 7 egresos.....	51
Tabla 8 capital de trabajo.....	51
imagen 31 cronograma del proyecto.....	52
imagen 32 cronograma de actividades.....	52
imagen 32 cuestionario.....	55
imagen 33 cuestionario.....	56
imagen 34 cuestionario.....	56
imagen 35 cuestionario.....	57
imagen 36 cuestionario.....	57

imagen 37	cuestionario.....	58
imagen 38	grafico de cuestionario	59
imagen 39	gráfico de cuestionario.....	60
imagen 40	gráfico de cuestionario.....	61
imagen 41	gráfico de cuestionario.....	66

LISTAS DE ANEXOS

pág

Anexo 1- Tiro delantero, posterior y fajón pierna.....	66
Anexo 2- Tiro delantero, posterior y fajón pierna y bolsillo lateral.....	67
Anexo 3- short armado con bolsillo lateral.....	68
Anexo 4- posterior de blusa y bolsillo posterior.....	69
Anexo 5- delantero y cierre sin armar.....	70
Anexo 6- delantero y cierre entalegado.....	71
Anexo 7- delantero y cierre sin armar	72
Anexo 8- trusa terminada.....	73

GLOSARIO

camaradería: amistad o relación cordial que mantienen entre sí los buenos camaradas

Prospección: análisis, exploración o búsqueda de posibilidades futuras

Consolidar: dar firmeza, solidez o afianzamiento a algo

Ergonomía: ciencia que estudia la adaptación de los espacios de trabajo, Herramientas y tareas a las características físicas, psicológicas y anatómicas del ser humano

Imperiosa: describe algo urgente, ineludible o que exige atención inmediata

Sostenibilidad: capacidad de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y el bienestar de las generaciones futuras

Buyer Persona: representación semificticia de tu cliente ideal

Coherente: significa que algo tiene una relación lógica y que sus partes están conectadas de manera ordenada sin generar contradicciones

Flatseamer: máquina industrial especializada en unir dos piezas de tela elástica De extremo a extremo sin superponerlas

Hidrofóbica: sustancias, materiales o superficies que repelen el agua o no se Mezclan con ella

Tangible: describe todo aquello que se puede tocar físicamente o que es lo suficientemente concreto, real y claro como para percibirse de manera precisa

Embalaje: conjunto de materiales y técnicas utilizados para proteger, agrupar y transportar mercancías

Spandex: cualquiera de las diversas fibras textiles elásticas hechas principalmente de poliuretano

Powernet: tejido elástico de alta compresión compuesto por poliamida y elastano

Supplex: fibra sintética de alta tecnología hecha de poliamida y elastano

Tributación: conjunto de normas y procedimientos mediante los cuales los ciudadanos y las empresas aportan económicamente al estado

Virilización: desarrollo de características físicas masculinas en personas que biológicamente no deberían presentarlas, principalmente mujeres o niños

TITULO: PROPUESTA DE EMPRENDIMIENTO
UNIFORMES INSTITUCIONALES Y DEPORTIVOS
AUTOR: YUDY JOHANA HURTADO ORTIZ
ASESOR: LUZ ARLEY ESPINOSA MORENO
PALABRAS CLAVES:

RESUMEN

Para esta propuesta de emprendimiento se definieron estrategias de la marca a partir de las discusiones básicas del sector, estableciendo un posicionamiento competitivo basado en la alta calidad textil y diseños funcionales y sofisticados la estrategia comercial abarca el ciclo completo del producto: desde un empaque y embalaje que protegen y elevan la presentación de las prendas, hasta un plan de promoción dirigido a clientes corporativos, el modelo se diferencia por su fuerte enfoque en el cliente, respaldado por un servicio posventa integral y políticas claras de garantía del producto para asegurar la confianza y fidelización a largo plazo.

En el área operativa se detalló la ingeniería del proyecto, especificando la descripción de procesos de confección, los flujos de trabajo y los estándares de calidad. Se diseñó un plan de compras eficiente para el abastecimiento de materias primas y un plan de producción optimizado para responder de manera ágil a los volúmenes requeridos por el mercado, garantizando el control de costos y la optimización de los recursos técnicos y humanos.

Se definió la estructura organizacional de la empresa, determinando las funciones clave, los perfiles de cargo y el organigrama necesario para la correcta operación del taller y el área administrativa también se contempló el marco normativo y los aspectos legales vigentes para la constitución formal de la empresa, asegurando el cumplimiento de la regulación laboral, comercial y de propiedad intelectual, también se consolidó la viabilidad económica del emprendimiento mediante una proyección de ventas detallada a corto y mediano plazo, este módulo integra el análisis de los flujos de ingresos y egresos, la determinación de los costos fijos y variables, y la evaluación de la rentabilidad del negocio, demostrando que la marca cuenta con la solidez financiera necesaria para ser autosostenible, generar utilidades y proyectar un crecimiento constante en el mercado.

TITLE: ENTREPRENEURSHIP PROPOSAL INSTITUTIONAL AND SPORTS UNIFORMS

AUTHOR: YUDY JOHANA HURTADO ORTIZ

ADVISOR: LUZ ARLEY ESPINOSA MORENO

KEYWORDS:

SUMMARY

For this entrepreneurial proposal, brand strategies were defined based on fundamental industry discussions, establishing a competitive positioning based on high-quality textiles and functional, sophisticated designs. The commercial strategy encompasses the entire product lifecycle: from packaging that protects and enhances the garments' presentation to a promotional plan targeting corporate clients. The model is distinguished by its strong customer focus, supported by comprehensive after-sales service and clear product warranty policies to ensure long-term trust and loyalty.

In the operational area, the project's engineering was detailed, specifying the description of manufacturing processes, workflows, and quality standards. An efficient purchasing plan was designed for raw material procurement, along with an optimized production plan to respond quickly to market demand, guaranteeing cost control and the optimization of technical and human resources.

The company's organizational structure was defined, determining the key functions, job profiles, and the organizational chart necessary for the proper operation of the workshop and the administrative area. The regulatory framework and current legal aspects for the formal constitution of the company were also considered, ensuring compliance with labor, commercial, and intellectual property regulations. The economic viability of the venture was also consolidated through a detailed short- and medium-term sales projection. This module integrates the analysis of income and expense flows, the determination of fixed and variable costs, and the evaluation of the business's profitability, demonstrating that the brand has the necessary financial strength to be self-sustaining, generate profits, and project constant growth in the market.

1. PLATAFORMA ESTRATÉGICA

1.1 MISIÓN

CorpFit Crea uniformes corporativos y deportivos que combinan comodidad y durabilidad con excelente calidad, diseños funcionales y un enfoque centrado en el cliente, buscando generar un impacto positivo en el entorno laboral, promoviendo valores de identidad, confianza y desarrollo

1.2 VISIÓN

CorpFit visualiza a corto plazo establecerse en Medellín como una propuesta innovadora de uniformes corporativos y deportivos.

A mediano plazo, proyecta consolidar su presencia en distintos sectores empresariales de la ciudad

CorpFit aspira ser una marca referente en Medellín de uniformes corporativos y deportivos, destacándose por su calidad, y diseños funcionales, transformando la vestimenta laboral, ofreciendo soluciones que combinen comodidad, estilo y ergonomía, buscando impulsar la industria textil local y elevar los estándares de la vestimenta institucional en la ciudad

1.3 OBJETIVOS GENERALES

Desarrollar un modelo de negocio sostenible y competitivo en Medellín que ofrezca uniformes institucionales y deportivos personalizados, garantizando calidad, confort y seguridad. A través del diseño funcional, buscando satisfacer las necesidades específicas de cada sector, promoviendo la identidad corporativa y el bienestar laboral.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Implementar estrategias de marketing y posicionamiento de marca en redes sociales, eventos corporativos y deportivos para aumentar el reconocimiento y fidelización de clientes en el mercado local y nacional

Desarrollar productos con características especializadas con la selección de textiles correctos que garanticen comodidad, seguridad y durabilidad, adaptados a las necesidades de cada sector empresarial y club deportivo de patinaje

Establecer alianzas estratégicas con proveedores de textiles, talleres de confección y distribuidores para garantizar calidad, eficiencia y precios competitivos en la producción y comercialización de los uniformes

1.5 VALORES CORPORATIVOS

Innovación: Apostar por el uso de tecnologías avanzadas y materiales textiles de última generación para garantizar prendas de alta calidad y funcionalidad

Trabajo en Equipo: Fomentar una cultura organizacional colaborativa, tanto dentro de nuestra empresa como en las relaciones con nuestros clientes y proveedores

Desarrollo y Capacitación: Impulsar la formación continua de nuestro equipo para estar a la vanguardia en tendencias textiles y diseño.

Pasión: Amamos lo que hacemos y eso se refleja en nuestro trabajo.

2. MÓDULO DE MERCADOS

2.1 JUSTIFICACIÓN O PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La importancia de la indumentaria y vestimenta laboral y deportiva en entornos de riesgo y actividades de alto rendimiento no puede subestimarse, no solo se trata de una cuestión de comodidad o estilo, sino de seguridad y rendimiento óptimo, este trabajo pretende explorar a fondo las razones detrás de esta necesidad imperiosa, al tiempo que propone una iniciativa emprendedora innovadora en el ámbito de los uniformes corporativos y deportivos

El uniforme laboral se trata de un elemento muy importante para cualquier organización y hay muchas buenas razones por las que es una práctica común en muchos sectores ya que cuando todos los empleados usan la misma ropa, se crea una sensación de unidad y pertenencia al equipo, esto es especialmente importante en empresas que trabajan de cara al público, ya que el uniforme ayuda a los clientes a identificar fácilmente a los empleados y a diferenciarlos de otros clientes (García Vázquez & Sonda De La Rosa, 2018). Al tener un uniforme asignado, los trabajadores no tienen que preocuparse por elegir su atuendo diario, lo que puede ser un proceso que consume tiempo y dinero también puede mejorar la seguridad en el lugar de trabajo ya que algunos uniformes están diseñados con materiales especiales que protegen a los trabajadores de los peligros relacionados a su labor (Pinza , 2023), el uso del mismo uniforme elimina la discriminación basada en la ropa personal del empleado, Si bien no es obligatorio en todos los trabajos, es una elección inteligente tanto para los empleados como para los dirigentes. Al adoptar el uniforme de trabajo pueden mejorar la eficiencia y la seguridad en el lugar de trabajo, (Rodríguez, Vera Gutiérrez, Avilés, & Rodríguez Pantoja, 2017) mientras que los empleados pueden ahorrar tiempo y dinero y sentirse parte de un equipo unido

la personalización de la ropa deportiva por su parte no solo ofrece beneficios estéticos, y de funcionalidad, los que permitir que la ropa se adapte a las necesidades específicas de cada atleta, y garantice un ajuste perfecto que minimice distracciones durante la actividad física, lo que puede traducirse en un mejor rendimiento en el campo, sino que también fortalece, la motivación y la confianza de los atletas, lo que puede contribuir a un mejor rendimiento individual y del equipo, los uniformes también se convierten en un símbolo de la identidad colectiva, lo que fomenta un espíritu de camaradería que trasciende las diferencias individuales. Este sentido de pertenencia fortalece el vínculo entre los atletas, creando una conexión emocional que puede impulsar la colaboración y el trabajo en equipo que se puede asimilar con todo el contexto de los uniformes

corporativos ya que en los dos campos se busca una colaboración mutua entre los participantes

En la actualidad, existe una creciente conciencia sobre la importancia de proporcionar a los trabajadores y deportistas indumentaria adecuada que les proteja de los riesgos inherentes a sus actividades. (Waseem S & Ramza, 2013) Desde entornos industriales hasta escenarios deportivos la ropa especializada desempeña un papel fundamental en la prevención de lesiones y la maximización del rendimiento, es más que una simple capa de tela; es una barrera de protección contra peligros potenciales, ya sean químicos, térmicos, mecánicos o ambientales, sin embargo, la disponibilidad de opciones personalizadas que se ajusten a las necesidades específicas de cada individuo en su entorno laboral o deportivo es limitada. Aquí es donde entra en juego la propuesta de emprendimiento de uniformes corporativos y deportivos personalizado ya que este proyecto aspira a llenar un vacío existente en el sector textil, ofreciendo soluciones a medida que reflejen las demandas únicas de cada usuario o equipo

Medellín es una ciudad dinámica y diversa, con una amplia gama de instituciones y actividades deportivas que demandan uniformes personalizados para sus equipos y empleados al utilizar el método inductivo nos permite entender a fondo las necesidades y preferencias de estos diferentes grupos de usuarios, así como las tendencias emergentes en el mercado local por otro lado, la estrategia exploratoria nos permite investigar a fondo los materiales textiles más adecuados para cada tipo de uniforme, teniendo en cuenta factores como la transpirabilidad, resistencia, durabilidad y facilidad de cuidado, esto es especialmente relevante en una ciudad como Medellín, donde las condiciones climáticas pueden variar considerablemente a lo largo del año, este enfoque nos permitirá diseñar prendas cómodas y seguras que no solo cumplan con las expectativas de nuestros clientes, sino que también contribuyan al desarrollo económico y social de la ciudad de Medellín.

El proponer un modelo de negocio que ofrezca uniformes institucionales y deportivos personalizados, satisfaciendo las demandas del sector, mediante el diseño de prendas cómodas y seguras con textiles que favorezcan de acuerdo a la función a realizar en la ciudad de Medellín se fundamenta en la necesidad de adaptarse a un mercado dinámico y competitivo, mientras se busca brindar soluciones innovadoras y de alta calidad que satisfagan las demandas del sector, para lo cual se puede visualizar algunas falencias que pueden abordar otros investigadores como son la búsqueda de nuevas tecnologías y materiales textiles, realización de estudio de mercados periódicos, desarrollo de estrategias de márketing sólidos, capacitación del personal e implementar un proceso de seguimiento de satisfacción del cliente

2.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.

El origen del uniforme laboral se remonta a los uniformes militares, donde se utilizaban para identificar rangos y roles específicos, la Revolución Industrial fue un punto de inflexión en la historia de los uniformes laborales, ya que impulsó su uso en diversas industrias a lo largo del tiempo, los uniformes empresariales han evolucionado para adaptarse a las tendencias de la moda, las necesidades de los trabajadores y los objetivos de las empresas

En los siglos XVIII y XIX los uniformes comenzaron a utilizarse en sectores como el ferroviario y bancario, con el objetivo de proyectar profesionalismo y crear identidad corporativa, eran principalmente funcionales, con trajes formales y rígidos, a Principios del siglo XX la industrialización impulsó la producción masiva de uniformes, lo que permitió reducir costos y mejorar la comodidad, se popularizaron los trajes oscuros para hombres y los conjuntos sencillos para mujeres.

a Medios del siglo XX la moda comenzó a influir en los diseños de los uniformes, con la incorporación de colores y estilos más modernos se prestó mayor atención a la comodidad y la funcionalidad, con la introducción de nuevos materiales y tejidos, a finales del siglo XX y principios del XXI la globalización y la diversificación de las empresas llevaron a una mayor variedad de uniformes, adaptados a diferentes sectores y culturas, la tecnología permitió el desarrollo de tejidos más avanzados, con propiedades como resistencia a las manchas, transpirabilidad y durabilidad, la identidad de marca se convirtió en un factor clave en el diseño de uniformes, con el uso de colores, logotipos y otros elementos distintivos.

Actualmente se busca un equilibrio entre comodidad, estilo y funcionalidad, se utilizan tejidos técnicos, sostenibles y la personalización permite a las empresas proyectar su identidad única.

2.3 ANÁLISIS DEL SECTOR

El Censo Económico Nacional Urbano 2024 informa que en Medellín existen 118.678 unidades económicas. El uso de uniformes suele estar concentrado en los siguientes sectores predominantes en la ciudad:

Comercio: Representa aproximadamente el 50% del tejido empresarial.

Industria Manufacturera: Equivale al 5,2% que son de las unidades dedicadas a la transformación mecánica, física o química de materias primas en productos nuevos.

Incluye desde talleres artesanales hasta grandes fábricas que utilizan maquinaria y energía para producir bienes a gran escala

Servicios (Hotelería, Turismo y Salud): Son los sectores con mayor dinámica de formalización y uso de identidad corporativa.

El mercado de uniformes empresariales y deportivos en Colombia exhibe un dinamismo y crecimiento sostenido, impulsado por una serie de factores convergentes, la demanda constante, proveniente de sectores clave como el industrial, salud, servicios y corporativo, ejerce una influencia significativa en su fluctuación, las empresas cada vez más buscan uniformes que no solo proyectan una imagen profesional, sino que también fortalezcan su identidad de marca y garanticen la comodidad y seguridad de sus empleados paralelamente, se observa una creciente inclinación hacia la personalización y la utilización de materiales de alta calidad, lo que redefine las expectativas del mercado

La Industria textil colombiana está muy consolidada ya que cuenta con empresas que ofrecen una amplia gama de productos y servicios, empresas como Protela, son un referente en la producción de textiles para el sector deportivo y empresarial y se encuentra en una búsqueda constante de la innovación y la sostenibilidad.

por otro lado el patinaje es un deporte muy popular en Colombia, con una creciente participación en competencias a nivel nacional e internacional, esto ha impulsado la demanda de uniformes de alta calidad que ofrezcan comodidad, rendimiento y estilo, los uniformes de patinaje requieren especificaciones técnicas especiales, como tejidos elásticos y transpirables, diseños ergonómicos y resistencia al desgaste y el rasgue existen empresas especializadas en la producción de uniformes de patinaje que cumplen con estos requisitos

El mercado ofrece una amplia variedad de uniformes de patinaje, desde diseños básicos para entrenamiento hasta uniformes personalizados para competencias la personalización es un factor importante, ya que los equipos y patinadores buscan uniformes que reflejen su identidad y estilo, las ventas de estos artículos se dan en tiendas deportivas especializadas, y por medio de plataformas de comercio electrónico

El mercado es muy competitivo tanto con empresas locales como internacionales pues ofrecen uniformes de diferentes estilos y precios, las oportunidades de crecimiento se encuentran en la especialización, innovación en diseños y materiales, y la oferta de servicios personalizados, el mercado de uniformes empresariales y deportivos en Colombia ofrece oportunidades de crecimiento para las empresas que apuestan por la calidad, la innovación y la satisfacción del cliente la calidad, el diseño y la comodidad son factores clave en ambos mercados la sostenibilidad y el uso de materiales ecológicos están ganando

importancia, la tecnología está influyendo en el desarrollo de nuevos tejidos y diseños.

La evolución de los uniformes corporativos se dirige hacia la creación de prendas que fusionan comodidad, funcionalidad y elegancia esta transformación se materializa en la adopción de tejidos técnicos avanzados, diseñados para optimizar la transpirabilidad y la resistencia al desgaste, prolongando así la vida útil de las prendas, simultáneamente la personalización y la consolidación de la identidad de marca adquieren una relevancia creciente, impulsadas por la incorporación de bordados, estampados y otros elementos distintivos que refuerzan la imagen corporativa.

En esta vanguardia tecnológica, se están desarrollando tejidos con sensores integrados capaces de monitorizar parámetros biométricos como la temperatura corporal y la frecuencia cardíaca, lo que resulta especialmente valioso en uniformes deportivos de alto rendimiento y en entornos laborales exigentes, además la investigación en tejidos inteligentes ha dado lugar a materiales que regulan la temperatura, absorben la humedad y ofrecen protección contra los rayos UV, ampliando así el espectro de funcionalidades de los uniformes
<https://www.astuteanalytica.com/es/insights/wearable-technology-changing-the-fashion-behavior>

La nanotecnología está revolucionando la fabricación de uniformes al dotar los tejidos de propiedades avanzadas, como resistencia a las manchas, capacidad antimicrobiana y repelencia al agua. Estas características son especialmente útiles en sectores como el deportivo, la salud y la industria alimentaria, donde la higiene y la durabilidad son fundamentales.

Además, las tecnologías de diseño 3D y el corte a medida permiten crear prendas que se ajustan perfectamente a la anatomía de cada persona, mejorando la comodidad y el rendimiento.

Por otro lado, cada vez más empresas apuestan por la sostenibilidad al utilizar materiales reciclados y biodegradables en la confección de uniformes, esta tendencia busca reducir el impacto ambiental sin comprometer la calidad y funcionalidad de las prendas

<https://gydgroup.com.pe/innovaciones-tecnologicas-en-la-confeccion-de-uniformes/>

los diseñadores están tomando riesgos al traer prendas que facilitan la libertad de movimiento y reducen el riesgo de lesiones, especialmente en deportes como el patinaje, la ropa inteligente está tomando un papel importante pues se están desarrollando uniformes con dispositivos electrónicos integrados, como GPS, sistemas de comunicación y sensores de seguridad, es útil en sectores como la

seguridad, la construcción y los servicios de emergencia o atletas de alto rendimiento que entrenan en zonas poco accesibles

en pocas palabras los uniformes corporativos y deportivos están evolucionando hacia prendas más cómodas, funcionales y elegantes ya que están utilizando tejidos técnicos que mejoran y abordan problemáticas que con el tiempo se ha ido planteando a medida que el usuario va notando la necesidad de avanzar y mejorar su rendimiento

2.4 ANÁLISIS DEL MERCADO

las empresas representan una gran oportunidad de mercado debido a la demanda constante y diversa proveniente de empresas de distintos sectores, como la industria, salud, gastronomía, comercio, transporte entre otros, estas organizaciones requieren renovar periódicamente la dotación de uniformes para su personal, lo que genera un flujo de pedidos recurrentes a lo largo del año.

Además, las empresas suelen realizar pedidos en grandes cantidades, y en muchos casos establecen contratos anuales de suministro, lo cual garantiza ingresos estables y planificados y si se ofrece una propuesta basada en buena calidad, cumplimiento en los tiempos de entrega y diseños funcionales y atractivos, es muy probable que los clientes repitan sus compras año tras año y recomienden el servicio a otras empresas, ya que este es un sector donde la fidelización tiene un alto valor.

Otro punto a favor es que no solo se pueden ofrecer uniformes, sino también complementos e implementos adicionales como gorras, chalecos, delantales, botas, elementos reflectivos, entre otros, lo cual amplía la oferta y permite generar más ingresos por cliente

En cuanto a los uniformes deportivos, actualmente existen muy pocas empresas dedicadas exclusivamente a este nicho y ya que va en aumento los clubes de patinaje de amateurs y profesional, abre la puerta para ofrecer una propuesta de valor diferenciada, basada en la personalización, el buen diseño y la alta calidad, las ligas, clubes y academias de patinaje requieren uniformes tanto para competencias, como para entrenamientos y exhibiciones, y suelen renovar su indumentaria cada temporada o evento importante.

Uno de los principales problemas del mercado actual es que las opciones disponibles no logran combinar calidad y diseño en un solo producto. Algunas empresas ofrecen calidad, pero diseños limitados o poco atractivos; mientras que otras se enfocan en el diseño, pero descuidan la calidad o presentan tiempos

de entrega excesivamente largos esta carencia crea una oportunidad clara para una marca que pueda cumplir con los tres pilares: diseño atractivo, alta calidad y entrega oportuna.

Además, no solo se necesitan uniformes para competencias: los entrenamientos también requieren ropa adecuada y cómoda, lo que amplía aún más la posibilidad de generar ingresos constantes con productos variados. Por todas estas razones, incursionar en el mercado de uniformes personalizados para patinaje es una idea de negocio con alto potencial de crecimiento y fidelización de clientes.



IMAGEN 1 Buyer Persona #1 – Uniformes Corporativos
<https://www.magnific.com/premium-ai-image/smiling-mature-business-woman>

Laura González Gerente de Recursos Humanos
Servicios Logísticos Global S.A.

Área Metropolitana

Con más de 150 colaboradores a su cargo, Laura González lidera el área de Recursos Humanos en Servicios Logísticos Global S.A., una empresa en pleno crecimiento dentro del sector logístico. Desde su rol, impulsa estrategias clave para fortalecer la imagen profesional de la compañía, estandarizar la presentación del personal y asegurar el cumplimiento de normativas en seguridad y sostenibilidad.

Uno de sus principales retos ha sido optimizar la gestión de pedidos y reposiciones de uniformes, enfrentando problemas con proveedores poco confiables, baja durabilidad en las prendas y elevados tiempos logísticos. Además, trabaja bajo una creciente presión interna por adoptar prácticas más sostenibles.

Laura valora soluciones integrales que incluyan diseño, confección y entrega, priorizando textiles sostenibles que sean cómodos, duraderos y coherentes con la identidad de marca. También apuesta por herramientas digitales como

catálogos con pedidos simplificados, alineando así la operativa de Recursos Humanos con los objetivos estratégicos de la organización.

Frase: *“Necesito un proveedor que me resuelva todo, sin complicarme. Profesional, sostenible y puntual.”*



IMAGEN 2 Buyer Persona #2 – Uniformes Deportivos
<https://ant.culturarecreacionydeporte.gov.co/en/D%C3%ADA-Nacional-del-Entrenador-Deportivo>

Carlos Méndez

Coordinador de
Club de Patinaje Barrial Unidos

Zona Suburbana

Carlos Méndez es el motor organizativo detrás del Club de Patinaje Barrial Unidos, donde coordina a más de 60 jugadores distribuidos en categorías infantiles, juveniles y adultas. Desde su rol como Coordinador Deportivo, se enfoca en brindar una experiencia deportiva integral, gestionando desde la logística hasta la presentación del equipo.

Su principal desafío es conseguir uniformes personalizados y de calidad que se entreguen a tiempo, dentro de un presupuesto ajustado y considerando la variedad de tallas y necesidades de varios equipos. Ha enfrentado problemas frecuentes como errores en nombres o tallas, entregas tardías, desgaste prematuro de las prendas y la falta de opciones para pedidos pequeños.

Carlos valora un servicio que combine diseño atractivo con personalización individual, atención rápida y asesoría directa, todo sin comprometer la calidad ni el precio. Busca soluciones que le permitan optimizar su tiempo y asegurar que cada jugador, sin importar la edad, represente con orgullo los colores del club

Frase: “Lo más importante es que el equipo tenga sus uniformes listos y bien hechos antes del torneo.

El consumo per capital de las empresas registradas en Medellín (aprox.):
152.897 (dato oficial de la Cámara de Comercio de Medellín – 2024)

No todas compran uniformes, pero suponiendo que un 30% de las empresas requieren dotación corporativa de forma directa (restaurantes, transporte, clínicas, manufactura, logística, seguridad, etc.)

empresas potenciales compradoras de uniformes 45.869, suponiendo que cada una de estas empresas tienen, un promedio de 10 empleados con dotación, y que cada empleado recibe 2 uniformes al año

Estimación de consumo total de uniformes al año: $45869 \text{ empresas} \times 10 \text{ empleados} \times 2 \text{ uniformes} = 917.380 \text{ uniformes corporativos al año}$

Consumo per-capital estimado por empresa : $917.380 \text{ uniformes} \div 45.869 \text{ empresas} = 20 \text{ uniformes por empresas}$

Resultado final: consumo per-capital estimado de uniformes corporativos por empresa en Medellín es de 20 uniformes al año

Base para el calculo

Empresas potenciales compradoras: 45.869

Uniformes por empresa al año (promedio): 20

Precio promedio por uniforme: \$ 80.000 COP

Cálculo de ingresos anuales estimados estimado

$45.869 \times 20 \times \$80.000 = 73.390.400.000 \text{ COP al año}$

Número de clubes de patinaje en Medellín: La Liga de Patinaje de Antioquia agrupa a más de 130 clubes en la región. Suponiendo que una parte significativa de estos clubes opera en Medellín, estimare que alrededor de 100 clubes están activos en la ciudad.

Cantidad promedio de patinadores por club: Los clubes pueden variar en tamaño, pero suponiendo un promedio de 30 patinadores por club.

Considerando que cada patinador necesita uniformes para entrenamientos y competencias, estimaremos que cada uno adquiere 2 uniformes al año.

Cálculo del consumo total de uniformes al año:

$100 \text{ clubes} \times 30 \text{ patinadores/club} \times 2 \text{ uniformes/patinador} = 6.000 \text{ uniformes anuales}$

Consumo per cápita estimado (por club):

$6.000 \text{ uniformes} \div 100 \text{ clubes} = 60 \text{ uniformes por club al año}$

Proyección de ingresos según el precio por uniforme:

Precio alto: \$120.000 COP

Ingresos anuales estimados

Escenario alto: $6.000 \text{ uniformes} \times \$120.000 = \$720.000.000 \text{ COP}$

productos sustitutos empresariales

- Ropa de calle o informal
- Overoles genéricos sin personalizar
- Chalecos reflectivos simples sin uniforme completo

productos complementario-empresariales

- Botas de seguridad
- Cascos / gorras
- Guantes de trabajo
- Chalecos reflectivos
- Delantales
- Carnets / porta gafetes
- Chaquetas corporativas
- Termos / hidratación personalizada

productos sustitutos patinaje

- Ropa deportiva genérica
- Mallas o leggings comunes
- Camisetas sin personalizar
- Ropa de danza o gimnasia

productos complementario patinaje

- Patines
- Rodilleras, coderas, casco
- Mallas térmicas
- Ropa para calentamiento

- Sudaderas del club
- Maletines deportivos
- Termos / hidratación personalizada

2.5 Análisis de la Competencia

Buen Vestir: Proporciona uniformes empresariales personalizados, destacando la calidad, personalización y comodidad para elevar la imagen corporativa es una compañía dedicada al diseño y producción de uniformes para dotación sus dueñas son dos diseñadoras de moda con más de 10 años de experiencia en el mundo de la moda corporativa, investigar, crear e innovar, generar ideas y cambios que agreguen valor a las marcas y a sus empleados son propuestas que le venden a sus clientes

“Contamos con un equipo de manos expertas en el área del diseño y la confección, que busca a diario la excelencia operativa. Prestamos especial atención a las tendencias de la moda y hacemos investigación activa sobre insumos y procesos, para brindarte una asesoría completa y acertada, que permita la creación de prendas diferentes, vanguardistas, cómodas y de alta calidad”

productos:

línea industrial: directivos, operativos, especializados

línea ejecutiva: ejecutivo, comerciales, informales

cocina: tradicional, informal, café

muestran en su página catálogo básico, pero con opción de personalizar no se visualizan presión por que es importante para ellos que el cliente se comuniqué así tener un servicio más humano y todo lo relacionado con dinero se maneja por el interno

estos son algunos de sus clientes



Imagen 3 el colombiano

<https://intranet.minciencias.gov.co/el-colombiano/>



imagen 4 cinema procinal

<https://procinal.com.co/ciudad/medellin>



imagen 5 conaltura

<https://www.conaltura.com/>



imagen 6 Texaco

<https://www.texacocontechron.com/co/>

algunas de sus publicaciones

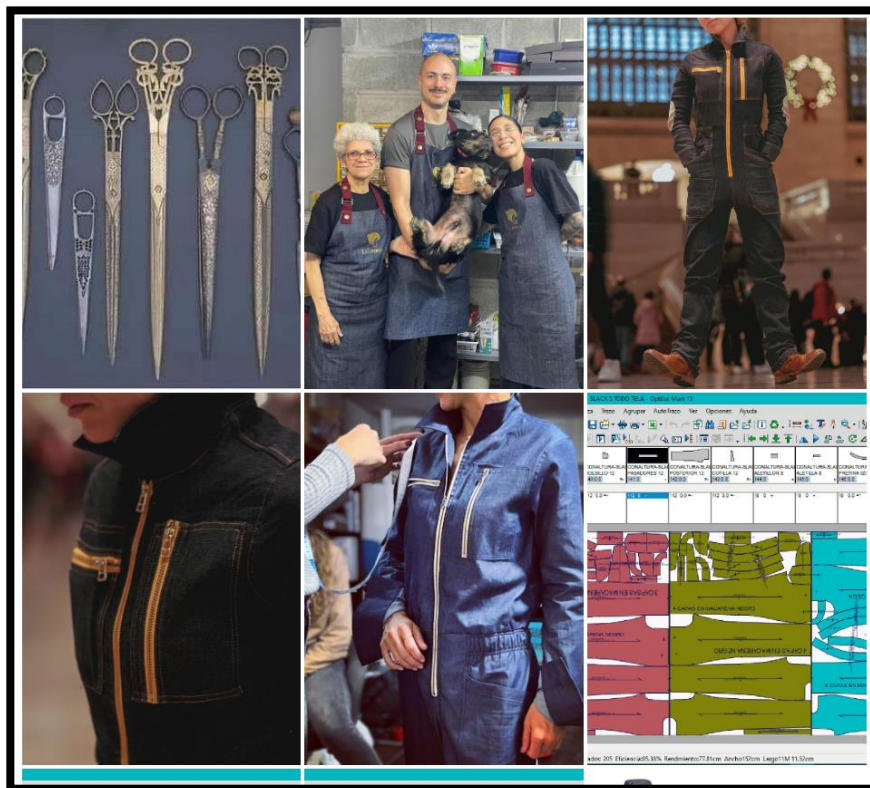


imagen 7 publicaciones buen vestir
<https://buenvestir.co/>

imagen ante sus clientes

publicaciones :139
seguidores:548
seguidos:1447

Uniformes Empresariales / Moda Corporativa



Imagen 8 logo buen vestir
<https://buenvestir.co/>

canarian:



Imagen 9 logo canariam
<https://canariamshop.com/?>

Medios de pago

Tarjeta de crédito, débito, Efecty, Baloto, o consignación bancaria en Bancolombia

Entregas nacionales

De 2 a 3 días hábiles más el tiempo que demore la transportadora (que varía dependiendo de la ciudad)



Imagen 10 catalogo de canariam

<https://canariamshop.com/?>

productos sustitutos

Patines Armados, Botas Chasis, Ruedas, Rodamientos, protección, morrales
formato de PQR

manejan line profesional, semiprofesional, recreativos y urbanos, tienen ofertas permanentes



Imagen 11 artículos canariam
<https://canariamshop.com/?>

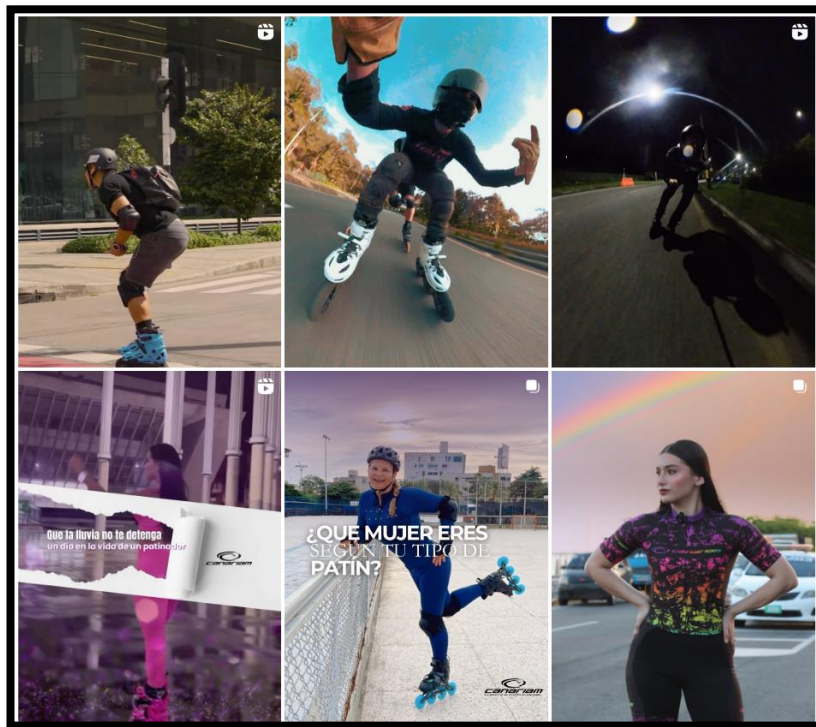


Imagen 12 publicaciones canariam
<https://canariamshop.com/?>

algunas publicaciones

6308 publicaciones

164 mil seguidores

3451 seguidos

Patines Canariam®

Somos la marca #1 de patines en Colombia co

Síguenos en 📍📍📍 @canariamurban @canariamskates @canariamdownhill
 @canariam.. calle 42 # 71 52, Medellín, Antioquia

3. ESTRATEGIAS DE MERCADO

3.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO:

ETAPA	ESTRATEGIA DE PRODUCTO	ACCIONES	INDICADOR
NACER	Crear reconocimiento de marca	Lanzamiento de muestras a empresas clave o clubes locales	Los costos de producción suelen
		Inversión en catálogos digitales y presencia en redes sociales.	ser altos por los bajos volúmenes
		Precios de penetración (ligeramente más bajos)	para volúmenes iniciales
CRECER	expandir la participación del mercado	Mejora de procesos	las ventas suben exponencialmente
		Ampliación de catálogo	
		El "boca a boca" empieza a funcionar	
MADURAR	defender la posición y maximizar la rentabilidad	Fidelización de clientes actuales	las ventas se estabilizan y hay competencia
		Optimización de costos	
		Diferenciación, valor agregado	
DECLINAR	reinventarse o retirar productos obsoletos	Identificar si el diseño quedó obsoleto	Lanzar nuevas líneas con fibras actualizadas para reiniciar el ciclo refrescado
		o si hay nuevas normativas textiles.	
		Liquidación de inventarios antiguos.	

Imagen 13 tabla de concepto del producto propio

3.1.1 CorpFit se especializa en la confección, diseño y comercialización de uniformes corporativos personalizados y uniformes deportivos enfocados en el patinaje de velocidad que combina funcionalidad, estilo y tecnología textil para ofrecer prendas cómodas, resistentes y visualmente impactantes

3.1.2 ESPECIFICACIONES O CARACTERÍSTICAS

diseños personalizados con identidad visual corporativa o deportiva, confeccionados con telas transpirables, resistentes y con elasticidad que permiten libertad de movimiento. Incorporamos tecnología textil avanzada, como protección UV, propiedades antihumedad y anti-olor, así como costuras reforzadas para mayor durabilidad. Contamos con modelos ideales tanto para entrenamiento como para competencia, con una producción de calidad nacional que garantiza acabados profesionales y confort superior nos pueden buscar las empresas y marcas que buscan uniformar a su personal con identidad y profesionalismo tanto clubes, academias y ligas de patinaje que necesitan uniformes de alto rendimiento y personalizados también deportistas individuales que compiten a nivel local, nacional o internacional

3.1.3 PARA QUE SE USA DEL PRODUCTO O SERVICIO

En el ámbito corporativo, nuestros uniformes estarán diseñados para proyectar una imagen profesional, coherente y alineada con la identidad visual de tu empresa o marca. Facilitan la identificación del personal en eventos, ferias o puntos de atención, fortalecen el sentido de pertenencia entre los colaboradores y ofrecen comodidad y seguridad gracias al uso de telas funcionales, resistentes y adaptadas a distintas labores.

En el ámbito deportivo, especialmente en patinaje, nuestros uniformes son ideales tanto para los entrenamientos diarios como para competencias oficiales, combinando comodidad, resistencia y diseño de alto rendimiento. Permiten una total libertad de movimiento, refuerzan la identidad del equipo o club, destacan en eventos y exhibiciones, y cumplen con los requerimientos técnicos necesarios para el máximo desempeño.

3.1.4 DISEÑO



Imagen 14 diseño propio

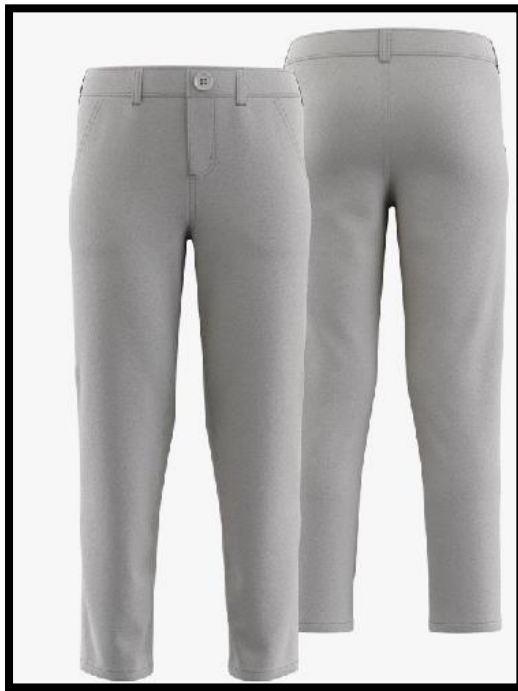


Imagen 15 diseño propio



Imagen 16 diseño propio

3.1.5 EMPAQUE



Imagen 17 empaque mochila
<https://primingcolombia.com/producto/tula-morral/>



Imagen 18 empaque mochila
<https://primingcolombia.com/producto/tula-morral/>



Imagen 19 empaque bolsa
<http://es.jinqking.com/zipper>

3.1.6 CALIDAD

La estrategia en esta unidad de negocio se fundamenta en la ingeniería textil aplicada, priorizando la seguridad y el desempeño del atleta.

Implementando costuras planas tipo Flatseamer esta técnica elimina el relieve interno de la costura, reduciendo drásticamente el coeficiente de fricción contra la dermis y previniendo laceraciones por movimiento repetitivo y con las selección de textiles de alta tenacidad con polímeros resistentes a la fricción mecánica, el objetivo es incrementar el ciclo de vida de la prenda ante caídas accidentales en superficies de pista y el uso de fibras con tecnología de transporte de humedad (Dry-Fit) y protección hidrofóbica, garantizando que el peso de la prenda se mantenga constante independientemente de la sudoración del deportista.

La incorporación de acabados químicos que reducen la formación de arrugas, permitiendo que el personal mantenga una apariencia pulcra durante jornadas laborales extensas con un mínimo requerimiento de planchado.

Protocolos de tintura de alta fijación que aseguran la estabilidad del color frente a ciclos de lavado industriales y exposición a la luz artificial, protegiendo la identidad visual de la marca cliente y la evolución del patronaje tradicional hacia cortes anatómicos contemporáneos que equilibran la estética profesional con la libertad de movimiento, impactando positivamente en la confianza y bienestar del colaborador.

Como factor diferenciador definitivo, se propone un modelo de Calidad Tangible con componentes y accesorios que se añaden a la prenda (cremalleras, botones e hilos) con certificaciones de resistencia al tráfico pesado y establecimiento de una política de garantía sobre defectos de confección que supere el estándar del mercado, funcionando como un indicador de confianza y respaldo institucional.

3.1.7 EMBALAJE

Protocolo de Empaque y Despacho: Para garantizar la integridad y conservación de las prendas, nuestro proceso de embalaje se divide en tres niveles:

Protección Primaria: Cada prenda se sella en una bolsa de seguridad actuando como barrera contra la humedad y agentes contaminantes externos.

Presentación Individual: La prenda se entrega dentro de una tula protectora, optimizando su manejo individual para el usuario final.

Consolidación Logística: Los pedidos se organizan en cajas debidamente rotuladas por talla, referencia y cantidad, facilitando el inventario y la distribución interna por parte del cliente.

3.1.8 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL PRODUCTO O SERVICIO FRENTE A LA COMPETENCIA.

Fortalezas : No todos los competidores ofrecen diseño realmente personalizado muchos trabajan con plantillas genéricas y mi enfoque en el patinaje es un nicho claro y poco saturado, la Protección UV, telas transpirables, antihumedad y costuras reforzadas me darán una ventaja frente a productos básicos o tradicionales ,en Medellín el trato personal es muy valorado y se puede garantizar entregas rápidas, contacto directo y soporte constante para darle más tranquilidad al cliente
Tener doble enfoque te permite captar dos tipos de clientes diferentes y aprovechar temporadas bajas en un área con el movimiento de la otra.

debilidades: Medellín es un nido textil, por lo que hay muchos talleres y marcas que ofrecen precios bajos y entregas rápidas, aunque no siempre con especialización, el uso de materiales técnicos y el trabajo personalizado puede elevar precios, lo cual es una barrera si compites con empresas de volumen o clientes muy sensibles al precio y si estás empezando, se necesita inversión en posicionamiento de marca y confianza, ya que los clientes suelen irse con proveedores ya conocidos , si el equipo de trabajo es pequeño o no cuentas con suficiente capacidad de producción, podrías tener dificultad para atender pedidos grandes o urgentes.

3.1.9 MATERIA PRIMA A UTILIZA.

Corporativos

Poliéster, algodón: ideal para camisas, camisetas tipo polo y chaquetas livianas

Drill o gabardina stretch: usada para pantalones, chaquetas o prendas mas estructuradas

Lycra algodón o jersey: usada más común mente para hacer prendas que requieren mayor flexibilidad

Cremalleras resistentes, etiquetas bordadas, vinilos de alta duración para logos

Deportivos de patinaje

Spandex, elastano de alto rendimiento: principal tejido para trajes ajustados o leggings

Poliéster microperforado o microfibra deportiva: útil para camisetas, tops o chaquetas de entrenamiento

Powernet o mallas deportivas: usado para detalles estéticos o de ventilación

Supplex o nylon elástico: alternativa premium a la lycra, muy usado en ropa deportiva de alta gama

Revestimientos técnicos: tratamientos uv antivacterial, anti-olor, telas de compresión

3.2 DISTRIBUCIÓN

Una buena fuente de distribución que se puede usar es Instagram, Facebook y WhatsApp Business como vitrinas pues me permite mostrar mis diseños, recibir pedidos, cotizar y dar seguimiento personalizado, también puedo incluir un catálogo virtual o PDF interactivo para enviar fácilmente se Puedes también coordinar entregas en Medellín por mensajería local (Picap, Rappi, Envía) o con un domiciliario fijo. También puedo ofrecer punto de recogida (en mi taller o casa), puedo implementar una tienda online sencilla (Shopify, Tienda nube o Wix)

Participar en ferias textiles, deportivas o de emprendimiento en Medellín puede darme una exposición directa, también puedo asistir a torneos de patinaje o eventos corporativos como proveedor invitado y buscar alianzas con clubes deportivos, entrenadores, diseñadores o pequeñas tiendas deportivas para que recomienden mis uniformes a cambio de comisión o beneficio, también se puedes ofrecer kits para academias o empresas con precios especiales, empezar con aliados locales y transportadoras que me den tarifas por envío, sin contratos fijos.

Los Costos del transporte y seguros envíos urbanos en Medellín: 8.000-15.000 según la zona

Envíos nacionales: \$20.000 - \$30.000 (depende del peso, ciudad destino y transportadora)

Envío gratis en compras por volumen o promociones.

Envío a cargo del cliente en pedidos pequeños o precio de venta con envío incluido todo esto teniendo un diálogo constante con el cliente para saber cuál de todos los métodos le es más conveniente

3.2.1 POLÍTICA DE INVENTARIO DE PRODUCTO TERMINADO

Solo se fabrican una vez confirmado el diseño, tallas y abono del cliente lo cual reduce costos y evita tener tallas o diseños sin rotación, pero también se puede mantener algunas prendas como muestra (una por modelo o colección) para mostrar a clientes o usar en fotos, al ser un producto personalizado, no se realizan devoluciones, salvo defectos de fábrica

en una hoja de Excel o sistema sencillo puedo llevar el control de:

Pedidos en proceso

Prendas listas para despacho

Devoluciones o ajustes

3.3 PRECIOS:

3.3.1 ANÁLISIS DEL PRECIO CON RESPECTO A LA COMPETENCIA.

producto	competencia general Medellín	producto propuesto
camiseta corporativa básica	\$25,000 - \$40,000	\$30,000 - \$45,000

camiseta corporativa personalizada	\$40,000 - \$70,000	\$45,000 - \$75,000
chaqueta corporativa con bordado	\$70,000 - \$150,000	\$80,000 - \$160,000
pantalón corporativo con bordado	\$40,000 - \$80,000	\$50,000 - \$90,000
conjunto completo corporativo	\$100,000 - \$200,000	\$120,000 - \$220,000
Camiseta Deportiva de Patinaje	\$30,000 - \$60,000	\$35,000 - \$70,000
Pantalón Deportivo de Patinaje	\$40,000 - \$80,000	\$45,000 - \$85,000
Traje Completo de Patinaje	\$150,000 - \$300,000	\$170,000 - \$350,000
Traje de Competencia de Patinaje	\$250,000 - \$500,000	\$270,000 - \$550,000
Guantes o Accesorios Especializados	\$10,000 - \$30,000	\$12,000 - \$35,000

Tabla 1 análisis del precio con respecto a la competencia

3.3.2 CONDICIONES DE PAGO

Para pedidos personalizados, solicitamos un anticipo del 50% al confirmar el diseño y tallas. El 50% restante se paga contra entrega o antes del envío. aceptando pagos por transferencia, Nequi, Daviplata o efectivo. Descuentos especiales por pago anticipado o pedidos por volumen, pedidos pequeños o clientes nuevos un descuento del 5-10% si el cliente paga el 100% por anticipado

Pago Contra Entrega (Solo local o presencial) Aplica para entregas en Medellín o municipios cercanos, si el cliente ya ha trabajado con nosotros antes y pagos a cuotas con tarjetas de crédito

La empresa pertenecería al Régimen Simple de Tributación debido a su simplicidad y beneficios

3.3.3 ESTRATEGIAS PARA UTILIZAR FRENTE A UNA GUERRA DE PRECIOS

Comenzar con precios ligeramente por debajo del promedio para captar atención, y luego ajustar a medida que la marca gane notoriedad y si los clubes o academias compran en cantidad, se puede ofrecer descuentos por volumen (por ejemplo, descuentos para más de 10 uniformes) ofrece descuentos de lanzamiento o promociones como en el primer mes de comprar para ganar tracción y conseguir nuevos clientes y fidelizarlos para compras futuras. Si bien el precio es importante, los materiales de alta calidad, diseños exclusivos y personalización me permitirán justificar un precio ligeramente más alto si se comunica correctamente el valor agregado.

3.3.4 MÉTODO UTILIZADO PARA LA DEFINICIÓN DEL PRECIO.

La estrategia de fijación de precios estará basada en una combinación de tres métodos: Costo + Margen, Comparación de mercado y Valor percibido. Esta combinación permite establecer precios competitivos, rentables y alineados con la propuesta de valor del negocio.

Aplicar el método de Costo + Margen asegura cubrir todos los costos de producción (materiales, confección, personalización, entre otros) y obtener una utilidad adecuada en cada venta. Al mismo tiempo, la comparación de mercado permite evaluar los precios de marcas o negocios similares en Medellín, ajustando la oferta según la posición que se quiera ocupar en el mercado local. Finalmente, incorporar el criterio de Valor percibido permite destacar los atributos diferenciadores del producto, como la calidad, el diseño personalizado y la tecnología textil, lo que ayuda a alejarse de la competencia basada únicamente en precio.

En conjunto, esta metodología garantiza un equilibrio entre rentabilidad, competitividad y diferenciación, fundamentales para el éxito del emprendimiento en esta etapa inicial

3.4 PROMOCIÓN:

para motivar las compras por volumen o pronto pago el descuento sería del 5% de 20 a 50 unidades del 10% desde de 51 a 100 unidades y del 15% para compras mayores de 101 esto con la motivación que hagan pedidos cada vez más grandes

el 2% de descuento si pagan anticipado el total del pedido al confirmar esto dará un flujo de caja y reduce el riesgo de cartera vacía

a clientes especiales que serían empresas grandes o clubes recurrentes a nuestro servicio se les prioriza en tiempos de entregas o precios congelados del año anterior en referencia seleccionadas

un presupuesto máximo de 10% del capital inicial para invertir en promoción.

Ahorra más cuando compras más

Descuentos por volumen: 5% desde 20 a 50 unidades 10% de 51 a 100 unidades 15% en pedidos mayores a 101 unidades + 2% de descuento por pago anticipado (Pagando al confirmar tu pedido)

Clientes especiales como empresas y clubes frecuentes reciben:
Entregas prioritarias
Precios congelados del año anterior (referencias seleccionadas)

3.5 COMUNICACIÓN Y PUBLISIDAD

Cotiza hoy mismo, arme su pedido y aproveche estos beneficios exclusivos. Contáctanos al 3007465337 o escríbenos por WhatsApp para asesorarlo sin compromiso.

CorpFit – Uniformes que inspiran equipo, identidad y orgullo.

CorpFit se centrará en dar a conocer la marca, posicionarse como opción confiable y atraer a clientes potenciales, para ello se aplicará las siguientes acciones:

Promoción de lanzamiento con descuentos por volumen y por pronto pago para captar clientes de entrada.

Marketing digital: Enfocado en redes sociales, catálogos digitales y contacto directo por WhatsApp.

Alianzas estratégicas con empresas, instituciones educativas y clubes deportivos para que nos recomienden como proveedores.

Recomendación boca a boca: Incentivar a clientes satisfechos a referirnos, con bonos o descuentos para futuras compras.

estrategia	costo estimado
publicidad paga en redes	300.000 mensual
diseño gráfico - catalogo	400.000

fotografías- contenido visual	300.000
modelos	300.000

Tabla 2 estimado de costo estrategia de publicidad

3.6 SERVICIOS

3.6.1 POST VENTA

Llamada o mensaje de seguimiento 3-5 días después de la entrega.

Encuesta rápida de satisfacción

Reposición rápida: Si hubo algún error en la entrega, asumirlo con rapidez para reforzar la confianza.

3.6.2 GARANTÍA DEL PRODUCTO

se otorga una garantía de 30 días desde la entrega del pedido por:

Desperfectos de costura o terminados.

Defectos en la tela (desgaste anormal, manchas de fábrica).

Errores en la personalización (logos mal ubicados, nombres mal escritos).

no cubre mal uso, lavado inadecuado, daños por terceros.

3.6.3 PASOS PARA ACTIVAR LA GARANTÍA:

El cliente debe hacer llegar la prenda con el problema.

Se revisa el caso en un plazo de 3 a 5 días hábiles.

Si procede la garantía: reparación, cambio o reposición del producto.

3.6.4 MECANISMO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

WhatsApp business el cuál se usará para consultas quejas garantías con respuestas automáticas, el correo electrónico para casos más formales y quienes requieran cotizaciones oficiales y reclamos documentados, Instagram y Facebook para atención rápida en comentarios y mensajes y teléfono para atención personalizada más directa

3.7 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADOS:

costo conjunto completo corporativo (costo base)

CONCEPTO	COSTO ESTIMADO
tela	20.000
insumos	5.000
confección	20.000
personalización	3.000
empaque	2.000
transporte local	8.000
total, costo base	89.000

Tabla 3 costo conjunto completo corporativo

gastos generales mensuales

GASTOS MENSUALES ESTIMADO	COSTO ESTIMADO
Arriendo	500.000
Servicios (luz, agua,)	350.000
Publicidad en redes	300.000
otros (telefonía y internet mantenimientos)	200.000
nomina	3.000.000
Total, gastos fijos mensuales (indirectos)	4.350.000

Tabla 4 costo generales mensuales

Costo indirecto por prenda
 $4.350.000/200=21.750$

Costo total por prenda
 $89.000+21.750=110.750$

Margen de utilidad: 40%

Sobre utilidad: 15%

costo final por uniforme corporativo

$110.750 + 40\% = 155.050$

$155.050 + 15\% = \$178.307$ (precio de venta al público)

3.8 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS

La empresa adoptará una estrategia de compra por encargo, en la cual el cliente abonará el 50% del pedido por adelantado, esto permitirá contar con flujo de caja suficiente para realizar las compras sin recurrir a créditos, minimizando la inversión inicial y reduciendo el riesgo de obsolescencia, esta modalidad asegura una alineación directa entre las compras y las ventas reales.

Es fundamental informar con claridad los tiempos de entrega, los cuales estarán basados en los ciclos de aprovisionamiento, asimismo se podrán ofrecer productos con tiempos de entrega diferenciados, según la disponibilidad y complejidad de los materiales requeridos.

Con el tiempo, si se identifican insumos que se solicitan de forma recurrente, se podrá implementar un stock preventivo limitado para acelerar la producción y mejorar la capacidad de respuesta ante nuevos pedidos

3.9 PROYECCIÓN DE VENTA

para realizar la siguiente proyección se aplicó una combinación de métodos técnicos adaptados a la naturaleza de una empresa nueva en el sector textil, método de juicio de expertos, método de análisis de capacidad de producción, método de analogía de mercado y método de crecimiento escalonado

se analizó el comportamiento del mercado textil en el Valle de Aburrá, considerando los ciclos de compra de las empresas (dotaciones de ley) y el calendario deportivo local determinando que el primer trimestre es más lento por el proceso de prospección y que el cuarto trimestre es el pico máximo conectado con lo que la infraestructura de una pequeña empresa que permite fabricar sin comprometer la calidad, se utilizaron precios de referencia de competidores en sectores industriales y deportivos para establecer un Ticket Promedio y en lugar

de una cifra fija, se proyectó un crecimiento porcentual mensual (entre el 15% y 25%) para reflejar la curva de aprendizaje y el posicionamiento de la marca.

A continuación, presento una estructura para el primer año de operación, asumiendo un crecimiento progresivo mientras se posiciona la marca en el mercado.

Uniformes Corporativos (Set básico): \$120.000 COP

Uniformes de Patinaje (Enterizo/Licra técnica): \$160.000 COP

Trimestre	uni/ corp mes	Uni Pati / mes	Ingr Esti Mes
Lanzamiento	15	10	\$3.400.000
Crecimiento	30	25	\$7.600.000
Consolidación	50	40	\$12.400.000
Temporada Alta	80	60	\$19.200.000

tabla 5 proyección de ventas

Para pedidos personalizados de uniformes corporativos y deportivos se pedirá un anticipo (50%) es indispensable para iniciar la compra de insumos (telas, hilos, sublimación) y corte sin este pago, el pedido no entra a producción y el saldo (50%) Contra entrega de la dotación o máximo a 8 días después de recibida la mercancía según negociaciones preliminares con el cliente si es habitual o un cliente fijo esto se aplicaría tanto para los uniformes corporativos como para los de patinaje

para evitar facturas vencidas se establecerá recordatorios preventivos 3 días antes del vencimiento (correo electrónico o mensaje amable), Notificación de vencimiento día 1 de mora (llamada telefónica para verificar si hubo un problema con la factura), suspensión de servicio si hay una factura vencida, no se iniciara la producción de nuevos pedidos hasta que la cuenta esté al día, con la orden de pedido firmada por el cliente donde se especifiquen tallas, cantidades y diseño aprobado esto con el fin de evita devoluciones injustificadas que retrasan los pagos también se estipulara en la factura que, después de 30 días de retraso, se aplicará la tasa de interés máxima legal permitida

4. MÓDULO OPERATIVO

4.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO:

FICHA TÉCNICA				REF:		T001	
DISEÑADOR:		yudy hurtado		FECHA:		14/04/2026	
DESCRIPCIÓN		trusa patinadora - ciclista		LINEA:		deportiva	
TELAS	TELAS	CODIGO	COLOR	ANCHO TELA	TOTAL TELA	ENTRETELA	
	Suplex	sx1020	BLANCO	1,5	1		
	Suplex	sx1020	NEGRO	1,5	0,5		
	micro fibra	mc	BLANCO	1,5	0,5		
HILOS	MAQUINA	AGUJA	AMARRE	COD.AGUJA	CALIBRE	OBSERVACIONES	
	plana	hilo	nylon	san 10	70	12 PPP	
	recobridora	hilo	nylon	san 10	70	12 PPP	
	filetadora	hilo	nylon	san 10	70	12 PPP	
INSUMOS	INSUMO	MATERIAL	CANTIDAD	COLOR	CODIGO		
	cierre 80cm	nylon	1	negro	1020		
PROCESOS	PROCESOS	CODIGO	ESPECIFICACIÓN	PROVEEDOR	OBSERVACIÓN		
	estampado		localizado	-----			
MOLDES O PATRONES X TALLA				MUESTRA DE TELAS			

Imagen 20 ficha técnica trusa patinadora propia

ROPERO

DELANTERO

PORTERIOR

OBSERVACIONES

ORDEN OPERACIONAL	DUPESPUNTE	SAM
unir hombro rangla x 4	recubridora	0,4
unir corte lateral de tela principal delantera	fileteadora	1
unir corte lateral de forro delantero	fileteadora	0,6
pegar cierre embonado con forro	plana	1
ruedo a bolsillo posterior	recubridora	0,4
fijar bolsillo en posterior por contorno	plana	0,8
hacer costura de separacion de bolsillo	plana	0,2
pegar corte bolsillo con posterior superior	fileteadora	1
unir costados superior	fileteadora	0,4
unir cuello	fileteadora	0,5
pegar cuello	fileteadora	1
unir tiro del y post short	fileteadora	0,6
unir laterales y entrepierna short	fileteadora	1
pegar fajon pierna	fileteadora	1
pegar short con blusa en cintura	fileteadora	1
hacer ruedo en manga	recubridora	1

Imagen 20 ficha técnica trusa patinadora propia

HOJA DE COSTOS					
REFERENCIA	7001				
FECHA	14/04/2026				
RESPONSABLE	yudy hurtado				
TALLAS	S - M - L				
PROCESOS	PROVEEDOR	VR. TOTAL			
TRAZO Y CORTE	yudy hurtado	5,000			
FUSIONADO					
ESTAMPADO	yudy hurado	5,000			
CONFECCION	yudy hurado	20,000			
LAVANDERIA (PROCESO TEÑIDO, ETC.)					
TERMINACION	yudy hurtado	1,200			
MATERIA PRIMA	NOMBRE	PROVEEDOR	CONSUMO	VR. UNID/MED	VR. TOTAL
Tela principal	Supplex	lafayette	1,5	22,000	33,000
Forros	micro fibra	lafayette	0,5	17,000	8,500
Entretelas					
Complemento					
Otras					
Marquillas					
Talla					
Instrucción lavado	instrucción lavado	bombay	1	50	
Composicion					
interna					
bandera					
garra					
botones					
metalico					
golpe					
hacar					
remaches					
herrajes					
ojales					
hebillas					
cierres	nylon	bombay	1	1,500	1,500
material empaque	mochila	bombay	1	1,500	1,500
etiqueta	etiqueta	bombay	1	100	100
stiker					
bolsa	30x40	bombay	1	50	50
codigo de barras					
		SUBTOTAL			75,850
		TOTAL			80,850
COSTOS FIJOS	5,000				
COSTO TOTAL	80,850				
PRECIO DE LISTA	113,190				
PRECIO PUBLICO	120,000				

Imagen 21 ficha técnica trusa patinadora propia

FICHA TECNICA				REF:		C001	
DISEÑADOR:		judy hurtado		FECHA:		14/04/2026	
DESCRIPCIÓN:		camisa mujer		LINEA:		corporativa	
TELAS	TELAS	CODIGO	COLOR	ANCHO TEL	TOTAL TELA		
	batista	bt5020	blanco		1,5 1metro		
	entretela	entretela	banco		1,5 0,2 metro		
HILOS	MAQUINA	AGUJA	AMARRE	COD.AGUJA	CALIBRE	OBSERVACIONES	
	plana	hilo	hilo	san 10	70	10 PPP	
	filetadora	hilo	hilo	san 10	70	10 PPP	
INSUMOS	INSUMO	MATERIAL	CANTIDAD	COLOR	CODIGO		
	botones de 10 líneas	plastico	10	transparentes	50		
PROCESOS	PROCESO	CODIGO	ESPECIFICACIÓN	PROVEEDOR	OBSERVACIÓN		
MOLDES O PATREONES X TALLA						MUESTRA DE TELAS	

Imagen 22 ficha técnica camisa corporativa propia

HOJA DE COSTOS					
REFERENCIA	CM001				
FECHA		14/04/2026			
RESPONSABLE	yudy hurtado				
TALLAS	S - M - L				
PROCESOS	PROVEEDOR	VR. TOTAL			
TRAZO Y CORTE	yudy hurtado	5,000			
FUSIONADO					
ESTAMPADO	yudy hurado	-			
CONFECCION	yudy hurado	15,000			
LAVANDERIA (PROCESO TEÑIDO, ETC.)					
TERMINACION	yudy hurtado	1,200			
MATERIA PRIMA	NOMBRE	PROVEEDOR	CONSUMO	VR. UNID/MED	VR. TOTAL
Tela principal	BATISTA	FABRICATO	1	18,000	18,000
Forros	ENTRETELA	FABRICATO	0,1	5,000	5,000
Entretelas					
Complemento					
Otras					
Marquillas					
Talla					
Instrucción lavado	instrucción lavado	bombay	1	50	
Composicion					
interna					
bandera					
garra					
botones					
metalico					
golpe					
hacar					
remaches					
herrajes					
ojaletes					
hebillas					
cierres					
material empaque	mochila	bombay	MEDIO	1,500	750
etiqueta	etiqueta	bombay	1	100	100
stiker					
bolsa	30x40	bombay	1	50	50
codigo de barras					
		SUBTOTAL			45,100
		TOTAL			50,100,0
COSTOS FIJOS	5,000				
COSTO TOTAL	50,100				
PRECIO DE LISTA	70,500				
PRECIO PUBLICO	75,000				

Imagen 24 ficha técnica camisa corporativa propia

FICHA TECNICA				REF:		PF 00126	
DISEÑADOR:		yudy hurtado		FECHA:		14/04/2026	
DESCRIPCIÓN:		pantalón mujer		LINEA:		corporativa	
TELAS	TELAS	CODIGO	COLOR	ANCHO TELA	TOTAL TELA		
	gabarnida	bt5020	gris		1,5	1 metro	
	entretela	entretela	banco		1,5	0,2 metro	
	dacron	forro	blanco		1,5	0,3 metro	
HILOS	MAQUINA	AGUJA	AMARRE	COD.AGUJA	CALIBRE	OBSERVACIONES	
	plana	hilo	hilo	san 10	70	10 PPP	
	filetadora	hilo	hilo	san 10	70	10PPP	
INSUMOS	INSUMO	MATERIAL	CANTIDAD	COLOR	CODIGO		
	botones de 15lineas	plastico	1	café	5050		
PROCESOS	PROCESOS	CODIGO	ESPECIFICACIÓN	PROVEEDOR	OBSERVACIÓN		
MOLDOS O PATREONES X TALLA						MUESTRA DE TELAS	
The technical drawing shows the pattern pieces for a women's pant. It includes a front piece labeled 'FRENTE' with measurements 1, 2XT, and 3. A back piece labeled 'POSTERIOR' with measurements 1, 2XT, and 3. A waistband piece labeled 'BULTILLO' with measurements 1, 2XT, and 3. A pocket piece labeled 'POCKET' with measurements 1, 2XT, and 3. A belt piece labeled 'CINTA' with measurements 1, 2XT, and 3. A waistband piece labeled 'BULTILLO' with measurements 1, 2XT, and 3. A waistband piece labeled 'BULTILLO' with measurements 1, 2XT, and 3. A waistband piece labeled 'BULTILLO' with measurements 1, 2XT, and 3.							

Imagen 25 ficha técnica pantalón corporativa propia

OBSERVACIONE					
ORDEN OPERACIONAL	MAQUINA	PPP	PESPUNTE	SAM	
filete en tiro del x 2	fileteadora	8--10		0,4	
filete en aletilla	fileteadora	8--10		1	
unir aletillon por extremo y bajo	fileteadora	8--10		0,6	
pegar aletilla	plana	8--10		1	
pezpuntar a 1/15 aletilla	plana	8--10		0,8	
pegar cierre a aletilla	plana	8--10		1	
hacer j	plana	8--10		0,6	
pegar aletillon con cierre	plana	8--10		1	
pezpuntar aletillon a 1/16	plana	8--10		0,4	
unir tiro delantero	fileteadora ps	8--10		0,4	
unir tiro posterior	fileteadora ps	8--10		0,6	
pezpuntar tiro del y post	dos agujas	8--11		0,5	
cerar bolsillo	fileteadora ps	8--12		0,5	
pegar bolsillo	plana	8--13		1	
pezpuntar bolsillo	plana	8--14		0,8	
encuadrilar	plana	8--15		0,7	
unir costado y entrepierna	fileteadora ps	8--16		0,5	
hacer pasadores	plana	8--17		1	
medir y cortar pasadores	manual	8--18		0,2	
pegar pasadores	plana	8--19		0,5	
unir pretina	plana	8--20		0,6	
pegar preina	plana	8--21		1	
asentar pretina	plana	8--22		1	
hacer ruedo bajo	plana	8--23		1	
				0	

Imagen 26 ficha técnica pantalón corporativa propia

HOJA DE COSTOS					
REFERENCIA	PF00126				
FECHA	14/04/2026				
RESPONSABLE	yudy hurtado				
TALLAS	S - M - L				
PROCESOS	PROVEEDOR	VR. TOTAL			
TRAZO Y CORTE	yudy hurtado	5,000			
FUSIONADO					
ESTAMPADO		-			
CONFECCION	yudy hurado	17,000			
LAVANDERIA (PROCESO TENIDO, ETC.)					
TERMINACION	yudy hurtado	1,200			
MATERIA PRIMA	NOMBRE	PROVEEDOR	CONSUMO	VR.UNID/MED	VR.TOTAL
Tela principal	GABARDINA	FABRICATO	1,2	20,000	24,000
Forros	DACRON FORRO	FABRICATO	0,3	4,500	1,350
Entretelas	ENTRETELA	FABRICATO	0,1	5,000	1,000
Complemento					
Otras					
Marquillas					
Talla					
Instrucción lavado	instrucción lavado	bombay	1	50	
Composicion					
interna					
bandera					
garra					
botones	BOTON 15 LINEAS	bombay			
metalico					
golpe					
hacar					
remaches					
herrajes					
ojales					
hebillas					
cierres					
material empaque	mochila	bombay	MEDIO	1,500	750
etiqueta	etiqueta	bombay	1	100	100
stiker					
bolsa	30x40	bombay	1	50	50
codigo de barras					
		SUBTOTAL			50,450
		TOTAL			55,450
COSTOS FIJOS	5,000				
COSTO TOTAL	50,450				
PRECIO DE LISTA	76,630				
PRECIO PUBLICO	89,200				

Imagen 27 ficha técnica pantalón corporativo propia

4.1.1 VALOR AGREGADO QUE PUEDE GENERAR AL CLIENTE

Ofrecer un servicio integral que abarca desde la conceptualización hasta la entrega final del uniforme, con asesoramiento personalizado en cada etapa y trabajar estrechamente con empresas y clubes para garantizar que cada diseño exprese fielmente la esencia, valores y personalidad del equipo, ya sea en el entorno corporativo o deportivo.

4.1.2 ESTADO DE DESARROLLO

Los uniformes militares realmente surgen a finales del siglo XVII antes de este periodo, los soldados y oficiales vestían prendas de indumentaria similares a las de la población civil adaptadas para la vida militar en campaña y la identificación de rangos estas prendas no eran proporcionadas por la intendencia militar, y los soldados tenían que adquirirlas por su cuenta o mediante saqueos con el tiempo se consolidaron como una característica esencial de la institución militar evolucionando en lo que se refleja en tiempo actual, los uniformes militares no son solo prendas de vestir, sino también objetos que reflejan aspectos importantes de la historia social, política y militar de una nación, su estudio ayuda a comprender la evolución de la moda, las ideas tácticas y los cambios en las estructuras militares a lo largo del tiempo (Ávila, 2011)

La evolución de los uniformes militares en Colombia desde sus inicios hasta el siglo XXI, destacan un papel en la protección, funcionalidad e identificación de los soldados y analiza la importancia en la construcción de la identidad militar y las relaciones sociales. Desde una mirada antropológica, se considera cómo los uniformes son símbolos culturales que fortalecen la identidad militar y tienen agencia propia en la configuración de la cultura militar, no solo son prendas funcionales, sino también objetos simbólicos que unen a la comunidad militar y afectan la percepción de las fuerzas armadas en la sociedad (Pinza , 2023)

(Scharagrodsky & Kopelovich, 2023) habla sobre la introducción de la pollera pantalón o falda pantalón en los uniformes de educación física se ve como un signo simbólico de la masculinidad, ya que el pantalón ha sido históricamente asociado con lo masculino.

En los uniformes escolares se refleja un proceso más amplio de asignación diferencial de moralidades, estéticas y emociones, así como de regulación de las mismas en la sociedad se señala que mientras los hombres se enfocan en ejercitar todas las partes del cuerpo a través de deportes que enfatizaban la fuerza de los brazos, las mujeres se centran en actividades que trabajaban la parte inferior del cuerpo, destacando la velocidad y la flexibilidad, lo que podría reflejar cierto temor a la virilización de las chicas y el temor del uso de los uniformes con aspectos masculinos en las mismas (Scharagrodsky & Kopelovich, 2023)

En cuanto los uniformes hospitalarios la falta de estudios sobre la presencia de microorganismos, especialmente agentes virales, en delantales y uniformes clínicos, destaca la importancia de entender la asociación entre la contaminación de las manos de los trabajadores de la salud y la contaminación de sus uniformes y delantales, varios estudios muestran la presencia de diferentes bacterias patógenas en los uniformes, Se puede resaltar que la contaminación de los delantales y uniformes está relacionada con factores como el uso directo con pacientes y ciertas áreas de mayor contaminación, como las mangas y bolsillos

Es posible que en el futuro se necesite usar uniformes médicos o delantales con nanopartículas de metales, que han demostrado ser efectivas para reducir la adhesión de microorganismos a las telas. Estos tejidos especiales ya se están utilizando para hacer ropa de cama en hospitales. (Kappes, 2021)

(Garcia Vázquez & Sonda De La Rosa, 2018) señala que la importancia de la identidad organizacional en empresas transnacionales, destacando su naturaleza dinámica y multifacética lo cual ha definido como un proceso en constante cambio, se resalta el papel de las imágenes y símbolos en los uniformes en la construcción de la identidad corporativa, así como las estrategias utilizadas por las empresas para reforzar su imagen, enfatiza la relevancia de la identidad organizacional en la vida laboral y la percepción externa de las empresas las cuales están buscando formas efectivas de controlar la resistencia al cambio entre sus empleados, para lograrlo están enfocados en construir una identidad organizacional fuerte, que se basa en promover la calidad del servicio lo cual ayuda a justificar el control como una parte necesaria de varias estrategias para mantenerse competitivas en el mercado

dice (Pantoja, Rodríguez, Vera Gutierrez, & Avilès, 2017) que fomentar una cultura de seguridad en las empresas, incentivando la participación activa de los trabajadores en la identificación y prevención de riesgos, establecer un sistema de seguimiento y evaluación de las medidas preventivas implementadas para garantizar su eficacia y realizar los ajustes necesarios en caso de ser necesario también debe proporcionar equipos de protección individual adecuados para cada tarea y asegurarse de que los trabajadores los utilicen correctamente tanto los elementos de protección como los uniformes ya que estos pueden salvar sus vidas en caso de accidentes

(Gonzales Blatazar, Hidalgo Santacruz, & Salazar Estrada, 2007) dice que se debe tener en cuenta la calidad de vida en el trabajo ya que esto no implica sólo aspectos materiales, como el salario y las condiciones físicas del trabajo, sino también aspectos psicológicos como la satisfacción y el sentido de pertenencia, también aspectos sociales como las relaciones laborales y el apoyo de los compañeros y superiores. Es importante destacar que la calidad de vida en el trabajo no solo beneficia a los trabajadores individualmente, sino que también puede tener un impacto positivo en la productividad y el desempeño organizacional en general. Las empresas que promueven un ambiente laboral saludable y satisfactorio tienden a retener a sus empleados, reducir el ausentismo y aumentar la motivación y la satisfacción en el trabajo.

También es importante recalcar el derecho a la propia imagen que se ha desarrollado a lo largo del tiempo, influenciado por factores como los avances tecnológicos especialmente la fotografía, así como por las percepciones culturales y jurídicas sobre la privacidad y la dignidad humana. también se destaca la importancia de considerar este derecho en relación con la dignidad y la autodeterminación de la persona, los altos tribunales tendrán que decidir, qué significa esto del derecho a la propia imagen e incardinarse en las nuevas relaciones sociolaborales, máxime si dichos cambios en la apariencia podrían

ser beneficiosos para la salud y, sin embargo, el empleador alegue que puede resultar desagradables a la vista de cierta clientela (Gonsales Hernández, 2021)

En estados unidos los trabajadores latinos de bajos salarios en industrias de alto riesgo como la belleza y la automoción, son especialmente vulnerables a exposiciones ocupacionales como son las sustancias tóxicas e ingredientes químicos en el lugar de trabajo que pueden resultar en enfermedades graves como el asma, cáncer, enfermedades neurodegenerativas, problemas reproductivos y enfermedades en la piel. Esto contribuye a las inequidades en salud, especialmente debido al acceso limitado a atención médica de calidad, la responsabilidad de mitigar esta exposición recae en varios actores de la salud ocupacional, incluidos propietarios y emprendedores de pequeñas empresas, fabricantes de productos y responsables político quienes son los responsables de auditar y suministrar el equipo y los uniformes necesarios para desempeñar su labor minimizando los riesgos para la salud, un problema significativo que afecta desproporcionadamente a los trabajadores (Lee, y otros, 2021)

Los uniformes deportivos por su parte son más que una representación visual del equipo; influyen directamente en el rendimiento de los atletas. Los materiales de calidad garantizan comodidad, movilidad y durabilidad, factores cruciales para un rendimiento óptimo, los uniformes flexibles y duraderos permiten movimientos sin restricciones durante la actividad física intensa por estos motivos la elección adecuada de materiales es una inversión en el éxito del equipo, ya que capacita a los atletas para alcanzar sus metas con mayor eficacia cuando no hay más obstáculos que no sen los de su estado físico (Esparza, 2010)

4.1.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

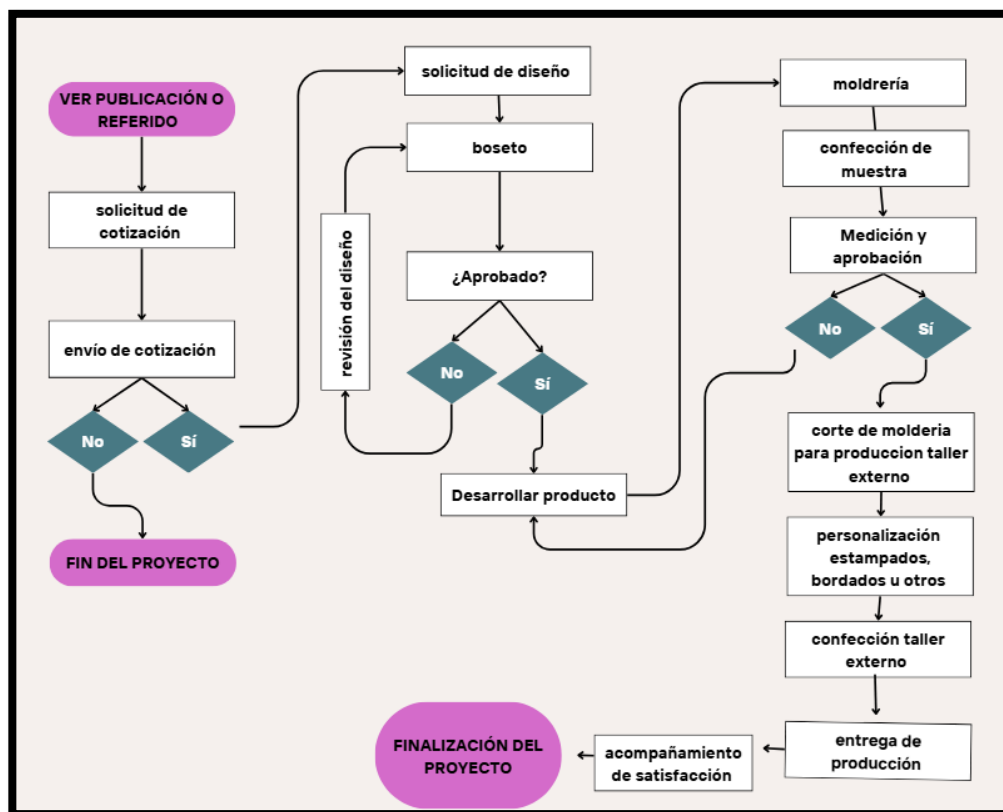


imagen 28 descripción de proceso- propio

4.1.4 PLAN DE PRODUCCION

El plan de ventas tiene un pico máximo en el cuarto trimestre y un inicio lento en el primer trimestre, el peor error sería producir solo lo que se vende cada mes ya que para el cuarto trimestre la capacidad física no daría abasto por eso en el primer trimestre entraríamos en una fase de prospección y acumulación ya que las ventas son bajas, pero la producción debe mantenerse a ritmo medio en esta fase se fabrica el inventario base de dotaciones (prendas estándar como camisas Jean, pantalones drill o camisetas polo listas para confeccionar/personalizar) también aprovechar el tiempo muerto para poner a punto la maquinaria, estandarización de moldes (patronaje) y creación de stock de seguridad.

En el 2 y 3 trimestre Se entregan los primeros lotes de dotaciones de ley, La producción sube de forma escalonada (15% - 25% mensual) se debe tener ya

Coordinado con proveedores de tela, insumos y demás el abastecimiento justo a tiempo para no congelar tanto capital de trabajo, sincronizar el taller con el calendario deportivo local para ir sincronizando la maquinaria lotes especializados.

al dispararse las vetas en el último trimestre como ya se adelantó producción de piezas base en el taller se enfoca en ensamble final, personalización (bordados/estampados) y acabados, logrando cumplir con el volumen sin saturar las máquinas. Maquila externa: Para no comprometer la calidad ni los tiempos, los procesos que saturan el taller (como el corte masivo o ciertos tipos de estampado) se derivan a talleres satélite de confianza en la región, previamente evaluados y la empresa se queda con el ensamble crítico y el control de calidad final.

4.2 PLAN DE COMPRAS

Como el primer trimestre el mercado está lento, los distribuidores de tela locales en Medellín suelen tener buenas ofertas o mayor disposición a negociar precios por volumen así que se programará las compras para adquirir la materia prima necesaria para abastecer el ritmo medio de producción que generará el stock de seguridad.

Para el segundo y tercer trimestre liberar capital y utilizar los anticipos de los clientes corporativos (que suelen ser del 30% al 50%) para financiar directamente la compra de las telas e insumos específicos bajo pedido cerrado para no tocar caja propia en este periodo las empresas que renuevan dotación a mitad de año cuellos y puños tejidos personalizados (para las camisetas polo) Botones y cremalleras (compras en volumen para congelar precio antes del segundo semestre).

Antes de que llegue el 4 trimestre hacer las Compras de Especialidad Deportiva y Reserva de Textiles técnicos para ropa deportiva y corporativa (telas con transporte de humedad, protección UV, licras pesadas para patinaje).

También hacer compras de insumos necesarios para la confección Agujas especializadas (punta de bola) y tensores dosificadores para asegurar que las máquinas no revienten el hilo elástico al cambiar de línea de producción. Y hacer compras de Reserva anticipada del 100% de los insumos Tipo B y C (hilos, cremalleras, bolsas, marquillas) ya que en agosto/septiembre el comercio textil empieza a subir precios por la temporada decembrina. Al asegurar los insumos pequeños (hilos, empaques) en este trimestre, se blinda la margen de ganancia.

5. MODULO ORGANIZACIONAL

5.1 ANÁLISIS DOFA

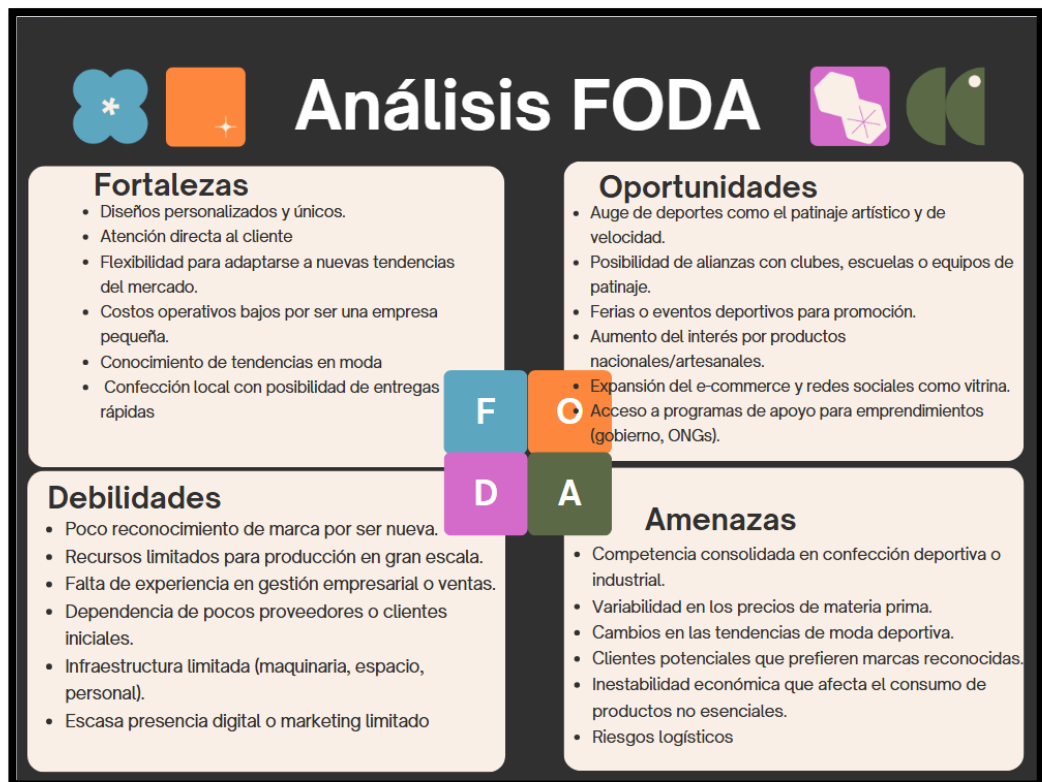


imagen 29 análisis foda - propio

5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



imagen 30 estructura organizacional - propio

5.3 ASPECTOS LEGALES

Registro Fiscal
Licencia de Funcionamiento
Uso de Suelo
Contratos con Clientes
Registro de Marca
Facturación Electrónica
Normas de Etiquetado
Aviso de Privacidad

5.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO MENSUAL
sueldos y cargas sociales 6 personas	17.952.500	215.430.000
alquiler de local y taller	500.000	6.000.000
servicios públicos	350.000	4.200.000
internet y telefonía	200.000	2.400.000
papelería y oficina	125.000	1.500.000
software y licencias	125.000	1.500.000
mantenimiento de equipos	83.000	996.000
asesoría contable legal	400.000	4.800.000
publicidad y marketing	400.000	4.800.000
capacitación de personal	200.000	2.400.000
gastos bancarios/bancarios	85.000	1.020.000

registro legal y constitución	1.200.000	único 1.200.000
diseño de marca y branding	850.000	único 850.000
maquinaria y equipos básicos	15.000.000	único 15.000.000
mobiliario de oficina y taller	4.700.000	único 4.700.000
software	470.000	único 470.000
materiales iniciales	3.000.0000	único 3.000.0000
publicidad y lanzamiento	1.200.000	único 1.200.000
total		45.836.000

Tabla 6 costos administrativos - propio

6. MÓDULO FINANCIERO

6.1 INGRESOS

Con el objetivo de alcanzar mi meta de emprender un negocio propio, he implementado un esquema de ahorro programado que me ha permitido reunir de manera gradual los recursos necesarios para la puesta en marcha de la empresa esta planificación financiera ha sido diseñada para cubrir los costos iniciales relacionados con la legalización del negocio, adquisición de maquinaria, insumos y demás requerimientos esenciales para iniciar operaciones de forma organizada, sostenible y conforme a la normativa vigente.

6.2 EGRESOS

Concepto egresos	Valor
Nómina para 6 personas	17.952.500
Alquiler	500.000

Sitio web	400.000
Publicidad	400.000
Material de aseo y oficina	125.000
Total valor anualizado	

Tabla 7 egresos - propio

6.3 CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO	COSTO ESTIMADO
tela	20.000
insumos	5.000
confección	20.000
personalización	3.000
empaque	2.000
transporte local	8.000
total costo base	89.000

Tabla 8 capital de trabajo - propio

7. PLAN OPERATIVO

7.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

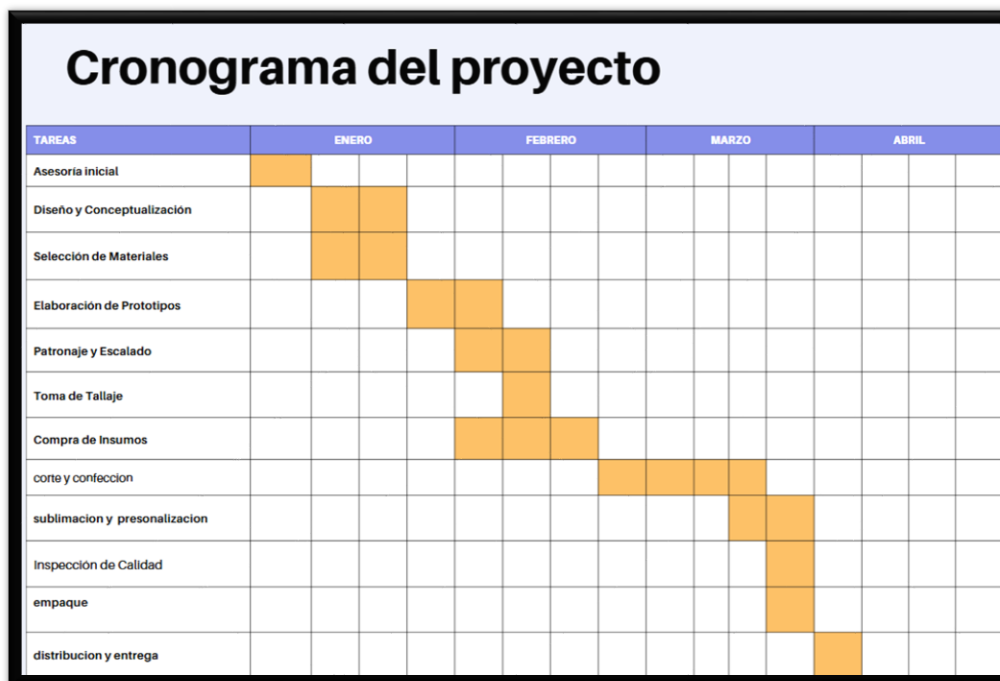


imagen 31 cronograma del proyecto - propio

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO Alma Mater		PROPUESTA DE EMPRENDIMIENTO UNIFORMES INSTITUCIONALES Y DEPORTIVOS															
TÍTULO DEL INFORME:																	
OBJETIVO GENERAL:		Desarrollar un modelo de negocio sostenible y competitivo en Medellín que ofrezca uniformes institucionales y deportivos personalizados, garantizando calidad, confort y seguridad. A través del diseño funcional, buscando satisfacer las necesidades específicas de cada sector, promoviendo la identidad corporativa y el bienestar laboral															
SEMESTRE: 2026-I																	
NOMBRE DEL ESTUDIANTE: yudy johana hurtado ortiz																	
NOMBRE DEL ASESOR: Luz Arley Espinosa Moreno																	
		febrero				marzo				abril				mayo			
		SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM
#	ACTIVIDADES A REALIZAR	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Plataforma estrategica		X														
2	Modulo de mercados			X	X												
3	Estrategias de mercado					X	X	X									
4	Operativo							X	X								
5	Modulo organizacional									X	X						
6	Modulo financiero											X	X				
7	Plan operativo													X			
8	Encuesta									X	X	X	X	X	X		
9	Anexos															X	X

7.2

imagen 32 cronograma de actividades - propio

METAS SOCIALES

Convertir la cadena de producción de uniformes en un modelo de impacto social circular, donde la confección sea el vehículo para la independencia económica de adultos en situación de vulnerabilidad y un entorno de protección preventiva para la infancia y juventud

La meta es capacitar a personas (con énfasis en mujeres víctimas de violencia intrafamiliar y jóvenes en riesgo) en el arte de la confección técnica se busca que el dominio de maquinaria industrial y patronaje no sea solo un empleo, sino un arte de vida que les otorgue la autonomía necesaria para romper ciclos de abuso y precariedad

Buscado facilitar un Entorno de Protección y Desarrollo Infantil, implementar dentro de nuestra unidad productiva el espacio (Cuidado con Propósito). El objetivo sería eliminar la barrera laboral para madres y padres cabeza de hogar, garantizando que sus hijos se encuentren en un entorno seguro a menos de 20 metros de sus padres y reciban alimentación balanceada y acompañamiento pedagógico en sus tareas escolares al mismo tiempo que participen en actividades lúdicas (música, dibujo y lectura) que fomenten su creatividad

Establecer el taller como un centro de formación para jóvenes de la comunidad, ofreciendo una alternativa productiva frente a los riesgos del ocio y la calle, la meta es que el aprendizaje de un oficio convierta la energía juvenil en talento creativo y profesionalismo técnico convirtiendo el taller en un refugio creativo

Entendiendo que la responsabilidad social es sinónimo de eficiencia la meta es demostrar que un trabajador con bienestar familiar al saber que su hijo está seguro y bien cuidado alcanza niveles superiores de enfoque, calidad y productividad, reduciendo la rotación de personal y elevando el estándar de excelencia de nuestros uniformes corporativos.

7.2. IMPACTO ECONÓMICO, SOCIAL, REGIONAL Y AMBIENTAL

El proyecto transforma el gasto social en eficiencia operativa y autonomía financiera al eliminar la preocupación de los padres por el cuidado de sus hijos, se reduce drásticamente el ausentismo y la rotación de personal, lo que baja los costos de reclutamiento y capacitación, con el dominio de maquinaria

industrial y patronaje técnico se convierte a la mano de obra no calificada en talento especializado, permitiendo que personas vulnerables generen ingresos dignos y constantes, la estabilidad emocional de los trabajadores se traduce directamente en un estándar de excelencia superior en el producto final (uniformes corporativos), mejorando el posicionamiento de la marca en el mercado.

El taller se convierte en un polo de desarrollo local que revitaliza la zona geográfica donde se asienta reduciendo riesgos sociales al ofrecer alternativas productivas y "refugios creativos" para jóvenes, disminuyen los índices de delincuencia y ocio nocivo en la región con un Fortalecimiento del Tejido Productivo se crea una infraestructura técnica (maquinaria y conocimiento) que puede atraer otras inversiones o emprendimientos locales derivados de la confección que puede crear un Modelo Replicable y Sirve como un caso de éxito regional que puede ser adoptado por otras industrias, posicionando a la zona como un referente de innovación social.

El impacto social es el núcleo del proyecto, enfocado en la ruptura de ciclos de violencia para transformarlo en empoderamiento de personas al Proporciona las herramientas económicas para que víctimas de violencia intrafamiliar puedan abandonar entornos de abuso sin depender económicamente del agresor dando asu vez un espacio pedagógico asegurando que la siguiente generación rompa la brecha de precariedad a través de la nutrición, el apoyo escolar y el fomento de la creatividad (música, dibujo y lectura) así el taller deja de ser una fábrica para convertirse en una comunidad donde el trabajo es visto como un "arte de vida", devolviendo la dignidad a los trabajadores.

Implementando un modelo de economía circular donde los residuos textiles de la producción se reintegran como materia prima educativa de esta manera, eliminamos la barrera económica de adquirir insumos, permitiendo que los estudiantes desarrollen su talento y creatividad sin costo, transformando el desperdicio en una herramienta de formación técnica así, garantizamos que quienes vienen a aprender no tengan que preocuparse por comprar materiales, sino solo por dejar volar su imaginación y dominar el arte de la costura.

8.1. CUESTIONARIO



CUESTIONARIO SOBRE UNIFORMES CORPORATIVOS

Hola soy estudiante del Pascual Bravo y necesito de su ayuda para mi trabajo de grado, realizando este cuestionario

Nombre *

Texto de respuesta corta

Cargo que ocupa en su compañía actual

Texto de respuesta corta

imagen 32 cuestionario - propio

¿Para usted que aspectos afectan la comodidad de su uniforme actual? (puede marcar varios)

☐

 Tela

☐

 Talla

☐

 Diseño

☐

 Temperatura (calor/frío)

☐

 Movilidad

☐

 Otro:

¿Que tan comodo considera su uniforme actual ?

☐ muy comodo

☐ comodo y practico

☐ incomodo - molesto

☐ otro

imagen 33 cuestionario - propio

¿Qué mejoraría en términos de funcionalidad?

Texto de respuesta larga

¿Le gusta el diseño de su uniforme? ¿por qué?

Texto de respuesta larga

imagen 34 cuestionario - propio

...

¿Cree que el uniforme representa bien la imagen de la empresa?

☐ Sí

☐ No

☐ No estoy seguro/a

¿Cómo califica la calidad del uniforme? ¿por que?

Texto de respuesta larga

¿El uniforme le hace sentir identificado con la empresa?

☐ si

☐ no

¿Se siente cómodo usando el uniforme frente a clientes? si - no por que

Texto de respuesta larga

imagen 35 cuestionario - propio

¿Qué sugerencias tiene para mejorar su uniforme?

Texto de respuesta larga

imagen 36 cuestionario - propio

8.2 GRAFICOS

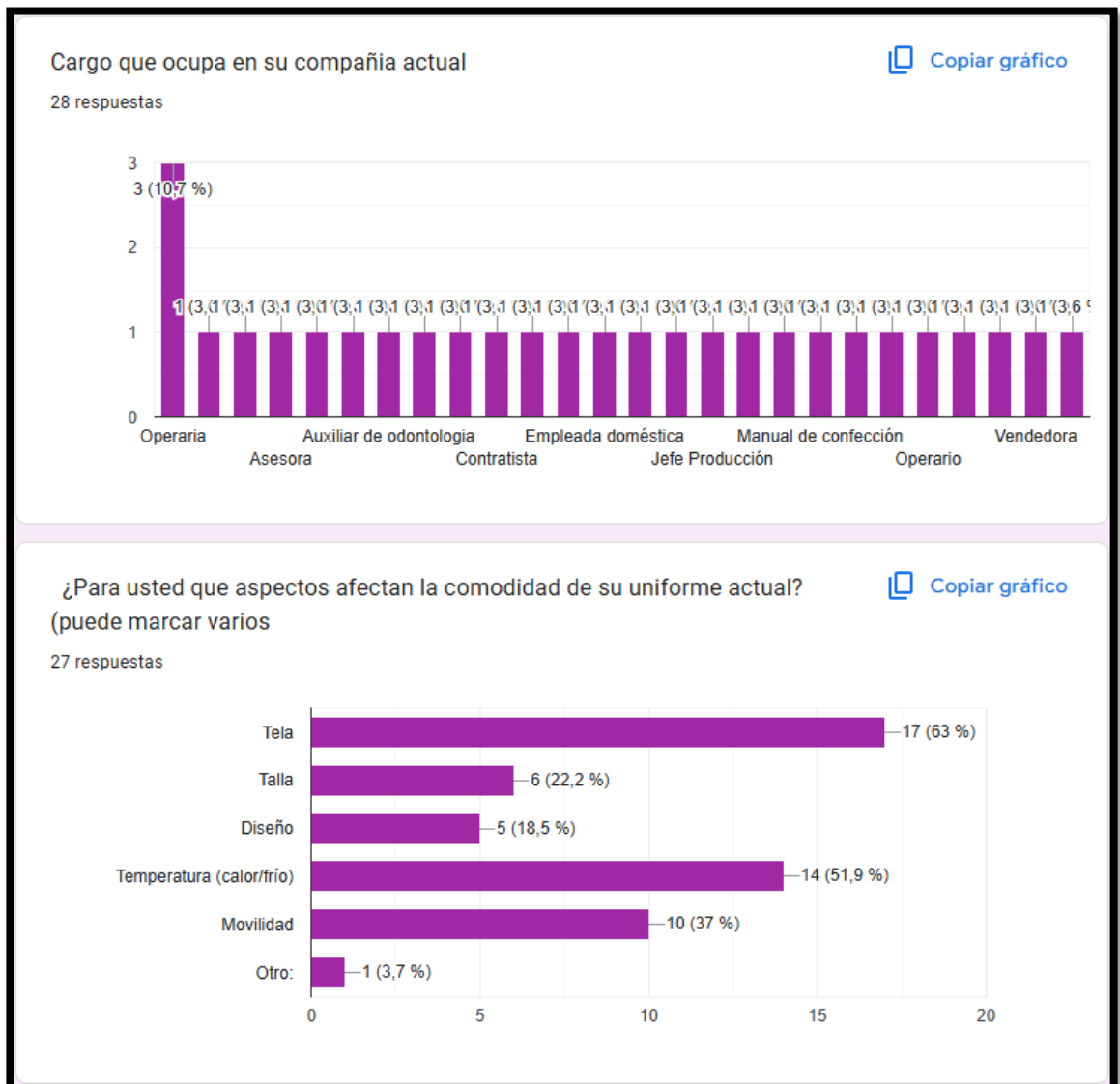


imagen 37 cuestionario - propio

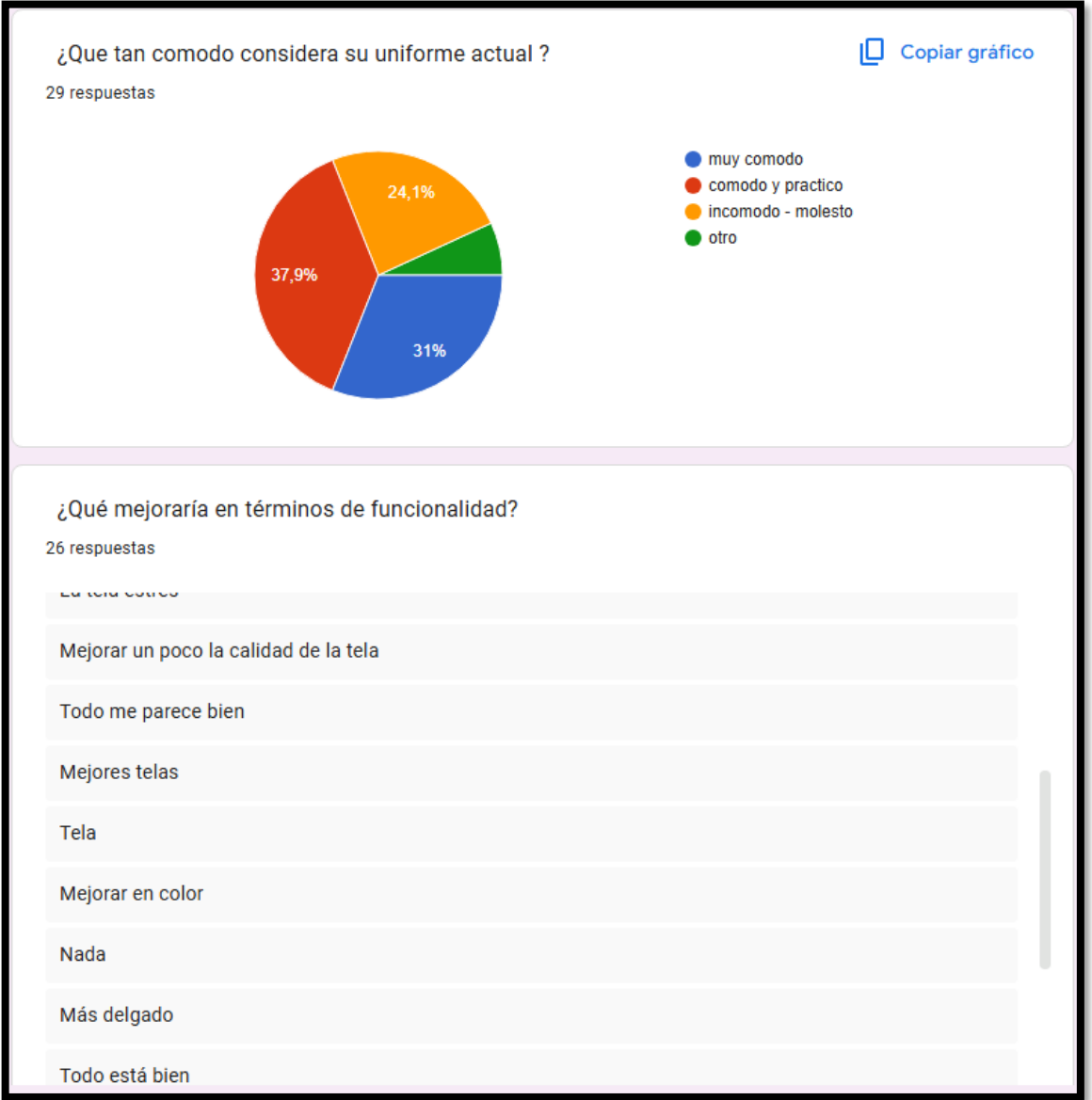


imagen 38 gráfico de cuestionario - propio

¿Le gusta el diseño de su uniforme? ¿por qué?

28 respuestas

Porque es comodo

Si es lindo

Que las rayas del uniforme fueran negras

Si por su color

En aspecto físico si es muy presentable, en términos de comodidad no por el calor que genera y al ser pegado es más sofocante

La camisa, porque tiene un estilo elegante

No, es muy formal

No, es muy básico.

Si, es cómodo, buen diseño

¿Cree que el uniforme representa bien la imagen de la empresa?

 Copiar gráfico

29 respuestas

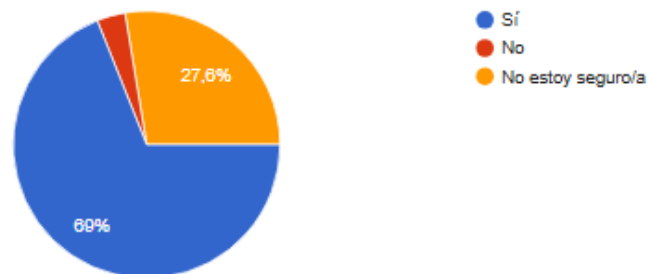


imagen 39 gráfico de cuestionario - propio



imagen 40 gráfico de cuestionario - propio

¿Se siente cómodo usando el uniforme frente a clientes? si - no por que

27 respuestas

- Nop por qué que caloor
- Si por su color
- No mucho pues al ser apretado genera miradas un poco incómodas para mi
- Si porque representa la compañía
- Si, porque es muy distintivo y el logo se hace notar
- Si, el uniforme inspira organización
- No, mantengo sucia y oliendo a varias comidas y a sudor
- No
- Normal, es como se te vieras casual

¿Qué sugerencias tiene para mejorar su uniforme?

27 respuestas

- Ninguna
- Pues que sea colores más lindos pasteles
- Mejorar tela
- Cambiar la tela
- Telas frescas y diseños modernos
- Cambio en la tela y el diseño
- Manga larga
- Mejorar calidad de tela y dar un pequeño detalle personalizado
- Mejorar el tipo de tela

imagen 41 gráfico de cuestionario - propio

CONCLUSIÓN

A través de esta investigación y propuesta de emprendimiento de uniformes corporativos y deportivos se evidencia que el sector de la moda corporativa exige ir más allá de la confección de prendas, requiere la creación de una experiencia de marca integral, y el éxito radica en la perfecta sincronización entre la propuesta de diseño y una estructura de negocio sólida teniendo en cuenta que una alineación de los objetivos estratégicos con un riguroso control de calidad, el diseño de empaques funcionales y un plan de mercado bien estructurado, definen una ruta clara para enfrentar los desafíos del sector, finalmente al priorizar un servicio posventa de excelencia y políticas de garantía transparentes, se transforma las debilidades en oportunidades, proyectando una empresa sólida y preparada para competir exitosamente en el mercado corporativo.

BIBLIOGRAFÍA

- Piñero, L., & Perozo Piñero, L. (2019). Ruta metodologica para avanzar en el periplo de la investigacion educativa con variable. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*, 60-74.
- Ruiz Torres, P. (1993). Los discursos del método histórico. *La hitoriografia*, 47-73.
- Alonzo Herrero, J. (2003). *Metodologia*. Mexico: LIMUSA.
- Ashton Carter, W. P. (1992). *A new concept of Cooperative Security*. europa: The Brookings.
- Ávila, C. J. (2011). La indumentaria militar. *Emblemata*, 91-106.
- Binmore, K. (1994). *Teoria de juegos una breve introduccion*. MADRID: MC GRAW-HILL.
- Chavez Orozco, C. (2009). Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo. *Eidos*, 13-17.
- Corrales Parada, J. (1983). Teoria general y las competencias perfectas. *Econmicas cuc*, 1-8.
- Esparza, M. (2010). La indumentaria deportiva en la modernidad y posmodernidad. *revista digital efdeportes*, 145-156.
- Fernandez, O. (2006). ¿Tercera Revolución Industrial? Reflexiones desde la lógica del imperealismo convencional. *economia y desarrollo*, 1-23.
- Fetchko, M., Roy, D., & Clonw, K. (2018). Sport Marketing. *Routhedge*, 1-17.
- Garcia Vázquez, A., & Sonda De La Rosa, R. (2018). El uniforme como un elemento impuesto para conformar la identidad corporativa de una cadena hotelera transnacional: Significados y actitudes. *Adminitracion y asociacion*, 1-28.
- Gómez Bastar, S. (2012). Metodología de la investigación. *Red tercer milenio*, 1-92.
- Gonsales Hernández, E. (2021). El derecho a la propia imagen en su dimencion subjetivay los codigos de indumentaria labolral. *Revista de Derecho Político*, 79-104.
- Gonzales Blatazar, R., Hldalgo Santacruz, G., & Salasar Estrada, J. (2007). Calidad de vida en el trabajo”: un término de moda con problemas de conceptualización. *sociologia y salud*, 1-9.
- Guevara Alban, G., Verdesoto Arguello, A., & Castro Molina, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigaciónacción). *Resimundo; Editorial Saberes del Conocimiento*, 163-173.
- Kappes, M. (2021). Persistecia microbiana de importacia intrahospitalaria en uniformes clinicos a raíz de la pandemia del covid -19. *enfermeria universiatria*, 93-103.
- Lago, R., & Granada Hidalgo, M. (2023). Código de vestimenta laboral: importancia y cómo definirlo. *endenred*.
- Lee, M., Imgram, M., Quijada, C., Yubeta, A., Imelda, C., Ilothroop, N., & Beamer, P. (2021). responsabilidades por la expocicion a sustacias quimicas : perspectiva de pequeños salones de belleza y talleres de automoviles en el sur del metropolitano de tucson. *bmc salud publica*, 1-12.
- Mack, A. (2005). El concepto de seguridad humana. *papeles*, 1-8.
- Marcano de Blanco, E. (2023). Enseñanza de la metodología de la investigación en la educación universitaria. *revista social fronterista*, 270-293.
- Martínez Cabrera, F. (1987). El método inductivo. *Universidad Autónoma de Nuevo León*.
- Mitzi Danae Morales Montes . (2020). El papel de la mentoría en la construcciónde la imagen

profesional. *SINECTICA*, 1-18.

Morales, N. (2015). Investigación Exploratoria:Tipos, Metodología y Ejemplos. *Morales, N. (2015).*

*Investigación ex*Recuperado de [https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria.](https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria/), 1-9.

Pantoja , J., Rodriguez, S., Vera Gutierrez , T., & Avilès , F. (2017). Riesgos laborales en las empresas. *polo del conocimeneto*, 1-36.

Pinza , S. (2023). El lenguaje de la ropa de guerra : una amirada antropologica a los uniformes de campaña militares. *boletin de antropologia militar*, 1-7.

Rodriguez, P., Vera Gutiérrez , S., Avilés, T., & Rodrigex Pantoja, F. (2017). Riesgos laborales en las empresas. *polo del conocimiento*, 1-36.

Rothschil, E. (1995). What is Security? : *The MIT Press* , 1-47.

Sarmiento Loreto, R., & Velèz Molano, R. (2007). Teoría del riesgo en mercados financieros: una

visión teórica. *Cuadernos Latinoamericanos de Administració*, 25-49.

Scharagrodsky, P. A., & Kopelovich, P. (2023). educaion fisica , feminidades e uniformes. *Educação em Revista*, 1-26.

Vantarakis, A., Kalligeros, D., Heimaras, k., & Karakatsanis. (2023). entrenamiento militar griego,

informe sobre la tasa de lecciones durante el impacto del convate de cadetes navales.

revista , salud de militares y veteranos, 1-8.

Vega Ramirez, F., Rodrigues Martin, C., Remedio Lopez , L., Martínez Cortez, M., Gongora Martín,

F. J., & Padilla Gongora , D. (2010). consideraciones para una optima salud en el puesto de trabajo. *PSICOLOGÍA POSITIVA Y SUS DIFICULTADES, INFAD*, 1-6.

Waseem S, K., & Ramza, A. (2013). fundamentos de seguridad. *el sevier*, 17-30.

ANEXOS



Anexo 1- Tiro delantero, posterior y fajón pierna



Anexo 2- Tiro delantero, posterior y fajón pierna y bolsillo lateral



Anexo 3- short armado con bolsillo lateral



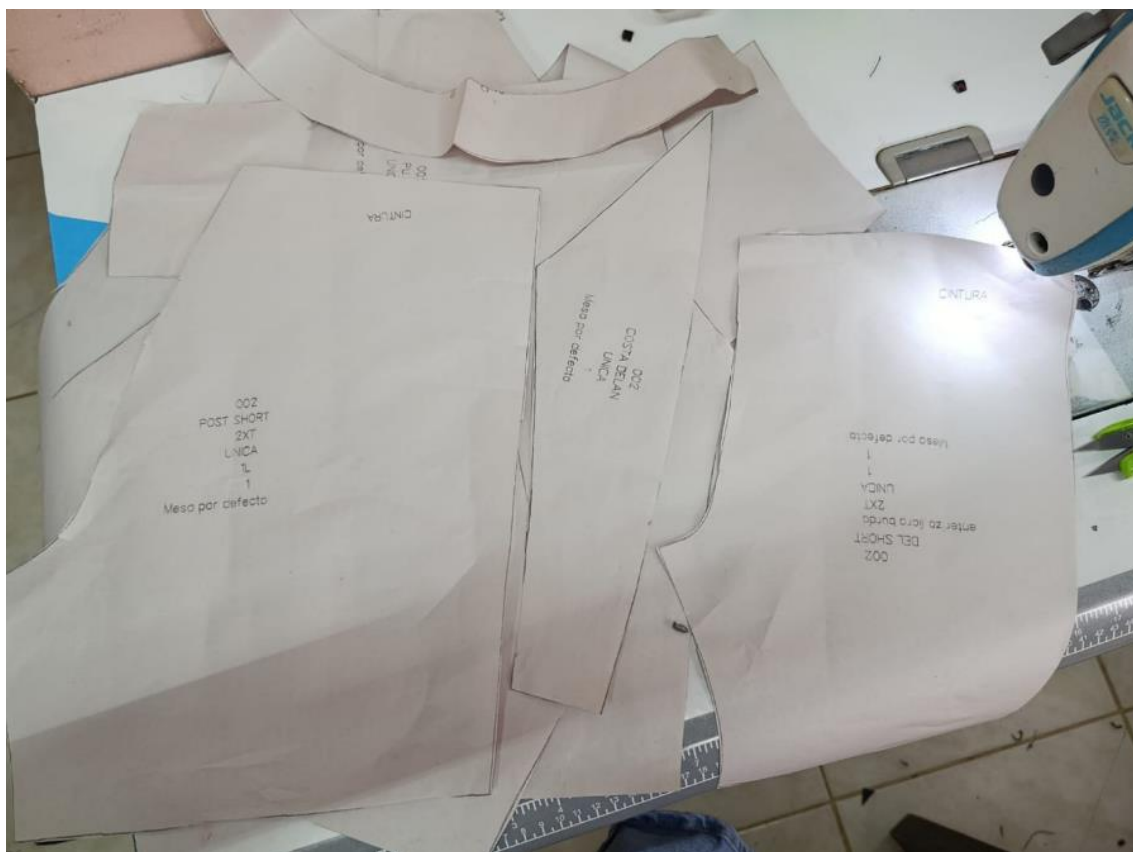
Anexo 4- posterior de blusa y bolsillo posterior



Anexo 5- delantero y cierre sin armar



Anexo 6- delantero y cierre entalegado



Anexo 7- delantero y cierre sin armar



Anexo 8- trusa terminada