

**Estudio de factibilidad para crear una empresa restauradora de prendas de vestir
usadas en la ciudad de Ibagué**

Presentado por:

Osmel Rogelio Montoya ID:745440

Carolina Capera Capera ID:745110

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

Regional Tolima y Magdalena medio

Administración Financiera X semestre

Ibagué-Tolima

2024

**Estudio de factibilidad para crear una empresa restauradora de prendas de vestir
usadas en la ciudad de Ibagué**

Presentado por:

Osmel Rogelio Montoya ID:745440

Carolina Capera Capera ID:745110

Presentado a:

Diana Zoleidy Jaramillo Sierra

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

Regional Tolima y Magdalena medio

Administración Financiera X semestre

Ibagué-Tolima

2024

Tabla de contenido

Resumen	5
Introducción	7
Justificación.....	8
Planteamiento del problema.....	10
Objetivos	13
Marco referencial	14
Marco teórico	14
Marco Conceptual	19
Marco legal	21
Metodología.....	24
Análisis del entorno interno y externo.....	27
Entorno externo.....	27
Entorno interno	34
Análisis de microentorno	37
Estudio de mercado	40
Propuesta de valor.....	40
Mapa de empatia	42
Mapa del recorrido del cliente	43
Método SCAMPER	44
Modelo de negocio CANVAS.....	45
Segmentación del mercado	46
Definición y características del producto	47
Estrategia de Marketing Mix	53
Estudio administrativo.....	55
Misión, visión y valores corporativos.....	55
Organigrama.....	57
Estudio técnico	58
Ficha técnica	58
Ingeniería del proyecto.....	60
Identificación de materiales e insumos	62

Mano de obra	64
Proceso de producción	65
Localización de proyecto.....	66
Identificación de maquinaria, equipo y tecnología	67
Distribución de planta.....	69
Estudio financiero.....	73
Presupuesto de costo de insumos del producto.....	73
Presupuesto de mano de obra.....	74
Presupuesto de costos indirectos.....	76
Presupuesto de costos de distribución.....	76
Presupuesto de gastos de administración.....	77
Presupuesto de costo unitario	77
Presupuesto de ingresos	78
Presupuesto de punto de equilibrio en porcentaje.....	78
Presupuesto de punto de equilibrio en ventas	79
Presupuesto de punto de equilibrio en cantidades	79
Presupuesto de estados de resultado integral.....	80
Presupuesto de inversiones.....	85
Evaluación financiera del proyecto.....	86
Bibliografía.....	88

Resumen

Este proyecto busca evaluar la factibilidad de crear una empresa en la ciudad de Ibagué dedicada a la restauración y comercialización de ropa usada, impulsando así una alternativa de moda sostenible que fomente la economía circular. Ante el impacto ambiental y social generado por el modelo lineal de producción de moda, este proyecto pretende ofrecer una plataforma digital para el intercambio y compra de ropa restaurada, con el objetivo de extender la vida útil de las prendas, reducir el consumo de nuevos recursos y minimizar los desechos textiles.

La metodología, de enfoque mixto exploratorio-descriptivo, integra recolección de datos cualitativos y cuantitativos mediante entrevistas, grupos focales y encuestas. Se analizará la viabilidad técnica, de mercado, financiera y ambiental del proyecto, incluyendo estudios de competencia y casos similares de éxito. Los resultados permitirán diseñar un modelo de negocio rentable, enfocado en la sostenibilidad y accesibilidad económica, al tiempo que promoverá un sentido de comunidad entre los usuarios de la plataforma.

Este proyecto está alineado con las tendencias de consumo responsable, especialmente valoradas por las generaciones jóvenes, y tiene el potencial de generar un impacto positivo tanto en la protección del medio ambiente como en la inclusión social. A través de este estudio se pretende definir una propuesta de valor sólida y establecer un modelo financiero y operativo que garantice la viabilidad y sostenibilidad de la empresa.

Introducción

El proyecto *Estudio de factibilidad para crear una empresa restauradora de prendas de vestir usadas en la ciudad de Ibagué* surge como respuesta a la creciente demanda de alternativas sostenibles en la industria de la moda, promoviendo la transición hacia una economía circular. En un contexto en el que el modelo tradicional de producción y consumo ha evidenciado sus limitaciones, esta propuesta busca establecer una plataforma digital para el intercambio y la reutilización de ropa. Al extender la vida útil de las prendas, se disminuye la necesidad de nuevos recursos y se reduce el impacto ambiental, contribuyendo a una moda más consciente y sostenible.

Esta iniciativa responde a la necesidad de mitigar la contaminación y el consumo excesivo de bienes, además de generar un impacto social positivo al hacer accesible la moda a personas de diversos niveles socioeconómicos. Se plantea un espacio colaborativo donde los usuarios puedan compartir prendas y estilos de vida, fomentando un sentido de comunidad y compromiso ambiental. De esta forma, se impulsa una alternativa asequible y alineada con las nuevas tendencias de consumo responsable, que es especialmente valorada entre las generaciones jóvenes cada vez más conscientes del impacto ambiental y social de sus decisiones de compra.

Al brindar una opción concreta y accesible para adquirir ropa de manera sostenible, el proyecto no solo contribuye a proteger el medio ambiente, sino que también promueve la inclusión en la moda y la economía circular. A través de una ejecución bien estructurada y un enfoque de mejora continua, este estudio busca, además, aplicar conocimientos teóricos

y prácticos adquiridos a lo largo de la carrera profesional, generando así un aporte significativo para la sociedad y el medio ambiente

Justificación

Teniendo en cuenta el presente proyecto sobre la creación de una plataforma digital para la reutilización de la ropa para fomentar la transición hacia una economía circular en la industria de la moda. Debe decirse que la motivación principal radica en la necesidad de seguir un modelo lineal de producción, consumo y desecho, en el que se promueva un sistema donde las prendas se mantienen en uso durante más tiempo a través del intercambio y la reutilización, reduciendo así la necesidad de nuevos recursos y minimizando los impactos ambientales.

A raíz de dicha necesidad, este proyecto se justifica desde diferentes puntos: reducir la contaminación y el consumo exacerbado, y generar un impacto social positivo. Este proyecto se realiza porque se percibió una necesidad real que representa una posibilidad de facilitar el intercambio de prendas de vestir, se promueve la accesibilidad a la moda de manera más económica y sostenible, lo que beneficia a personas de diferentes niveles socioeconómicos. Además, se fomenta un sentido de comunidad y colaboración entre los usuarios, creando un espacio donde compartir prendas y estilos de vida.

Esta propuesta se hace para brindar una solución aplicada a la necesidad de una política sólida que responda a las nuevas tendencias de consumo, especialmente entre las generaciones más jóvenes, que están cada vez más preocupadas por el impacto ambiental y social de sus decisiones de compra. Ofrecer una alternativa sostenible y práctica para adquirir ropa se alinea con estas tendencias y puede atraer a un público más amplio y consciente.

Este proyecto contribuye a la sociedad con la filosofía “darle una segunda oportunidad a la ropa” no solo contribuye a la protección del medio ambiente y la reducción del consumo exacerbado, sino que también tiene un impacto social positivo al promover la economía circular y la inclusión en la moda.

Finalmente, y a través del desarrollo de un cronograma de ejecución y estado de mejoramiento continuo, esta propuesta contribuye personalmente a generar conocimientos significativos y aplicar todos los contenidos vistos en la carrera profesional.

Planteamiento del Problema

El consumo masivo de ropa se ha convertido en un fenómeno global que ha generado preocupaciones significativas en términos de su impacto ambiental, social y económico. La producción y desecho de ropa a gran escala genera una huella ecológica masiva, incluyendo la emisión de gases de efecto invernadero y la acumulación de residuos textiles en vertederos y océanos (Pérez, 2020).

A medida que las tendencias de moda cambian rápidamente y las cadenas de suministro de ropa se vuelven más eficientes, la demanda insostenible de moda rápida ha llevado a la proliferación de procesos de producción altamente contaminantes, como el uso intensivo de productos químicos tóxicos en los procesos de teñido y acabado de textiles (Marín, 2018). El ciclo de vida de la ropa se ha acortado considerablemente, lo que lleva a un aumento en la producción, consumo y desecho de prendas.

Cada año, se producen alrededor de 92 millones de toneladas de residuos textiles a nivel mundial, contribuyendo significativamente a la contaminación del medio ambiente (Fundación, 2017). Este fenómeno plantea varios desafíos, tanto a nivel ambiental como social, que requieren una investigación exhaustiva para comprender completamente sus implicaciones y abordar adecuadamente sus consecuencias negativas. Se estima que la industria de la moda es responsable de alrededor del 20% de la contaminación del agua a nivel global, principalmente debido a los procesos de teñido y acabado de textiles. (Nielsen, 2020)

De acuerdo a la FAO, en comparación con otras industrias, la de la moda es la segunda más contaminante, según reporte de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

(UNCTAD, por sus siglas en inglés, 2019), quien indica que el rubro del vestido utiliza cada año 93.000 millones de metros cúbicos de agua, y que también cada año se tiran al mar medio millón de toneladas de microfibras. (FAO, 2019)

El consumo masivo de ropa conduce a una mayor generación de residuos textiles. Cuando estas prendas llegan al final de su vida útil, a menudo se descartan en vertederos, contribuyendo así a la acumulación de desechos sólidos y prolongando su impacto ambiental. La contaminación asociada con la producción textil, desde la extracción de materias primas hasta la disposición final de productos, representa uno de los mayores desafíos ambientales que enfrenta la sociedad moderna. (Gutiérrez, 2019)

El rápido ciclo de producción, la moda “económica” y mínima la obsolescencia priman diariamente en los medios de comunicación en general, las promociones, los descuentos, los “días negros” son llamativos al consumidor, pero ¿a qué costo? El marketing agresivo y la influencia de las tendencias de moda efímeras fomentan una cultura de consumo impulsivo, donde la compra de prendas de vestir se percibe como una forma de expresión personal y estatus social, sin considerar las consecuencias ambientales (Shaw, 2018).

Aunque la falta de conciencia se considere una problemática popular, es la causa de la falta de regulaciones efectivas por parte de los gobiernos, también contribuyen al consumo desenfrenado de textiles y la contaminación mundial. Además de los trabajadores de la industria textil, el consumo masivo de textiles también impacta a las comunidades locales, donde la contaminación del agua y del aire proveniente de las fábricas textiles puede causar enfermedades respiratorias y problemas de salud a largo plazo. (ONU, 2019) El modelo de consumo actual de la industria textil es insostenible, promoviendo la producción y el

descarte constante de prendas de vestir que contribuyen a la degradación del medio ambiente a nivel mundial.

Objetivo General

Formular un proyecto de creación de un modelo lineal de producción, consumo y desecho, en el que se promueva un sistema donde las prendas se mantienen en uso durante más tiempo a través del intercambio y la reutilización, reduciendo así la necesidad de nuevos recursos y minimizando los impactos ambientales.

Objetivos Específicos

- Identificar las condiciones, características y necesidades del consumo masivo de textiles y contaminación por los mismos en Colombia por medio de un estudio de mercado.
- Determinar la estructura administrativa del proyecto de acuerdo al respectivo estudio administrativo.
- Establecer la mano de obra, la tecnología requerida, localización y demás factores mediante un estudio técnico.
- Gestionar los elementos legales y normativos del proyecto mediante el estudio legal.
- Evaluar la viabilidad financiera del proyecto mediante la información contable que arroje el respectivo estudio financiero.

Marco referencial

Marco teórico

Moda

Según (Simons, 2024), la moda es instantánea y fugaz, pero también es un reflejo de la sociedad y de cómo se relaciona el individuo con el mundo que le rodea. Si bien es cierto que, Simons es uno de los diseñadores más innovadores y a la vez clásicos de la historia de la moda. Entre tanto, el término instantáneo en la moda para Simons acuña a un estado atemporal y cíclico que es influido por factores externos, a pesar de su propuesta inspirada en lo clásico.

Mientras tanto, para (Breward, 2016), la moda es un fenómeno cultural dinámico que refleja y da forma a las aspiraciones, valores y preocupaciones de la sociedad en la que se desarrolla. Resalta la compleja relación entre la moda y la cultura. Esta afirmación destaca cómo la moda no es simplemente una cuestión de prendas de vestir o accesorios, sino que actúa como un espejo de la sociedad en la que existe.

Por su parte, (Deihl, 2018) afirma que la moda no es solo un acto de creación, sino también un acto de comunicación que refleja y moldea las identidades individuales y colectivas. La moda no se limita a la creación de prendas de vestir o accesorios, sino que implica todo el proceso que rodea a la moda, desde el diseño hasta la producción y la comercialización. Este proceso es influenciado por una variedad de factores, como la historia, la cultura, la tecnología y la economía.

Residuos textiles

(Fletcher, 2018) es una de las figuras prominentes en el campo de la moda sostenible y ha hecho contribuciones significativas a la comprensión de los problemas asociados con los residuos textiles. La autora afirma que:

El concepto de residuo en la moda necesita ser reconsiderado. En lugar de ver los productos textiles al final de su vida útil como desechos, debemos verlos como recursos potenciales que pueden ser reutilizados, reciclados o compostados. Esto requiere un cambio fundamental en la forma en que diseñamos, producimos y consumimos moda. (Fletcher, 2018).

Fletcher argumenta que la industria de la moda debe adoptar un enfoque más sostenible que tenga en cuenta todo el ciclo de vida de los productos textiles, desde la producción de materias primas hasta el consumo y el final de su vida útil. (Pujol, 2018) considera que el término *residuo textil* se refiere a cualquier material de desecho generado durante la producción, consumo o desecho de textiles, incluyendo prendas usadas, recortes de tela y productos descartados.

Finalmente, (Shen, 2019) confirma que los residuos textiles representan una fuente significativa de contaminación ambiental debido a su lenta descomposición y la liberación de productos químicos tóxicos. Los materiales textiles, especialmente aquellos sintéticos como el poliéster o el nylon, pueden tardar décadas o incluso siglos en degradarse completamente en el medio ambiente. Durante este proceso, ocupan espacio en vertederos y pueden contribuir a la acumulación de desechos.

Muchos textiles contienen sustancias químicas nocivas, como colorantes, retardantes de llama y plastificantes, que pueden filtrarse en el suelo y el agua cuando los textiles se descomponen o se queman. Estos productos químicos pueden tener efectos adversos en la salud humana y en los ecosistemas circundantes.

Contaminación

La contaminación se define como la introducción directa o indirecta de sustancias o energía que causan alteraciones adversas en el ambiente natural. De acuerdo a (ONU, 2020) la contaminación por productos químicos tóxicos persiste como una amenaza para la salud pública y la biodiversidad, requiriendo una regulación más estricta y prácticas de gestión sostenibles. Así mismo (Cunningham, 2019) afirma que la contaminación es la introducción o presencia en el medio ambiente de sustancias o elementos que causan efectos adversos, poniendo en peligro la salud humana, el bienestar de los organismos vivos y los ecosistemas.

Esta parte de la definición destaca que la contaminación puede ocurrir de diversas maneras, ya sea mediante la liberación directa de sustancias tóxicas al medio ambiente o la presencia de elementos perjudiciales que ya existen en el entorno pero que se encuentran en concentraciones nocivas debido a la actividad humana. Por su parte, (Miller, 2019) considera que la contaminación es una manifestación visible de la desconexión entre el desarrollo humano y la sostenibilidad ambiental, evidenciando la necesidad de un enfoque integral y proactivo para abordar los problemas ambientales.

Esta parte de la afirmación sugiere que la contaminación es un síntoma visible de un problema más amplio: la desconexión entre el desarrollo humano y el cuidado del medio

ambiente. A menudo, el desarrollo económico y tecnológico se ha llevado a cabo sin considerar adecuadamente los impactos ambientales, lo que ha llevado a la contaminación como consecuencia.

Se destaca que la desconexión se produce entre dos aspectos importantes: el desarrollo humano, que busca mejorar el bienestar humano a través del progreso económico y tecnológico, y la sostenibilidad ambiental, que implica la capacidad de mantener los recursos naturales y los sistemas ecológicos a largo plazo sin agotarlos o degradarlos.

Consumo excesivo

El autor (Schor, 2018) afirma que, el consumo excesivo es una práctica arraigada en la sociedad contemporánea, caracterizada por la adquisición desmedida de bienes y servicios que sobrepasan las necesidades reales, alimentando un ciclo insostenible de producción y consumo. Se reconoce que el consumo excesivo no es simplemente un fenómeno ocasional o marginal, sino que está profundamente arraigado en la cultura y las prácticas de la sociedad moderna. Esto implica que el consumismo es una característica definitoria de la vida cotidiana en muchos contextos contemporáneos.

Sin embargo, el autor (Nielsen, 2020) sostiene que el crecimiento exponencial de la industria textil ha llevado a una sobreproducción de prendas de vestir, generando una enorme cantidad de residuos que contribuyen significativamente a la contaminación del medio ambiente. Se destaca que este crecimiento descontrolado ha resultado en una sobreproducción de prendas de vestir. Las empresas textiles, en su búsqueda de beneficios y cuota de mercado, producen cantidades excesivas de ropa, a menudo más de lo que el mercado puede absorber o lo que los consumidores necesitan.

Considerando lo anterior, de acuerdo al autor (Marín, 2018) afirma que el modelo de consumo actual en la industria de la moda promueve la producción masiva y el consumo desenfrenado, lo que resulta en una mayor presión sobre los recursos naturales y una mayor contaminación del medio ambiente. Además, se subraya que el modelo de consumo actual en la industria de la moda también resulta en una mayor contaminación del medio ambiente. Esto puede manifestarse en forma de contaminación del aire y el agua debido a los procesos industriales de fabricación, así como la generación de grandes cantidades de residuos textiles que terminan en vertederos o incineradores.

Marco conceptual

Huella ecológica: La huella ecológica es una medida del impacto humano en el medio ambiente, especialmente en términos de consumo de recursos naturales y la capacidad de la Tierra para regenerarlos. Se calcula considerando varios factores, como la cantidad de tierra y agua necesaria para producir los recursos que una persona, comunidad o país consume, así como la cantidad de tierra necesaria para absorber los desechos generados, principalmente dióxido de carbono (CO₂) producido por la quema de combustibles fósiles.

Economía circular: La economía circular es un modelo económico que se basa en reducir, reutilizar, reciclar y recuperar los recursos y productos existentes en lugar de extraer recursos nuevos y generar desechos. En contraposición al modelo lineal de "tomar, hacer, desechar", en la economía circular los productos y materiales son diseñados y gestionados de manera que puedan ser reutilizados, reparados, reciclados o compostados al final de su vida útil, creando así un ciclo continuo de uso y recuperación de recursos.

Modelo lineal de producción: es un enfoque tradicional de la producción y el consumo que se caracteriza por un flujo lineal de recursos desde la extracción hasta la eliminación, con un énfasis en la producción, el consumo y la eliminación de productos al final de su vida útil.

Efecto Invernadero: es un fenómeno natural y vital para la vida en la Tierra que consiste en la retención de parte del calor del sol en la atmósfera terrestre.

Vertedero: son una parte importante de la gestión de residuos en muchas comunidades y ciudades, ya que proporcionan un lugar para que los desechos sean

depositados y tratados de manera adecuada. En un vertedero, los desechos son colocados en áreas designadas y compactados para maximizar el espacio.

Proliferación: La proliferación es un término que se utiliza para describir el rápido crecimiento o expansión de algo, ya sea de manera física, numérica o conceptual.

Compostaje: El compostaje es un proceso natural de descomposición de materiales orgánicos, como restos de alimentos, residuos de jardín y otros materiales biodegradables, en un material llamado compost. Este proceso es llevado a cabo por microorganismos, como bacterias, hongos y otros organismos descomponedores, que descomponen la materia orgánica en componentes más simples y estables.

Marco Legal

En Colombia, la normatividad relacionada con la industria textil incluye diversas leyes, resoluciones y reglamentos. Algunas de las más relevantes son:

Resolución 909 de 2008 - "Por la cual se establecen los valores límite permisibles de emisión o de la carga a los recursos naturales renovables, para los contaminantes que se vierten o se emiten al aire, agua y suelo, y los demás aspectos relacionados con la prevención y control de la contaminación ambiental". Esta resolución establece los límites permitidos para la emisión de contaminantes por parte de las industrias, incluyendo la industria textil, con el fin de proteger el medio ambiente y la salud pública.

Resolución 430 de 2006 - "Por la cual se adopta el título D del libro II del Decreto 4741 de 2005, en relación con el vertimiento de aguas residuales a cuerpos de aguas superficiales y a sistemas de alcantarillado público y se dictan otras disposiciones". Esta resolución regula los vertimientos de aguas residuales generadas por actividades industriales, incluyendo la industria textil, con el objetivo de prevenir y controlar la contaminación hídrica.

Resolución 1541 de 2013 - "Por la cual se establecen los requisitos y criterios para la gestión integral de los residuos generados en las actividades de producción y consumo, y se dictan otras disposiciones". Esta resolución establece los lineamientos para la gestión integral de residuos sólidos, incluyendo los generados por la industria textil, con el fin de promover su reducción, reutilización, reciclaje y disposición adecuada.

Decreto 1076 de 2015 - "Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible". Este decreto reglamenta

diversos aspectos relacionados con el medio ambiente y el desarrollo sostenible en Colombia, incluyendo disposiciones específicas para la industria textil en materia ambiental.

La industria textil está sujeta a una serie de normativas ambientales destinadas a regular y controlar los impactos ambientales asociados con sus operaciones. Algunas de las normativas más relevantes incluyen:

Resolución 909 de 2008: Esta resolución establece los criterios, valores límite y estándares de emisión admisibles para diferentes actividades industriales, incluida la industria textil. Define los parámetros de calidad del aire, agua y suelo que las empresas deben cumplir para proteger el medio ambiente y la salud pública.

Resolución 430 de 2006: Esta resolución establece los requisitos y criterios para la prevención y control de la contaminación hídrica generada por actividades industriales. Las empresas textiles están obligadas a cumplir con los límites máximos de vertimiento de contaminantes establecidos en esta normativa.

Resolución 1541 de 2013: Esta resolución establece los requisitos y criterios para la gestión integral de residuos sólidos generados en actividades industriales, comerciales y de servicios. Las empresas textiles deben implementar medidas para la reducción, clasificación, almacenamiento, transporte y disposición final adecuada de los residuos generados en sus procesos.

Norma ISO 14001: Aunque no es una normativa colombiana específica, la certificación según la norma ISO 14001 de Gestión Ambiental es ampliamente reconocida

y puede ser requerida por algunas empresas textiles como parte de sus prácticas de gestión ambiental.

Reglamento Técnico para Productos Textiles y Confecciones (NTC 2270): Aunque no se trata específicamente de una normativa ambiental, esta reglamentación establece los requisitos de seguridad y calidad para productos textiles, incluyendo aspectos relacionados con la utilización de sustancias químicas y la seguridad del producto final.

Metodología

La metodología propuesta es de tipo mixta, ya que combina enfoques cualitativos y cuantitativos para evaluar la factibilidad del proyecto desde múltiples perspectivas (técnica, de mercado, financiera, social y ambiental).

Tipo de investigación:

1. **cuantitativa:** Aparece en la investigación de mercado mediante encuestas, en el análisis financiero al proyectar ingresos y gastos, y en el impacto ambiental al cuantificar la reducción de residuos y emisiones. Este enfoque se utiliza para obtener datos medibles y objetivos que permitan validar la viabilidad del proyecto en términos numéricos.
2. **cualitativa:** Está presente en las entrevistas, grupos focales, análisis de la competencia, y en la evaluación de impacto social, ya que estos procesos se centran en entender las percepciones, preferencias, y motivaciones de los consumidores, además del impacto social. Aquí, el objetivo es captar la calidad de las experiencias y expectativas de los usuarios y de la comunidad.

Enfoque:

1. **Exploratorio:** Busca obtener una comprensión inicial del mercado, de la viabilidad del proyecto, y del contexto de la moda sostenible en la región de Ibagué.

2. **Descriptivo:** Permite medir y describir variables específicas, como la demanda de ropa restaurada, el costo-beneficio del modelo de negocio, y los impactos sociales y ambientales proyectados.

Instrumentos necesarios:

Para aplicar este enfoque, se necesitan varios instrumentos de recolección de datos, tanto cualitativos como cuantitativos:

1. Instrumentos de recolección de datos cualitativos

1.1. Entrevistas semiestructuradas: Para explorar a profundidad las percepciones de potenciales clientes, expertos en moda sostenible, y actores clave (como proveedores y líderes comunitarios). Ayudan a captar insights y opiniones detalladas.

1.2. Grupos focales: Reunir a pequeños grupos de personas con distintas características sociodemográficas permite entender motivaciones y barreras en la adopción de moda de segunda mano, además de probar la aceptación de la idea del proyecto.

1.3. Análisis de casos y benchmarking: Revisión de casos de éxito y modelos de negocio similares en otros contextos. Este análisis proporciona información sobre buenas prácticas y posibles mejoras en el modelo de negocio propuesto.

De las anteriores mencionada para el presente estudio se aplicó la entrevista semiestructura con el fin de consultar a los clientes si están dispuesto a comprar ropa con reuso, se este sondeo para tener una visión general del grado de aceptación que podría tener la ejecución del proyecto.

2. Instrumentos de recolección de datos cuantitativos

2.1. Entrevista semiestructurada: Como se anotó anteriormente se realizó el sondeo en forma general para tener una visión de la posibilidad de la compra del producto a ofrecer.

2.2. Matrices de costos y proyecciones financieras: Herramientas para recopilar y organizar datos sobre costos iniciales, costos de operación, y posibles ingresos. Incluye proyecciones de flujo de caja, indicadores de viabilidad.

6. Análisis del entorno interno y externo

6.1. Análisis del macroentorno (PESTEL)

El análisis del entorno interno y externo proporciona una comprensión integral de los factores que pueden influir en el éxito de un proyecto basado en la creación de un modelo lineal de producción, consumo y desecho centrado en la reutilización y el intercambio de prendas en Colombia. Es importante tener en cuenta estos factores al diseñar e implementar estrategias para maximizar el impacto positivo en el medio ambiente y la sociedad, al tiempo que se asegura la viabilidad económica y se cumplen con las regulaciones legales.

Entorno Externo:

1. Factores Culturales:

1.1.1. Conciencia ambiental:

Según (Martínez-Cruz, 2020) la conciencia ambiental se refiere a la percepción y comprensión que tienen los individuos sobre la interdependencia entre los sistemas naturales y humanos, así como la responsabilidad ética de proteger y conservar el medio ambiente para las generaciones presentes y futuras. La conciencia ambiental implica reconocer la conexión intrínseca entre los sistemas naturales y humanos. Este aspecto refleja la comprensión de que las acciones humanas tienen un impacto directo en el medio ambiente y viceversa.

Sin embargo, (Steg, 2019) afirma que la conciencia ambiental se construye a través de la educación, la experiencia personal y la exposición a problemas ambientales reales, y puede influir en las actitudes y comportamientos hacia la sostenibilidad. La educación juega un papel crucial en la formación de la conciencia ambiental. A través de la educación formal e informal, las personas adquieren conocimientos sobre los problemas ambientales, las causas subyacentes y las posibles soluciones.

La educación ambiental proporciona información sobre la importancia de la conservación de recursos naturales, la biodiversidad, el cambio climático y otras cuestiones ambientales, lo que ayuda a desarrollar una comprensión más profunda de la interdependencia entre los sistemas naturales y humanos.

1.1.2. Tendencias de Moda:

De acuerdo a (Fletcher, 2018) La moda sostenible está ganando terreno en la industria, con un enfoque creciente en la transparencia, la ética y la responsabilidad ambiental y social. La moda sostenible se caracteriza por un mayor nivel de transparencia en toda la cadena de suministro, desde la producción de materias primas hasta la fabricación y distribución de prendas. Las marcas y empresas que adoptan prácticas sostenibles buscan ser transparentes sobre sus procesos y prácticas, lo que permite a los consumidores tomar decisiones informadas y éticas sobre sus compras.

Mientras que para (Bruce, 2017) La digitalización está transformando la industria de la moda, con un aumento en la personalización, la omnicanalidad y la integración de la tecnología en el proceso de diseño y producción. La digitalización ha permitido que las marcas de moda ofrezcan experiencias más personalizadas a los consumidores. A través de

herramientas como la inteligencia artificial y el análisis de datos, las marcas pueden recopilar información sobre las preferencias y el comportamiento de los clientes, lo que les permite ofrecer productos y servicios personalizados que se adapten a las necesidades individuales de cada consumidor.

1.2. Factores Tecnológicos:

1.2.1. Tecnología de Plataformas:

De acuerdo a (Cusumano, 2019) las plataformas digitales están redefiniendo los modelos de negocio en una amplia gama de industrias, desde el comercio electrónico y los servicios de transporte hasta la atención médica y la educación. Las plataformas digitales, como Amazon, Alibaba y eBay, han revolucionado la forma en que se realiza el comercio minorista.

Estas plataformas permiten a los consumidores comprar una amplia variedad de productos y servicios en línea, ofreciendo comodidad, variedad y precios competitivos. Además, las plataformas de comercio electrónico han facilitado la entrada al mercado para pequeñas empresas y emprendedores, democratizando el acceso al comercio global.

Así mismo, (Parker, 2016) considera que la tecnología de plataforma ha democratizado el acceso a los mercados y ha empoderado a una amplia gama de actores, desde pequeñas empresas hasta individuos, para participar en la economía digital global. La tecnología de plataforma ha empoderado a pequeñas empresas e individuos al proporcionarles acceso a herramientas y recursos que antes estaban fuera de su alcance.

Por ejemplo, las plataformas de comercio electrónico permiten a pequeñas empresas vender sus productos en línea sin la necesidad de una infraestructura física costosa. Del

mismo modo, las plataformas de servicios en línea, como Fiverr y Upwork, permiten a profesionales independientes ofrecer sus habilidades y servicios a clientes de todo el mundo. Esto ha creado nuevas oportunidades de ingresos y ha permitido que individuos talentosos y creativos capitalicen sus habilidades en la economía digital.

1.2.2. Innovación en materiales

De acuerdo a (Ashby, 2019) la innovación en materiales está transformando la industria manufacturera al permitir la creación de productos más ligeros, resistentes y sostenibles. La innovación en materiales también está impulsando la creación de productos más sostenibles al reducir el uso de recursos naturales, minimizar los residuos y mejorar la eficiencia energética.

Por ejemplo, el desarrollo de materiales reciclados, biodegradables y de base biológica está contribuyendo a la reducción del impacto ambiental de la fabricación y el consumo de productos. Además, la optimización de los procesos de fabricación y el diseño para la desmontabilidad y la reutilización están promoviendo la economía circular y la reducción de la huella de carbono de los productos manufacturados.

Por otro lado, (Nagpal, 2020) sostiene que la biotecnología está abriendo nuevas posibilidades en la innovación de materiales al permitir la producción de materiales bioinspirados y biodegradables. La biotecnología se inspira en la naturaleza para desarrollar materiales con propiedades únicas. Los investigadores estudian los procesos biológicos y las estructuras en la naturaleza, como la resistencia del caparazón de los crustáceos o la elasticidad de las telas de araña, y luego aplican estos principios para diseñar nuevos materiales.

Estos materiales bioinspirados pueden ser más ligeros, más fuertes, más flexibles o más resistentes que los materiales convencionales, y pueden tener una amplia gama de aplicaciones en la industria, desde la construcción hasta la medicina.

1.3. Factores legales:

1.3.1. Normativas ambientales

De acuerdo a (García, 2020) cuidar del medio ambiente es una responsabilidad que trasciende fronteras y requiere de normativas ambientales sólidas y aplicables. Estas regulaciones no solo protegen los recursos naturales, sino que también promueven un desarrollo sostenible para las generaciones futuras. Esto implica que las leyes y regulaciones específicas son esenciales para guiar y regular las acciones humanas en relación con el medio ambiente.

A su vez (McMahon, 2019) afirma que el cumplimiento de las normativas ambientales es una prioridad para las empresas que buscan mantener su licencia social para operar y gestionar los riesgos relacionados con la responsabilidad ambiental. Esto refleja un cambio en la mentalidad empresarial, reconociendo que las prácticas ambientalmente responsables son fundamentales para la sostenibilidad a largo plazo de las operaciones empresariales.

El cumplimiento de las normativas ambientales puede influir en la percepción pública de una empresa y en su legitimidad para operar en una comunidad.

1.3.2. Propiedad Intelectual

La propiedad intelectual es el "cimiento" sobre el cual se construye la innovación y la creatividad. Esto implica que la protección de los derechos de propiedad intelectual, como los derechos de autor, las patentes y las marcas registradas, es crucial para incentivar a los creadores a producir nuevas ideas, productos y obras creativas. (Gómez, 2022) sostiene que la propiedad intelectual es el cimiento sobre el cual se construye la innovación y la creatividad en la sociedad moderna. Protegerla no solo garantiza la recompensa justa para los creadores, sino que también fomenta un ambiente propicio para el avance tecnológico y cultural.

Esto implica que el sistema de propiedad intelectual no solo beneficia a los creadores individuales, sino que también contribuye al progreso más amplio de la sociedad al estimular la difusión de conocimientos, ideas y tecnologías. Al proteger los derechos de propiedad intelectual, se promueve la inversión en investigación y desarrollo, así como la difusión de conocimientos a través de la colaboración y la competencia en los mercados.

1.4. Factores Sociales:

1.4.1. Comportamiento del consumidor

El autor (Martínez-Cruz, 2020) afirma que para comprender el comportamiento del consumidor es esencial para diseñar estrategias de marketing efectivas y satisfacer las necesidades y deseos del mercado objetivo. El comportamiento del consumidor es el resultado de la interacción entre factores individuales, sociales, culturales y situacionales que influyen en el proceso de toma de decisiones de compra.

Esto implica que las empresas deben tener una comprensión profunda de cómo los consumidores piensan, sienten y actúan en relación con los productos y servicios que ofrecen. Esta comprensión permite a las empresas adaptar sus estrategias de marketing para maximizar su impacto y alcance.

Mientras que para (López, J. & Pérez, R., 2021) el comportamiento del consumidor es un campo dinámico que requiere un análisis constante de las motivaciones, actitudes y preferencias que influyen en las decisiones de compra. Esto puede deberse a una variedad de factores, como cambios en las preferencias del consumidor, tendencias de mercado, avances tecnológicos e influencias culturales. Como resultado, el análisis del comportamiento del consumidor debe ser continuo y adaptable para capturar estos cambios en tiempo real.

1.4.2. Inclusión social

De acuerdo a (Sánchez, L. & Rodríguez, E., 2022) sostiene que la inclusión social es un requisito fundamental para la construcción de sociedades justas y sostenibles, donde todos los ciudadanos tengan la oportunidad de desarrollar su potencial y contribuir al bien común.

Al promover la participación equitativa y el acceso igualitario a las oportunidades, la inclusión social crea condiciones propicias para el desarrollo humano y el progreso colectivo hacia un mundo más justo y sostenible.

Entorno Interno:

2.1 Factores Económicos:

2.1.1. Recursos financieros

(Sánchez, L. & Rodríguez, E., 2022) sostiene que la movilización efectiva de recursos financieros es esencial para superar las barreras de entrada y acelerar la adopción de prácticas circulares en la industria y el sector empresarial. Estas barreras pueden incluir costos iniciales elevados, falta de experiencia en tecnologías sostenibles, riesgos percibidos y otros obstáculos financieros que impiden que las empresas adopten enfoques circulares en sus operaciones. Al proporcionar recursos financieros adecuados, se pueden superar estas barreras y facilitar la transición hacia la economía circular.

Conjuntamente (Sánchez, L. & Rodríguez, E., 2022) sostiene que la movilización de recursos financieros es esencial para respaldar iniciativas que promuevan la circularidad en la industria de la moda, facilitando el intercambio y la reutilización de prendas para reducir la demanda de nuevos recursos y minimizar los impactos ambientales. Esto implica un cambio de paradigma en la forma en que se produce, consume y desecha la moda, hacia un enfoque más circular que prioriza la reutilización, el intercambio y la prolongación de la vida útil de las prendas.

2.1.2. Costos de producción

La afirmación sugiere que una evaluación precisa de los costos de producción es fundamental para garantizar la rentabilidad del negocio en un modelo de moda circular. Los autores (Sánchez, L. & Rodríguez, E., 2022) consideran que los costos de producción en un

modelo de moda circular pueden variar significativamente según el grado de diseño para la durabilidad, la facilidad de reparación y la posibilidad de reutilización de las prendas. Al comprender completamente los costos y los factores que influyen en ellos, el negocio está mejor preparado para adaptarse a cambios en las condiciones del mercado, los precios de los materiales y otros factores externos que pueden afectar la rentabilidad y la sostenibilidad a largo plazo.

2.1.3. Potencial de Rentabilidad

La circularidad de la moda ofrece la oportunidad de generar ingresos recurrentes a través del intercambio y la reutilización de prendas. De acuerdo a (Fernández, D. & Pérez, A., 2024) la moda circular representa un nuevo paradigma empresarial que combina rentabilidad con responsabilidad ambiental, creando valor tanto económico como social para todas las partes interesadas involucradas en la cadena de valor. Este enfoque contrasta con el modelo tradicional lineal de producción, consumo y desecho, donde las prendas tienen una vida útil limitada antes de ser descartadas.

Esto implica que, en lugar de depender únicamente de la venta de nuevas prendas, un modelo de negocio circular puede diversificar sus fuentes de ingresos al involucrarse en actividades como el alquiler de ropa, la venta de prendas de segunda mano y la reparación de prendas.

3.1. Factores políticos

3.1.1. Regulaciones Gubernamentales

Las regulaciones gubernamentales pueden fomentar la adopción de prácticas sostenibles en toda la cadena de valor de la industria de la moda, incluidos los proveedores de materias primas, los fabricantes, los minoristas y los consumidores. De acuerdo a (Fernández, D. & Pérez, A., 2024) afirma que el gobierno tiene la responsabilidad de promover la economía circular en la moda mediante la implementación de políticas que fomenten la transparencia, la trazabilidad y la responsabilidad social y ambiental en toda la cadena de suministro textil.

Esto podría incluir incentivos fiscales para empresas que desarrollen tecnologías y procesos de fabricación más sostenibles, así como programas de subvenciones o financiamiento para la investigación y desarrollo de materiales y técnicas de producción innovadoras.

3.1.2. Políticas de Comercio

De acuerdo a (Baumann, 2019) La promoción del comercio justo y sostenible en la industria textil puede contribuir significativamente a reducir los impactos ambientales y sociales negativos asociados con la producción y el consumo de prendas de vestir. Esto podría implicar prácticas de producción más eficientes en el uso de recursos y la reducción de residuos, así como el uso de materiales sostenibles y procesos de fabricación menos intensivos en energía.

Sin embargo, para (Koning, 2019):

La adopción de políticas comerciales que promuevan la transparencia y la trazabilidad en la cadena de suministro textil puede ayudar a garantizar que las prendas de vestir se produzcan de manera ética y sostenible, lo que a su vez puede fomentar la confianza del consumidor en productos de origen responsable.

La trazabilidad implica la capacidad de rastrear el origen y el proceso de producción de un artículo específico, desde las materias primas hasta el producto final, lo que permite una supervisión y responsabilidad más efectivas en toda la cadena de suministro.

6.2. Análisis del microentorno (5 fuerzas de Porter)

Poder de negociación de los proveedores

- Fabricantes de prendas de vestir.
- Minoristas y tiendas de moda.
- Consumidores.
- Organizaciones de la sociedad civil y ambientales.
- Reguladores gubernamentales.
- Empresas de logística y transporte.
- Organizaciones de reciclaje y gestión de residuos.

Amenaza de entrada de nuevos competidores

- Aumento del consumo de moda rápida.
- Cambio hacia la conciencia de sostenibilidad en la moda.
- Mayor interés en la economía circular y la reutilización.
- Crecimiento del mercado de segunda mano y plataformas de intercambio de ropa.

Amenaza de entrada de productos o servicios sustitutos

- Contaminación del agua y del aire por la producción textil.
- Emisiones de gases de efecto invernadero asociadas con la producción y el transporte de prendas de vestir.
- Condiciones laborales precarias en fábricas textiles en algunos países.
- Generación de residuos textiles y problemas de gestión de desechos.

Poder de negociación de los clientes

- Legislación laboral relacionada con condiciones de trabajo en la industria textil.
- Normativas ambientales sobre el uso de químicos en la producción textil.
- Políticas de fomento a la economía circular y la reutilización.
- Identificación de oportunidades y desafíos:
- Oportunidad de capitalizar la creciente demanda de moda sostenible.
- Desafíos para cambiar los hábitos de consumo hacia la reutilización y el intercambio.
- Necesidad de educación y concienciación sobre los beneficios de prolongar la vida útil de la ropa.

Rivalidad de los competidores actuales

- Casos de empresas que han implementado modelos de negocio basados en la economía circular, como Patagonia con su programa de [Worn Wear](#).
- Plataformas en línea como [ThredUp](#) y [Depop](#) que facilitan la venta y el intercambio de ropa usada.
- Recopilación de datos y estadísticas:

- Datos sobre la producción y consumo de prendas de vestir en Colombia.
- Estadísticas sobre la cantidad de ropa que se desecha y la tasa de reciclaje en Colombia.
- Información sobre el perfil demográfico y comportamiento de compra de los consumidores.

7. Estudio de mercado

7.1. Propuesta de valor para el cliente

La propuesta de valor para Revestir se basa en alargar la vida útil de las prendas a través del intercambio y la reutilización, se reduce la necesidad de comprar ropa nueva con tanta frecuencia, lo que a su vez disminuye el impacto negativo de la industria de la moda en términos de recursos naturales utilizados y emisiones de carbono generadas.

- **Sostenibilidad ambiental:** Revestir contribuye a la reducción de residuos textiles al recolectar ropa usada y darle una segunda vida a través de mejoras y reparaciones. Al reutilizar prendas existentes en lugar de producir nuevas, se disminuye la presión sobre los recursos naturales y se reduce la cantidad de desechos que van a parar a vertederos, promoviendo así la sostenibilidad ambiental.
- **Calidad y duración:** Revestir se enfoca en mejorar la calidad de la ropa usada para ofrecer productos de calidad a precios asequibles. Al realizar reparaciones, limpiezas y posiblemente personalizaciones, se garantiza que las prendas estén en perfectas condiciones para que sean atractivas para los consumidores proporcionando un valor agregado tanto para los clientes como para el medio ambiente.
- **Variedad:** Cada prenda tiene sus historias, desde cuando fue recolectada al proceso de ser reparada para obtener una segunda oportunidad. Todas las prendas se consideran no convencionales, lo que atrae a los clientes es su ausencia en el mercado comercial en tendencia. Su enfoque aporta individualidad y estilo al no estar clasificadas dentro de una línea o colección monocromática.

- **Comunidad:** Revestir tiene un impacto positivo en la comunidad al ofrecer oportunidades de empleo recolectando, reparando y gestionando su comercialización. Mueve a mujeres, hombres cabeza de hogar y ciudadanos reinsertados por todo el país gracias a sus valiosas habilidades y expresan un mensaje de restauración que contribuye a la filosofía de dar segundas oportunidades.
- **Cultura:** Revestir proporciona información sustentada sobre los índices de contaminación por consumo masivo de textiles y su producción. Educa a sus clientes sobre tomar iniciativas a corto plazo para disminuir no solo la huella de carbono en el planeta, sino el desperdicio de recurso hídrico y desgaste de suelos.


7.2. Mapa de empatía



Fuente: Los autores a partir de información recolectada

7.3. Mapa de recorrido del cliente

A continuación, se relaciona las interacciones y experiencias de un cliente con Revestir a lo largo del tiempo. Este mapa tiene varios propósitos clave:

RECORRIDO DEL CLIENTE								
Nombre	REVESTIR							
Carrera	MAPA DE RECORRIDO DEL CLIENTE							
ETAPA	PRECOMPRA		PROCESO DE COMPRA				PROCESO DE POSCOMPRA	
	ATENCIÓN	ATRACCIÓN	AVERIGUACIÓN / DECISIÓN		ACCIÓN		APOLOGÍA	
ACTIVIDADES DEL CLIENTE	Ver anuncios en redes sociales. Escucha opiniones de familiares, amigos y compañeros de trabajo.	Recibe un código de descuento por compra por primera vez. Revisa el sitio web.	Investiga, busca competidores, compara características y precios.	accede a sitio web, selecciona prendas de acuerdo a sus necesidades y paga su compra.	confirmación de compra. El cliente autoriza recibir novedades e información sobre campañas ambientales y cómo ser parte de la comunidad.	Recibe el productor, lo usa y reponea en sus redes sociales. Recomienda su compra.	Realiza una segunda compra	Recibe un mensaje digital de agradecimiento e información sobre lo valioso que fue su compra con datos estadísticos sobre los índices de contaminación.
OBJETIVO DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE	Brindar una promesa de servicio a través de casos éxito sobre el impacto del consumo de prendas resaturadas por	Ofrece la experiencia de la individualidad.	busqueda de prendas mediante filtros por tallas y uso..	Busqueda de información sobre como es el proceso de restauración y su origen	Realizar proceso de compra intuitivo. El cliente puede ver como queda puesta. Se selecciona cada referencia y se agrega automáticamente al carrito.	ofrecer opciones de pago: tarjeta, pago contra entrega, pse. Compra activa las 24 horas	Entregar las prendas en perfecto estado. Reseña de los productos que lleva en su paquete.	En caso de devoluciones se brinda servicio al cliente. Se realiza seguimiento posventa para verificar estado de la prenda.
PUNTOS DE CONTACTO	Redes sociales, sitio web, punto físico de recolección y restauración.	sitio web	sitio web, redes sociales	sitio web, blog	tienda virtual	pasarelas de pago	whatsaap	
EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA	5 	5 	3 	4 	5 	3 	5 	5 
	4 							
	3 							
	2 							
	1 							

Fuente: Los autores a partir de información recolectada

7.4. Método SCAMPER

A través de esta metodología se descubren nuevas ideas y estrategias que permitirán que este proyecto se expanda.

- **Sustituir:** Intercambio de técnicas tradicionales de restauración por uso de técnicas upcycling.
- **Combinar:** Combinación de diferentes estilos de prendas para crear un producto único y atractivo.
- **Adaptar:** El proceso de restauración puede ofrecer un servicio de ajuste y personalización.
- **Modificar:** Se modifica el diseño de las prendas restauradas para agregar detalles únicos o funcionalidades adicionales como bolsillos, botones, cremalleras, mangas intercambiables, etc.
- **Ponerle otros usos:** Para prendas que no puedan ser restauradas, pero si intervenidas para elaboración de tapetes o traperos.
- **Eliminar:** Se eliminan rastros de manchas, cortes de tela desgastados, hilos sueltos, etiquetas viejas, etc.
- **Reordenar:** cambiar la experiencia de compra de prendas de segunda mano mediante eventos de moda, talleres upcycling y campañas de concienciación para reducir el consumo masivo de textiles.

7.5 Modelo de negocio CANVAS

A continuación, se relaciona el Modelo Canvas porque es una herramienta poderosa para diseñar y entender modelos de negocio de manera integral. Facilita la claridad, la comunicación, y la innovación, ayudando a las empresas a estructurar y optimizar sus estrategias de negocio para un mejor rendimiento y éxito a largo plazo.

<p>SOCIOS CLAVE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Proveedores de ropa usada. 2. Proveedores de materiales para la restauración y personalización de prendas. <p>Plataformas de comercio electrónico. Colaboradores en el ámbito de la moda sostenible.</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adquisición y selección de ropa usada. 2. restauración y personalización de prendas usadas 3. Marketing y promoción en redes sociales 4. gestión de pedidos y envíos 	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ropa restaurada con un enfoque en la sostenibilidad. 2. Personalización de prendas. 3. Contribución a la reducción del desperdicio textil. 4. Precios asequibles para <u>prendas únicas y de calidad.</u> 	<p>RELACION CLIENTE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Interacción en redes sociales para promover la comunidad y la conciencia sobre la sostenibilidad. 2. Programas de fidelización para clientes recurrentes. 	<p>CLIENTES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Donadores de prendas usadas 2. Clientes proveedores de prendas usadas 3. Alianzas con tiendas de ropa 4. Asesoramiento en prácticas sostenibles para emprendimientos
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Costos de adquisición de ropa usada. 2. Costos laborales para la restauración y personalización de prendas. 3. Costos de marketing y publicidad. 4. Gastos de operación del negocio 	<p>RECURSOS CLAVE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ropa usada de calidad. 2. Personal con habilidades de costura y diseño. 3. Plataforma de comercio electrónico. 4. Redes sociales y presencia en línea. 	<p>FUENTES DE INGRESO</p> <p>Ventas directas de prendas restauradas</p>	<p>CANALES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tienda en línea. 2. Mercados de segunda mano en línea. 3. Redes sociales (Instagram, Facebook) para mostrar productos y promover la conciencia sobre la sostenibilidad. 4. Colaboraciones con tiendas <u>locales de moda sostenible.</u> 	

Fuente: los autores a partir de información recolectada

7.6. Segmentación del mercado

Se representará los criterios de segmentación que guiarán el enfoque estratégico del proyecto, desde características demográficas y geográficas hasta comportamientos de compra y valores medioambientales, examinar cómo estas dimensiones ayudarán a conectar de manera efectiva con el mercado objetivo y a crear un producto que no solo se adapte a sus deseos, sino que también refuerce su compromiso con la sostenibilidad.

Segmentación geográfica

Revestir se encuentra ubicado en la ciudad de Ibagué. Su planta de restauración se encuentra ubicado en 1 etapa de la ciudadela Simón Bolívar Manzana 2 casa 17 y su área de mercadeo en la calle 7ª BIS #129-115 Torreón el Roble Torre 3 apto 502. Revestir actualmente no tiene establecimiento comercial al público, conviene subrayar que cuenta con una vitrina digital en su sitio web.

Segmentación demográfica

El público objetivo son inicialmente hombres, mujeres o géneros no binarios entre las edades (18 a 50 años) con experiencia en compras electrónicas. Por otra parte, el nicho de mercado de Revestir reúne todas las edades (1 a 99 años) dado que las características de las prendas restauradas son clasificadas en la vitrina comercial en los siguientes grupos: Bebé, Niños, Jóvenes, Adulto, Adulto mayor.

Segmentación psicográfica

Revestir está orientado a los consumidores interesados en la moda sostenible. Consumidores preocupados por el medio ambiente, la sostenibilidad y que apoyan

iniciativas amigables con estrategias upcycling. Así mismo, con preferencias en prendas con estilo propio y de calidad.

Segmentación conductual

Revestir se enfoca en consumidores que compran frecuentemente ropa en línea y se sienten cómodos en el sitio web. Se clasifican en su frecuencia de compra y a partir de su nivel reciben membresías que les permite asistir a eventos de moda y descuentos por el volumen de sus compras.

Segmentación socioeconómica

Revestir requiere consumidores con un nivel de ingresos superior a un salario mínimo vigente en Colombia.

7.7. Definición y características del producto

Revestir es una marca que potencializa prendas usadas para su comercialización. A través de una vitrina comercial online. Su propósito es reducir los niveles de contaminación por consumo textil por desechos y procesos de producción. A continuación, se presentan referencias seleccionadas:

Definición del producto:

Las prendas restauradas de Revestir inicialmente están elaboradas con materiales como algodón, denim, lino, lana, poliéster, mezclas sintéticas y otros tejidos que si bien requieren de más atención al reparar. La restauración de cada prenda depende de la naturaleza del daño que esta misma requiera.

Se utilizan detergentes suaves y eco-friendly para lavar la ropa antes de la restauración. En lugar de simplemente reemplazar partes dañadas de la ropa, se aplican técnicas de reparación sostenibles, como el zurcido visible o el bordado de refuerzo.

Finalmente, la intervención de cada prenda está elaborada con telas fabricadas con materiales orgánicos, como algodón orgánico o lino orgánico, que se cultivan sin el uso de pesticidas ni fertilizantes químicos; hilo reciclado, que está hecho de fibras textiles recicladas; parches y adornos fabricados con materiales sostenibles, como algodón orgánico, cáñamo o materiales reciclados.

Características del producto:

- La prenda restaurada está diseñada para durar mucho más tiempo gracias al uso de materiales de calidad y técnicas de reparación sólidas.
- La prenda conserva una apariencia atractiva y de calidad gracias a técnicas de restauración como el zurcido visible y bordado de refuerzo.
- Al ser restaurada con productos eco-friendly está condicionada para no ser desechada a corto plazo.
- Esta restaurada con base a una ética responsable y transparente con el origen de los materiales utilizados.
- Es versátil y puede adaptarse a una variedad de estilos y atractiva para un amplio grupo de consumidores.
- Su precio es accesible.
- La restauración es inferior a 10 * 10 cm.

Prototipo del producto

Figura 3 y 4 *Prendas en lana*



Figura 5 y 6 *Prendas en lino*



Figura 7 y 8 *Prendas en denim*



Figura 9 y 10 *Prendas en poliester*



Figura 11 y 12 *Prendas en algodón*



Marca

Revestir es un símbolo de sostenibilidad y belleza consciente. En este proyecto se quiere contribuir con el cuidado del medio ambiente a través de la restauración de prendas usadas con un 90% de probabilidad de recuperación. Cada prenda está restaurada con técnicas eco-friendly y materiales orgánicos con base a una ética de naturaleza amigable con su origen. Cada vez que un usuario vista una prenda restaurada de Revestir expresará un mensaje de reconstrucción y de economía sustentable.

Logotipo

El logo Revestir es un signo de confianza y estabilidad. Su color da un sentido de renovación y se propone como una imagen de bienestar circular. Su tipografía curva da un sentido amigable que conecta representativamente con la naturaleza.

Figura 13 *logotipo*



8. Estrategia de Marketing Mix

CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN
RESUMEN DEL NEGOCIO	Proyecto de inversión privada que se desarrolló en la economía circular, tiene como objetivo la creación y puesta en marcha de una empresa dedicada a la restauración y comercialización de prendas usadas con técnicas upcycling y materiales eco-friendly.
OBJETIVOS DE NEGOCIO	Formular un proyecto de inversión rentable y sostenible de restauración de prendas usadas, en el marco de reducción de residuos textiles en Colombia.
EL PROBLEMA	Alta contaminación urbana, vertientes de ríos, zonas terrestres por la falta de conciencia ambiental en el uso masivo de textiles.
SOLUCIÓN	La iniciativa se enmarca en la necesidad de promover prácticas sostenibles y reducir la contaminación ambiental, al mismo tiempo que se ofrece un producto atractivo y respetuoso con el medio ambiente en el mercado textil.
VENTAJA COMPETITIVA	Dentro de la ciudad de Ibagué, Revestir, sería pionera en la restauración con material orgánico y técnicas upcycling, lo que nos permite generar una expectativa y experiencia no vivida en la ciudad y en Colombia.
MERCADO OBJETIVO (SEGMENTACIÓN DE CLIENTES)	El público objetivo son inicialmente hombres, mujeres o géneros no binarios entre las edades (18 a 50 años) con experiencia en compras electrónicas. Por otra parte, el nicho de mercado de Revestir reúne todas las edades (1 a 99 años) dado que las características de las prendas restauradas son clasificadas en la vitrina comercial en los siguientes grupos: Bebé, Niños, Jóvenes, Adulto, Adulto mayor.
ESTRATEGIA DE MARKETING	Se basa en la originalidad de cada prenda restaurada y el impacto positivo con el medio ambiente. Se utilizarán las redes sociales, un blog y un sitio web para compartir historias sobre las prendas restauradas, técnicas de upcycling, consejos de moda sostenible y otros temas relacionados. Se vinculará la ética sostenible en el empaque y la entrega. Cada punto de contacto con los clientes será excepcional. Se brindará información clara sobre las prendas, políticas de envío y devolución, y cualquier otra información relevante.

Fuente: los autores a partir de información recolectada

CATEGORÍA	ACCIÓN	DUEÑO
PRODUCTO	<p>1. Restauración de prendas usadas utilizando técnicas de upcycling para agregar valor y originalidad.</p> <p>2. Uso de materiales orgánicos y reciclados para crear prendas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.</p> <p>3. Se ofrece una variedad de productos, como camisetas, jeans, chaquetas, accesorios, etc., para satisfacer diferentes gustos y necesidades.</p>	Carolina Capera
PRECIO	<p>1. Se establecen precios competitivos que reflejen el valor añadido de tus prendas restauradas, pero que también sean accesibles al público objetivo.</p> <p>2. Se ofrecen descuentos o promociones especiales para incentivar las compras y generar interés en prendas restauradas.</p> <p>3. Se ofrecen opciones de precios diferenciados para diferentes tipos de productos y clientes, como ediciones limitadas o productos exclusivos.</p>	Osmel Montoya
PLAZA	<p>1. Venta de prendas en línea a través de un sitio web o plataformas de comercio electrónico especializadas en moda sostenible.</p> <p>2. Búsqueda de colaboraciones con tiendas físicas de moda sostenible o boutiques locales que estén alineadas con valores sostenibles.</p> <p>3. Participación en mercados de artesanías, ferias de moda sostenible y eventos locales para llegar a un público más amplio y generar ventas directas.</p>	Carolina Capera
PROMOCIÓN	<p>1. Uso de las redes sociales para compartir imágenes y videos de prendas restauradas, destacando las técnicas de upcycling y los materiales orgánicos utilizados.</p> <p>2. Colaboración con influencers y bloggers que compartan los valores de sostenibilidad para promocionar las prendas restauradas.</p> <p>3. Organización eventos locales, talleres o desfiles de moda para mostrar las prendas y educar al público sobre la importancia del upcycling y los materiales orgánicos en la moda sostenible.</p>	Osmel Montoya
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	Plataformas de comercio electrónico populares que se centren en la moda sostenible y el upcycling, como Etsy, Depop o eBay. Estas plataformas tienen una gran audiencia de consumidores interesados en este tipo de productos.	Carolina Capera/Osmel Montoya

Fuente: los autores a partir de información recolectada

9. Estudio administrativo

9.1. Misión

Transformar la industria de la moda al restaurar prendas usadas y darles una segunda oportunidad a través de técnicas upcycling creativas y uso de materiales reciclados eco-friendly. Revestir está comprometido con la reducción de contaminación por textiles para la promoción de un consumo de prendas más consciente. Refleja el compromiso con la moda ofreciendo al público versatilidad, calidad y equitativo para todos.

9.2. Visión

Para el 2040 Revestir será un símbolo de sostenibilidad y responsabilidad social. Revestir será pionero en la industria de la moda sostenible inspirando a otros en la adopción de prácticas éticas y sostenibles en todas las etapas de la cadena de suministro. De esta forma, se construirá una historia justa, positiva y limpia para futuras generaciones.

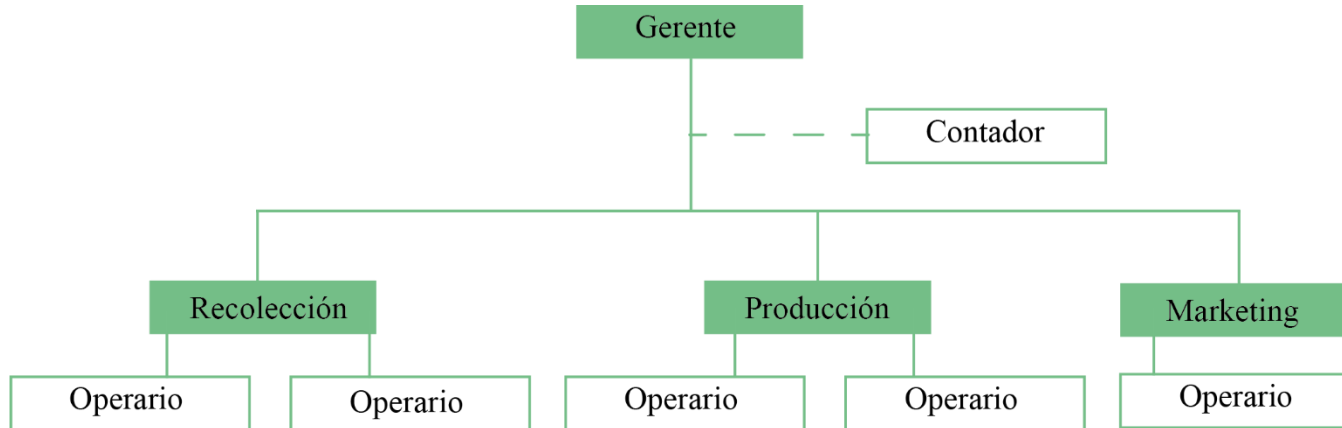
9.3. Valores corporativos

- **Sostenibilidad Ambiental:** El compromiso de Revestir es restaurar prendas usadas a partir de técnicas upcycling y eco-friendly.
- **Calidad:** Se busca la excelencia en la calidad de cada prenda, asegurando que sean confiables, versátiles y estéticamente atractivas.
- **Accesibilidad:** Se facilita el acceso a través de la plataforma en línea y redes sociales.
- **Concienciación Ambiental:** Se promueve la concienciación sobre la importancia de la sostenibilidad y el reciclaje de residuos textiles y prendas usadas.

- **Ética Empresarial:** Se actúa con integridad, honestidad y transparencia en todas las operaciones y relaciones éticas sostenibles.

9.4. Organigrama

El siguiente organigrama indica los niveles jerárquicos a los que hay lugar en la empresa y que están relacionado con el nivel estratégico del cual hace parte el director ejecutivo, el nivel funcional del cual hacen parte: el gerente de finanzas y administración, el gerente de marketing y comunicaciones, el gerente de producción, el gerente de desarrollo de productos y el gerente de operaciones. En el nivel operativo hacen parte el equipo de producción y restauración, y el equipo de logística y almacén. Finalmente, se tendrá como línea Staff al contador.



Fuente: los autores a partir de información recolectada

10. Estudio Técnico

A continuación, se relaciona ficha técnica de los productos restaurados por Revestir:

Tabla 1

FICHA TECNICA	
Nombre del producto	<ul style="list-style-type: none"> • Camiseta • Camisa • Blusa • Pantalón • Jean (jeans) • Falda • Vestido • Chaqueta • Chaleco • Suéter • Abrigo • Sudadera • Pantalón corto (short) • Traje de baño • Camiseta sin mangas (musculosa) • Polo • Ropa interior (calzoncillos, calzoncillos cortos, sujetadores, etc.) • Medias • Calcetines • Zapatos (tenis, botas, sandalias, etc.) • Gorra • Bufanda • Guantes • Sombrero • Cinturón • Pañoleta • Pijama • Ropa deportiva (pantalones deportivos, camisetas deportivas, etc.) • Ropa formal (traje, corbata, camisa de vestir, etc.)

Materiales

- Algodón
- Poliéster
- Nylon
- Lana
- Cuero
- Seda
- Lino Spandex / Elastano

- Algodón orgánico
- Bambú
- Tencel (Lyocell)
- Hemp (cáñamo)
- Lino orgánico
- Seda orgánica y Ahimsa
- PET reciclado
- Cuero vegetal

Medidas/Talla

Niños

- 2
- 4
- 6
- 8
- 10
- 12
- 14
- 16

Adultos

- S
- M
- L
- XL

Reconstrucción y técnicas de costura

- Reparación de costuras
- Reemplazo de botones y cierres
- Parches y remiendos
- Ajuste de tamaño
- Acabados y remates
- Refuerzos
- Reciclaje de materiales

Instrucciones de lavado y cuidado

Estas instrucciones pueden incluir indicaciones sobre la temperatura de lavado, el tipo de detergente a utilizar, y si la prenda se puede secar en secadora o si necesita secado al aire.

- Lavado suave a mano
- Lavado a máquina en ciclo delicado
- Evitar el uso de blanqueadores
- Secado al aire
- Planchar a baja temperatura
- Evitar limpieza en seco
- Almacenamiento adecuado

Etiquetado

- ropa de segunda mano
 - reparaciones realizadas
 - Instrucciones de cuidado especiales
 - Material original y nuevo aplicado
 - Estado general de la prenda
 - Certificaciones de sostenibilidad
-

Fuente: los autores a partir de información recolectada

10.1 Ingeniería del Proyecto

La ingeniería en Revestir es proyecto de ropa usada restaurada, esencial para reutilizar y reducir la huella de carbono por contaminación masiva por textiles. En este recorrido técnico, se revela como la ingeniería impulsa cada etapa del proceso desde la recolección de la ropa, pasando por el proceso de restauración y finalmente a su comercialización. A continuación, el diseño del proceso de producción:

- **Recolección de prendas usadas:** Las prendas usadas se recolectan a través de compra directa a personas que deseen desechar o donar prendas usadas. Las prendas son recolectadas a través de *bicicarros* conducidos por mujeres y/o hombres cabeza de familia.

- Filtro: Se implementan procesos de selección para identificar prendas en buen estado que puedan ser restauradas y comercializadas. Cuando una prenda no está apta para restauración en un 50% esta, está destinada para producción de trapero y/o tapetes.
- Diseño y reimaginación de las prendas: se reimaginan las prendas usadas, añadiendo detalles creativos y modernos según las tendencias de la moda. Se incorporan elementos de diseño sostenible, como el uso de telas recicladas, tintes naturales y técnicas de upcycling.
- Etiquetado: Se incorpora nuevo etiquetado con información basado en la ficha técnica de cada prenda.
- Comercialización y venta: A través de la tienda virtual de sitio web destacando su historia, calidad, carácter único. Se implementan estrategias de marketing digital para llegar a una audiencia más amplia y promover la marca como una opción sostenible y consciente.
- Envío: Las prendas de vestir se envían en empaques amigables con el medio ambiente. Se distribuyen prendas por todo el país.
- Monitoreo y control de calidad: Se monitorea regularmente el desempeño del proyecto, incluyendo ventas, satisfacción del cliente e impacto ambiental. Recopilar comentarios de los clientes y utilizarlos para mejorar continuamente los procesos de restauración, diseño y comercialización.
- Expansión y escalabilidad: Se construyen alianzas comerciales con tiendas de ropa locales o mercados. Se considera la posibilidad de establecer alianzas con marcas de

moda sostenible, organizaciones ambientales o instituciones gubernamentales para ampliar el alcance y la influencia del proyecto.

Este proceso garantiza que cada prenda Revestir sea un producto sostenible, de calidad y respetuoso con el medio ambiente.

10.1. Identificación de materiales e insumos

A continuación, se relacionan los insumos que se requieren para la restauración de cada prenda en Revestir:

Tabla 2

INSUMOS ORGÁNICOS			
REFERENCIA	CANTIDAD	COSTO	PROVEEDOR
Tela algodón orgánico	1 M	\$ 130.900	Nastasia historias hiladas
Bambú	1 M	\$ 32.938	Telas Texterra
Tencel	1 M	\$ 129.850	Telas & Tonos
Hemp (cáñamo)	1 M	\$ 145.658	Nastasia historias hiladas
Lino orgánico	1 M	\$ 178.998	Telas & Tonos
Seda orgánica	1 M	\$ 257.814	Ribes & Casals
Pet reciclado	208 M	\$ 85.522	Unique Yarns Co
Cuero vegetal	1 M	\$ 53.800	Art Home Textil

INSUMOS TEXTILES			
REFERENCIA	CANTIDAD	COSTO	PROVEEDOR
Algodón	1 M	\$ 12.900	Casa Textil
Poliester	1 M	\$ 10.900	Casa Textil
Nylon	1 M	\$ 23.600	Textti
Lana	50 M	\$ 9.600	Entre lanas
Cuero	1 M	\$ 29.900	Texmundo colombia sas
Seda	1 M	\$ 22.450	Textti
Denim	1 M	\$ 18.236	Pumotex
Lino spandex	1 M	\$ 40.250	Textti

Tabla 3

MATERIALES			
REFERENCIA	CANTIDAD	COSTO	PROVEEDOR
Hilos de diferentes colores	5000 YARDAS	\$ 6.096	Casa Beltrán
Agujas de coser	10 UND	\$ 5.076	Casa Beltrán
Tijeras de costura	1 UND	\$ 3.570	Casa Beltrán
Alfileres y pinzas	10 UND	\$ 1.300	La mina adornos
Parches de tela	1 UND	\$ 16.000	La mina adornos
Entretela	100 MT	\$ 36.890	Casa Beltran
Botones	12 UND	\$ 18.900	La mina adornos
Pintura para tela o rotuladores para tela	1 UND	\$ 5.500	La mina adornos
Máquina de coser	1 UND	\$ 1.750.000	Casa Beltran
Plancha	1 UND	\$ 110.000	Mercado Libre
Descosedor o abreojales	1 UND	\$ 9.650	Mercado Libre
Tela fusible	1 M	\$ 4.121	Alucid
Metro	1 M	\$ 11.300	La mina adornos
Papel de calcar	10 UND	\$ 10.900	La mina adornos
Lanas e hilos de bordar	50 M	\$ 9.600	Entre lanas
Pegamento para tela	1 UND	\$ 14.400	La mina adornos
Cremallera	1 UND	\$ 10.500	La mina adornos
Broches	4 UND	\$ 10.700	La mina adornos
Tabla de planchar	1 UND	\$ 129.990	Mercado Libre
Lapiz para tela	1 UND	\$ 3.000	La mina adornos

Fuente: los autores a partir de información recolectada

Tabla 4

INSUMOS ORGÁNICOS			
REFERENCIA	CANTIDAD	COSTO	PROVEEDOR
tela algodón orgánico	1 M	\$ 130.900	nastasia historias hiladas
bambú	1 M	\$ 32.938	telas texterra
tencel	1 M	\$ 129.850	telas & tonos
hemp (cáñamo)	1 M	\$ 145.658	nastasia historias hiladas
lino orgánico	1 M	\$ 178.998	telas & tonos
seda orgánica	1 M	\$ 257.814	ribes & casals
pet reciclado	208 M	\$ 85.522	unique yarns co
cuero vegetal	1 M	\$ 53.800	art home textil

10.2. Mano de obra

Para el desarrollo de este proyecto se requiere de 2 operarios como mínimo para el proceso de recolección y restauración de la prenda. El operario debe cumplir funciones como: Coordinar y realizar la recolección de ropa usada en domicilios, empresas y otros puntos de recogida y realizar una clasificación preliminar de la ropa recolectada para identificar artículos que pueden ser restaurados y aquellos que no son aptos para la venta.

A continuación, se relaciona tabla de pago por concepto de nómina a empleados operarios:

Tabla 5

# OPERARIOS A CONTRATAR MENSUAL	2
Sueldo asignado al trabajador	\$1.300.000
Auxilio de transporte	\$142000

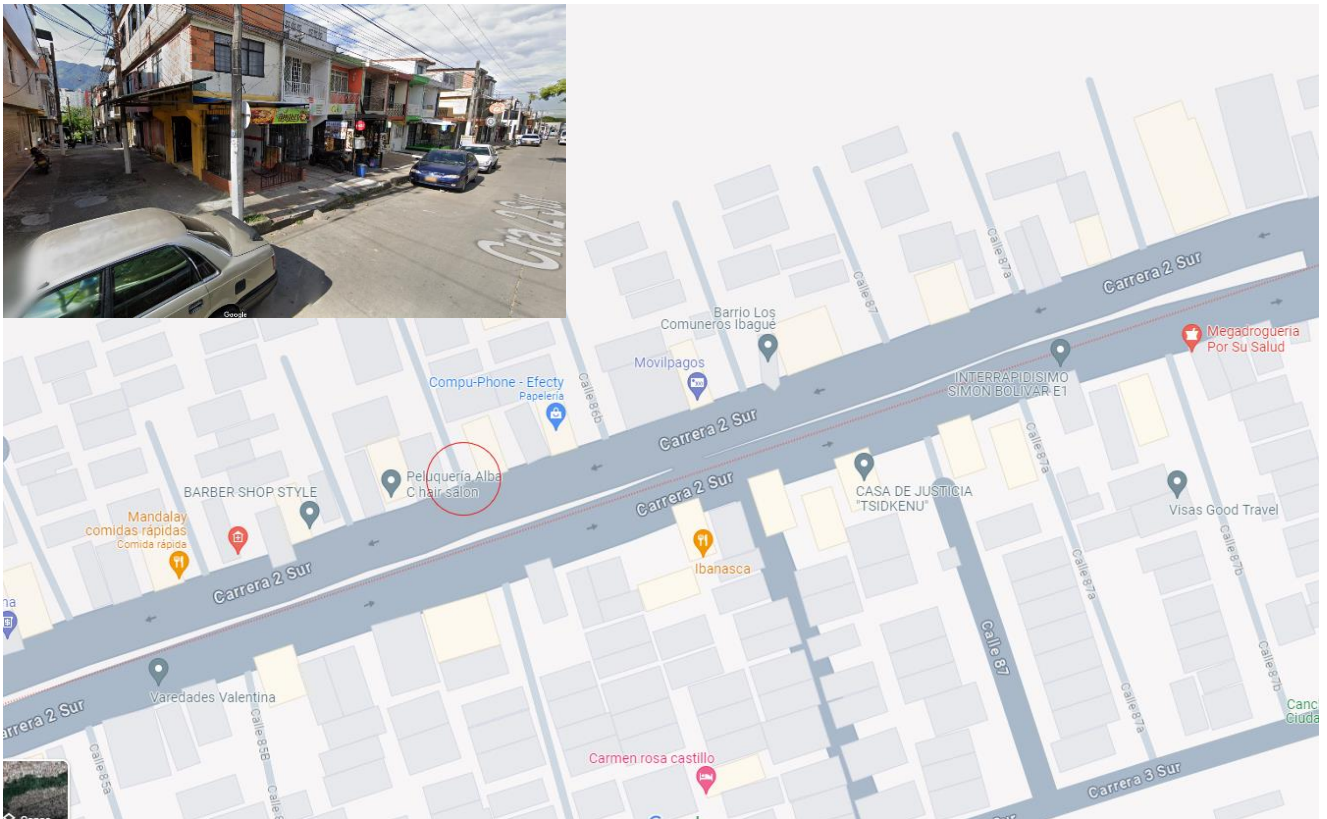
1. COSTO MENSUAL DEL SUELDO	
Concepto	Valor
Sueldo	\$ 1.300.000
Auxilio de transporte	\$ 162.000

10.4 localización del proyecto

Dentro del análisis realizado para la ubicación de la planta de restauración se estableció que el sector en donde está ubicada es una zona comercial-industrial y cuenta con la aprobación para flujo vehicular.

Costos de energía y Agua y servicios en General: La zona industrial cuenta con tarifas más ajustadas en el uso de los servicios como agua y luz, lo que nos permite tener regulación en los costos fijos de la planta.

Acceso vial: las vías de acceso tanto para el personal como para los proveedores y distribuidores están en excelentes condiciones y de fácil ubicación lo que permite una buena logística y transporte para la distribución de los mismos.



Fuente: Google maps

10.5. Identificación de maquinaria, equipo y tecnología

A continuación, se relaciona maquinaria, equipo y tecnología para el desarrollo del proyecto.

Tabla 5

MAQUINARIA, EQUIPO Y TECNOLOGÍA				
REFERENCIA	CANTIDAD	COSTO	PROVEEDOR	
Maquinaria de Costura y Reparación				
Máquinas de Coser				
Industriales y Domésticas	1	\$ 1.890.000	Antioqueña de Maquinas	
Máquinas Bordadoras	1	\$ 6.700.000	Maquinas de confección ag s.a.s	
Máquinas de Remendar y Poner Parches	1	\$ 2.150.000	Maquinas y repuestos cm	
Prensas de Calor	1	\$ 3.900.000	color make	
Equipo de Limpieza y Desinfección				
Lavadoras Industriales	1	\$ 8.000.000	Grupo Gemisa sas	
Secadoras Industriales	1	\$ 4.197.900	Lavaseco Moderno	
Planchas industriales	1	\$ 580.000	Maicoser	
Herramientas y Suministros de Costura				
Kits de Costura	1	\$ 129.900	Antioqueña de Maquinas	
Descosedores	3	\$ 28.000	Mercado Libre	
Cinta Métrica y Reglas	1	\$ 22.300	La mina adornos	
Maniqués de Ajuste	2	\$ 3.434.400	Vialambre	
Tecnología y Software				
Software de Diseño y Bordado	1	\$ 2.980.000	Suite adobe	
Sistemas de Gestión de Inventario	1	\$ 159.900	Alegra	
Plataformas de Comercio Electrónico	1	\$ 860.000	Godaddy	
Sistemas de Punto de Venta (POS)	1	\$ 1.990.000	Software pos colombia	
Equipo de Fotografía y Marketing				
Cámaras de Alta Resolución	1	\$ 3.440.000	Alkomprar	
Iluminación Profesional	2	\$ 540.000	Mercado Libre	
Fondos y Estudio de Fotografía	5	\$ 750.000	Mercado Libre	
Celular	1	\$ 6.440.000	ishop	
Equipos Adicionales				
Mesa de Corte	1	\$ 3.500.000	Maicoser	
Estantes	4	\$ 1.196.000	Mecalux	
Carros y Contenedores de Almacenamiento	2	\$ 647.554	Yaxa colombia	
Tecnología de Envío y Logística				
Impresoras de Etiquetas y Código de Barras	1	\$ 1.580.000	Codimarcas	

Sistemas de Gestión de
Envíos
Herramientas de Comunicación

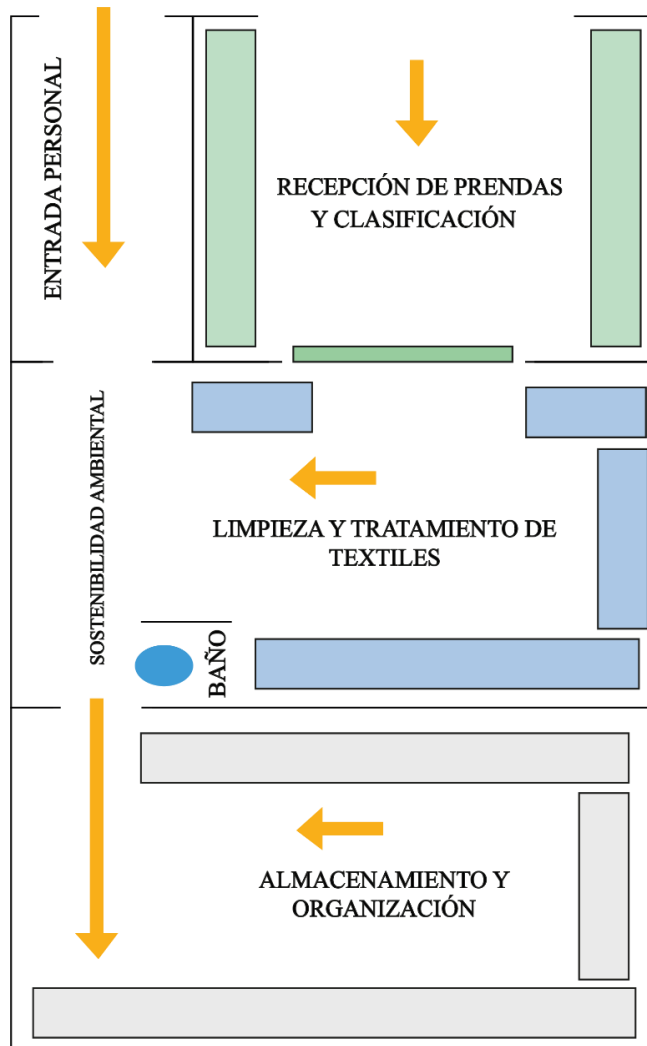
1 \$ 159.900 Alegra

10.6. Distribución de planta

La distribución de la planta debe ser planificada cuidadosamente para garantizar un flujo eficiente del proceso de fabricación, minimizar los movimientos innecesarios y proporcionar un entorno de trabajo seguro. Dentro de la planificación se tuvo en cuenta las normativas de seguridad y salud en el trabajo, así como la capacidad de expansión en caso de un aumento en la producción.

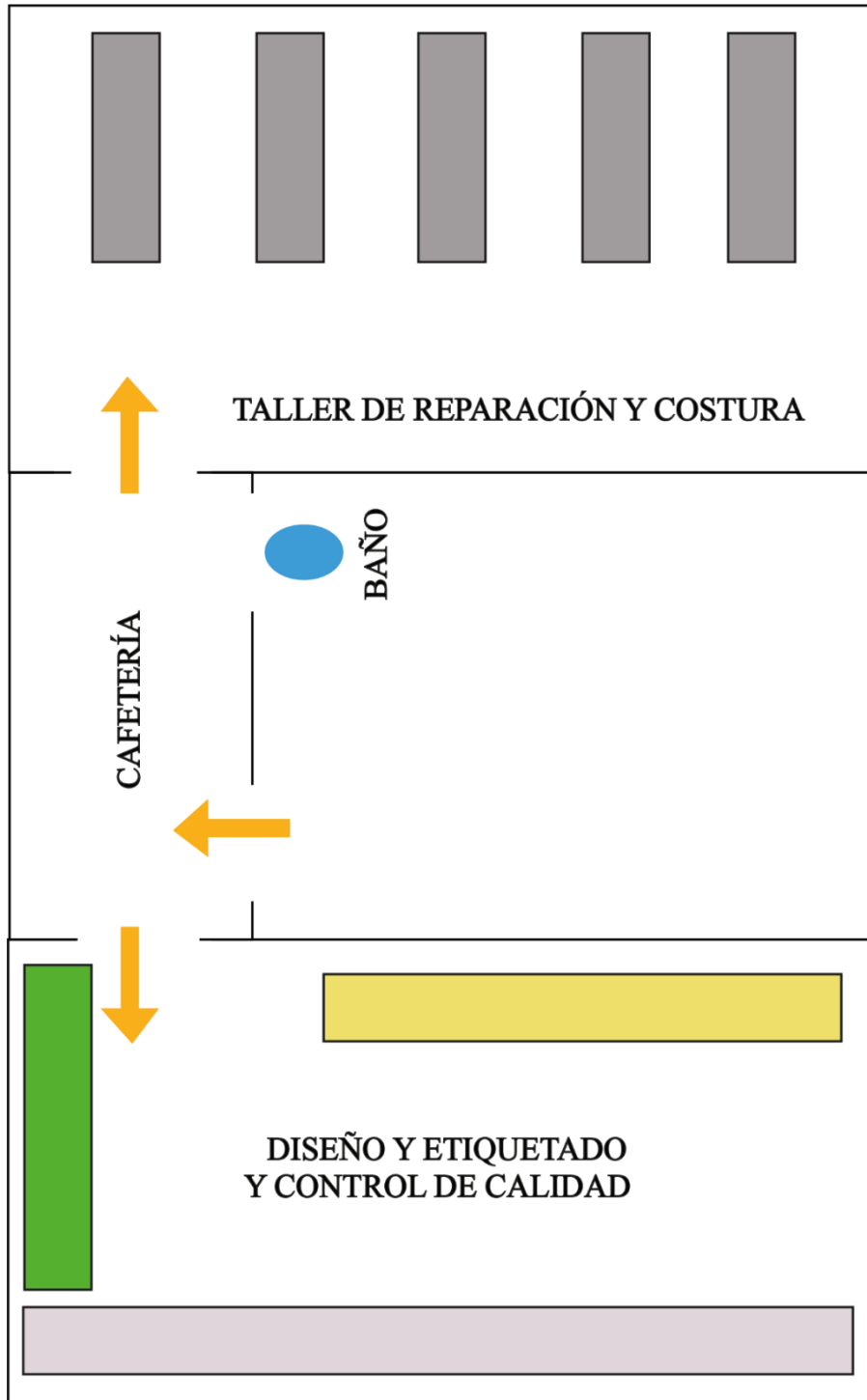
10.6.1. Primer piso planta

Figura 13



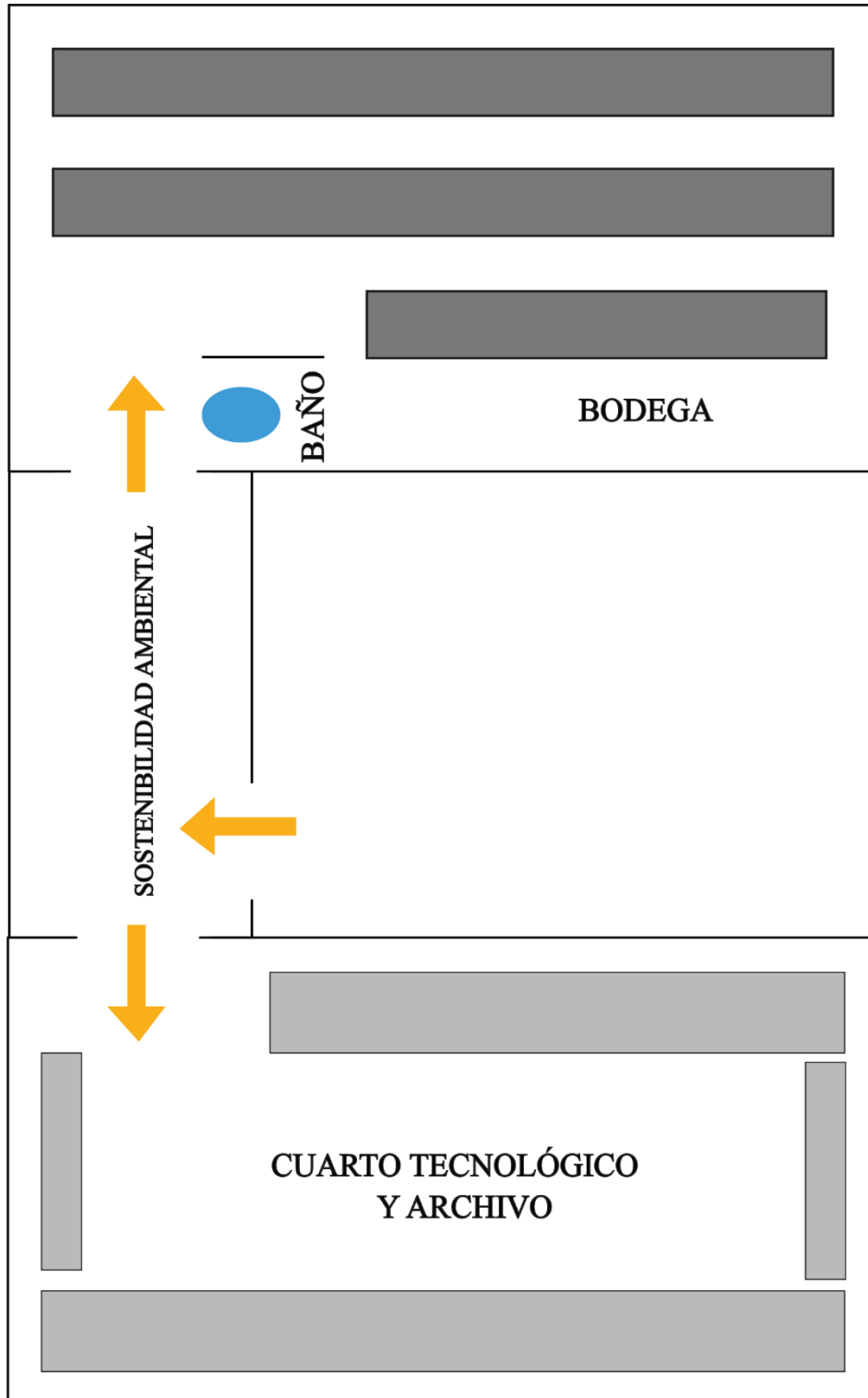
10.6.2 Segundo piso planta

Figura 14



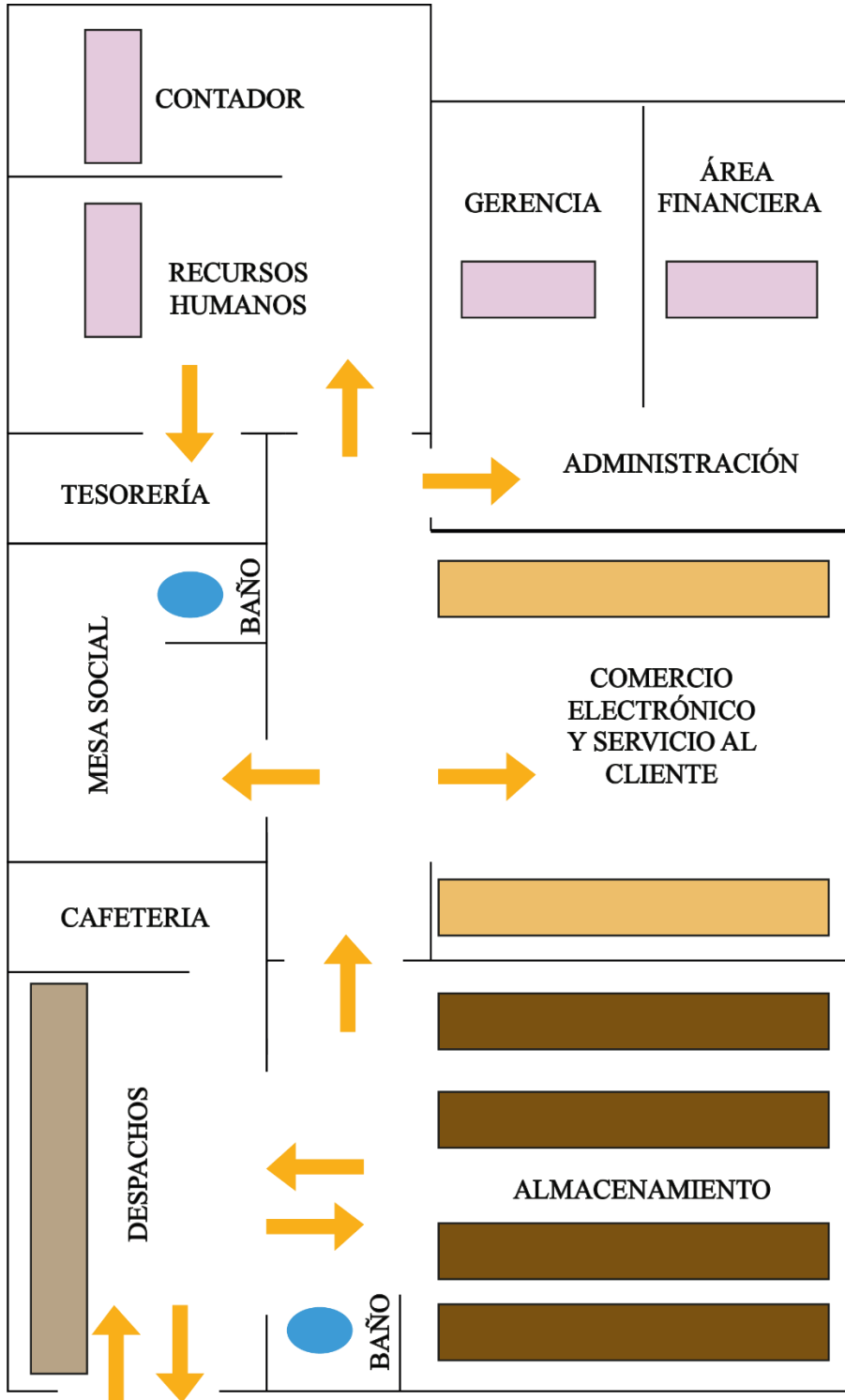
10.6.3 Tercer piso planta

Figura 15



10.6.4. Área comercial y administrativa

Figura 16



11. Estudio financiero

El análisis financiero es un componente esencial para evaluar la viabilidad y el rendimiento de cualquier proyecto. En esta sección, se explorará de manera concisa los aspectos económicos y monetarios del proyecto de Revestir. A través de indicadores clave y proyecciones, se proporcionará una visión clara de la salud financiera del proyecto, respaldando así la toma de decisiones informadas para su viabilidad financiera y puesta en marcha.

11.1 Presupuesto de costo de insumos del producto

Tabla 6

PRESUPUESTO DE COSTOS DE INSUMOS										
Materiales	Canti- dad	Unidad de medida	Costo	Total und prenda	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Denim vesubio azul	25	centímetros	\$ 182	\$ 4.559	\$ 54.708	\$ 56.732	\$58.831	\$61.008	\$ 63.265	\$65.606
Hilo cañamo	50	metros	\$ 1	\$ 61	\$ 726	\$ 753	\$ 781	\$ 810	\$ 840	\$ 871
Lana	10	metros	\$ 192	\$ 1.920	\$ 23.040	\$ 23.892	\$ 24.777	\$ 25.693	\$ 26.644	\$ 27.630
empaque	1	und	\$ 250	\$ 250	\$ 3.000	\$ 3.111	\$ 3.226	\$ 3.345	\$ 3.469	\$3.598
Etiqueta	1	und	\$ 80	\$ 80	\$ 960	\$996	\$ 1.032	\$ 1.071	\$ 1.110	\$1.151
Prenda usada	1	und	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 24.000	\$24.888	\$ 25.809	\$ 26.764	\$ 27.754	\$ 28.781
TOTAL COSTO INSUMOS UNITARIA				\$ 8.870	\$ 106.434	\$110.372	\$114.456	\$118.691	\$ 123.082	\$127.636
TOTAL COSTO INSUMOS ANUAL				\$ 1.330.425	\$15.965.100	\$ 16.555.809	\$ 17.168.374	\$ 17.803.603	\$ 18.462.337	\$19.145.443

11.2 Presupuesto de mano de obra

Tabla 7

2. Costeo de prestaciones sociales				
Prestaciones sociales	Costo legal	Base liquidación		Total
Cesantías	8,33%	\$ 1.462.000	\$	121.785
Intereses cesantías	1%	\$ 1.462.000	\$	14.620
Prima	8,33%	\$ 1.462.000	\$	121.785
Vacaciones	4,16%	\$ 1.300.000	\$	54.080
Total prestaciones sociales			\$	312.269

Tabla 8

3. Costeo de la seguridad social				
Seguridad social	Costo legal	Base liquidación		Total
Salud	8,50%	\$ 1.300.000	\$	110.500
Pensión	12%	\$ 1.300.000	\$	156.000
Riesgos laborales	1,044%	\$ 1.300.000	\$	13.572
Total seguridad social			\$	280.072

Tabla 9

4. Costeo de aportes parafiscales				
Aportes parafiscales	Costo legal	Base liquidación		Total
SENA	2%	\$ 1.300.000	\$	26.000
ICBF	3%	\$ 1.300.000	\$	39.000
CAJA DE COMPENSACIÓN	4%	\$ 1.300.000	\$	52.000
Total aportes parafiscales			\$	117.000

Tabla 10

5. Resumen costo mano de obra	
SUELDO	\$ 1.300.000
TRANSPORTE	\$ 162.000
PRESTACIONES SOCIALES	\$ 312.269
SEGURIDAD SOCIAL	\$ 280.072
APORTES PARAFISCALES	\$ 117.000
TOTAL RESUMEN OPERARIO	\$ 2.171.341
No. OPERARIOS	2
COSTO MANO DE OBRA DIRECTA MES	\$ 4.342.682

Tabla 11

PROYECCIÓN DEL COSTO DE MANO DE OBRA ANUAL							
	Mes	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo mano de obra	\$ 4.342.682,40	\$ 52.112.189	\$ 54.040.340	\$ 56.039.832	\$ 58.113.306	\$ 60.263.498	\$ 62.493.248

11.3. Presupuesto de costos indirectos

Tabla 12

COSTOS INDIRECTOS DE LA PLANTA							
Concepto	Mes	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía	\$ 220.000	\$ 2.640.000	\$ 2.737.680	\$ 2.838.974	\$ 2.944.016	\$ 3.052.945	\$ 3.165.904
Agua	\$ 150.000	\$ 1.800.000	\$ 1.866.600	\$ 1.935.664	\$ 2.007.284	\$ 2.081.553	\$ 2.158.571
Mantenimiento de equipos	\$ 25.000	\$ 50.000	\$ 51.850	\$ 53.768	\$ 55.758	\$ 57.821	\$ 59.960
TOTAL CIF	\$ 395.000	\$ 4.490.000	\$ 4.656.130	\$ 4.828.407	\$ 5.007.058	\$ 5.192.319	\$ 5.384.435

11.4. Presupuesto de costos de distribución

Tabla 13

GASTOS DE VENTA							
Concepto	Mes	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	\$ 250.000	\$ 3.000.000	\$ 3.111.000	\$ 3.226.107	\$ 3.345.473	\$ 3.469.255	\$ 3.597.618
Recolectores	\$ 2.147.809	\$ 25.773.710	\$ 26.727.338	\$ 27.716.249	\$ 28.741.750	\$ 29.805.195	\$ 30.907.987
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 2.397.809	\$ 28.773.710	\$ 29.838.338	\$ 30.942.356	\$ 32.087.223	\$ 33.274.451	\$ 34.505.605

11.5. Presupuesto de gastos de administración

Tabla 14

Concepto	Mes	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Útiles de aseo	\$ 200.000	\$ 2.400.000	\$ 2.488.800	\$ 2.580.886	\$ 2.676.378	\$ 2.775.404	\$ 2.878.094
Hosting e internet	\$ 120.000	\$ 1.440.000	\$ 1.493.280	\$ 1.548.531	\$ 1.605.827	\$ 1.665.243	\$ 1.726.857
NOMINA ADMON	\$ 2.147.809	\$ 25.773.710	\$ 26.727.338	\$ 27.716.249	\$ 28.741.750	\$ 29.805.195	\$ 30.907.987
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN	\$ 2.467.809	\$ 29.613.710	\$ 30.709.418	\$ 31.845.666	\$ 33.023.956	\$ 34.245.842	\$ 35.512.938

11.6. Presupuesto de costo unitario

Tabla 15

	Mensual	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Unitario	\$ 72.578	\$ 72.439	\$ 73.847	\$ 73.066	\$ 72.203	\$ 71.607	\$ 71.400
Margen de utilidad	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Precio	\$ 90.722	\$ 90.549	\$ 92.308	\$ 91.332	\$ 90.253	\$ 89.508	\$ 89.250

11.7. Presupuesto de ingresos

Tabla 16

		Presupuesto de ventas					
Mensual	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
\$ 13.608.327	\$ 162.987.427	\$ 172.801.504	\$ 177.812.815	\$ 182.740.697	\$ 188.481.674	\$ 195.455.496	

11.8.1. Presupuesto de punto de equilibrio en porcentaje

Tabla 17

	Mes	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos							
Totales	\$9.286.237	\$54.488.626	\$57.975.960	\$59.559.151	\$61.127.559	\$63.011.654	\$ 65.343.086
Costos Variables							
Totales	\$1.550.425	\$48.907.200	\$50.716.766	\$52.593.287	\$54.539.238	\$56.557.190	\$ 58.649.806
Total ingresos por Ventas	\$13.608.327	\$147.108.323	\$154.653.123	\$164.265.857	\$177.228.356	\$183.204.844	\$189.983.424
Punto de equilibrio por porcentaje	77	55	56	53	50	50	50

11.8.2. Presupuesto de punto de equilibrio en ventas

Tabla 18

	Mes	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos Totales	\$ 9.286.237	\$ 111.184.842	\$ 118.325.515	\$ 121.597.683	\$ 124.775.844	\$ 128.576.206	\$ 133.333.526
Costos Variables Totales	\$ 1.550.425	\$ 18.605.100	\$ 19.293.489	\$ 20.007.348	\$ 20.747.620	\$ 21.515.282	\$ 22.311.347
Total ingresos por Ventas	\$ 13.608.327	\$ 162.987.427	\$ 172.801.504	\$ 177.812.815	\$ 182.740.697	\$ 188.481.674	\$ 195.455.496
Punto de equilibrio por Ventas	\$ 10.480.276	\$ 125.512.115	\$ 133.197.129	\$ 137.014.431	\$ 140.756.784	\$ 145.144.530	\$ 150.514.878

11.8.3. Presupuesto de punto de equilibrio en cantidades

Tabla 19

	Mes	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos Totales	\$ 9.286.237	\$ 111.184.842	\$ 118.325.515	\$ 121.597.683	\$ 124.775.844	\$ 128.576.206	\$ 133.333.526
Precio Unitario	\$ 90.722	\$ 90.549	\$ 92.308	\$ 91.332	\$ 90.253	\$ 89.508	\$ 89.250
Costos Variables Unitarios	\$ 10.336	\$ 10.336	\$ 10.306	\$ 10.277	\$ 10.247	\$ 10.217	\$ 10.188

Punto de equilibrio en cantidades	116	1.386	1.443	1.500	1.560	1.622	1.686
--	------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

11.9. Presupuestos de estados de resultado integral

Tabla 20

Estado de resultados integral	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS DE ACTIVIDADES						
ORDINARIAS		\$ 172.801.504	\$ 177.812.815	\$ 182.740.697	\$ 188.481.674	\$ 195.455.496
COSTO DE PRODUCCIÓN O COSTO DE VENTA		\$ 74.666.614	\$ 77.429.279	\$ 80.294.162	\$ 83.265.046	\$ 86.345.853
GANANCIA BRUTA		\$ 98.134.890	\$ 100.383.536	\$ 102.446.535	\$ 105.216.627	\$ 109.109.643
Gastos de Administración		\$ 30.709.418	\$ 31.845.666	\$ 33.023.956	\$ 34.245.842	\$ 35.512.938
Costos de distribución		\$ 29.838.338	\$ 30.942.356	\$ 32.087.223	\$ 33.274.451	\$ 34.505.605
Depreciación		\$ 5.125.151	\$ 4.041.061	\$ 3.191.707	\$ 2.525.201	\$ 2.001.328
GANANCIA OPERACIONAL		\$ 32.461.984	\$ 33.554.452	\$ 34.143.649	\$ 35.171.134	\$ 37.089.771
Costos financieros		\$ 3.026.834	\$ 2.032.951	\$ 787.217	\$ 0	\$ 0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 29.435.150	\$ 31.521.502	\$ 33.356.432	\$ 35.171.134	\$ 37.089.771
Impuestos		\$ 9.713.599	\$ 10.402.096	\$ 11.007.623	\$ 11.606.474	\$ 12.239.624
UTILIDAD NETA		\$ 19.721.550	\$ 21.119.406	\$ 22.348.810	\$ 23.564.660	\$ 24.850.147
Depreciación		\$ 5.125.151	\$ 4.041.061	\$ 3.191.707	\$ 2.525.201	\$ 2.001.328
UTILIDAD NETA FINAL	25.000.000	\$ 24.846.701	\$ 25.160.468	\$ 25.540.517	\$ 26.089.861	\$ 26.851.475

De acuerdo a los presupuestos presentados anteriormente, el proyecto Revestir tendrá una inversión inicial de \$ 87.212.355, el cual se compone por \$15.000.000 de un préstamo bancario a una tasa de interés 22,8% E.A. a un plazo de 36 meses, generando unos costos financieros de \$5.847.001, por otro lado, por recurso propio se aportará \$72.212.355 al proyecto.

Tabla 21

Tabla de amortización						
Mes	Saldo inicial	Cuota	Intereses	Abono a capital	Saldo final	Costo financiero
1	\$ 15.000.000	\$ 579.083,37	\$285.000	\$ 294.083,37	\$ 14.705.917	
2	\$ 14.705.917	\$ 579.083,37	\$279.412	\$ 299.670,96	\$14.406.246	
3	\$ 14.406.246	\$ 579.083,37	\$273.719	\$ 305.364,71	\$14.100.881	
4	\$14.100.881	\$ 579.083,37	\$267.917	\$ 311.166,64	\$13.789.714	
5	\$13.789.714	\$ 579.083,37	\$262.005	\$317.078,80	\$13.472.636	
6	\$13.472.636	\$579.083,37	\$255.980	\$323.103,30	\$13.149.532	
7	\$13.149.532	\$579.083,37	\$249.841	\$329.242,26	\$12.820.290	\$ 3.026.834
8	\$12.820.290	\$579.083,37	\$243.586	\$335.497,86	\$12.484.792	
9	\$12.484.792	\$579.083,37	\$237.211	\$341.872,32	\$12.142.920	
10	\$12.142.920	\$579.083,37	\$230.715	\$348.367,90	\$11.794.552	
11	\$11.794.552	\$579.083,37	\$ 224.096	\$354.986,89	\$ 11.439.565	
12	\$11.439.565	\$579.083,37	\$217.352	\$361.731,64	\$11.077.833	
13	\$11.077.833	\$ 579.083,37	\$210.479	\$ 368.604,54	\$10.709.229	
14	\$10.709.229	\$579.083,37	\$ 203.475	\$375.608,03	\$10.333.621	\$2.032.951
15	\$10.333.621	\$579.083,37	\$196.339	\$ 382.744,58	\$ 9.950.876	

16	\$ 9.950.876	\$ 579.083,37	\$ 189.067	\$ 390.016,73	\$ 9.560.859	
17	\$ 9.560.859	\$ 579.083,37	\$ 181.656	\$ 397.427,04	\$ 9.163.432	
18	\$ 9.163.432	\$ 579.083,37	\$ 174.105	\$ 404.978,16	\$ 8.758.454	
19	\$ 8.758.454	\$ 579.083,37	\$ 166.411	\$ 412.672,74	\$ 8.345.782	
20	\$ 8.345.782	\$ 579.083,37	\$ 158.570	\$ 420.513,52	\$ 7.925.268	
21	\$ 7.925.268	\$ 579.083,37	\$ 150.580	\$ 428.503,28	\$ 7.496.765	
22	\$ 7.496.765	\$ 579.083,37	\$ 142.439	\$ 436.644,84	\$ 7.060.120	
23	\$ 7.060.120	\$ 579.083,37	\$ 134.142	\$ 444.941,10	\$ 6.615.179	
24	\$ 6.615.179	\$ 579.083,37	\$ 125.688	\$ 453.394,98	\$ 6.161.784	
25	\$ 6.161.784	\$ 579.083,37	\$ 117.074	\$ 462.009,48	\$ 5.699.774	
26	\$ 5.699.774	\$ 579.083,37	\$ 108.296	\$ 470.787,66	\$ 5.228.987	
27	\$ 5.228.987	\$ 579.083,37	\$ 99.351	\$ 479.732,63	\$ 4.749.254	
28	\$ 4.749.254	\$ 579.083,37	\$ 90.236	\$ 488.847,55	\$ 4.260.407	
29	\$ 4.260.407	\$ 579.083,37	\$ 80.948	\$ 498.135,65	\$ 3.762.271	
30	\$ 3.762.271	\$ 579.083,37	\$ 71.483	\$ 507.600,23	\$ 3.254.671	
31	\$ 3.254.671	\$ 579.083,37	\$ 61.839	\$ 517.244,63	\$ 2.737.426	\$ 787.217
32	\$ 2.737.426	\$ 579.083,37	\$ 52.011	\$ 527.072,28	\$ 2.210.354	
33	\$ 2.210.354	\$ 579.083,37	\$ 41.997	\$ 537.086,65	\$ 1.673.267	
34	\$ 1.673.267	\$ 579.083,37	\$ 31.792	\$ 547.291,30	\$ 1.125.976	
35	\$ 1.125.976	\$ 579.083,37	\$ 21.394	\$ 557.689,83	\$ 568.286	
36	\$ 568.286	\$ 579.083,37	\$ 10.797	\$ 568.285,94	\$ -	

En referencia a la tabla de costos de insumos podemos evidenciar que para la restauración de una prenda en material denim el costo será de \$8.870, como meta de restauración para el año 1 se comercializaran como mínimo 150 prendas mensuales, esto teniendo en cuenta que el punto de equilibrio en cantidades para Revestir es de 116 prendas mensuales lo que representa \$10.480.279 en ventas y porcentualmente un 77%, cabe aclarar, que teniendo esta meta desde el momento 1 se empezaría a generar utilidades para el sostenimiento de la empresa, creando bases financieras sólidas haciendo que el proyecto perdure en el tiempo.

Para la iniciación de la empresa, se empleará el siguiente personal:

- Dos operarios en planta, este devengará el SMLV con todas las prestaciones de ley, el cual tendrá un costo mensual de \$1.932.860, se encargará del departamento de producción.
- Un recolector, este devengará el SMLV con todas las prestaciones de ley, el cual tendrá un costo mensual de \$4.295.618, se encargada del departamento de ventas y marketing.
- Un gerente, este devengará \$1.442.000 con todas las prestaciones de ley, el cual tendrá un costo mensual de \$2.450.897, se encargará del departamento de finanzas, comercio electrónico y administración y del departamento de logística y entrega.
- Un contador, que tendrá un contrato por prestación de servicios, devengando \$600.000 mensuales, que se encargará de toda la parte tributaria y fiscal.

En cuanto a la tabla del estado de resultados integral podemos evidenciar que las ventas para el año 1 son de \$133.197.129, con unos costos de distribución de \$29.838.338 y

gastos de administración de \$30.709.418, lo que nos genera una ganancia operacional de \$32.461.984, dando como utilidad neta \$19.721.550 al final del ejercicio.

11.10 Presupuesto de Inversiones

Tabla 22

Presupuesto de Inversiones			Recursos	
Inversiones	Valor	Participación %	Propios	Crédito
Fijas				
Maquinaria y Equipo	55,275,854		40,275,854	15,000,000
Equipo de Oficina	5,500,000		5,500,000	0
Total Inversiones fijas	60,775,854	80.24		
Inversiones Diferidas				
Costo del estudio	3,000,000		3,000,000	0
Gastos de organización	500,000		500,000	0
Total Inversiones Diferidas	3,500,000	4.62		
Capital de Trabajo				
Efectivo	11,468,250		11,468,250	0
Total Capital de Trabajo	11,468,250	15.14		
Total Inversiones	75,744,104	100	60,744,104	15,000,000

12. Evaluación financiera del proyecto.

En este contexto, se desentrañarán los elementos numéricos que respaldan la viabilidad económica de la iniciativa. Desde el análisis de costos y beneficios hasta la proyección de flujos de efectivo, esta evaluación proporcionará una visión clara y fundamentada de la rentabilidad y sostenibilidad financiera del proyecto. Esta información guiará hacia decisiones estratégicas informadas, allanando el camino hacia el éxito a largo plazo.

- **Valor Presente Neto:** a través de este método se conocerá si la inversión se recupera o no, para tomar la decisión de ejecutarla o no.
- **Tasa Interna Retorno (TIR).** Este método permite establecer la rentabilidad que generará la inversión del proyecto.

Tabla 23

Tasa de descuento	26%
VP	\$ 67.141.786
VPN	\$ 6.397.682
TIR	31%

El proyecto Revestir demuestra una perspectiva financiera sólida, respaldada por indicadores clave. El Valor Presente Neto (VPN) de \$6.397.682 sugiere que, descontados los flujos de efectivo futuros al presente, el proyecto generará un valor positivo. Este resultado es indicativo de la capacidad del proyecto para generar beneficios económicos que superan los costos de inversión inicial.

Adicionalmente, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 31% destaca la eficiencia y rentabilidad del proyecto. La TIR supera significativamente las tasas de retorno requeridas, puesto que el mayor insumo utilizado en este proyecto es material reciclado (costos bajos

y/o recogidos a bajo costo) lo que indica un rendimiento financiero robusto y la capacidad de generar ganancias consistentes a lo largo del tiempo.

Este análisis financiero positivo indica no solo que es viable, sino que también presenta un potencial significativo para generar rendimientos atractivos.

BIBLIOGRAFÍA

- Ashby, M. F. (2019). *Materials: Engineering, Science, Processing and Design*. Butterworth-Heinemann.
- Birtwistle, G. &. (2007). Fashion clothing—where does it all end up? *International Journal of Retail & Distribution Management*, págs. 35(3), 210-216.
- Breward, C. (2016). *Fashion*. Oxford University Press.
- Bruce, H. &. (2017). *Fashion Marketing: Contemporary Issues*. . Routledge.
- Cunningham, W. P. (2019). *Principles of Environmental Science: Inquiry and Applications*. . McGraw-Hill Education.
- Cusumano, M. A. (2019). *The Business of Platforms: Strategy in the Age of Digital Competition, Innovation, and Power*. . Harper Business.
- Deihl, N. (2018). *The Hidden History of American Fashion: Rediscovering 20th-Century Women Designers*. Bloomsbury Visual Arts.
- Fletcher, K. (2018). Sustainable fashion and textiles: Design journeys. *Earthscan*.
- Fletcher, K. (2018). *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*. . Earthscan.
- García, A. &. (2020). Importancia de las normativas ambientales para el desarrollo sostenible. *Revista de Política Ambiental*.
- Gómez, R. &. (2022). "El papel de la propiedad intelectual en la sociedad contemporánea. *Revista de Propiedad Intelectual*.
- Gutiérrez, R. y. (2019). El impacto ambiental de la industria textil: una revisión de la literatura. *Revista Internacional de Ingeniería*, 14(29), 100-110.
- Marín, A. y. (2018). *Impacto ambiental de la moda rápida en el Valle de Aburrá*. . Estudios Gerenciales.
- Martínez-Cruz, A. (2020). *Environmental Awareness and Its Implications for Sustainable Behavior: A Case Study of University Students in Mexico*. Sustainability.
- McMahon, J. E. (2019). *Environmental Policy Analysis and Practice*. . Routledge.
- Miller, G. T. (2019). *Environmental Science*. Cengage Learning.

- Nagpal, K. (2020). *Biotechnology and Nanotechnology: Fundamentals and Advances*. . CRC Press.
- Nielsen, K. S. (2020). El ciclo de vida de la ropa: Globalización, consumo e impacto ambiental. *Bloomsbury Publishing*.
- Nielsen, K. S. (2020). El ciclo de vida de la ropa: Globalización, consumo e impacto ambiental. Bloomsbury Publishing.
- ONU. (2019). *Impacto de la moda rápida en el medio ambiente y los derechos humanos*.
- ONU. (2020).
- Parker, G. V. (2016). *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You*. W. W. Norton & Company.
- Pujol, S. &. (2018). An overview of textile recycling in the UK. *Research Journal of Textile and Apparel*.
- Schor, J. B. (2018). *La sobrecarga: Cómo el consumo excesivo está desgastando nuestro planeta, nuestra salud y nuestra felicidad*. Penguin Books.
- Shaw, D. &. (2018). Fashion victim: The impact of fair trade concerns on clothing choice. *Journal of Strategic Marketing*, págs. 16(4), 311-327.
- Shen, L. W. (2019). Present and future development in textiles from a circular economy perspective. *Resources, Conservation and Recycling*,.
- Simons, R. (2024).
- Steg, L. B. (2019). *Environmental Psychology: An Introduction*. John Wiley & Sons.
- Veblen, T. (1899). *La teoría de la clase ociosa*.