



Fundación Universitaria  
**SAN MATEO**

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y DE PROYECTOS



Fundación Universitaria  
**SAN MATEO**

**CIENCIAS SOCIALES ADMINISTRATIVAS Y AFINES  
GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

**VIABILIDAD DE LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL TEXTIL EN LA  
LOCALIDAD DE LOS MÁRTIRES  
TRABAJO DE GRADO MODALIDAD DE OPCIÓN DE GRADO**

**GABRIELA TORRES SOSA  
ANDREA KATTERYNE LINARES OLAYA**

**DIRECTORA  
FERNANDA LUCY MONTOYA**

**BOGOTA D.C.**

**2021**

**NOTA DE SALVEDAD DE RESPONSABILIDAD INSTITUCIONAL**

*“La Fundación Universitaria San Mateo NO se hace responsable de los conceptos emitidos en el presente documento, el departamento de investigaciones velará por el rigor metodológico de la investigación”.*

## **CONTENIDO**

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>11</b>
<b>CAPITULO I</b>	<b>12</b>
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>12</b>
PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
JUSTIFICACIÓN	13
OBJETIVO GENERAL	15
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
<b>CAPITULO II</b>	<b>17</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b>	<b>17</b>
ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	17
BASES TEÓRICAS O FUNDAMENTOS CONCEPTUALES	18
BASES LEGALES DE LA INVESTIGACIÓN	19
<b>CAPITULO III</b>	<b>21</b>
<b>DISEÑO METODOLÓGICO</b>	<b>21</b>
TIPO DE INVESTIGACIÓN	21
POBLACIÓN	22
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	23

<b>CAPITULO III</b>	<b>24</b>
<b>RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>24</b>
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECIFICO NO. 1	24
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECIFICO NO. 2	24
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECIFICO NO. 3	25
<b>CAPÍTULO V.</b>	<b>26</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>26</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>27</b>
ADECUACIÓN DE ESTILO	27
<i>Referencias parentéticas:</i>	27
RECOMENDACIONES GENERALES SOBRE EL MANEJO DE LA BIBLIOGRAFÍA	28
CITAS DE REFERENCIA O CITA CONTEXTUAL.	29
<b>ANEXOS</b>	<b>33</b>

## **TABLA DE CONTENIDO ILUSTRACIONES**

Ilustración 1 Donde comprar ropa de segunda mano .....	14
Ilustración 2 Economía circular.....	22
Ilustración 3 Cronograma plan de negocios .....	26
Ilustración 4 Esquema FODA .....	27
Ilustración 5 El baúl.....	36
Ilustración 6 Evolución del PIB sector textil.....	37
Ilustración 7 Boletín técnico PIB 2011 a 2019 .....	39
Ilustración 8 Compras Ropa Usada Colombia.....	40
Ilustración 9 Análisis Pestel.....	51
Ilustración 10 Bolsa de tela.....	54
Ilustración 11 Flujograma.....	63
Ilustración 12 Cotizacion .....	63
Ilustración 13 Flujo de inversiones .....	65
Ilustración 14 Oorganigrama .....	71

## **TABLA DE CONTENIDO CUADROS**

Tabla 1 Horizonte del proyecto .....	61
Tabla 2 Analisis pestel .....	61
Tabla 3 Depreciaciones y diferidos .....	66
Tabla 4 Presupuesto de costos .....	68
Tabla 5 Costos fijos .....	68
Tabla 6 Presupuesto .....	69
Tabla 7 Costos fijos .....	69
Tabla 8 Flujo de caja neto.....	70
Tabla 9 Matriz de riesgos .....	71

## **DEDICATORIA**

*Dedicamos este proyecto a nuestras familias, ya que son quienes nos han apoyado a lo largo de la carrera y nos han acompañado emocionalmente y con motivación a seguir adelante en nuestras metas y proyectos.*

## **AGRADECIMIENTOS**

*Primero a Dios por darnos la fuerza y sabiduría de seguir y no rendirnos permitiendo culminar esta etapa académica*

*Al docente tutor Fernanda Lucy Mojica por su guía, colaboración, comprensión paciencia y entrega a lo largo del proceso de investigación.*

*A la coordinadora de investigación Patricia Rodriguez por brindar asesoría en la investigación y paciencia en cada solicitud realizada por parte de nosotras.*

## RESUMEN

El propósito de la investigación es generar una propuesta de sostenibilidad empresarial a partir de la recuperación Textil como emprendimiento empresarial y desarrollo sostenible, cuyo estudio se basa en la investigación descriptiva Mixta, lo cual permite analizar los resultados generados con la recopilación de información y datos que determinan el comportamiento de este mercado. Por ello, la población a estudiar se encuentra ubicada en el centro de Bogotá específicamente en el barrio San Victorino, debido al gran intercambio comercial que existe actualmente. De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación con el estudio del sector y del mercado, se identificó el segmento para la comercialización de prendas usadas, como el género potencial las damas, también el rango de edades de la población que se encuentra dentro del rango de los 18 a 31 años promoviendo un enfoque positivo en cuanto a la creación de sostenibilidad empresarial y el reúso de las prendas el tamaño de planta. En cuanto al estudio técnico, fue importante conocer el tamaño de planta basado en el proceso investigativo, el cual entregó como resultado 183 personas para la aplicación de encuestas, representando el 35,5% de quienes se encuentran interesados en la compra de ropa usada, es decir, 65 personas, con un promedio de 7 prendas en la semana como compra por cada cliente en un mes, arrojando como resultado un promedio de 440 prendas en el segundo año. Finalmente,

Revisando esta necesidad existe la posibilidad de generar una propuesta sostenibilidad empresarial mediante la recuperación textil, generando la oportunidad que se pueda acceder de manera más fácil, económica y con calidad para esta población, junto con la creación de empleo y que debido a las condiciones que actualmente se presentan en el país se logre un cubrimiento moderado.

**PALABRAS CLAVE:** Responsabilidad social, Recuperación Textil, Desarrollo sostenible

## **ABSTRACT**

The purpose of the research is to generate a proposal for business sustainability from the recovery of Textiles as a business venture and sustainable development, the study of which is based on Mixed descriptive research, which allows analyzing the results generated with the collection of information and data that determine the behavior of this market. For this reason, the population to be studied is located in the center of Bogotá specifically in the San Victorino neighborhood, due to the great commercial exchange that currently exists. According to the results obtained in the research with the study of the sector and the market, the segment for the commercialization of used garments was identified, such as the potential gender of the ladies, as well as the age range of the population that is within the range from 18 to 31 years old promoting a positive approach regarding the creation of business sustainability and the reuse of garments the size of the plant. Regarding the technical study, it was important to know the size of the plant based on the investigative process, which resulted in 183 people for the application of surveys, representing 35.5% of those who are interested in buying used clothing, that is, 65 people, with an average of 7 garments in the week as purchased by each customer in a month, resulting in an average of 440 garments in the second year. Finally,

Reviewing this need, there is the possibility of generating a business sustainability proposal through textile recovery, generating the opportunity that can be accessed more easily, economically and with quality for this population, together with the creation of employment and that due to the conditions that Currently they are presented in the country, a moderate coverage is achieved.

### **KEY WORDS:**

Social responsibility, Textile Recovery, Sustainable development

## INTRODUCCIÓN

La economía circular es uno de los factores importantes que mueve en gran parte los recursos económicos en el mundo es por ello, que se buscan estrategias para mantener un medio ambiente limpio y poder ayudar a una recuperación gradual de los daños ocasionados durante años. Las afectaciones que causa la industria textil por los desechos y residuos textiles dañan el medio ambiente y en esta investigación se encuentra que el incremento de estos desechos no se ha detenido, sino que se calcula que el daño será más severo a través del tiempo. Finalmente, se evidencia que existe un desconocimiento en la población sobre la implementación de los métodos que contribuyen a la recuperación textil. Por esta razón y con el fin de lograr la concientización sobre el cuidado ambiental junto con la implementación de la recuperación textil en la población, se generan alternativas innovadoras logrando que el material usado sea utilizado como una prenda principal. Pensando en lograr este objetivo se realiza un muestreo de la población que más comercio tiene en la ciudad de Bogotá que es el Barrio San Victorino, en este lugar que tiene cerca de 100.000 habitantes se acercan personas de varios estratos sociales a comprar y vender ropa dando la oportunidad de innovar y crear sostenimiento empresarial mediante la reutilización de prendas. Mediante los resultados de encuestas se identificó la manera en la cual se puede presentar plan de negocio para el desarrollo sostenible lo cual permite tomar decisiones para establecer implementación un emprendimiento en la reutilización de prendas en un sector del Centro de Bogotá, enfocándose en las áreas administrativa y financiera, recursos humanos y mercadeo y ventas, con el fin de alcanzar la misión, visión y objetivos trazados, adicional obtener resultados mediante la generación de estrategias que incluyen capacitación del personal que se vinculó, estudios de factibilidad, lo cual determina la necesidad del crecimiento del proyecto. Con base a esto, la estructura organizacional tendrá como división departamentos con unas líneas de autoridad, estableciendo los papeles importantes; esto conlleva al éxito en la planeación.

# CAPITULO I

## DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

### **Presentación del problema de investigación**

El sector textil se reconoce por transformar aquellas telas, fibras e hilos generando productos como accesorios o prendas de vestir, actividad que según la Cámara de Comercio de Bogotá (2020), aporta un 10,1% al PIB industrial. Así mismo informa, que mientras las exportaciones tuvieron una disminución porcentual de 24.4, probablemente debido a que el sector de ropa de vestir apenas inicia su dinamización comercial, las importaciones de vestuario tuvieron un crecimiento de 37.1% debido a que este sector se ha activado de manera gradual. (Cámara de Comercio, 2020) Es de anotar, que el sector textil corresponde a manufactura y está de acuerdo con el código CIIU Rev. 4 A.C.; en la división 13 Fabricación de productos textiles” (DANE, 2020, p.64).

Actualmente estar a la moda implica una serie de transformaciones productivas de los materiales, que disminuyen su capacidad de degradación, siendo el caso de las lycras, que pueden demorarse hasta 200 años e incluso más como es el caso del poliéster (Cajiga, 2019), que puede demorar hasta siendo importante conocer que los *“Jeans para su creación requiere unos 7.500 litros de agua, el equivalente a la cantidad que bebe una persona promedio en siete años”* (Carranza, 2019, p.1). De igual forma la degradación de la ropa evidencia que el generar en las personas la conciencia y la normalidad en el uso de la ropa en buen estado contribuye en el desarrollo del mundo de manera positiva y le aporta al cuidado del medio ambiente a futuro.

Ahora bien, hablar de ropa de segunda mano, lleva el concepto de que es darle un nuevo uso a aquella que ya se comercializó siendo nueva, después de haberse sometido a retoques o reparaciones menores sin tener que repetir el proceso de producción, bajo el proceso de reventa. bajo este concepto se puede incluir también el vestuario de colecciones pasadas de moda o con defectos de fabricación mínimos. Su ventaja radica en la maximización de los tiempos de uso, evitando que la prenda vaya a dar a la basura y a incrementar los índices de contaminación.

Dado lo anterior, se encontró que existen algunas ciudades con tiendas reconocidas encargadas de recuperación textil. Ilustración 1

URUGUAY	COLOMBIA	CHILE	ARGENTINA	MÉXICO
<ul style="list-style-type: none"> <li>Recicla</li> <li>• Retroka</li> <li>• Shot sustentable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Go Trendier</li> <li>• True Love And Poems</li> <li>• Monze Vintage</li> <li>• Renueva tu closet Colombia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bow</li> <li>• Vestuarios con historia</li> <li>• Ecoropero</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunidad Vestireta</li> <li>• Usaditos del norte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GoodBye Folk</li> <li>• Viejo Amor</li> <li>• ReUseme</li> </ul>

*Ilustración 1 Donde comprar ropa de segunda mano*

**Fuente:** Andres Mancini

El comercio en el Centro de Bogotá se dirige a toda la población porque sus insumos son de calidad baja, media y alta, presentan variedad de telas desde la más económica a la más costosa, prendas y calzado con buenos acabados a precios asequibles. También se encuentra un pequeño nicho de mercado que comercializa ropa de segunda mano, vestimenta, especialmente en llamado “el mercado de las pulgas” ubicado sobre la Cara 7 # 24 - 70.

Por esta razón se quiere generar un plan de negocio que busca el re uso de las prendas de vestir en buen estado para la zona de los Mártires, para reutilizar y generar menor impacto en el ambiente, teniendo en cuenta que generalmente las prendas de vestir que se desechan por el

tiempo, por cambio, se encuentran en buen estado de conservación y es importante poder generar en ellas una segunda oportunidad pues *“los desechos textiles aumentarán en aproximadamente un 60%. Esto ya se da desde el 2015 y crecerá, según las proyecciones hasta 2030, generando 148 millones de toneladas anuales de ropa que terminará en la basura”*. (Cordero, 2020, pág. 1)

Hoy en día se recicla en el trabajo, las universidades, los colegios, pero desde la casa se puede iniciar este proceso especialmente con las prendas de vestir, entre estos se pueden realizar donaciones, venta de ropa en buen estado con el fin de reutilizarla, reparar o remendar las prendas en vez de botarlas; en general, darles una segunda oportunidad.

De manera específica, en el área de San Victorino de zona de los Mártires, se ha evidenciado que se encuentran empresas dedicadas a la comercialización en compra y venta de indumentaria nueva. Este sector es de los más comerciales en la ciudad de Bogotá, los clientes y proveedores que concurren este lugar tienen pequeñas o medianas empresas surtiendo sus insumos nuevos para un mismo objetivo, obtener ganancias. Sin embargo, en la actualidad se evidencia la ausencia de negocios y de almacenes de ropa que incentiven el re uso de estas prendas, aun conociendo que *“La industria textil, es una de las más contaminantes del planeta y la responsable con 10% de las emisiones de gases de efecto invernadero y es ahí lo fundamental del reciclaje de textil para el cuidado del ambiente”* (encolombia, 2019, párr..12).

Por lo anterior se genera la pregunta problema así:

¿Cómo determinar la viabilidad de la recuperación Textil como propuesta de sostenibilidad empresarial en la zona centro de Bogotá en 2021?

## JUSTIFICACIÓN

Cuando se inicia un emprendimiento de negocio de cualquier tipo, durante su transcurso se presentan obstáculos debido a desequilibrios económicos, sucesos imprevistos o mala administración lo que afecta directamente al empresario, cliente, negociante y comprador. Mirado desde el enfoque de la administración de empresas, tienen como propósito el buen manejo, basado en aquellas teorías que fomentan el manejo de los trabajadores, el entorno, la planeación, programas de acción, organización y orientación. Ciertamente el objetivo de este proyecto es implementar un plan que a través del análisis de su rentabilidad permita verificar la viabilidad del emprendimiento. Otro aspecto importante para el proyecto es minimizar el impacto negativo en el ambiente, al evitar que las prendas que han sido desechadas del closet lleguen a la basura directamente, con los efectos devastadores conocidos, tal como lo indica la Organización de las Naciones Unidas - ONU (2019) que informa que *“La industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo, por encima de la manufacturera, la de energía, la de transporte e incluso la alimentaria”* (parr.2). La implementación de este proyecto piensa en el medio ambiente, creando una opción de compra diferente y aportando conocimiento en las personas para evitar seguir contaminando el planeta por el desecho de ropa.

Este proyecto de investigación se orientará en las bases administrativas para llevarlo a cabo como los principios al igual, que las estrategias gerenciales permiten el desarrollo de habilidades gerenciales de forma correcta (Farfán Juanias y Pérez Navarrete, 2020). Por esta razón, se hablará de los principios que básicamente son normas que se deben llevar a cabo para este plan de negocio las cuales, fueron creados por Henry Fayol establecidas hace más de un siglo y que se

abordarán en este proyecto iniciando principalmente por el *orden* el cual permitirá llevar todas las actividades de forma correcta en un orden específico que permita realizar de manera correcta el plan de negocio seguido de la *disciplina* brindara la posibilidad de cumplir los procesos y para esto se debe generar una *autoridad* lo que permite el cumplimiento de los objetivos pactados, entre los principios también se pueden encontrar *unidad de dirección y mando* lo cual dependen una de la otra para llevar a cabo esta idea y plan de negocio.

Mediante la aplicación de los principios de la Administración se desarrolla una estructura organizacional lo cual es esencial para el progreso a este proyecto, considerando fundamental la Planeación, la Organización, Dirección y Control, permitiendo la mejora en la toma de decisiones para establecer la creación de un emprendimiento en la reutilización de prendas en un sector del Centro de Bogotá, enfocándose en las áreas administrativa y financiera, recursos humanos y mercadeo y ventas, con el fin de alcanzar la misión, visión y objetivos trazados, adicional obtener resultados mediante la generación de estrategias que incluyen capacitación del personal que se vinculará, estudios de factibilidad, lo cual determina la necesidad del crecimiento del proyecto. Con base a esto, la estructura organizacional tendrá como división departamentos con unas líneas de autoridad, estableciendo los papeles importantes; esto conlleva al éxito en la planeación.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Generar un plan de negocios para lograr la recuperación textil en la localidad de los Mártires, barrio San Victorino en el año 2022

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio del sector y de mercado para identificar el mercado real.
- Generar el estudio técnico y financiero, para identificar capacidad de producción e indicadores de rentabilidad a través del estudio.
- Crear propuestas de mitigación de los impactos ambientales provenientes del tipo de negocio.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes de la investigación**

Para identificar la originalidad del trabajo se miraron a nivel internacional, nacional y local, cuyos resultados se muestran a continuación:

A nivel internacional, nacional y regionales o locales

Poblete (2016), generó una investigación para *la recuperación de la vestimenta tradicional en la comunidad Tolte, parroquia Pistishí* (p.1) cuyo objetivo fue establecer un plan de

recuperación textil para la comunidad del Ecuador, en aras de preservar la vestimenta como parte cultural. Por consiguiente, el aporte que brinda a este proyecto es la conceptualización y el entendimiento en cuanto al valor a reconocer de aquellos textiles que se pueden reutilizar en la ciudad de Bogotá.

De igual forma, Cordero (2013), en su investigación sobre la “*Reutilización de remanentes textiles: modelos de gestión para la ciudad Cuenca*” (p.1), considera crear modelos de gestión para la ciudad Cuenca en cuanto a la reutilización de remanentes textiles. La contribución a este proyecto tiene que ver con un plan de acción detallando el paso a paso de los cuidados que se deben realizar a la hora de tratar las prendas reutilizadas, vigilando la calidad del material, del diseño y que sea favorable ante los ojos del cliente objetivo.

Otro documento analizado fue el de Silva (2015) quien presentó alternativas para la *reutilización de residuos de fabricación textil*; para empresas que quieran aplicar el reúso y utilización de aquellos insumos, pero no lo han hecho efectivo. Su objetivo es lograr que se haga realidad este tipo de empresas. Las investigadoras en este documento tienen motivación para desarrollar su emprendimiento.

En ese mismo estilo, Rotter (2011) en su investigación titulada *Una iniciativa social en la recuperación textil que genera empleo: Behori S. Coop*, presenta una idea fundamental basada en lo social para satisfacer la necesidad y crear una mejora medioambiental junto con la generación de empleo, el cual consiste en la recuperación de las prendas que se encuentran en un estado bastante deplorable. Como contribución al presente proyecto induce en trabajar con

esfuerzo y dedicación en esta idea, haciendo que su enfoque cumpla con los aspectos necesarios como la creación de empleo, cuidado ambiental, satisfacción de necesidades y sostenibilidad.

A nivel nacional se encontraron trabajos como:

En la tesis de Fiorillo (2011) titulada *Propuesta de diseño de un modelo de logística para el sector Textil colombiano bajo la metodología Scor*, menciona como objetivo diseñar un proyecto para la estructura de un modelo de logística reversa, aplicable a empresas del sector textil colombiano. Exhibe a este proyecto el implementar una guía de manejo en las prendas que se adecue a las condiciones de la misma, al igual revisar qué maquinaria podrá tener el uso adecuado para este proceso, por ello, es importante tener en cuenta que la calidad y la buena presentación es necesaria.

De otra parte, García (2018) realizó su investigación de *Sistema de reciclaje de textiles posconsumo para el desarrollo de productos de economía circular en la ciudad de Bogotá, D.C.*, puntualiza el diseño de sistemas de recuperación identificando la durabilidad y prolongación del material, entendiendo que tipo de mantenimiento hay que realizar para la presentación final de la prenda. Para este proyecto es importante la aplicación de métodos para recuperar las prendas.

Abuchaibe (2019), en su trabajo sobre *Aprovechamiento y transformación de residuos textiles para el desarrollo de accesorios complementarios de moda*, muestra cómo a partir de dichos retrasos, se pueden obtener accesorios para los vestidos, aporta al presente trabajo el

espíritu emprendedor y el generar un emprendimiento sostenible y amigable con el medio ambiente

Actualmente en el mundo está cambiando la forma de pensar en cuanto a estos temas de recuperación textil y sostenibilidad, dando la oportunidad a nuevas opciones de emprendimiento, alternativas de negocio que generan rentabilidad y que aportan de forma positiva al medio ambiente; y Colombia es uno de los países donde se muestran empresas relacionadas con este negocio. De la consulta realizada se encontró que en Bogotá cada día se generan en promedio 318 toneladas de residuos textiles y la industria de moda en Colombia genera 17.5 millones de metros cúbicos de aguas residuales, de los cuales 5.6 millones no son tratados.

### **Bases teóricas o fundamentos conceptuales**

El manejo de la ropa de segunda, se oferta a través del comercio digital o el de las tiendas tradicionales que ofrecen esta línea de productos. Dicho servicio “actualmente, está valorado entre 30.000 y 40.000 millones de dólares, el equivalente al 2 % del peso total del sector del lujo y la moda en el mercado mundial” (Cámara de comercio Bogotá, 2020, párr.. 10).

La recuperación textil consiste en fomentar la participación del reciclado mediante los desechos que produce la industria, con la Estrategia Nacional de economía circular, cuyo propósito según el Ministerio de Ambiente y Desarrollo sostenible (2019), consiste en intercambiar el ciclo típico de fabricación generando utilización y reciclaje, en razón a que es un sistema que permite aprovechar y evitar el despilfarro de los recursos naturales, además que se considera una estrategia que busca promover la innovación y la generación de valor en sistemas de producción y consumo a través de optimizar, compartir, intercambiar, reciclar y regenerar materiales, agua y energía adicional. Esta requiere de la reutilización del material, vigilando el proceso productivo e implementando las medidas sostenibles, promoviendo la concientización

de los ciudadanos sobre la economía circular que entre sus beneficios estimular la innovación, competitividad y mayor crecimiento económico generando una gestión responsable del manejo ambiental y administración de residuos, permitiendo la producción sostenible.

## Ilustración 2

### Funcionamiento de la Economía Circular



Ilustración 2 Economía circular

**Fuente:** Noticias Parlamento europeo

Dada la información anterior, se hablará de las tres R originadas en Japón en una cumbre de Grupo de los ocho (G8) en el año 2004 como una iniciativa por Koizumi Junichiro presentada en la reforma con el fin de contribuir en una sociedad orientada al reciclaje, consiste en recoger, recuperar y separar materiales que permitan su reutilización, consiste en disminuir la cantidad de productos contaminantes, como las compras innecesarias, evitar gastar más materia prima de la necesaria para la fabricación de los materiales, un ejemplo que se puede practicar en la capital de la República, zona centro, donde se encuentra gran variedad de comercio de prendas de vestir hechas en Colombia, generando residuos que en ocasiones se dirigen a la basura y se puede generar una cultura de reciclaje donde las personas empiecen a *reducir* la cantidad de ropa nueva

que se utiliza o donar las prendas de vestir, generando así una responsabilidad y racionalismo en las personas acerca del consumo responsable (Barrera Silva, 2020).

Luego de brindar el concepto de reducir viene la *reutilización*, que consiste en alargar el ciclo de vida de una prenda o accesorio mediante reparaciones o ciertas reformas que no impliquen reproceso alguno de fabricación, para ser comercializadas en ese estado.

Entonces si bien las prendas de segunda mano generan una oportunidad de ahorro no solo con el vestuario, también son un gran alivio al medio ambiente que en la actualidad se encuentra en tendencia, incluso la situación del país a nivel mundial permitió que la humanidad generará más acceso a páginas web y compras por internet lo que generó principalmente en este mercado un incremento importante (Dentzel, s. f). Con el reúso, se evita que vayan a los botaderos gran cantidad de prendas y se incrementa así la contaminación por su demora en descomponerse, y en eso tiene base el plan de negocios propuesto por las investigadoras.

Por último, se toma el concepto de *reciclar*; este “consiste en fabricar nuevos productos utilizando materiales obtenidos de otros usados mediante procesos de separación y transformación” (Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria, s. f). En este concepto, se destaca el uso del trapillo o totora, que según Pineda (s.f), es un subproducto de la industria textil, usado en la tejeduría de lana. Adicionalmente comenta el autor, que “fomenta la economía circular, el reciclaje en la industria de la moda, la sustentabilidad con el ambiente y el mejoramiento de la calidad de vida” (Pineda, s. f, párr..5). Por esto, la *importancia del reciclaje textil* que permite disminuir los desechos textiles, contaminación, al igual que los químicos de los textiles y ahorro, así como la reducción de materia prima, ahorro de energía, crear y fomentar la cultura o conciencia ambiental, etc. (Pineda, sf).

De otra parte, y como lo comenta el autor arriba mencionado, el Reciclaje textil puede ser mecánico, sin la participación de ningún agente químico, donde la fibra se procesa mediante la

trituration, obteniendo un nuevo hilado o tejido, o el químico con la utilización de sustancias que facilitan su procesamiento, dando lugar a nuevos hilos, y presenta varias etapas como la *clasificación*, para aislar los elementos primarios; viene la pulverización o *desfibrado* para la obtención de nuevos hilos; *el cardado* que incluye limpieza y mezcla de las fibras; por último, se tiene la *hilatura* del material o elaboración del hilo como tal y así no es necesario hilar sino que se comprime para rellenos textiles. Esto con el fin de dar la importancia en cuanto al aprendizaje de cómo se puede reciclar con las prendas de vestir. (Ivester y Neefus, 2018).

### **El plan de negocio**

Un plan de negocio se establece en un documento escrito encaminado a definir los objetivos realistas que ayudarán a madurar el proyecto, visualizando la ruta para alcanzarlo. También se conoce como una guía para lograr que la empresa o la idea tenga el éxito que requiere, pero para ello se deben estudiar varios enfoques tales como la viabilidad técnica, la economía, procesos financieros, social y medioambiental. Adicionalmente se analizan otros factores como dónde se desarrollará la idea desde el punto de vista de la economía, para buscar oportunidades y amenazas, temas de exportación, infraestructura, normatividad tendencias en el mercado, entre otros, así mismo el estudio de mercado que incluye oferta y demanda y estrategias que podrían considerarse para generar una visión más aterrizada con el fin de buscar la viabilidad económica y técnica. Cantó (2018).

Por lo anterior, surge el interrogante sobre la importancia que tiene dicho proceso, el cual sirve para realizar un análisis estratégico que permite conocer el “sector, la competencia, el entorno, revisar la coherencia interna del proyecto, factibilidad técnica, estudiar los futuros inversores, obtener el conocimiento necesario para la proposición de ideas, prevención de

inconvenientes futuros, análisis de riesgos e implementación de estrategias (Sánchez, 2015, párr. 3).

De otra parte, el plan de negocio tiene una estructura de la administración de la empresa, jurídica y mercantil, económica, marketing, ventas, recursos humanos, plan financiero y contable lo que le va permitir tener la empresa mucho más estructurada y organizada con el fin de que pueda ser más rentable, como lo define (Sánchez, 2015, párr. 4). De igual forma Varela (2016) incluye adicional a los anteriores, factores como “resumen ejecutivo, objetivos, análisis del mercado, plan de marketing, sistema de negocio, cronograma, análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas - FODA, y financiación” (p.7.)

Así mismo, el resumen ejecutivo es una pequeña sección donde se describe la información significativa del plan de negocio; lo que se busca es captar el interés del lector, por lo que su estructura es pequeña y breve no más de cinco (5) páginas, se presenta la oportunidad de negocio, los objetivos, por qué surge la idea, si es rentable, como se pueden generar ganancias, esos aspectos son importantes para los que componen la empresa o inversionistas se interesen apoyando mediante recursos. En este sentido, acorde a lo expuesto por Castillo (s. f), “se expone el propósito fundamental de la investigación y el resultado final que se pretende alcanzar” (p.2)

Otro elemento importante es el conocimiento que se tenga sobre el entorno para saber si la empresa está en capacidad de afrontar los cambios presentes y futuros a presentarse, permitiendo identificar situaciones de riesgo, qué es lo que está de moda en el mercado, segmentación del cliente en el aspecto cultural, etc. También se incluye la competencia, relacionamiento con los clientes, etc., aspecto importante porque al conocer el segmento de mercado, permite generar mayor fluidez en ventas en conjunto con en el Plan de Marketing ya que en este se define los objetivos del negocio y los planes de acción con los clientes el cual se componen de la creación

de estrategias para lograr fidelizarlos, también resuelve las inquietudes que se evidencian en el documento, hay que tener presente que esta gira en torno al cliente, porque mediante la construcción del mismo se analiza cómo lograr acercarlos y que ame el servicio que se le presta, y como dice Kotler (2006), “un buen plan de marketing debe contener un plan de acción para abordar al cliente en cada uno de los procesos que se trabajaran y los objetivos” (p. 1)

Por otra parte, es importante que el contenido del plan de negocios respalde las tareas proyectadas en las etapas del antes, durante y después del proyecto, mediante el uso de un cronograma se realiza el seguimiento de los objetivos futuros. Ilustración 3.

DESCRIPCION ACTIVIDADES A REALIZAR			MESES - (SEMESTRAL)						
ACTIVIDAD	ACTIVIDAD PRINCIPAL	ACTIVIDAD CONCRETA	Enero Días	Febrero Días	Marzo Días	Abril Días	Mayo Días	Junio Días	Julio Días
Análisis del Mercado (Línea de Autoridad)	Proceso de Investigación de mercados	Antecedentes, Objetivos, Localización, Análisis del sector, del mercado y de la competencia.	20 al 25						
Análisis del Mercado	Estrategias de Mercado	Se hará la definición y concepto del producto, Estrategias de distribución, precios, promoción, comunicación, y servicio. Se Planeara el presupuesto de la mezcla de mercado.	27 al 31	1,3 y 4					
Análisis del Mercado	Proyección de Ventas	Se determinaran ingresos en base a la demanda, estrategias de precios y a la proyección de unidades vendidas.		5,6,7,8 y 10					
Operación (Línea de Autoridad y Producción)	Ficha técnica	Descripción de cada postre: Características, estado de desarrollo, requerimientosMaterias Primas e insumos. Y Tecnología		11 al 15 17 al 22					

**Ilustración 3** Cronograma plan de negocios

**Fuente:** Slideshare

De otra parte, se debe realizar un análisis FODA, que se representa mediante una descripción gráfica, que permite dar un panorama del proyecto con efectividad. “Esta técnica es utilizada para evaluar el desempeño de una organización en el mercado y el desarrollo de las estrategias comerciales” (Villagómez, Cortés, Mora & Barradas, 2014, pg. 1). En este análisis se verifica el factor interno de la empresa auditando Fortalezas y Debilidades, en estudio profundo

de la empresa, así como el factor externo con estudio de oportunidades y amenazas, “en términos de competencia, precios, asociados en la organización y no tienen control sobre los cambios que podrían ocurrir por factores externos” (Talancón, 2006, pg. 1). Ilustración 4



**Ilustración 4** Esquema FODA

**Fuente:** Análisis FODA p. 2 Adg 360

Igualmente, el Análisis financiero contiene elementos cuantitativos los cuales son reveladores a la hora de tomar decisiones observando las posibilidades dentro del plan de negocios, en estos se incluye el comportamiento de las operaciones que son trascendentales para que la idea siga en marcha, ofreciendo una visión del desarrollo de la misma. Por esto, es importante que al iniciar una idea de negocio se contemplen diferentes variables que intervienen en su desarrollo y puesta en marcha, tales como los costos tanto del producto como los financieros en los que se incurra, los del capital de trabajo, inversiones fijas, diferidos, que

conlleven a obtener los indicadores financieros que permitan determinar si el proyecto se puede llevar a cabo o no. (Pursell, 2021).

### **El emprendimiento en el plan de negocio**

Acorde a lo presentado en Conceptos (2013), “el emprendimiento es la capacidad del ser humano que mediante el esfuerzo, incentivación y creatividad alcanza una meta estableciéndose como proyecto sea empresa o negocio, durante este proceso se presentan algunos desafíos lo que exige una preparación” (párr.3). Ahora bien, se encuentran varios tipos de emprendimiento según el mercado al cual se atiende, pueden ser los Mercados pequeños; los Escalables; los imitadores que sacan un producto o servicio ya existente en el mercado; las franquicias sobre negocios posicionados en el mercados; por la necesidad es decir que el emprendedor necesita dar nuevo giro a su vida y percibir más ingresos y como se explica depende del emprendedor más no del mercado. Por último, se tienen en cuenta los de oportunidad, después de un análisis de una carencia o necesidad del mercado. (Concepto, 2013).

Otro tipo de emprendimiento es el social cuyos resultados generan impacto en la sociedad o el ambiente, o disruptivos como el digital. (Etecé, 2021), o el cultural “que genera oportunidades de negocio mediante la música, danza y literatura” (Lemus, 2014, p. 34).

### **Sostenibilidad**

Tiene que ver con el manejo de recursos que solucionen necesidades relacionadas no solo con lo socioeconómico sino con el cuidado del medio ambiente. Según Oxam (2020), involucra aspectos como “que sea la Naturaleza y el Medio ambiente como la fuente de protección, se

promueve el desarrollo social buscando la unión entre comunidades y culturas, por último, generar riqueza equitativa mediante el crecimiento económico sin destruir el planeta” (párr..3).

Lo anterior aplicado al sector textil, no solo se refiere al uso de productos orgánicos, como tampoco al clima laboral, es el planeamiento de la moda, prendas, zapatos, accesorios acordes a la tendencia y necesidades del entorno, como lo menciona la ONU (2000), “la capacidad de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras para satisfacer las propias” (párr..5). En el caso de la maquinaria y equipo, que se dé un uso racional a los recursos hídricos y de luz. “La moda sostenible implica la reutilización, reparación, y reciclado del producto con el objetivo de reducir el efecto medioambiental generado por el cuidado inadecuado del agua, la tierra, el suelo, el daño a ecosistemas y deforestación” (Oxfam, 2020, párr.6).

La moda sostenible puede llegar a ser en Colombia, logrando concientizar a las personas sobre la importancia de saber el origen de las prendas que compran creando una conexión con la comunidad. Por ejemplo, los almacenes Éxito ha tenido relevancia por el servicio presta la recolección de ropa usada con el fin de generar conciencia y alternativa económica con lo ambiental, al igual, esta tendencia ha encontrado como identificarse dentro del panorama general de la industria. Un diseñador lanzó una colección con ropa reciclada de la compañía H & M, cadena sueca de tiendas de ropa, complementos y cosmética creó una iniciativa mundial a base de la colección de ropa usada entregada por usuarios. “En solo cuatro años, se logró reunir más de 3200 toneladas de ropa junto, la cual incluía 100 millones de camisas aproximadamente, dándole vida a la sostenibilidad dentro de su negocio y no solo llamando al consumismo” (Gómez, 2019, como se citó en Parra y Mogollón.2020, p.19).

Teniendo en cuenta lo anterior, el desarrollo sostenible es una de las metodologías que se deben trabajar para lograr el equilibrio empresarial por ello en la teoría del desarrollo sostenible presentado en la cumbre en 1970 fomenta la importancia de reconocer los valores y actitudes que se deben apreciar para crear un comportamiento empresarial generado hacia la visión de crecimiento teniendo presente factores de gran importancia como la importancia económica, social, política, desarrollo de estrategias (Estrella Guaman et al., 2021).

Dentro de los materiales que se usan para la confección han sido utilizados está el “hilo trenzado, usado en forma de cordón o cuerdas, que pudo ser una de las primeras técnicas textiles, las cuales que fueron empleadas desde el Gravetiense por las evidencias arqueológicas que se tienen “ (Ruiz, 2012, p.3). Comenta la autora que a partir de fibras vegetales se obtenían cuerdas o cordones que se empleaban en telas y en armamento relacionado con puntas de proyectil y otros implementos, que debían unirse a un eje para lo que se empleaba el cordón. (Ruiz, 2012).

Entonces la sostenibilidad se relaciona con devolver a la naturaleza más de lo que le hemos robado y para ello, el diseño regenerativo sería la clave.

### **Bases legales de la investigación**

Decreto 1351 del 22 de agosto de 2016, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Hace referencia a la mercancía que puede traer una empresa del sector textil del exterior, y el trámite que este requiere para poder comprar insumos del exterior. Esta norma permite la posibilidad de vender esas prendas de buen uso y generar una rentabilidad con la industria textil y recuperación de las prendas.

Resolución 2013 de 1986, del comité paritario de salud de Bogotá, se reglamenta la organización con el funcionamiento de Higiene, seguridad industrial en los todos los espacios de trabajo, esta resolución hace referencia y protege más que nada a los trabajadores del área textil en las empresas. Toda organización que tenga más de 10 empleados se debe regir por esta resolución, indica que la empresa debe crear un comité de Medicina, higiene y seguridad industrial. Permite conocer las normas que deben presentarse en el proceso que se debe hacer en la recuperación de las prendas, permitiendo extender el cuidado y la calidad de las mismas generando la incentivación ambiental.

### **CAPITULO III**

#### **DISEÑO METODOLÓGICO**

##### **Tipo de investigación**

La Investigación Aplicada se define como una investigación empírica la cual es caracterizada por la búsqueda en las aplicaciones de los conocimientos que se adquieren. Este concepto con base a lo epistemológico tiene varias distinciones tales como “saber y hacer; conocimiento y práctica; explicación y aplicación; y verdad y acción”, (Vargas, 2009, p. 4). Se basa en los descubrimientos tecnológicos producto de la investigación básica, y se convierte en el eslabón entre la teoría y la práctica. Su uso en el presente estudio tiene que ver con identificar los problemas que genera el desconocimiento de los temas ambientales y brindar una solución

mediante el apoyo de algunas herramientas básicas como el uso del internet, encuestas, investigaciones de otros autores, entre otras.

Asimismo, se vincula a una investigación experimental la cual se define como “un conjunto de actividades metódicas y técnicas que se realizan para recabar la información y datos necesarios sobre el tema a investigar y el problema a resolver” (Ruiz, s.f, p.1) Por ello, este proyecto se enfoca en este tipo de investigación porque se describe el modo o la causa que lleva al daño del medio ambiente y la importancia del reusó en las prendas de vestir.

De igual forma se maneja la Investigación descriptiva, que es “tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes” (Guevara, Verdesoto & Castro, 2020, p. 36). Se destaca su significancia en el presente estudio, debido a que se sintetizan los datos que son necesarios para lograr establecer una ruta y encaminarse a la toma de decisión a través de las fuentes escritas.

Asimismo, la investigación mixta se refiere a una combinación entre lo cualitativo y cuantitativo, ofreciendo resultados ” acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, relativo al problema de investigación, sin darle prioridad a responder al porqué” (Rendón, Cadena, Salinas, De la Cruz, & Sangerman, 2017, p. 42), sin lugar a duda estos complementos son necesarios en esta investigación porque a través de estos datos mixtos la información que se encuentra es abierta y se recopilan mediante entrevistas, grupos de discusión y observaciones dando un giro especial al mecanismo de la exploración. (Mc Graw Hill, 2018; Rodríguez Arias, 2020).

Por ello, al realizar una investigación mixta, tanto de datos cuantitativos y cualitativos, se abarca con amplitud y profundidad en la comprensión, la perspicacia y confirmación, y que a la

vez que entrega un enfoque por separado. Es por este motivo que va dentro de la presente investigación para realizar un análisis exhaustivo de los beneficios que se obtendrán al implementarlo, tener datos que permitan tomar decisiones a medida que la investigación avance al igual que incentivar el uso de las encuestas en un trabajo de campo estableciendo de manera rigurosa la inserción teniendo en cuenta los horarios que se manejan en la zona comercial de San Victorino, el tipo de personas, zonas transitadas y zonas de comercio tipo pequeño.

Teniendo en cuenta lo anterior, el desarrollo se efectúa mediante las tres fases que se consideran importantes para lograr el resultado esperado, la primera hace el diagnóstico que se ejecuta mediante la revisión bibliográfica con el fin de delimitar el problema de la investigación y clarificar los procesos; la segunda se hace con base a la estrategia de un análisis completo de la población para implementarse y tercero, utilizando la recolección de la información con las encuestas aplicadas a la población del barrio San Victorino.

## **Población**

En lo referente a la población se identifica como universo a la correspondiente al Barrio San Victorino de la localidad Los Mártires en el Centro de Bogotá, equivalente a 100.000 personas, aplicada la fórmula para población finita (Donde:  $N = \text{Total de la población}$   $Z_{\alpha} = 1.96$  al cuadrado (si la seguridad es del 95%)  $p = \text{proporción esperada (en este caso } 5\% = 0.05)$   $q = 1 - p$  (en este caso  $1 - 0.05 = 0.95$ )  $d = \text{precisión (en su investigación use un } 5\%)$ ), el número de encuesta a aplicar será de **183**

## **Objetivo de estudio**

Con este estudio se pretende conocer el gusto de la muestra respecto a la recuperación o reusó de prendas tanto para hombres como mujeres, ofreciendo precios adecuados, mejorando la calidad de la tela, atrayente y presentando precios que sean asequibles para que el consumidor se sienta cómodo, se tomará en cuenta que la presentación de la prenda se realice en un punto de distribución ubicado cerca a la población de estudio inicialmente, con el fin de generar alianzas estratégicas con los empresarios cercanos a esta zona.

## **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La utilización de las encuestas es eficaz para identificar las características solicitadas en el estudio, ya que permite conocer la satisfacción del cliente. por ello, es importante usarlas para lograr identificar el público objetivo, conocer de manera correcta con el fin de modificar en el lanzamiento y ejecución del producto, además, de mantener el ciclo de vida correcto y así poder ajustarlo según las necesidades, evitando que llegue a volverse obsoleto.

Las encuestas se crean de manera personal, por móvil, por email o mediante postales, consumidores, estudiantes, ciudadanos, círculo familiar, siendo importante que cada encuestado se familiarice con el cuestionario presentando un orden adecuado así la técnica es efectiva a la hora de dar sentido a los datos requeridos. Por otra parte, se requiere validar que toda la información haya sido diligenciada, lo cual disminuirá los errores al tabular. (Universidad Champagnat, 2003).

Por tal motivo, la encuesta que se presenta se compone de 11 preguntas con respuesta cerrada, la persona encuestada dará respuesta de manera rápida al elegir las opciones que se les indica en el cuestionario facilitando la consolidación de la información obtenida y generando el análisis necesario para estudio. La elaboración de las encuestas se ejecutará por página web a través Google forms, donde se realiza el diseño de la encuesta y se genera un link, el cual será publicado en las páginas sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp, donde la gente responderá las preguntas enfocadas a la reutilización de prendas de vestir.

## **Capítulo IV**

### **PLAN DE NEGOCIOS**

#### **Estudio del Sector**

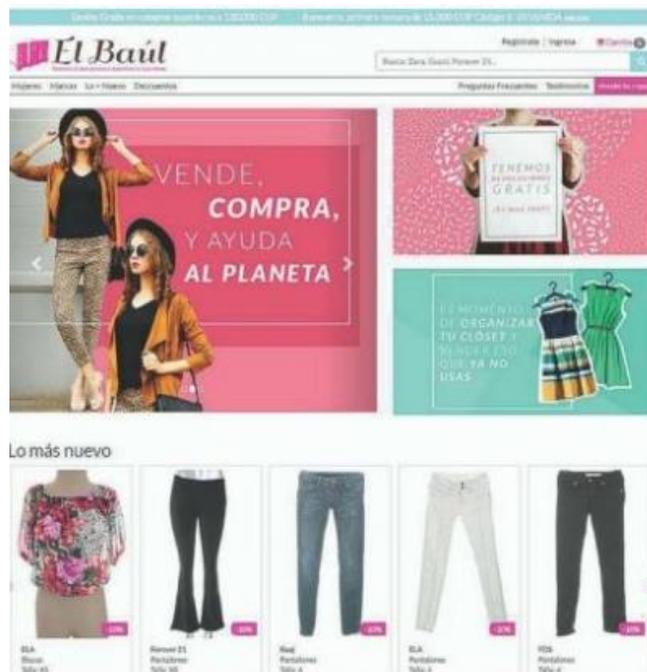
Este plan de negocio lo que quiere es promover un emprendimiento generando sostenibilidad empresarial mediante la recuperación textil, la cual consiste en tomar las prendas de segunda mano para dar una reutilización con las ventas a los clientes, lo que genera que el producto se presente de buena calidad. Es por ello que se sitúa en el sector terciario de la economía, correspondiente a la comercialización siendo principalmente la reventa de las prendas usadas.

Por consiguiente, el sector terciario se define desde el punto de vista económico, como “aquel que se encarga de las actividades de comercio, servicios y transporte. A diferencia de los sectores primario y secundario, el sector terciario no se encarga de producir sino de ofrecer y distribuir productos” (Melo, 2018, p. 8). De otra parte, menciona el autor, que el DANE, muestra como “aloja más del 80% de la parte laboral del país (Melo,2018, párr.7); se conoce como el sector servicios. Teniendo en cuenta que por temas de Salud Mundial propiciadas por el COVID-19 se presentó disminución en los tres sectores afectando la economía colombiana.

## Reseña Histórica

El uso de ropa de segunda mano fue impulsado por algunas celebridades estadounidenses tales como Ryan Tedder, mencionando en una entrevista lo siguiente “Seamos sinceros, cuando uno no tiene mucho dinero y tiene que vestirse cool es la mejor opción” (Diario Libre, 2013, p.1). En Colombia, en la ciudad de Bogotá tal como lo expone González (2017), se ha popularizado la venta de prendas usadas a través de tiendas especializadas, inclusive con el uso de la tecnología para ser encontradas con facilidad en las redes sociales tales como Trendier y Renueva tu Closet, acercándose a empresas que quieran incentivar este proyecto de responsabilidad social.

### Ilustración 5

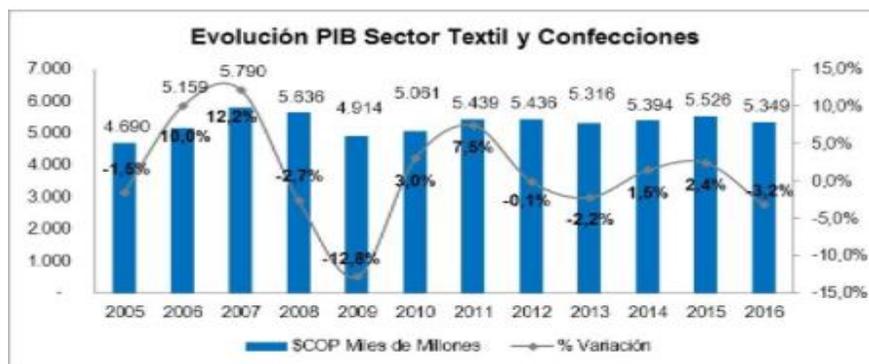


*Ilustración 5 El baúl*

*Fuente: Revista del tiempo, 2017, Sección Vintage.*

Por consiguiente, el crecimiento del comercio electrónico en Colombia se evidencia a través de las compras que se realizan por internet, lo cual ha evolucionado muy rápido, por lo que se mejora la economía nacional. La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, (CCCE) para el año 2016 evidenció que los jóvenes son principalmente quienes en mayor medida realizan esta actividad la cual ha aumentado, así lo demuestra la representación en el Producto Interno Bruto (PIB) del país, que se incrementa de un 2,63% en el 2014 a un 4,08% en el 2015” (Asociación nacional de empresarios de Colombia, 2020, párr..1). Así mismo comparando las compras por internet del 2020 comparadas con la del año 2013, se ha notado un aumento de un 76% de compradores online de al menos un producto, siendo en su mayoría moda, aparatos electrónicos y alimentación los ítems que mayor índice de compra presentan. ANDI (2020, párr.8).

Por otra parte, el incremento del sector textil y moda en Colombia finalizó el 2016 con ventas por Trece Mil Cincuenta y Cuatro (\$13.054) billones de pesos colombianos. Es por ello que los datos de la encuesta de moda entregaron resultados sobre el “El consumo per cápita estableció que un colombiano gastó en promedio \$39.495 en el mes. Siendo Bogotá el de mayor monto con \$70.482, seguido por Manizales con \$62.815 y tercer lugar Barranquilla con \$59.805” (Cámara y Comercio de Bogotá, 2020, párr. 5), dejando a Bogotá como la ciudad de mayor consumo. Ilustración 6

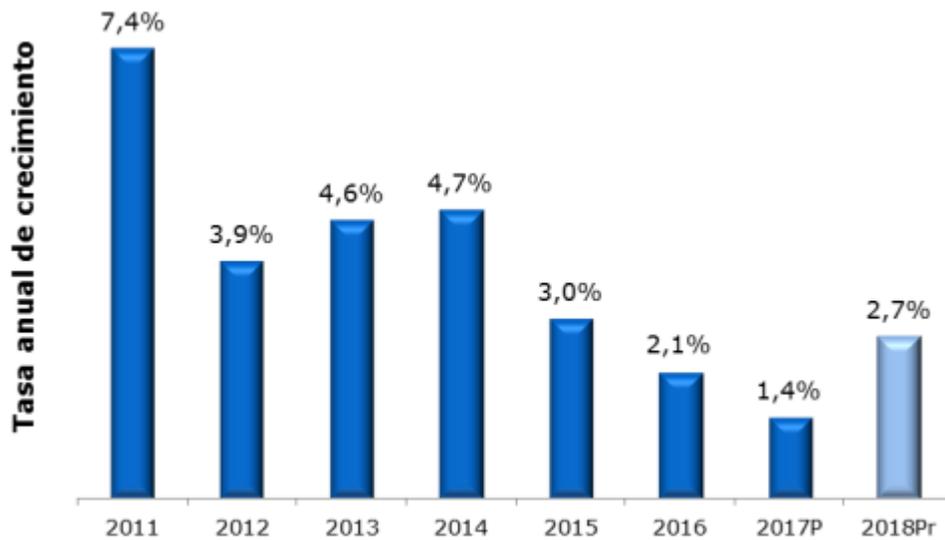


*Ilustración 6 Evolución del PIB sector textil*

*Fuente: Ilustración 6 – Informe del 2018 DANE*

Ahora bien, la reforma tributaria es una de las principales creadoras de que el Comercio Textil presente dificultades, para el 2017 se presentó un alza en el Impuesto al Valor Agregado (IVA) lo cual encarecía las prendas de vestir Nuevas, Sin embargo, las prendas de segunda mano han tenido precios asequibles por lo que no presenta tipos de afectación por variación en impuestos gubernamentales y nacionales. (DANE, 2018).

Durante el año 2018, el Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia registró un crecimiento respecto a 2017 en ventas de prendas de vestir tal como lo revela el DANE (2019), en el sentido que “Este crecimiento fue mayor al de la subregión de América del Sur que fue de 0,6% y al de países como Uruguay (1,9%) y Brasil (1,3%)”. (p. 2). De otra parte, la información de Mejía, (2021), muestra que “según IBISWorld, la venta de vestuario usado representó \$10 mil millones de dólares en Estados Unidos, mientras se calcula que personas del año 2000 en adelante compran prendas de segunda 2.5 veces más seguido que consumidores de más edad” (párr.4.). Aquí se ve el interés que muestran las nuevas generaciones, quienes piensan en solución a las problemáticas ambientales. Marcas como Levi 's que son reconocidas a nivel internacional apuestan a darle una segunda oportunidad a la ropa de segunda mano, “se estima que al comprar un jean de segunda en lugar de uno nuevo se evitan 80% de las emisiones de CO2 y la generación de 0.7 kilos de basura” (Sectorial, 2020, párr. 2). Ilustración 7



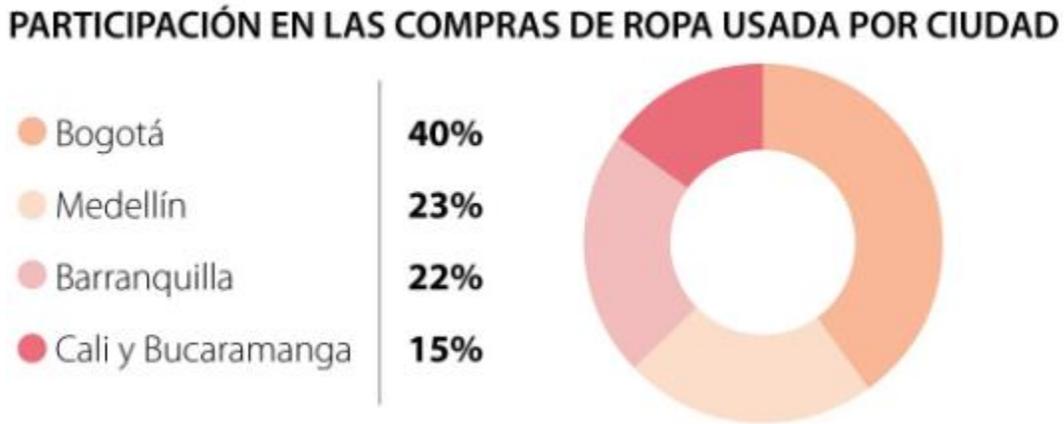
*Ilustración 7 Boletín técnico PIB 2011 a 2019*

*Fuente: - Boletín Técnico PIB-DANE*

Ahora bien, en el año 2020 el Sistema de la Moda y el COVID-19, lo hizo ver como un año de Retos y Oportunidades porque este virus ocasionó que se declarara la Pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS), creando medidas para contenerlo, impactando de forma negativa la economía global. Muchas de las tiendas del país fueron cerradas; eventos tales como desfiles de moda fueron cancelados y las cadenas de suministro mundiales interrumpidas, reflejando la crítica situación que enfrentan las empresas de esta industria. Acorde a la Cámara de Comercio de Cali (2020), “Entre enero y febrero de 2020, el valor agregado de la producción industrial en China se redujo 13,5% frente al mismo periodo de 2019” (p 1).

De igual manera, el autor citado anteriormente considera que para 2020, enero y febrero fueron dos meses en los cuales la industria textilera fue la cuarta más afectada, mostrando contracciones de hasta 27.2% (Cámara y Comercio de Cali, 2020 Sin embargo, las ventas de ropa usada se incrementaron mediante el uso de la tecnología, siendo el principal medio para la obtención de ganancias de las empresas micro e inclusive macro quienes adoptaron este tipo de

metodología. Según lo comenta Salazar (2021), “2020 en términos de ahorro, fue bueno para las colombianas, ya que economizaron un 114% al comprar ropa de segunda mano, pues pasaron de pagar \$4 millones en tiendas premium a lo largo del año, a \$2,4 millones en lugares de moda sostenible” (párr.3). Ilustración 8



*Ilustración 8 Compras Ropa Usada Colombia*

*Fuente:* Colombia Revista la República

Respecto de los Productos del Sector, se tiene que los principales productos que se generan en este sector terciario son prendas en buen estado como lo son chaquetas, jeans, abrigos, blusas, camisetas y zapatos ya que, son los productos que más tardan en descomponerse y que se pueden mantener en un estado óptimo con el fin de poder brindarle una segunda oportunidad de aportar a la economía circular, sostenibilidad ambiental y emprendimiento cambiando la conciencia de las personas hacia este tipo de mercado

En cuanto a Ventas Anuales, Según datos de Boston Consulting Group (BCG), “este sector del mercado de la moda está valorado entre los 30 y los 40 billones de dólares, representando el 2 % del valor total del mercado mundial de ropa y de lujo” (Rodríguez, 2020, Párr. 2), lo cual demuestra que es un mercado nuevo pero que da la posibilidad de volverse rentable que se puede

crear una idea de negocio y que puede convertirse en una alternativa de emprendimiento para la actualidad y para el futuro de igual manera en el mercado colombiano se ha evidenciado según el “último informe del Instituto para la Exportación y la Moda en Colombia, Inexmoda, “a situación muestra un cambio en los estigmas de los consumidores relacionado con el estatus y la higiene, optando por darle mayor relevancia al consumo consciente”. (Rodríguez, 2020, Párr. 12), lo que abre posibilidades para nuevos mercados y desarrollo de negocio.

Dado lo anterior se ha identificado que desde la pandemia se ha evidenciado un crecimiento en el mercado virtual ya que la gente se vio obligada a generar compras a través de las plataformas y dio la posibilidad a que este nuevo mercado consciente se diera a conocer de manera más fácil y se empezará a cambiar el pensamiento cultural sobre estas prendas.

Referente a las empresas competidoras del sector se tienen: *Closeando*, es una marca digital la cual vende todas las prendas de vestir en segunda mano y está entre las más grandes y fuertes del mercado ya que presentan una alianza con almacenes éxito donde se lleva la ropa que no se usa y se recibe a cambio de dinero es una iniciativa colombiana que permite el mercadeo de prendas diferentes entre vestuario, accesorios y zapatos (Manci, 2021)

Otra firma es *Gotriender* que funciona con una aplicación para subir ropa y comercializar casi que express. Se ha convertido en la segunda aplicación más chic con un closet virtual apropiado para estos productos (Gotreinder, 2021).

Así mismo, esta *True Love Poems* es una plataforma que se dedica al mercadeo de ropa de segunda usada, que reúne prendas auténticas y únicas principalmente en un estilo de rock alternativo seguida de esta esta *Renueva tu Closet* Es una aplicación donde se oferta la ropa de segunda mano, se encuentran varios descuentos aplicables a los productos logrando llamar la atención del cliente e incentivando el consumo así como *Vida Soul Retro* es un emprendimiento

que maneja la ropa de segunda en estilo vintage y oscilan entre 15.000 a 60.0000 pesos siendo muy asequible a todo el público. De forma semejante esta *Retro Soul Tienda* con operación en Medellín, muy reconocida por quienes quieren estar al último grito de la moda, con base en la época de los 70, 80 y hasta de los años 90“. Cabe destacar que en ella se pueden encontrar piezas muy valiosas de ese tiempo. (Manci, 2021).

Dando a conocer los emprendimientos que mueven esta alternativa está también *Vintage la que* es un almacén enfocado en la ropa de segunda que fueron realizadas y vividas en décadas anteriores como mano la época de los 60, 70, 80 y que cobran valor en el tiempo que empiezan desde 1920 a 2000 agregando a lo anterior y a los diferentes tipos de emprendimiento así mismo está *Mr. Pulgarizate* que ofrece prendas de segunda de muy buena calidad y a precios verdaderamente razonables. Se caracteriza por vender prendas que parecen salidas de fábrica ya que se les hace un procesamiento. (Manci, 2021)

De igual manera *Priyanka Vintage* es un almacén donde se encuentran piezas de colección, que no se repiten fácilmente. La tienda toma las tendencias actuales que abanderan influencers y modelos, y permite que sus compradores incrementen su closet con la último de la moda. También se encuentra *Cinamoon* es una tienda virtual caleña enfocada en adquirir y recuperar abrigos en temporada de otoño de marcas reconocidas y de calidad, son enfocados solo en abrigos y se adquieren a un muy buen precio, como también se encuentran emprendimientos enfocados solo en un tipo de prendas como lo es *Ropero de algodón* esta tienda se enfoca en las prendas en tonos neutros, relacionados con sobre todos, chaquetas en cuero y para el invierno. Por otra parte, esta *Sale rebajas* es una tienda enfocada en prendas relajadas y de campo junto con labores que sean al aire libre y de igual forma venden accesorios nuevos y usados al igual que artículos como carteras, bolsos y zapatos. (Manci, 2021)

Del mismo modo está *El reúso* esta tienda se enfoca en prendas vanguardistas de segunda mano solo de la marca de lujo Gucci, donde promueve a través de su página web eventos sostenibles con prendas reutilizables de igual modo *Eureka sale*, que es una tienda caleña que ofrece prendas tanto formales como informales, traídas directamente de Estados Unidos. y ya para finalizar se encuentra *Repíteme* esta tienda promueve a través de su página la economía circular y la cultura de manera sostenible no solo se vende, sino también de educar y llevar el mensaje terminado con *Valu vintage* está tienda se caracteriza por tener prendas exclusivas que además no tienen un género específico, sus prendas son con tonos llamativos y que se encuentren en tendencia al igual que *Vctous que* es una tienda de prendas usadas muy revolucionarias, las cuales son muy parecidas a las tiendas H&M. (Manci, 2021)

En lo referente a los segmentos que atienden las empresas competidoras, se observa que los consumidores de ropa de segunda mano corresponden a mujeres entre los 18 y 35 años, de los estratos 3 y 4, solteras y con un nivel educativo universitario de pregrado y posgrado. Asimismo, mediante las redes sociales se evidenció el interés por la comercialización de ropa usada, a través de las redes sociales, lo presentaban “las mujeres (83%) entre las edades de 24 a 34 años, solteras y con un nivel educativo de pregrado” (Clavijo, Lemus, Leal & Gómez 2021.p.14).

El nivel de Tecnología utilizado por la competencia del sector se centra en el uso de páginas Web que contengan el catálogo de las prendas exhibidas para compras virtuales, con funcionalidades que permitan que el consumidor realice varias transacciones desde el portal y esto genera que se vinculen algunas como Facebook, Instagram, WhatsApp. Por lo anterior, la inversión en la publicidad es necesaria en la competencia estratégica para acercar al consumidor, aumentar la confianza y fidelizar.

Aunque no hay una información precisa sobre la participación en Producto Interno Bruto (PIB), para el año 2020, periodos comprendidos entre los meses de enero a septiembre, las ventas

acumuladas alcanzaron los \$15,87 millones con una disminución del 17,2 %. (Cámara y Comercio de Bogotá, 2020, Párr.3) Comenta el mencionado ente que el gasto por moda en el país tuvo una participación del 3.1% del total de los hogares y el vestuario tuvo un repunte del 53.5% (Cámara y Comercio de Bogotá, 2020, Párr. 3). Ciudad como Bogotá representa una pequeña parte del consumo de moda, seguido de Medellín, y según el DANE (2020), identificó que el consumo per cápita en moda es de \$39.495 promedio al mes, con Bogotá con el mayor valor, “equivalente a \$70.482, seguido por Manizales con \$62.815 y tercer lugar Barranquilla con \$59.805” (Dane, 2020, Pg. 17).

En Colombia, las ventas de comercio electrónico durante comienzos de la pandemia superaron cifras a comparación del Año 2019, así lo menciona Ramírez (2021) en el sentido que en el período de 2019 a 2020, las ventas por internet ascendieron de 21.8 a 28.4 Billones de pesos, es decir un incremento del 30.2%, sucediendo lo mismo con el número de transacciones, que pasaron de 101.4 a 181.9 en el mismo período de tiempo. (Ramírez, 2021, párr.2)

### **Localidad de los Mártires**

El proyecto se ubicará en San Victorino por la calle 11, reconociendo que es un lugar de gran comercio y por las cuales se encuentran las personas del segmento que se quiere considerar y fidelizar. La localidad de Los Mártires representa el 0,8% del área total de la ciudad. Donde predomina la clase media y/o baja; el 83% es estrato 3. Por tal razón, la tasa ocupacional es pequeño al promedio de la ciudad, según muestra la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) en su estudio de la localidad del año 2020 “las actividades que más ocuparon las personas fueron: comercio, hoteles y restaurantes 41,9%, servicios sociales, comunales y personales 21,1% e industria manufacturera 8,2%.” (CCB, 2020, p. 3). Este sector se caracteriza por tener unas

diferencias marcadas entre la educación oficial y no oficial del nivel de bachillerato con relación a la primaria.

En lo concerniente a la “*Cadena textil y confección*”, las empresas instituidas en la zona corresponden aproximadamente a unas 925”, (CCB, 2020, p.3), y podrían incluirse a la cadena textil y confecciones que se halla dispersa en toda la localidad. Entre ellas se encuentra lo que se conoce como San Victorino lo que permite la creación de nuevos empleos formales e informales. Adicional, permite el movimiento de mercancías textiles lo que da para innovar y permite progresar en la economía,

### **Infraestructura Vial**

La infraestructura vial de Los Mártires equivale a un 3,4% de la malla vial de la ciudad, con 491 kilómetros/carril de vía, ocupando el puesto 14, entre las localidades de Bogotá, En cuanto al barrio San Victorino su infraestructura vial beneficia a la población permitiendo la llegada a través del sistema Transmilenio y transporte público en general; así misma cuenta con vías principales tales como la carrera décima y la Avenida Caracas. Sin embargo, dentro del sector se evidencia un deterioro en las vías principalmente en la Carrera 10 y la Avenida Caracas afectando a la población se quieran acercar en vehículo, por lo que se constituye en la 13 localidad en grado de deterioro vial (Portafolio, 2021).

Respecto de la Normatividad, se encuentra en activación el Plan de desarrollo 2021 - 2024. Acuerdo No 003 del 10 de octubre de 2020 favoreciendo a la creación de empresas sostenibles según indica el Plan la generación de emprendimiento, que conlleva aunar los recursos de las personas residentes del Sector junto con ayudas solidarias para sostener a personas de edad avanzada.

El comercio en la Zona se caracteriza por la alta participación de microempresarios, correspondiente a 8.567 del total de 10.085 empresas, y representan el 85% de la localidad y el 4,9% de las empresas de Bogotá, según datos presentados por la Cámara y Comercio de Bogotá, 2020, y sólo 10% del total de ellas tienen operaciones de comercio exterior y el 1%, actividades de exportación de textiles de punto, material de transporte, prendas de vestir, productos plásticos, metales excepto maquinaria y cuero y sus derivados (Cámara y Comercio de Bogotá, 2020) .

Así mismo, la ubicación de las organizaciones más el análisis del entorno, determinan el conjunto de recursos y capacidades que dan origen a las diferencias empresariales así como el posicionamiento que puede ser desigual dentro de la zona. (Cámara y Comercio de Bogotá, 2020).

Referente a las tendencias del Mercado se comparte varios conceptos; según la consultora Star Wgsn, quienes son la empresa líder en pronósticos de tendencias de moda “indicó que para este 2021 están dirigidas hacia la moda circular (párr. 2), lo que demuestra la rentabilidad en el mercado de segunda, ya que se enfatiza en ser más sostenibles, tal como lo demuestran las empresas como Adidas, Stella McCartney, Lululemon y Kering que vienen invirtiendo en un biomaterial proveniente del micelio de un hongo, que se convierte en una red subterránea, clave para la agricultura regenerativa y la absorción de carbono, es uno de los materiales de preferencias de grandes marcas (VegBuzzes, 2021), para que en un corto plazo pueda ser explotado de manera industrial.

Siguiendo con el tema anterior, la autora comenta que para este 2021 viene la moda wearable, relativo a aquellas prendas que integran dispositivos digitales para monitorear la salud de las personas. lo que demuestra un gran avance y revoluciona el mercado de las prendas

deportivas donde se están implementado diferentes sensores con el fin de identificar las posturas de las personas al realizar cualquier tipo de deporte. Al igual, una de las tendencias revolucionarias del mercado son las prendas de quitar y poner es decir aquellas que se pueden quitar de manera rápida y reemplazarlas fácilmente, chaquetas que sean tres en uno, prendas ligeras que brindan comodidad ahorran tiempo. Al igual, el color Aqua de inspiración tecnológica, es el color del 2021. Un tono versátil para la moda vanguardista y las prendas deportivas. Teniendo en cuenta lo anterior según la consultora Star Wgsn informó que todos estos cambios han sido dados e impulsados principalmente por la demanda de soluciones sostenibles (VegBuzzes, 2021)

## **Plan de Negocio**

### **Misión**

Comprometernos con ofrecer a nuestros clientes un producto con la mejor calidad, mediante la selección adecuada de las prendas, cumpliendo con la normatividad vigente regulada en el país, cuidando la integridad del producto con el uso de las herramientas adecuadas, pensando en el principio de la integridad y cuidado del medio ambiente.

### **Visión**

En el año 2023 la compañía logrará crear conciencia en las personas del Sector de los Mártires en especial el Barrio San Victorino sobre la importancia de cuidar el medio ambiente, incentivando la recolección de prendas que no se usen y la ampliación de la compañía con la creación de 2 tiendas de compra de prendas usadas en Bogotá, creando el reconocimiento del esfuerzo por generar Sostenibilidad Empresarial.

### **Objeto Social**

Inicialmente se cuentan dos socios para la creación de este proyecto, el principal objetivo es recuperar las prendas mediante la sostenibilidad empresarial creando una segunda oportunidad en el uso y ofrecerlas a los consumidores, los clientes que se quieren para la empresa son aquellas que les interese colaborar con esta incentivación, así como lo ha hecho H&M, ELA entre otras.

En cuanto al análisis del entorno para identificar Oportunidades y Amenazas, se realiza un estudio Pestel palabra constituido por las iniciales de variables tales como Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y Jurídicos, dentro del marco de investigación. (Ruiz, 2020). Ilustración 9

COMPONENTE PESTEL	VARIABLE ANALISIS	OPORTUNIDAD	AMENAZA	Im. Bajo	Im. medio	Im. Alto
POLITICOS	Normatividad Ambiental de Bogotá	Derecho de gozar de un ambiente Sano, proteger la diversidad y la integridad fomentando la educación (Art 79).	Implementación de Impuestos que sea aplicables al fomento del sector textil			5
	La resolución 2389 de 2016	De acuerdo al seguimiento presentado desde el Ministerio de Salud, Ministerio de Ambiente y cultura, desarrollando sistemas de reglamentación entrega las condiciones básicas que debe manejar en las ideas en cuanto a residuos peligrosos que generen contaminación, Lo que conlleva al cumplimiento de las estrategias que se requieren para alinear aquellos objetivos que mejoran el plan.	Inclusión de impuestos al tema del reusó, incremento en el dólar y tasa de cambio		3	

	Tratado de Libre Comercio 2021	Alcance comercial Colombia y Suiza, parcialmente Venezuela fortalecimiento entre sectores comerciales y textiles según el PND (Plan Nacional de Desarrollo)	Incremento en la materia prima		4	
<b>ECONOMICOS</b>	Indicadores Económicos	Crecimiento de la industria Textil en el 2021, mostrando la capacidad del país en trabajar en el mercado nacional	Disminución de las ventas a raíz del alza de la moneda			5
<b>SOCIALES</b>	La ONU	Los consumidores compran más prendas de vestir que en 2000, pero cada una se conserva la mitad de tiempo y, de media, un 40% nunca se utiliza. Genera emprendimiento creación de empleos los Mártires			4	
<b>AMBIENTALES</b>	Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible	Crear una visión ambiental en el reciclaje en materiales recuperados, acelerando la economía circular predominando en "agarrar, hacer y botar". Suministrando a la prenda un recurso válido, mediante la innovación.	El reusó de las prendas aquellos residuos que al tratar la prenda sean desechados de manera incorrecta.			5
<b>JURIDICOS</b>	Plan de Gestión Ambiental (PGA) 2021	Instrumento de planeación ambiental de largo plazo de Bogotá, D.C. en el área de su jurisdicción, que permite y orienta la gestión ambiental de todos los actores estratégicos distritales, con el propósito de que los procesos de desarrollo propendan por la sostenibilidad en el territorio distrital y en la	Cambios que perjudican la sostenibilidad empresarial en los aspectos ambientales.		3	

	región				
Ley 17.336 artículo 3 (modificado por Ley 19912):	La figura y disposición de las labores que los adornan”. Mientras que los modelos protegen la forma de los vestidos, los dibujos textiles protegen los estampados de los textiles, que de esta manera son resguardados por el derecho de autor.	Incumplimiento en derechos de autor en nombre, logo, marca		3	
Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina	Esta decisión contempla, entre otras cosas, los mecanismos de protección de las invenciones industriales, creaciones formales con aplicación industrial y los signos distintivos. Dentro de los objetos protegidos por los mecanismos establecidos por la Decisión se encuentra el Diseño Industrial, figura por medio de la cual se pueden proteger diseños de moda			3	
Guía de procesos en el sector Textil	La aplicación de una política de gestión ambiental de residuos y de emisiones en el sector textil involucra su manejo integral, que incluye beneficios no sólo en el aspecto de protección ambiental sino también económico, resultando en una reducción de costos en beneficio para la empresa.	Altos costos de materias primas y los costos de transporte, manejo, tratamiento, y/o disposición final de los residuos, entre otros. Unido a esto, también pueden obtenerse beneficios en cuanto al cumplimiento de la Normatividad,		4	

			reducción del riesgo a los trabajadores del sector, incremento en la competitividad y prestigio de la empresa.			
<b>TECNOLOGICOS</b>	Innovación y emprendimiento	Reconocimiento de métodos de las redes sociales, plataformas virtuales, creación de páginas web, lo que implementan las ventas directas sin intermediarios.	Cumplimiento de permisos para establecer las redes sociales		4	

*Ilustración 9 Análisis Pestel*

*Fuente: Elaboración Propia*

## **ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de la oferta se basa en el manejo de la moda circular, y busca aprovechar las materias primas que se encuentran existentes para evitar en lo posible la creación de residuos que no son aprovechables (Marcet & Vergés, 2018, como se citó en Muskus, 2020). En cuanto a las compañías que son competidoras tienden a realizar sus actividades con materiales reciclados en la industria de la moda, en aras de reducir la huella de carbono que la industria actual está causando. Si se lograra ahorrar en los productos que se usan para la fabricación lograría un beneficio económico sostenible trayendo medidas que lo logren. (Muskus, 2020)

En este sector textil, el uso de materiales reciclados en la moda puede traer grandes beneficios en cuanto a la reducción del impacto ambiental que es generado por el sector textil. Así, se reducen los gases que propagan el efecto invernadero y contribuye en la disminución de

los desechos que producen las industrias en las confecciones y el uso desmedido de los recursos naturales para la elaboración de nuevas fibras. En diferentes partes del mundo ya se han intentado utilizar materiales reciclados para la creación de artículos y prendas de moda.

Por otra parte, es importante establecer los atributos del Servicio que se emplean en esta investigación, las principales son: El consumidor es quien tiene la capacidad de determinar el nivel de excelencia en cuanto a la prestación, se crean estrategias para alcanzar los objetivos principales, obtener ganancias y lograr el reconocimiento en otros competidores, gestionar cuál es la expectativa del cliente, reducir en lo posible diferencias entre el servicio y lo que quiere el cliente. Enfocarse en crear la lealtad en el cliente, mejorando la atención el servicio, la calidad, estrategias de venta lo que impulsa a que se cumpla.

Con base en lo anterior, se requiere crear e implementar el manual de atención al cliente, considerando los aspectos relevantes, como por ejemplo; *Factores socioculturales* es decir, analizar el comportamiento del cliente para llegar al objetivo, *Sociales*; verificar su comportamiento con los demás, usando la observación de las reglas y su cortesía, lo que implica tener un cuidado especial con aquellas personas a las que con nuestra comunicación verbal y no verbal para evitar malos humores, esto es tacto al hablar y dirigirse. *Actitud*: El estado de ánimo debe caracterizarse en positivo de lo contrario se cerrarán oportunidades de ventas sin olvidar el buen manejo del vocabulario. *Expectativas y experiencias*: El aprendizaje de aquellas experiencias que se obtienen en el lugar de trabajo, determinando mejoras en la empresa para así generar resultados positivos (Chiavenato, 2009, p.86). Por consiguiente, se creará una base de datos de los usuarios que compran en las tiendas con el fin de realizar una fidelización promocionando algunos artículos que puedan llegar más económicos y que son afables a su gusto.

La empresa se dedica al 100% en la entrega de una excelente calidad esto con el fin de que el cliente se sienta satisfechos, para ello toman en cuenta que la presentación es lo primordial para la creación de confianza en el cliente, por lo que es importante verificar antes de sacar la prenda a exhibir revisar costuras, tela, sin arrugados, buena presentación, limpios, en un stand iluminado, determinado por secciones, ambiente alegre es decir adecuado y elegante, sin malos olores. Esto hace que el cliente se atreva a ingresar y comprar en la tienda alguna prenda usada.

Para determinar el valor de la prenda, se analiza los precios que se encuentran actualmente en las competencias, cabe resaltar que las prendas de reuso tienen un valor más económico, sin embargo, aspectos como; el tipo de tela, marca, estado, cuidado, costuras, estilos puede generar un costo más alto, cuidando que no sea un abuso en los precios. Además, aunque es un producto usado hay una utilización en mano de obra, teniendo en cuenta que la calidad de la compañía es del 100% y en el exhibidor su estado debe ser el mejor. Estos aspectos también se analizan para determinar su valor.

La marca es **SPrenBa**, lo que define Sociedad del Reusó de Prendas en Bogotá y con el eslogan *revive vistiéndote con estilo*



En cuanto al atributo del Servicio se enfoca en brindar una atención a la cliente especializada con el fin de lograr la fidelización, se cuenta con un manual de servicio al cliente con el objetivo de mejorar los estándares exigidos. Ofreciendo como valor agregado que cada vez que se compre algún producto tiene la opción de recibir un descuento especial si desea apoyar la idea de sostenibilidad donando otra prenda, adicional se les incluye en la base de datos para comunicarles las ofertas que se encuentran mensualmente sin perder el interés por

la compañía, teniendo presente que el objetivo es lograr e incentivar la sostenibilidad empresarial por lo que se trabaja en esos aspectos cuando el cliente muestra duda. Por último, se encuentra estipulado una serie de garantía si algún producto llegase a presentar algún desperfecto, daño, o mala elaboración lo que presente es una devolución del mismo con desembolso.

Referente a la imagen de la prenda esta se cubre con una bolsa en tela, con el fin de protegerla por el polvo, residuos, olores, radiaciones, luz. Teniendo en cuenta que la idea de este proyecto es a través de las prendas de segunda mano encontrar una alternativa de emprendimiento sostenible y aporte al medio ambiente que permita generar conciencia en las diferentes formas de realizar sostenibilidad, economía circular y medio ambiente



*Ilustración 10* Bolsa de tela

*Fuente:* Revista el tiempo, 2017.

Respecto a la imagen de la empresa se conoce por la calidad que se entrega en las prendas a los clientes, ampliando la variedad de productos en el catálogo y con una atención al cliente que cumpla con los protocolos de presentación, conversatorio, lenguaje apropiado, puntualidad con la buena imagen que irradia desde la tienda, teniendo en cuenta que el cliente principal para la compañía porque mediante sus opiniones y sugerencias se establecen mejoras para ser 100%, incluyendo la satisfacción de las necesidades que se presentan, y finalmente la preocupación por

la imagen que se genere en el servicio y en el producto al igual que diseño interno local o distribución de planta adecuada.

Asimismo en cuanto al estudio de proveedores el proyecto de investigación tiene a son aquellos que brindan la parte de mantenimiento de máquinas, En cuanto a la competencia indirecta, esta se realiza con una estrategia que satisface las necesidades de los clientes de forma distinta, es decir el valor agregado que se les da es que así como se puede comprar también se reciben donaciones de prendas, esto hará que la persona pueda hacer un cambio o canje por las prendas que desee intercambiar, Sin embargo, no todas las prendas que entreguen serán admitidas ya que primeramente deben pasar por una revisión muy detallada, acorde a los valores de calidad establecidos por la empresa y si es así, se procederá a realizar ese proceso.

Nombre de la Empresa: Retro Moda

Dirección: Cra 10 # 9 - 38

Teléfono: 3106190456

Tipo de producto: prendas de vestir

Calidad: perfectas condiciones

Tipo de competencia: media

## **Estudio de la Demanda**

El estudio de la Demanda consiste en “analizar el consumo del bien a producir y su evolución. Si se trata de un producto novedoso se pueden usar datos de productos similares, para hacer una estimación” (Aula virtual Proyecto fin de carrera Ingeniería química, s.f., párr.8). Por consiguiente, el mercado Total corresponde a toda la población de Bogotá con un número de habitantes actualmente para el 2021 de 7,181 millones, con diversificación de estratos sociales. Como mercado potencial se define a la localidad de los Mártires con un total de habitantes a 2021 de 166.000 aproximadamente, en el mercado real se presenta el barrio San Victorino con 100.000

habitantes, y finalmente el Mercado real el cual se ubica en la avenida Jiménez con carrera décima entre la 11 y 13, cerca de Centro comercial de San Victorino. (DANE, 2020).

Dentro de las características del consumidor el rango de edad principalmente es dentro de los 17 a 21 años, pensando en un cliente de Moda Retro con pensamiento libre, que piensa hacia el futuro, entre sus características puede ser ambientalista con intención de mantener un estilo único además, le brinda economía al acceder a las prendas, aporta a una moda sustentable ya que el sector textil es una de las más contaminantes aparte de cuidar el medio ambiente puede estar entre estrato 1 al 4 dependiendo de los gustos y preferencias del consumidor.

Por consiguiente, el clima del lugar donde va a establecerse el negocio en la en la ciudad de Bogotá es frío y seco por ubicarse en la cordillera oriental de Colombia, según información de Institución pública de apoyo técnico y científico al Sistema Nacional Ambiental Ideam, la temperatura promedio de la capital asciende a 13.1°C. Continúa informando el autor, que al medio día puede estar entre el rango de los 18 a 20 grados centígrados, mientras que las madrugadas presentan temperaturas mínimas entre 8 y 10°C, a excepción de los meses de enero a marzo, donde dichas temperaturas pueden bajar a -5 grados, debido a las heladas. (Ideam, s.f.)

En cuanto el análisis demográfico se establece que el estrato del segmento textil está dirigido para estratos del 1 al 4 ya que se considera que el producto puede moverse más en este rango de estatus social, por estilo de vida y formas de pensar a demás con ingresos entre 200.000 a 1.000.000 ya que las prendas son accesibles por sus precios en cuanto al nivel de estudios se considera que puede ser desde bachillerato hasta universitarios, Retro Moda no especifica un género ya que las prendas no tienen género y la edad sería entre 17 y 21 años, su religión no interfiere en el producto por lo cual, consideramos que pueden ser personas de todas

las religiones que les guste la moda y este tipo de prendas de segunda mano y por último su nacionalidad es colombiana ya que se encuentra como mayoría en cantidad de habitantes del país.

Mediante el estudio Psicográfico se identifica que el consumidor puede ser una persona inteligente que cuida de su bolsillo y medio ambiente, con un estilo de vida independiente caracterizado por ser personas que trabajan de tiempo completo o medio tiempo e inclusive universitarios, con personalidades extrovertidas, aventureros, e innovadores. Asimismo, en cuanto a lo cultural se identifica un público elegido al cual se quiere generar la venta de las prendas de vestir el cual oscila entre los 17 a 21 años, el cual generan pensamientos conscientes y sostenibles hacia el medio ambiente viendo las prendas de vestir de segunda mano como una alternativa para prevenir la devastación ambiental, apoyando además la economía local y la creatividad en las prendas ya que se pueden obtener prendas en diferentes épocas que estuvieron de moda dando la posibilidad de obtenerla a mejores precios. Por este motivo el público objetivo corresponde a quienes se destacan por tener un pensamiento ambientalista y sostenible, sin prejuicios y con mentalidad innovadora.

Ahora bien, en cuanto a la investigación de mercado se define que la población será los clientes equivalente a 1.000 habitantes pertenecientes al sector de la localidad de los Mártires barrio San Victorino del centro de Bogotá incluyendo un muestreo estadístico de la población finita, es decir lo que corresponde al Barrio San Victorino de la localidad Los Mártires en el Centro de Bogotá equivalente a 100.000 habitantes, la fórmula aplicada para población finita es la siguiente (Donde: • N = Total de la población •  $Z_{\alpha}$  = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%) • p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05) • q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95) • d = precisión (en su investigación use un 5%)., el número de encuesta a aplicar será de **183**

N

100.000

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Za	4
P	0,05
Q	0,95
D	0,05
TOTAL	182,47



Fundación Universitaria **ENCUESTA PROYECTO DE SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL**  
**SAN MATEO**

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Fecha:                      Día        \_\_\_\_\_      Mes        \_\_\_\_\_                      Año        \_\_\_\_\_

Profesión:  
 \_\_\_\_\_

Edad \_\_\_\_\_

Sexo: Femenino

Ciudad  
 \_\_\_\_\_

Masculino

Localidad :  
 \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

1. Con que frecuencia compra Ropa?

Una vez por semana

Una vez por mes

cada seis meses

Anualmente

2. Incluyendo grandes cadenas o centros comerciales donde compra sus prendas?

Comercios del Barrio

Tienda Ropa Importada

Tienda de ropa  
 Nacional

Tienda Diseño Independiente

3. Que prenda es la que con mayor frecuencia consume?

Lencería

Camisas

Pantalón deportivo

Camisetas

Pantaloneta - Short

Tenis

Busos

Zapatos

4. En promedio cuánto gasta en la compra de ropa?

\$20.000 - \$30.000

\$35.000 - \$40.000

\$45.000 - \$50.000

\$55.000 - \$60.000

Mas de \$65.000

4. En qué mes compra usted ropa?

Enero

Julio

Febrero

Agosto

Marzo

Septiembre

Abril

Octubre

Mayo

Noviembre

Junio

Diciembre

5. Cual Zona elige para realizar la compra de sus prendas de vestir?

Zona Centro

Zona norte

Zona occidente

Zona Sur

6. Usted compraría prendas de segunda mano?

Si

No

7. Cuanto estaría dispuesto a pagar por una prenda de esta característica?

\$20.000 - \$30.000

\$35.000 - \$40.000

\$45.000 - \$50.000

\$55.000 - \$60.000

Mas de \$65.000

8. Con que frecuencia compraría?

Una vez por semana

Una vez por mes

Cada seis meses

Anualmente

9. Que estilo de ropa le gustaría obtener?

Conservador

Ocasional

Moderno

Deportivo

10. Qué razón lo motivaría para comprar ropa usada?

Uso Personal

Venta

Obsequio

Donación

11. Conoce acerca de las economías que se activan con el mercado de la Ropa Usada?

Si

No

Sugerencias:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Link de encuesta: [https://docs.google.com/forms/d/1m18ONrP5p63Q8EGyXWPKigXa8Baz2ovWT3zbd4C0VC0/edit?usp=drive\\_web](https://docs.google.com/forms/d/1m18ONrP5p63Q8EGyXWPKigXa8Baz2ovWT3zbd4C0VC0/edit?usp=drive_web)

## ESTUDIO TÉCNICO

El horizonte del proyecto es de 5 años como término de ejecución prudencial, con el fin de lograr diseñar, definir y desarrollar un estudio de factibilidad, de esta manera, la determinación del ciclo de vida del proyecto. Durante el primer año de inversión será la preparación del proyecto por lo que se estudiará la base de cuantas prendas se manejaran en cada mes, para el segundo año se espera un aumento de 200 prendas por mes con un total anual de 1.800 prendas,

en el 3 año se espera el aumento de 250 prendas por mes con un total anual de 2.400 prendas y finalmente la liquidación en el 4 año se espera tener mensualmente 350 prendas para un total de 3.000 prendas lo que ayudaría a estar en el ciclo de madurez y lograr vincularse en el área textil reúso y oportunidad de segunda mano. Tabla 1.

INVERSIÓN	EJECUCIÓN			LIQUIDACIÓN
1	2	3	4	5

*Tabla 1 Horizonte del proyecto*

*Fuente: Elaboración Propia.*

Se estudian varios factores de localización tomando como referencia Soacha y Los Mártires los cuales son Zonas donde el comercio es relevante, y puede posicionarse, para ello se revisan aspectos que influyen como el POT, clientes, proveedores, competencia, infraestructura, seguridad, M.O e incentivos impuestos, dando como resultado la favorabilidad con un 87 Los Mártires y Soacha con un resultado de 85. Ilustración 12

#### Análisis Puntos ponderados Mártires Vs Soacha

*Tabla 2 Análisis pestel*

FACTORES DE ANALISIS		LOS MARTIRES (A)		SOACHA (B)		OBSERVACIONES UBICACIÓN A	OBSERVACIONES UBICACIÓN B
FACTORES DE LOCALIZACIÓN	FACTOR PONDERACION	CALIFICACION	PONDERADO	CALIFICACION	PONDERADO		
POT	1	9	9	11	11	Teniendo en cuenta que la calificación fue 9 de acuerdo a que la normatividad que exigen no es muy ejecutada en al área.	Teniendo en cuenta que la calificación fue 11 de acuerdo a que la normatividad es más exigente.
CLIENTES	1	10	10	9	9	Teniendo en cuenta que la calificación fue 10 de acuerdo a que es un lugar con mucha demanda comercial.	Teniendo en cuenta que la calificación fue 9 de acuerdo a que existe una gran solicitud en la industria de las confecciones.
PROVEEDORES	1,5	10	15	9	13,5	Teniendo en cuenta que la calificación fue 10 de acuerdo a que existe mayor flexibilidad para conseguir nuevos proveedores.	La calificación que le correspondió fue de 9 de acuerdo a que en el sector se puede apreciar variedades de

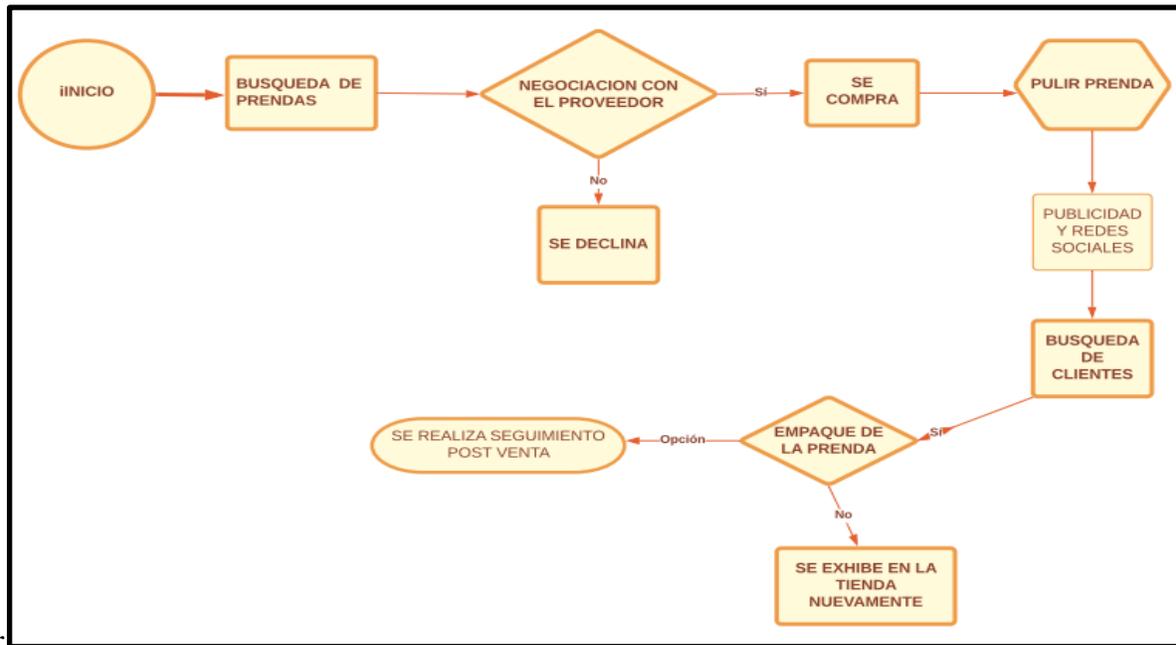
							proveedores.
COMPETENCIA	1	10	10	8	8	Teniendo en cuenta que la calificación fue 10 de acuerdo a que la competencia es muy alta.	Teniendo en cuenta que la calificación fue 8 e acuerdo a que existen marcas en el sector con grandes posicionamientos en el mercado.
INFRAESTRUCTURA	1	9	9	8	8	Teniendo en cuenta que la calificación fue 9 de acuerdo a que la estructura es desarrollada para realizar con éxito la actividad.	Teniendo en cuenta que la calificación fue 9 de acuerdo a que sus instalaciones son innovadoras y amplias para un buen público.
SEGURIDAD	0,5	5	2,5	8	4	Teniendo en cuenta que la calificación fue 5 de acuerdo a que es un lugar con bastante comercio y esto genera que entre la multitud de gente surge mucha inseguridad.	Teniendo en cuenta que la calificación fue 8 de acuerdo a que la seguridad en el área es más monitoreada y cuenta con seguimiento constante con vigilantes y cámaras de seguridad.
M.O	0,5	9	4,5	8	4	Teniendo en cuenta que la calificación fue 9 de acuerdo a que se puede brindar a una gran cantidad de población un empleo.	Teniendo en cuenta que la calificación fue 8 de acuerdo a que las personas son más capacitadas para cumplir con las actividades.
INCENTIVOS A EMPRESAS (IMPUESTOS)	1	7	7	7	7	Teniendo en cuenta que la calificación fue 7 de acuerdo a que en este sector se cobran más impuestos	Teniendo en cuenta que la calificación fue 7 de acuerdo a que
COSTOS DE VIDA	0,5	4	2	4	2	Teniendo en cuenta que la calificación fue 4 de acuerdo a que es más asequible económicamente.	Teniendo en cuenta que la calificación fue 4 de acuerdo a que la calidad de vida es más costosa.
VIAS DE COMUNICACIÓN	0,5	9	4,5	10	5	Teniendo en cuenta que la calificación fue 9 de acuerdo a que hacia el centro existen muchos accesos de entrada al sector.	Teniendo en cuenta que la calificación fue 10 de acuerdo a que existen vario canales de intercomunicación.
TRANSPORTE	0,5	9	4,5	9	4,5	Teniendo en cuenta que la calificación fue 9 de acuerdo a que contiene muchas rutas de transporte.	Teniendo en cuenta que la calificación fue 9 de acuerdo a que ya que cuenta con varias alternativas de desplazamiento.
CLIMA	1	9	9	9	9	Teniendo en cuenta que la calificación fue 9 de acuerdo a que el clima no es un factor que afecte al proyecto de investigación es decir a las prendas	Teniendo en cuenta que la calificación fue 9 de acuerdo a que se tiene un clima estable que no afecta mucho en la demanda.
TOTAL	10	100	87	100	85		

**Ilustración 12** Análisis Pestel

*Fuente:* Elaboración propia

El flujograma consiste en una representación gráfica donde se describen varios procesos o de actividades de manera sencilla y clara. (Aiteco consultores (s.f). Por consiguiente, la compañía Screnba presenta el proceso desde su inicio hasta la venta del producto. Ilustración 11

Flujograma proceso de la compañía



*Ilustración 11* Flujograma

*Fuente:* Elaboración Propia

Se presenta la cotización en el que Sprenba utilizara para dar sostenimiento en su negocio en sus primeros años de ejecución, a continuación, se describen los detalles. Ilustración 12

COTIZACIÓN				
		Cotización: <b>001</b>		
		Fecha: 11/11/2021		
<b>SPRENBA LTDA</b> San Victorino Local 101 revivesprenda@Outlook.com 310 6190456 - 3013255921				
REF. PRODUCTO	CANTIDAD	PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Planes de servicio de Datos y comunicación	2	Internet	\$ 35.000	\$ 70.000
Organizador De Ropa Exhibidor Burro Metálico Desarmable	4	Stands	\$ 64.000	\$ 256.000
Portátil HP 15.6 Pulgadas Intel Core i3 4GB 256GB	1	Equipo de Computo	\$1.639.900	\$1.639.900
Materia Indirecta	10	Material de Empaque Bolsas Protectoras	\$ 10.000	\$ 100.000
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 2.065.900</b>
<b>IVA%</b>				<b>19%</b>
<b>DESCUENTO</b>				<b>\$ 392.521</b>
<b>TOTAL A PAGAR</b>				<b>\$ 2.458.421</b>

*Ilustración 12* Cotización

*Fuente:* Elaboración propia

## COTIZACIÓN Y SOPORTES

## ESTUDIO FINANCIERO

Mediante el estudio financiero se analizan varios aspectos que intervienen en la compañía para ver la viabilidad del presente proyecto, por ello a continuación, se presenta el presupuesto de inversión con todos sus componentes.

Ilustración 13 Presupuesto de Inversión

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN PROYECTO RECUPERACION TEXTIL SPRENBA LTDA					
INVERSIÓN	PERIODO	2	3	4	5
<b>1. INVERSIONES FIJAS</b>	<b>0,00</b>				
<b>1.1. NO DEPRECIABLES</b>					
1.1.1. Terrenos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

<b>1.2. DEPRECIABLES</b>	<b>\$1.639.900</b>				
1.2.1. Construcciones y Obras Civiles	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.2.2. Maquinaria y Equipo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.2.3. Equipo de Computo	\$1.639.900.00	0,00	0,00	0,00	6,559,60
<b>2. INVERSIONES DIFERIDAS</b>	<b>\$2.500.000,00</b>				
2.1. Estudios (Mercado, técnico, financiero)	2.500.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.2. Gastos de Organización	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.3. Gastos de Montaje	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.5. Capacitación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.7. Imprevistos	2.907.750.00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>3. CAPITAL DEL TRABAJO</b>	<b>8.155.000,00</b>				
3.1. Caja y Bancos	4.800.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.2. Inventario Inicial	3.355.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.3. Cuentas por Cobrar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.4. Combustibles, empaques	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL FLUJO DE INVERSIONES</b>	<b>\$12.294.900.00</b>				<b>6.559,60</b>

*Ilustración 12 Flujo de inversiones*

**Fuente:** Elaboración Propia

Este proyecto no requiere de Gastos de Organización, Gastos de Montaje debido a que el enfoque inicial será mediante las redes sociales, proporcionando la información necesaria para trabajar sobre el objetivo principal que son las ventas online. Teniendo en cuenta que estos gastos son representativos cuando se crea una compañía de forma física, por lo cual, se analiza la viabilidad que pueda ejecutarse dentro de un periodo de tiempo determinado entre 4 a 5 años.

Ilustración 16

## Depreciaciones y Diferidos

		DEPRECIACIONES Y DIFERIDOS				
PERIODO	1	2	3	4	5	
<b>1. DEPRECIACIÓN</b>						
1.2.1. Construcciones y Obras Civiles		0,00	0,00	0,00	0,00	
1.2.2. Maquinaria y Equipo		0,00	0,00	0,00	0,00	
1.2.3. Equipo de Computo		1.639.900,00	1.475.910,00	1.328.319,00	0,00	
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>		<b>1.639.900,00</b>	<b>1.475.910,00</b>	<b>1.328.319,00</b>	<b>0,00</b>	
<b>2, DIFERIDOS</b>		<b>0,00</b>				
2.1. Estudios (Mercado, técnico, financiero)		2.500.000,00	2.510.000,00	2.520.040,00	0,00	
2.2. Gastos de Organización		0,00	0,00	0,00	0,00	
2.3. Gastos de Montaje		0,00	0,00	0,00	0,00	
2.5. Capacitación		0,00	0,00	0,00	0,00	
<b>TOTAL</b>		<b>4.139.900,00</b>	<b>3.985.910,00</b>	<b>3.848.359,00</b>	<b>0,00</b>	

**Tabla 3** Depreciaciones y diferidos  
*Fuente:* Elaboración Propia

En esta ilustración se detalla los costos de fabricación, gastos de fabricación, gastos indirectos, gastos administrativos y gastos de ventas con el fin de determinar la viabilidad de proyecto, reconocer los objetivos y saber a dónde se quiere llegar de acuerdo a este presupuesto de costos reflejado en la Ilustración 16, de la siguiente manera: Tabla 4

## Presupuesto de Costos

Periodo	1	2	3	4	5
<b>Tamaño de planta</b>	<b>Inversiones</b>	<b>440,00</b>	<b>616,00</b>	<b>924,00</b>	<b>1.478,40</b>
<b>1. COSTOS DE FABRICACIÓN</b>		<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>
<b>1.2. GASTOS DE FABRICACIÓN</b>		<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>
<b>1.3. OTROS GASTOS INDIRECTOS</b>		<b>\$ 119.000</b>	<b>\$ 121.940</b>	<b>\$ 125.056</b>	<b>\$ 0</b>
1.3.1. Depreciación Activos fijos		\$ 1.639.900	\$ 1.738.294	\$ 1.842.592	\$ 0
1.3.2. Servicios públicos		\$ 313.000	\$ 331.780	\$ 351.687	\$ 0
1.3.3. Mantenimiento		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
1.3.4 Seguros		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
1.3.6. Amortización diferidos		\$ 2.500.000	\$ 2.510.000	\$ 2.520.040	\$ 0
1.3.7. Mantenimiento de prenda		\$ 6.780	\$ 6.780	\$ 6.780	\$ 0
<b>2. GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>\$ 21.811.404</b>	<b>\$ 22.683.589</b>	<b>\$ 23.590.661</b>	<b>\$ 0</b>
2.1. Sueldos		\$ 21.804.624	\$ 22.676.809	\$ 23.583.881	\$ 0
2.2. Prestaciones		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
2.3. Depreciación Administrativa		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
2.4. Seguros		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
2.5. Otros impuestos		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
2.6. Otros.		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>3. GASTOS DE VENTAS</b>		<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>
<b>TOTAL COSTO</b>		<b>\$ 26.264.304</b>	<b>\$ 27.263.663</b>	<b>\$ 28.304.980</b>	
<b>Costo total unitario</b>		<b>\$ 59.692</b>	<b>\$ 44.259</b>	<b>\$ 30.633</b>	
<b>PV Unit</b>		<b>\$ 83.568</b>	<b>\$ 66.389</b>	<b>\$ 49.013</b>	

<b>Punto de equilibrio</b>	<b>Costos Fijos/Precio venta unitario- Costo variable unitario</b>
----------------------------	--

**PE1**

Costos fijos	\$ 26.264.304	\$ 27.263.047	\$ 28.304.056	
PE1	314	616	577	
PE1 EN \$	\$ 26.264.304	\$ 40.894.570	\$ 28.304.056	

*Tabla 4 Presupuesto de costos*

*Fuente: Elaboración Propia*

Observaciones: En cuanto al incremento que se realiza de manera anual se efectúa con un porcentaje de variación de la siguiente forma: segundo año sobre el 50% al primer año, el tercero sobre el 60% sobre el segundo y el último sobre el 70% del cuarto año.

#### Costos Fijos

En este cuadro se muestra cuáles serían los costos fijos con el fin de determinar Anualmente estos costos que permitirán un balance de ingresos y egresos. Tabla 5.

Detalle	2	3	4
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 2.020.928</b>	<b>\$ 2.254.633</b>	<b>\$ 2.274.541</b>
IPC Octubre/2021	4,3%	4,3%	4,3%
Auxilio de transporte	\$ 106.454	\$ 106.454	\$ 106.455
Salario mínimo	\$ 908.526	\$ 1.090.231	\$ 1.090.231
Prestaciones Salariales	\$ 686.168	\$ 686.168	\$ 686.168
servicios agua, luz, teléfono	\$ 313.000	\$ 331.780	\$ 351.687
Mantenimiento de Prenda	\$ 6.780	\$ 40.000	\$ 40.000

*Tabla 5 Costos fijos*

*Fuente: Elaboración Propia*

El presupuesto de Py G detalla la estimación de los ingresos por ventas de la empresa en un periodo indeterminado. Con el objetivo de presentar estrategias que logren dar un equilibrio en cuanto al componente financiero, Sprenda presenta su presupuesto de acuerdo con el tamaño de

planta y el valor unitario del producto planteado anteriormente en el estudio técnico y sector. Los resultados pueden verse en la siguiente Tabla 6.

#### Presupuesto de P y G

Periodo	1	2	3	4	5
1.INGRESOS POR VENTAS		\$ 36.770.026	\$ 40.895.494	\$ 45.287.968	\$ -
2. COSTO TOTAL		\$ 26.264.304	\$ 27.263.663	\$ 28.304.980	\$ -
3.UTILIDAD BRUTA ANTES IMP		\$ 10.505.722	\$ 13.631.831	\$ 16.982.988	\$ -
4. IMPUESTO 30%		\$ 3.151.716	\$ 5.452.733	\$ 6.793.195	\$ -
5. UTILIDAD BRUTA DESPUES IM		\$ 7.354.005	\$ 8.179.099	\$ 10.189.793	\$ -
6. RESERVA LEGAL ( 10%)		\$ 735.401	\$ 817.910	\$ 1.018.979	\$ -
7.UTILIDAD POR DISTRIBUIR		\$ 6.618.605	\$ 7.361.189	\$ 9.170.813	\$ -
8. + DEPRECIACIONES		\$ 1.639.900	\$ 1.738.294	\$ 1.842.592	\$ -
9. + AMORTIZACIÓN DIFERIDOS		\$ 2.500.000	\$ 2.510.000	\$ 2.520.040	\$ -
10.+ RESERVA LEGAL		\$ 735.401	\$ 817.910	\$ 1.018.979	\$ -
<b>TOTAL FLUJO DE PRODUCCIÓN</b>		<b>\$ 11.493.905</b>	<b>\$ 12.427.393</b>	<b>\$ 14.552.424</b>	<b>\$ -</b>

*Tabla 6 Presupuesto*

*Fuente: Elaboración Propia*

#### Presupuesto de Ventas

Periodo	1	2	3	4	5
Cantidades (Unidades)		440,00	616,00	924,00	1.478,40
Precio de venta unitario		\$ 69.779	\$ 55.533	\$ 41.066	\$ 28.359
<b>Total Venta</b>		<b>\$ 30.702.566</b>	<b>\$ 34.208.293</b>	<b>\$ 37.945.148</b>	<b>\$ 41.926.040</b>

*Tabla 7 Costos fijos*

*Fuente: Ilustración 20 Propia*

En la siguiente Gráfica se muestra el flujo de caja con el cual según cotizaciones presentadas muestra la TIR, el cual es relevante y objetivo para la dirección que se tomará en el proyecto, presentado los siguientes datos, Tabla 8.

#### Flujo Neto de Caja



Período	1	2	3	4	5
1. FLUJO DE INVERSIÓN	-\$ 12.294.900,00	0	0		\$ 6.560
2. FLUJO DE PRODUCCIÓN		\$ 11.493.905	\$ 12.427.393	\$ 14.552.424	\$ -
<b>(1-2) FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-\$12.294.900</b>	<b>\$11.493.905</b>	<b>\$ 12.427.393</b>	<b>\$ 14.552.424</b>	<b>\$ 6.560</b>
<b>Calcular VPN</b>	<b>\$ 17.598.299</b>				
<b>TIR</b>	<b>84%</b>				

*Tabla 8 Flujo de caja neto*

*Fuente:* Elaboración Propia

## Estudio Medio Ambiente

En esta matriz de riesgo se quiere evidenciar los daños que ocasiona al medio ambiente el sector textil y de qué manera afecta la calidad del aire, el agua y los residuos por producción y manipulación de materia prima lo cual nosotros evitaremos ya que no estaríamos generando ninguna contaminación relacionada en la matriz anterior porque la actividad contribuye en la economía circular y el medio ambiente.

Se define como **Matriz de Riesgos** a una herramienta de gestión que permite determinar objetivamente cuáles son los riesgos relevantes que se enfrenta en un proyecto, así que se implementa una de ellas para evaluar los niveles de impacto que se produce en la mitigación del daño ambiental y el cual realiza Sprenba Tabla 9

Matriz de Riesgos

MATRIZ DE RIESGOS				
RIESGO	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
USO DEL AGUA	4	2	8	Apreciable
CONTAMINACION DEL AGUA	5	5	25	Muy grave
EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO	3	3	9	Importante
RESIDUOS TEXTILES	3	3	9	Importante
USO DE QUIMICOS	2	2	4	Apreciable
DESECHOS	4	3	12	Importante
CONTAMINACION DE AIRE	3	2	6	Apreciable
AGUAS RESIDUALES	3	3	9	Importante
EMISION DE CARBONO	4	4	16	Muy grave

		GRAVEDAD (IMPACTO)					
		MUY BAJO	BAJO	MEDIO	ALTO	MUY ALTO	
		1	2	3	4	5	
PROBABILIDAD	MUY ALTA	5	5	10	15	20	25
	ALTA	4	4	8	12	16	20
	MEDIA	3	3	6	9	12	15
	BAJA	2	2	4	6	8	12
	MUY BAJA	1	1	2	3	4	5

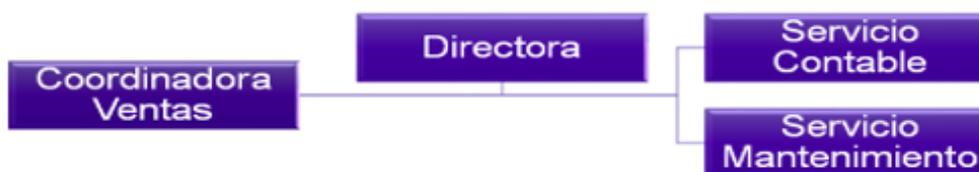
	Riesgo muy grave. Requiere medidas preventivas urgentes. No se debe iniciar el proyecto sin la aplicación de medidas preventivas urgentes y sin acotar sólidamente el riesgo.
	Riesgo importante. Medidas preventivas obligatorias. Se deben controlar fuertemente las variables de riesgo durante el proyecto.
	Riesgo apreciable. Estudiar económicamente si es posible introducir medidas preventivas para reducir el nivel de riesgo. Si no fuera posible, mantener las variables controladas.
	Riesgo marginal. Se vigilará aunque no requiere medidas preventivas de partida.

*Tabla 9 Matriz de riesgos*  
*Fuente: Elaboración Propia*

## ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN

Organigrama Sprenba

La estructura organizacional se enfoca en un método Staff, debido a que la compañía se encuentra en inicio y se establece con los socios esta modalidad. Ilustración 14



*Ilustración 13 Organigrama*  
*Fuente: Elaboración Propia*

A continuación, se presenta los formatos de perfiles de Cargo de los cargos:

FORMATO DE PERFIL DE CARGO	
<b>CARGO:</b>	Director
<b>AREA:</b>	Área Administrativa



### DESCRIPCIÓN DEL CARGO:

Organiza y dirige y controla la empresa. Establece políticas para el funcionamiento de todas las áreas. Debe dirigir y coordinar las acciones de las áreas subalternas y planificar las actividades a corto, mediano y largo plazo de la compañía siendo el responsable total y final del resultado de operaciones y del cumplimiento de los objetivos establecidos.

### REQUISITOS PARA EL CARGO

**Educación:** Tener título profesional en carreras administrativas, financieras o afines, tener experiencia en el negocio de ventas.

**Experiencia:** Mínima de cinco (5) años en el área administrativa.

**Habilidades:** Capacidad de negociación, trabajo en equipo, creatividad, innovador, análisis y solución de problemas, buen manejo de relaciones públicas.

### FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS

Liderar formulación y aplicación de plan de negocios

Manejar todos los recursos de la empresa

Definir políticas generales de la administración

Dirigir y controlar el desempeño en las áreas

Ser el representante de la empresa

Planear, organizar, dirigir y controlar todas las actividades inherentes

Revisar y controlar los informes financieros y de impuestos que se presenten en la compañía

### NOMBRES Y APELLIDOS

### CARGO

### FIRMA

Elaboró:

Aprobó:

### FORMATO DE PERFIL DE CARGO

**CARGO:** Coordinadora de Ventas

**AREA:** Área Administrativa



### DESCRIPCIÓN DEL CARGO:

En esta área profesional, estas personas son quienes se encargan de asistir al gerente de la empresa para la cual trabajan. De esta forma, muchas veces deben coordinar un equipo de trabajo para lograr el funcionamiento correcto de las diversas oficinas o dependencias que conformen la institución.

## REQUISITOS PARA EL CARGO

**Educación:** Tener título profesional en carreras administrativas, financieras o afines, tener experiencia en el negocio de ventas.

**Experiencia:** Mínima de tres (3) años en el área administrativa.

**Habilidades:** Capacidad de negociación, trabajo en equipo, creatividad, innovador, análisis y solución de problemas, buen manejo de relaciones públicas.

## FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS

Coordinar y concertar reuniones, encuentros, citas y otras actividades afines.

Planificar la agenda del gerente o de algún otro alto ejecutivo dentro de la empresa.

Colaborar y trabajar en unidad con los demás integrantes del departamento administrativo.

Presentar periódicamente informes y evaluaciones relevantes sobre las tareas de asistencia cumplidas hasta el momento.

Manejar cierta información sobre la contabilidad de la organización.

	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	FIRMA
<b>Elaboró:</b>			
<b>Aprobó:</b>			

## NORMATIVIDAD

La normatividad está establecida según la legislación laboral que es una rama del Derecho que impulsa, promueve y reconoce los deberes y derechos que tienen los empleados.

- La nómina deberá aparecer en la cuenta de cada colaborador sin falta a los días 30 de cada mes. (Si el día de pago cae en fin de semana se adelantará un día antes)
- El área será la encargada de regular los planes de motivación para todos los colaboradores
- El personal de nuevo ingreso siempre deberá tener una capacitación de 8 días máximo.
- Todo el personal debe cumplir con el horario establecido de trabajo.

- Se deberán cumplir las normas de Bioseguridad entendiendo que se debe proteger la Salud con el COVID-19.
- Se harán evaluaciones trimestrales para asegurar la calidad el cual es un indicador importante.
- Desempeñar sus funciones con total responsabilidad, cuidado, esmero, los cuales estarán bajo la supervisión del líder.

## **Capitulo V**

### **Resultados de la Investigación**

#### **Resultados del objetivo 1 Estudio Sector y del Mercado.**

Como principal objetivo se realiza un estudio del sector y del mercado, con el fin de definir la ubicación en la que se encuentra este proyecto, siendo el sector terciario como componente primordial la comercialización, generando una ventaja esencial ya que el cliente se establece en esta parte. A través de la técnica de investigación se analizaron varios aspectos los cuales se presenta lo siguiente; se pudo evidenciar que hubo 51 respuestas de las cuales prácticamente la mitad fueron hombres y la otra mitad mujeres, lo que se puede concluir que este segmento puede enfocarse a los dos géneros al momento de comercializar a prenda. En cuanto a la edad, muestra que son más las personas de entre los rangos de edad de 18 a 31 años que se interesan por el tema textil, dando positivo al enfoque que se requiere en el proyecto para la creación de sostenibilidad empresarial y el reúso de las prendas.

Actualmente, está es una sociedad la cual busca verse y sentirse bien, como lo demuestran los resultados donde indica que este negocio es rentable, teniendo en cuenta que hay personas que realizan compras mensuales, anual y cada seis meses guiándose por esta línea para que las prendas son mucho más económicas lo cual facilita el acceso. La tienda se enfocará en las

prendas reutilizables, por lo cual, es común encontrar ropa nacional, local e importada, según lo anterior los resultados se refleja mayor adquisición de productos nacionales e importados lo cual nos da la posibilidad de ser muy rentables.

Se presentan estrategias tales como Ofrecer un valor agregado que cada vez que se compre algún producto tiene la opción de recibir un descuento especial si desea apoyar la idea de sostenibilidad donando otra prenda, adicional se les incluye en la base de datos para comunicarles las ofertas que se encuentran mensualmente sin perder el interés por la compañía, teniendo presente que el objetivo es lograr e incentivar la sostenibilidad empresarial por lo que se trabaja en esos aspectos cuando el cliente muestra duda. Por último, se encuentra estipulado una serie de garantía si algún producto llegase a presentar algún desperfecto, daño, o mala elaboración lo que presente es una devolución del mismo con desembolso para entender qué productos pueden ser más rentables al momento de ofrecer las prendas en las distintas herramientas que se tienen como las redes sociales, la voz a voz y la publicidad.

El interés del consumidor se define mediante el valor que está dispuesto a pagar por una prenda, esto define varias características tales como el gusto, el beneficio, la necesidad, el cual permite tomar la decisión final, por ello, el valor que se le dé a la prenda en el proyecto ayuda al crecimiento y al acercamiento a esta idea y se evidencia en esta pregunta que el consumidor paga un valor significativo por sus prendas nuevas.

Se encuentra planeado indicar la frecuencia de compra del consumidor para así establecer estrategias de venta cuando se implemente el proyecto, iniciando con una publicidad en los meses de octubre y diciembre según arroja el presente resultado, motivando la donación y reúso de las prendas de segunda mano. La mayoría de las personas encuestadas dieron como opción comprar las prendas en el centro de Bogotá, específicamente en San Victorino esto teniendo en cuenta, que es un sector muy comercial donde puede encontrarse variedad en prendas al igual que estilos.

Dado lo anterior, nos indica que los valores los cuales están dispuestos a pagar y se acomodan a el valor que se tiene pensado promocionar las prendas, aunque a muchos la idea de comprar ropa usada no los motiva y el precio que ofrecen es de \$0 con un 37,3% por ello es importante trabajar en estrategias incentivando esta idea rompiendo esquemas que bloquean el desarrollo.

Esto permite determinar la cantidad de veces que el consumidor compra ropa y así analizar la rentabilidad que se puede generar en ciertos periodos de tiempo, la mayoría lo hace anualmente según se indica en un 39,2% aunque podría cambiar si se da una estrategia de venta de precios económicos teniendo en cuenta la política del reúso de prendas. Asimismo, la importancia que el consumidor da a la ropa usada, representando un 43,1% en darla en donación y un 39,2% en uso personal, aunque es muy pequeña la diferencia, se destaca en promover este proyecto dando a conocer a las personas el proceso que tiene la prenda antes de ser exhibida, la normatividad y la incentivación de la misma. Se analiza que el 78,4% de las personas no conoce acerca de los beneficios que se genera mediante el reúso de las prendas, la activación de la economía en el mercado, la creación de emprendimiento y prevenir el daño ambiental. Es importante presentar planes que incluyan al consumidor para que conozca estas facetas y esto puede que genere un cambio de opinión a las preguntas anteriores.

### **Resultados del Objetivo 2 Estudio Técnico.**

Teniendo en cuenta que es importante conocer el tamaño de planta se realiza un cálculo sobre los resultados de las encuestas, obteniendo el 0,183% sobre la población de San Victorino de 100.000 habitantes con un resultado de 183 personas para encuestar, ahora según las encuestas se muestra que solo el 35,5%, con un resultado de 65 personas que estarían interesadas en comprar ropa usada, por lo tanto se hizo un promedio de 7 prendas en la semana como compra

por cada cliente en un mes, arrojando como resultado un promedio de 440 prendas al año en ventas durante el segundo año de inversión, para el tercer año, se toma el tamaño de planta el segundo con una inversión del 40% con un total de 616 prendas y en el cuarto año se calcula una inversión del 50% con un total de 924 prendas.

### **Resultados del Objetivo 3- Estudio Financiero.**

En cuanto a los resultados financieros se analizaron varios factores los cuales aportaron un resultado de inversión en alto grado con un TIR de un 84%, generando un proyecto rentable, a su vez los costos y gastos entregaron una proyección no tan alta, así pues, el plan de negocio se encuentra por buen camino.

## **CAPÍTULO V.**

### **Conclusiones y Recomendaciones**

Como finalidad este trabajo logró evaluar algunos aspectos importantes que influyen de manera determinante para las decisiones que se tomarían para el cumplimiento de los objetivos específicos, primeramente se muestra la importancia que tiene el barrio de San Victorino en el sector comercial, aunque la población grande con un promedio de 100.000 habitantes, el nivel social afecta el empleo, la innovación y el emprendimiento y la parte textil tiene gran influencia ya que abarca gran cantidad de locales promoviendo la venta y comercialización, siendo un fuerte para el proyecto (Sprenba), debido a que para un futuro se quiere incrustar en uno de estos espacios, brindando la oportunidad de emprendimiento y mejorando aquellas deficiencias que se encontraron.

Mediante la aplicación de la fórmula para identificar la muestra sobre la población, se realizaron encuestas donde se identificaron los puntos importantes los cuales en el proyecto se toman en cuenta para hacerle seguimiento en cuanto a las prendas usadas, por ejemplo, quienes estarían dispuestos a la compra de la ropa usada, que tipo de prendas, con cuánta periodicidad., lo que implica la generación de estrategias vinculadas a las necesidades presentadas. por lo cual, se considera importante generar alternativas de conciencia en el público objetivo al cual, se evitará que las prendas terminen en la basura, se promueve la economía circular además de incentivar el reusó el emprendimiento y el acceso a estas prendas por su valor económico.

Dado lo anterior se quiere cambiar el estigma que se tiene en este tipo de prendas ya que para muchos el comprar ropa de segunda es algo muy arriesgado y poco común, considerado de mal gusto y con un referente que es de uso exclusivo para "Clases bajas". Por ello, es hora de dejar a un lado estas percepciones y temas de estratos a un lado para animarme a probar esta alternativa de consumo más responsable y perderle el miedo.

Se quiere cambiar la forma de ver el uso de estas prendas y empezar a verlo de forma inteligente ya que cuando se compra de segunda reduce en gran medida la huella de carbono. Aunque se incurren en gastos de lavado y reemplazo de botones o costuras, el uso de recursos naturales y energía sigue siendo mínimo. Por consiguiente, es así como el modelo de la economía circular protege el medio ambiente mediante los procesos innovadores, presenta soluciones aquellas necesidades en la escasez de recursos, la reintroducción en la cadena productiva los cuales se toman como referencia para darle el enfoque a este proyecto aportando al cuidado del medio ambiente, con la recuperación textil el cual es ideal para generar un esquema que implemente conciencia ciudadana, incentivación, publicidad, mecanismos de control.

Apostarle a la economía circular en la recuperación textil genera una serie de retos económicos, organizacionales, legales, técnicos y ambientales los cuales promoverán un nuevo mercado rentable para los residuos, perdiendo su condición como tal, para convertirse en materias primas de procesos de transformación para nuevos productos, los cuales encontramos en el estudio financiero, estudio técnico y el estudio de mercado para entender la gran magnitud que presenta esta idea de negocio. Finalmente, se recomienda comprar en tiendas de segunda mano ya que se fomenta el crecimiento de pequeñas empresas locales. Da la posibilidad de contribuir al medio ambiente, es sostenible, estás dando una segunda oportunidad y estás permitiendo que otras personas hagan uso de ellas. Evitando así que estas terminen en vertederos además de que genera desarrollo económico.

### **Bibliografía**

- Abuchaibe, D. A. (2019). Aprovechamiento y transformación de residuos textiles para el desarrollo de accesorios complementarios de moda. *Tesis*, 34. obtenido de: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46139/Documento%20tesis.docx.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Aiteco consultores (s.f.) Qué es un Diagrama de Flujo de Proceso o Flujograma. Recuperado de <https://www.aiteco.com/diagrama-de-flujo/#:~:text=Un%20diagrama%20de%20flujo%2C%20o,de%20la%20etapa%20de%20proceso.&text=El%20diagrama%20de%20flujo%20ofrece,actividades%20implicadas%20en%20un%20proceso.>
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (ANDI, 2020). Colombia: Balance 2018 y perspectivas 2019. Bogotá: Andi. Obtenido de:

[http://www.andi.com.co/Uploads/ANDI%20-%20Balance%20y%20Perspectivas\\_636882495815285345.pdf](http://www.andi.com.co/Uploads/ANDI%20-%20Balance%20y%20Perspectivas_636882495815285345.pdf)

Aula virtual Proyecto fin de carrera Ingeniería química (s.f.) Estudio de mercado. Recuperado de <http://www.ugr.es/~aulavirtualpfcicq/estudiodemercado.html>

Avendaño, M. G. (marzo de 2021). Comercio Electrónico en Colombia durante la Pandemia 2021. *Comercio electrónico en Colombia durante la pandemia Covid-19*, 13. Medellín, <http://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/2670/1/Comercio%20electr%C3%B3nico%20en%20Colombia%20durante%20la%20pandemia%20Covid-19.pdf>.

Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria (s. f). La Regla de las 3 erres: Reducir, Reutilizar y Reciclar. Recuperado de <https://www.laspalmasgc.es/es/areas-tematicas/limpieza-y-reciclaje/separacion-y-reciclaje/la-regla-de-las-3-erres/>

---

Barrera Silva, N. (2020). La responsabilidad social con los stakeholders: Deuda impagable con la naturaleza en tiempos de crisis climática. *Revista Colombiana De Ciencias Administrativas*, 2(1), 40–61. <https://doi.org/10.52948/rcca.v2i1.162>

Banco Mundial. (2019). *¿Cuánto le cuestan nuestros armarios al medio ambiente?* Banco Mundial obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2019/09/23/costo-moda-medio-ambiente>

Cajiga, E. (2019). ¿Dejarías de comprar ropa nueva para no contaminar el planeta? Recuperado de <https://www.ecoportal.net/econciencia/dejarias-de-comprar-ropa-nueva-para-no-contaminar-el-planeta/>

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2019). *Informe de Transacciones digitales en Colombia de 2016 - 2019*. Bogotá: Cámara Colombiana de Comercio Electrónico.

Tomado de: <https://www.ccce.org.co/wp-content/uploads/2017/06/informe-transacciones-colombia-2016-2019.pdf>.

Cámara de Comercio de Bogotá. (diciembre de 2020). Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cuero-Calzado-y-Marroquineria/Noticias/2020/Diciembre-2020/La-industria-de-la-moda-en-Colombia-con-pinta-de-recuperacion>.

Cámara y Comercio de Bogotá. (2017). El 2017 se anuncia un poco menos complicado, pero con algunos grandes retos. *Clúster Bogotá Prendas de Vestir*, 1. Tomado de: <https://trayectoriamegacolombia.com/Clusters/Cluster-de-Construccion/Noticias/2017/Enero-2017/Colombia-los-retos-de-la-industria-textil-en-2017>

Cámara y Comercio de Bogotá. (diciembre de 2020). La industria de la moda en Colombia con pinta de recuperación. *Bogotá, Cuero, Calzado y Marroquinería*. Bogotá, Colombia. recuperado de: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cuero-Calzado-y-Marroquineria/Noticias/2021>

Cámara y Comercio de Cali. (2020). El Sistema Moda y el COVID-19: *Ritmo Clúster*, 2. El Sistema Moda y el COVID-19: Retos y Oportunidades. Tomado de: <https://www.ccc.org.co/wp-content/uploads/2020/05/Informe-RC-N26-Sistema-Moda-1.pdf>

Cantabria. (2014). Encuesta estructura de la construcción. *Calabria 2014*, 3. Tomado de: [https://www.icane.es/c/document\\_library/get\\_file?uuid=13a52070-53ba-4737-9730-162fe0c4f2a3&groupId=10138](https://www.icane.es/c/document_library/get_file?uuid=13a52070-53ba-4737-9730-162fe0c4f2a3&groupId=10138).

- Cantó, J. C. (19 de septiembre de 2018). *Bilib*. Obtenido de Bilib: <https://www.bilib.es/actualidad/blog/noticia/articulo/que-es-un-plan-de-negocio-y-por-que-es-tan-importante-a-la-hora-de-emprender/>
- Castillo, L. C. (s.f.). Resumen Ejecutivo. *Lectura, escritura y oralidad en español*, 2. Tomado de: <https://es.scribd.com/document/461108394/Resumen-ejecutivo-pdf>
- Chiavenato, I. (2009). La dinámica del Éxito de las Organizaciones. *Mc Graw Hill*, 259. obtenido de:  
[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento\\_organizacion\\_al\\_La\\_dina\\_mica\\_en\\_las\\_organizaciones..pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizacion_al_La_dina_mica_en_las_organizaciones..pdf)
- Clavijo, A. M., Gomez, M. A., Lemus, C. D., & Leal, J. T. (5 de septiembre de 2021). EAN. *Estado actual del modelo de negocio de ropa de segunda mano*. Bogotá. Obtenido de EAN. Tomado de: <https://repository.ean.edu.co/handle/10882/10916>
- Colombia, M. (2019). Balanza Comercial Textil Confección. *Colombia Moda edición especial*, 11. Tomado por: <https://ferias.inexmoda.org.co/>
- Comité paritario de salud de Bogotá. (6 de junio de 2013). *Copaso*. Obtenido de Copaso: <http://copaso.upbbga.edu.co/legislacion/Resolucion%202013%20de%201986%20Organizacion%20y%20Funcionamiento%20de%20Comites%20de%20higiene%20y%20SI.pdf>
- Concepto. (2013). *Concepto*. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/emprendimiento/>
- Concepto. (2021). *Emprendimiento*. En E. e. Etece. Etece. Obtenido por: <https://concepto.de/emprendimiento/>
- Cordero, M. B. (2013). *Industria Textil; Vestido; Ecología Industrial; Modelo De Gestión; Remanentes Textiles; Reutilización; Reciclaje*. Guayaquil: Tesis. Tomado por: <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/2586>

Cuba. (2013). Los famosos también compran ropa de "paca". *Diario Libre*, 5. obtenido por:

<https://www.diariolibre.com/revista/los-famosos-tambin-compran-ropa-de-paca-PMDL375039>

Departamento Administrativo Nacional y Estadística –DANE– (2018). Informe de Sistema de

Moda. Bogotá: DANE. Tomado por: <https://www.inexmoda.org.co/wp-content/uploads/2019/03/Informe-Sistema-Moda-Resumen-2018.pdf>

DANE. (2019). Informe de Moda 2019. Bogotá: DANE. Tomado por:

<https://www.inexmoda.org.co/wp-content/uploads/2020/05/Balance-Social-2019.pdf>

DANE. (2020). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades

económicas Revisión 3.1 Adaptada para Colombia. *Nomenclaturas y Clasificaciones*,

pág. 2. Tomado por: [https://ilostat.ilo.org/es/resources/concepts-and-definitions/classification-economic-activities/#:~:text=Actividades%20Econ%C3%B3micas%20\(CIIU\)-.Clasificaci%C3%B3n%20Industrial%20Internacional%20Uniforme%20de%20Todas%20las%20Actividades%20Econ%C3%B3micas%20](https://ilostat.ilo.org/es/resources/concepts-and-definitions/classification-economic-activities/#:~:text=Actividades%20Econ%C3%B3micas%20(CIIU)-.Clasificaci%C3%B3n%20Industrial%20Internacional%20Uniforme%20de%20Todas%20las%20Actividades%20Econ%C3%B3micas%20)

[definitions/classification-economic-](https://ilostat.ilo.org/es/resources/concepts-and-definitions/classification-economic-activities/#:~:text=Actividades%20Econ%C3%B3micas%20(CIIU)-.Clasificaci%C3%B3n%20Industrial%20Internacional%20Uniforme%20de%20Todas%20las%20Actividades%20Econ%C3%B3micas%20)

[activities/#:~:text=Actividades%20Econ%C3%B3micas%20\(CIIU\)-](https://ilostat.ilo.org/es/resources/concepts-and-definitions/classification-economic-activities/#:~:text=Actividades%20Econ%C3%B3micas%20(CIIU)-.Clasificaci%C3%B3n%20Industrial%20Internacional%20Uniforme%20de%20Todas%20las%20Actividades%20Econ%C3%B3micas%20)

[.Clasificaci%C3%B3n%20Industrial%20Internacional%20Uniforme%20de%20Todas%20](https://ilostat.ilo.org/es/resources/concepts-and-definitions/classification-economic-activities/#:~:text=Actividades%20Econ%C3%B3micas%20(CIIU)-.Clasificaci%C3%B3n%20Industrial%20Internacional%20Uniforme%20de%20Todas%20las%20Actividades%20Econ%C3%B3micas%20)

[las%20Actividades%20Econ%C3%B3micas%20](https://ilostat.ilo.org/es/resources/concepts-and-definitions/classification-economic-activities/#:~:text=Actividades%20Econ%C3%B3micas%20(CIIU)-.Clasificaci%C3%B3n%20Industrial%20Internacional%20Uniforme%20de%20Todas%20las%20Actividades%20Econ%C3%B3micas%20).

Dentzel, Z. (28 de abril de 2014). Zarint Dentzel y el cambio de las redes sociales *BBVA*.

Obtenido de BBVA: [https://www.bbvaopenmind.com/tecnologia/mundo-digital/zaryn-](https://www.bbvaopenmind.com/tecnologia/mundo-digital/zaryn-dentzel-y-el-cambio-en-las-redes-sociales/)

[dentzel-y-el-cambio-en-las-redes-sociales/](https://www.bbvaopenmind.com/tecnologia/mundo-digital/zaryn-dentzel-y-el-cambio-en-las-redes-sociales/)

Drucker, P. (1985). La Cultura del Emprendimiento. *Dialnet*, 47. obtenido de: [Dialnet-](https://www.dialnet.org/urn:lsid:lsid:es.dialnet:5599803)

[LaCulturaDelEmprendimientoYSuFormacion-5599803.pdf](https://www.dialnet.org/urn:lsid:lsid:es.dialnet:5599803)

Ellen Macarthur Foundation. (S.f). Towards a circular economy: Business rationale for an

accelerated transition. *Beta*, 3. Tomado por:

[https://ellenmacarthurfoundation.org/towards-a-circular-economy-business-rationale-for-](https://ellenmacarthurfoundation.org/towards-a-circular-economy-business-rationale-for-an-accelerated-transition)

[an-accelerated-transition](https://ellenmacarthurfoundation.org/towards-a-circular-economy-business-rationale-for-an-accelerated-transition)

Eteçè, E. (5 de agosto de 2021). *Emprendimiento*. Obtenido de Concepto:

<https://concepto.de/emprendimiento/>

Estrella Guaman, J., Montero Piedra, D., & Vázquez Loaiza, J. (2021). Prácticas de costeo en la determinación del precio de venta al público de las Pymes manufactureras de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Revista Colombiana De Ciencias Administrativas*, 3(1), 52–70.

<https://doi.org/10.52948/rcca.v3i2.436>

Farfán Juanias, O., & Pérez Navarrete, K. (2020). Metodologías innovadoras para el diseño de nuevos proyectos de Emprendimiento de Base Tecnológica (EBT). *Mare Ingenii*, 2(1), 27–46.

<https://doi.org/10.52948/mare.v2i1.196>

Fiorillo, M. o. (2011). Propuesta de diseño de un modelo de logística reversa para el sector textil colombiano bajo la metodología SCOR. *Tesis*, 50. obtenido de:

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7412/tesis568.pdf;sequence=1>

Forbes Staff. (2021). Diamante Eléctrico reclama su hueco “indie” y ecléctico en los Latin

Grammy. *Forbes Life*, 8. Tomado por: [https://forbes.co/2021/11/17/forbes-life/diamante-](https://forbes.co/2021/11/17/forbes-life/diamante-electrico-reclama-su-hueco-indie-y-eclectico-en-los-latin-grammy/#:~:text=Forbes%20Life-)

[electrico-reclama-su-hueco-indie-y-eclectico-en-los-latin-](https://forbes.co/2021/11/17/forbes-life/diamante-electrico-reclama-su-hueco-indie-y-eclectico-en-los-latin-grammy/#:~:text=Forbes%20Life-)

[grammy/#:~:text=Forbes%20Life-](https://forbes.co/2021/11/17/forbes-life/diamante-electrico-reclama-su-hueco-indie-y-eclectico-en-los-latin-grammy/#:~:text=Forbes%20Life-)

[.Diamante%20El%C3%A9ctrico%20reclama%20su%20hueco%20%E2%80%9Cindie%](https://forbes.co/2021/11/17/forbes-life/diamante-electrico-reclama-su-hueco-indie-y-eclectico-en-los-latin-grammy/#:~:text=Forbes%20Life-)

[E2%80%9D%20y,ecl%C3%A9ctico%20en%20los%20Latin%20Grammy&text=Entre%](https://forbes.co/2021/11/17/forbes-life/diamante-electrico-reclama-su-hueco-indie-y-eclectico-en-los-latin-grammy/#:~:text=Forbes%20Life-)

[20el%20reguet%C3%B3n%20los%20baladistas,su%20espacio%20%E2%80%9Cin](https://forbes.co/2021/11/17/forbes-life/diamante-electrico-reclama-su-hueco-indie-y-eclectico-en-los-latin-grammy/#:~:text=Forbes%20Life-)

[die%E2%80%9D%20y%20ecl%C3%A9ctico](https://forbes.co/2021/11/17/forbes-life/diamante-electrico-reclama-su-hueco-indie-y-eclectico-en-los-latin-grammy/#:~:text=Forbes%20Life-)

Garcia, M. V. (2018). Sistema de reciclaje de textiles posconsumo para el desarrollo de productos de economía circular en la ciudad de Bogotá, DC. *Tesis*, 24.

<https://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/13550>

Guevara, Verdesoto & Castro, 2020, p. 36. *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*. Guayaquil: Recimundo: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento. Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7591592>

Gotriender. (2021). *Tendencias de ropa de segunda mano Mujer*: Obtenido de Gotriender: <https://www.gotrendier.com.co/>

Grajales, T. (27 de 03 de 2000). Tipos de investigación. *Tipos de investigación*, pág. 4. obtenido de: [https://www.academia.edu/9373954/TIPOS\\_DE\\_INVESTIGACION\\_Por\\_Tevni\\_Grajales\\_G](https://www.academia.edu/9373954/TIPOS_DE_INVESTIGACION_Por_Tevni_Grajales_G)

Haro, R. (2012). *Orígenes, Evolución Y Contextos De La Tecnología*. Obtenido De *Orígenes, Evolución Y Contextos De La Tecnología*: Obtenido por: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4268084>

Parra, G. y Mogollón. V (2020). *Moda Sostenible, Una Nueva Tendencia De Los Millennials En Colombia*. Colegio de Estudios Superior de Administración, 18. obtenido de: [https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2522/ADM\\_1032484006\\_2020\\_1.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2522/ADM_1032484006_2020_1.pdf?sequence=5&isAllowed=y)

Hualpa, K. C. (2020). ¿Sabías que tu ropa podría tardar más de 200 años en descomponerse? *Walac Noticias*, 3. Obtenido de: <https://walac.pe/sabias-que-tu-ropa-podria-tardar-mas-de-200-anos-en-descomponerse/>

Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales. (s.f.) Características climatológicas de ciudades principales y municipios turísticos. Recuperado de <http://www.ideam.gov.co/documents/21021/418894/Caracter%C3%ADsticas+de+Ciudad>

es+Principales+y+Municipios+Tur%C3%ADsticos.pdf/c3ca90c8-1072-434a-a235-91baee8c73fc

Ivester, A. y Neefus. J. (2018). Industria de Productos y textiles. En L. Ivester, Capitulo 89 Industria de Productos Textiles y de la confección (págs. 89,21). Sumario. Obtenido de: <https://www.insst.es/documents/94886/161971/Cap%C3%ADtulo+89.+Industria+de+productos+textiles>

Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing. Espol*, 6. Tomado de: [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod\\_resource/content/1/libro%20direccion-de-marketing%28kotler-keller\\_2006%29.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod_resource/content/1/libro%20direccion-de-marketing%28kotler-keller_2006%29.pdf)

La República (12 de abril de 2019). La industria de la Moda ONU. Obtenido de ONU: <https://www.aa.com.tr/es/mundo/onu-la-industria-de-la-moda-es-la-segunda-m%C3%AAs-contaminante-del-mundo/1450749>

Lemus, E. J. (2014). *Emprendimiento cultural: fortalecimiento de habilidades sociales, talentos y reconocimiento propio como fuente de mejoramiento de la calidad de vida Cruz Roja Colombiana Seccional Bogotá y Cundinamarca*, 32 -34. obtenido de: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/2652/1/Emprendimiento%20cultural%20fortalecimiento%20de%20habilidades%20sociales%20Proyecto%20PANICA.pdf>

Manci, A. (29 de abril de 2021). *Dónde comprar y vender ropa de segunda mano en Colombia*. Obtenido de andresmanci: <https://andresmanci.com/lugares-compra-y-venta-de-ropa-usada/>

Maquilon, A. M. (2017). *La Moda Masculina En El Mundo Y Su Impacto En Colombia*. Santiago de Chile: Tesis. Obtenido de [https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/83661/1/TG01926.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/83661/1/TG01926.pdf)

Marcet, X., & Vérges, F. (2018). Qué es la economía circular y por qué es importante para el territorio. *Pacre industrial de la Región Metropolitana*, 6. Tomado por: <https://www.pacteindustrial.org/es/publicaciones/papel-4-que-es-la-economia-circular-y-por-que-es-importante-para-el-territorio/>

Mc Graw Hill. (2018). Metodología de la Investigación. *Mc Graw Hill*, 40. Tomado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Melo, R. (2018). *Análisis del Sector*. Bogotá: Agencia y Logística de Fuerzas Militares. Tomado de.

[https://www.google.com/search?q=An%C3%A1lisis+del+Sector+Agencia+y+Log%C3%ADstica+de+Fuerzas+Militares&rlz=1C1CHBF\\_esCO882CO882&ei=mfGjYc-qKMmQwbkP-deVgAg&ved=0ahUKEwiP25uq\\_bv0AhVJSDABHflrBYAQ4dUDCA4&uact=5&oq=An%C3%A1lisis+del+Sector+Agencia+y+Log%C3%ADstica+de+Fuerzas+Militares&gs\\_lcp=Cgnd3Mtd2l6EAM6BwgAEEcQsAM6BwgAELADEEM6BAgAEEM6BQgAEIAESgQIORgAUPUnWMwqYL4uaAFwAHgAgAHJAYgBxwKSAQUwLjEuMZgBAKABAAABAsgBCsABAQ&sclient=gws-wiz](https://www.google.com/search?q=An%C3%A1lisis+del+Sector+Agencia+y+Log%C3%ADstica+de+Fuerzas+Militares&rlz=1C1CHBF_esCO882CO882&ei=mfGjYc-qKMmQwbkP-deVgAg&ved=0ahUKEwiP25uq_bv0AhVJSDABHflrBYAQ4dUDCA4&uact=5&oq=An%C3%A1lisis+del+Sector+Agencia+y+Log%C3%ADstica+de+Fuerzas+Militares&gs_lcp=Cgnd3Mtd2l6EAM6BwgAEEcQsAM6BwgAELADEEM6BAgAEEM6BQgAEIAESgQIORgAUPUnWMwqYL4uaAFwAHgAgAHJAYgBxwKSAQUwLjEuMZgBAKABAAABAsgBCsABAQ&sclient=gws-wiz)

file:///C:/Users/c1023908/Downloads/ANALISIS%20DE%20SECTOR%20FINAL.pdf

Milagro Ruiz Barroeta. (2020). Análisis PESTEL: ¿Qué es y para qué sirve? Ejemplo. *Milagro Ruiz Barroeta*, 1. Tomado de: <https://milagrosruizbarroeta.com/analisis-pestel/>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2021). El reciclaje reduce las emisiones de dióxido de carbono. *Economía Circular*, 8. Tomado de: <https://www.minambiente.gov.co/asuntos-ambientales-sectorial-y-urbana/colombia-avanza-en-acciones-y-proyectos-con-enfoque-territorial-para-reducir-emisiones/>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo sostenible (2019) .Estrategia Nacional de Economía

Circular. Recuperado de

[http://www.andi.com.co/Uploads/Estrategia%20Nacional%20de%20EconA%CC%83%20B3mia%20Circular-2019%20Final.pdf\\_637176135049017259.pdf](http://www.andi.com.co/Uploads/Estrategia%20Nacional%20de%20EconA%CC%83%20B3mia%20Circular-2019%20Final.pdf_637176135049017259.pdf)

Ministerio de Comercio, I. y. (agosto de 2016). *Decreto 1351 de 2016*. Obtenido de GOV.CO:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=75857>

Encolombia. (21 de diciembre de 2018). Resumen anual: El año 2018 en 14 gráficos. Obtenido

de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2018/12/21/year-in-review-2018-in-14-charts>.

González, T. (2017) Renueva Tu Clóset y Trendier dominan el mercado de la ropa usada en

Colombia. Recuperado de <https://pe.fashionnetwork.com/news/Renueva-tu-closet-y-trendier-dominan-el-mercado-de-la-ropa-usada-en-colombia,852872.html>

Mejía, A. (2020). Lo usado está de moda. Recuperado de

<https://www.semana.com/empresas/articulo/lo-usado-esta-de-moda-analisis/305417/>

Muskus, M. (2020) Está de moda ser sostenible, está de moda reciclar. Recuperado de

<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/30415/MariaPaulaMuskusGonzalez.pdf?sequence=1>

Nogueira, L. (s.f.). *Motivos para reutilizar la ropa*. *Believe Earth*, 2. Tomado de:

<https://believe.earth/es/motivos-para-reutilizar-la-ropa/>

Organización de las Naciones Unidas. (2018). *Estudio Económico de América Latina*. Bogotá:

ONU. obtenido de: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/43964-estudio-economico-america-latina-caribe-2018-evolucion-la-inversion-america>.

- ONU. (2019). ONU: la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo. *A Mundo*, 4. Tomado de: <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>
- Oxfam. (19 de agosto de 2020). *Moda sostenible, otra forma de entender el negocio textil Oxfam Intermón*. Obtenido de Oxfam Intermón: <https://blog.oxfamintermon.org/moda-sostenible-otra-forma-de-entender-el-negocio-textil>
- Pineda, J. (s.f). Reciclaje textil. recuperado de <https://encolombia.com/medio-ambiente/interes-a/reciclaje-textil/>
- Poblete, P. A. (2016). Estudios para la recuperación de la vestimenta tradicional en la comunidad Tolte, parroquia Pistishí (Alausí, Chimborazo, Ecuador). *Dialnet*, 6. obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5410556>
- Portafolio. (2021). La infraestructura tendrá un crecimiento dispar en el 2021. *Portafolio*, 2 Tomado de: <https://www.portafolio.co/economia/infraestructura/la-infraestructura-tendra-un-crecimiento-dispar-en-el-2021-556930>
- Portafolio. (2021). Los sectores que más aportaron al PIB del segundo trimestre en el país. *Portafolio*, 5. Tomado de: <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/pib-segundo-trimestre-del-2021-sectores-que-mas-aportaron-555216>
- Pursell, S. (02 de junio de 2021). *Estructura de un plan de negocios eficaz: 9 elementos clave Marketing*. Obtenido de Marketing: <https://blog.hubspot.es/marketing/estructura-plan-negocios>
- Ramírez, E. (2021) ¿Qué pasó con el comercio electrónico en 2021? Recuperado de <https://www.ccce.org.co/noticias/que-paso-con-el-comercio-electronico-en-2021/>
- Rendón, R., Cadena, P., Aguilar, J., Salinas, E., de la Cruz, F., & Sangerman, D. (2017). *Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales*. México D.F.: Tesis. Tomado de:

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-09342017000701603&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-09342017000701603&script=sci_abstract&tlng=pt)

Rodríguez, A. M. (2020). La compra y venta de ropa usada creció en el país durante la pandemia.

*Forbes Life*, 5. obtenido de: <https://forbes.co/2020/12/17/forbes-life/la-compra-y-venta-de-ropa-usada-crecio-en-el-pais-durante-la-pandemia/>

Rodríguez Arias, I. (2020). Conexión de la gastronomía con los eventos culturales en Bogotá.

*Sosquua*, 2(1), 37–47. <https://doi.org/10.52948/sosquua.v2i1.137>

Romero, G. D. (2019). Caracterización Del Sector Textil Colombiano Desde La. Universidad

Icesi, 26. Tomado de:

[https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/84780/1/TG02537.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/84780/1/TG02537.pdf)

Rotter, R. (2011). Una iniciativa social en la recuperación textil que genera empleo: Berohi S.

Coop. /A social initiative in the textile recovery field that creates employment: Berohi S.

Coop. *Proques*, 12. Tomado de: <https://addi.ehu.es/handle/10810/7876>

Ruiz, L. (s.f) Investigación experimental. Recuperado de [https://www.scientific-european-](https://www.scientific-european-federation-osteopaths.org/wp-content/uploads/2019/01/Investigaci%C3%B3n-experimental.pdf)

[federation-osteopaths.org/wp-content/uploads/2019/01/Investigaci%C3%B3n-](https://www.scientific-european-federation-osteopaths.org/wp-content/uploads/2019/01/Investigaci%C3%B3n-experimental.pdf)

[experimental.pdf](https://www.scientific-european-federation-osteopaths.org/wp-content/uploads/2019/01/Investigaci%C3%B3n-experimental.pdf)

Ruiz, M. (2020). Análisis PESTEL: ¿Qué es y para qué sirve? Ejemplo. *Milagros Ruiz Barroeta*,

6. obtenido de: <https://milagrosruizbarroeta.com/analisis-pestel/>

Sánchez, J. (2015). Plan de negocio. *Economipedia*. Recuperado de

<https://economipedia.com/definiciones/plan-de-negocio.html>

Salazar, C. (2021) Comprando ropa usada los usuarios pueden ahorrar hasta \$1,6 millones al año.

Recuperado de [https://www.larepublica.co/consumo/comprando-ropa-usada-los-usuarios-pueden-ahorrar-hasta-16-millones-al-ano-](https://www.larepublica.co/consumo/comprando-ropa-usada-los-usuarios-pueden-ahorrar-hasta-16-millones-al-ano-3128513#:~:text=%222020%20en%20t%C3%A9rminos%20de%20ahorro,de%20la%20compa%C3%B1a%20en%20Colombia.)

[3128513#:~:text=%222020%20en%20t%C3%A9rminos%20de%20ahorro,de%20la%20compa%C3%B1a%20en%20Colombia.](https://www.larepublica.co/consumo/comprando-ropa-usada-los-usuarios-pueden-ahorrar-hasta-16-millones-al-ano-3128513#:~:text=%222020%20en%20t%C3%A9rminos%20de%20ahorro,de%20la%20compa%C3%B1a%20en%20Colombia.)

Schumpeter. (1950). *Schumpeter Mejorar vidas a través de la innovación creadora de mercado*

Obtenido de <https://www.schumpeter.org/>: <https://www.schumpeter.org/schumpeters-theory>

Schumpeter, J. A. (2005). Capitalismo, Desarrollo Y Estado. Una Revisión Crítica De La Teoría

Del Estado De Schumpeter. *Revista de Economía Institucional*, 3. obtenido de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0124-59962005000200004](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-59962005000200004)

Sectorial. (2017). 2016, Un Año de Incertidumbres para el Sector Textil. *Sectorial*, 6. Tomado

de: <https://www.sectorial.co/informativa-textil-y-confecciones/item/67943-2016,-un-a%C3%B1o-de-incertidumbres-para-el-sector-textil>

Semana. (2020). ¿Qué tan cierto es que la inseguridad ha aumentado en el país? *SEMANA*, 3, 4.

Tomado de: <https://www.semana.com/nacion/articulo/cifras-de-delincuencia-en-colombia-contrastan-con-sensacion-de-inseguridad/685813/>

Silva, D. C. (2015). Reutilización de residuos de fabricación de indumentaria. *Universidad de la*

*Azulay*, 21. Tomado de: <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/4782>

Suesca, M. A. (2018). La innovación en procesos en el sector textil y de confecciones. *Ciencia*

*unisalle*, 24. Tomado de: [https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas\\_comercio/271/](https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/271/)

Talancón, H. P. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y.

*Contribuciones a la Economía*, 6-8. Obtenido de Análisis Foda. Tomado de:

<https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>

Universidad Champagnat. (2003). Encuesta, tipos y procedimiento de uso en investigación de

mercados. *Gestiopolis*, 5. obtenido de: [https://www.gestiopolis.com/encuesta-tipos-y-](https://www.gestiopolis.com/encuesta-tipos-y-procedimiento-de-uso-en-investigacion-de-mercados/)

[procedimiento-de-uso-en-investigacion-de-mercados/](https://www.gestiopolis.com/encuesta-tipos-y-procedimiento-de-uso-en-investigacion-de-mercados/)

Varela, R. (27 de julio de 2016). Estructura de un plan de negocio. Obtenido de Emprendpyme:

<https://www.emprendpyme.net/estructura-de-un-plan-de-negocio.html>

Vargas, Z. R. (2009). La Investigación Aplicada: Una Forma De Conocer Las Realidades Con

Evidencia Científica. *Revista Educación*, 18. Tomado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>

Veg Buzzes. (2020). Grandes Marcas Se Asocian Con Bolt Threads Para Transformar La

Industria De La Moda. Recuperado de [https://vegbuzz.es/adidas-stellamccartney-](https://vegbuzz.es/adidas-stellamccartney-lululemon-cuero-vegano-mylo-bolt-threads-moda/)

[lululemon-cuero-vegano-mylo-bolt-threads-moda/](https://vegbuzz.es/adidas-stellamccartney-lululemon-cuero-vegano-mylo-bolt-threads-moda/)

Villagómez Cortés, J. A., Mora Brito, Á. H., & Barradas Troncoso, D. (2014). El Análisis Foda

Como Herramienta Para La Definición De Líneas De. *Revista Mexicana de*

*Agronegocios*, vol. 35, julio-diciembre, 1121-1131.obtenido de:

<https://www.uv.mx/personal/avillagomez/files/2012/01/FODA-2015->

[RevMexAgroneg2835\\_1121-1131.pdf](https://www.uv.mx/personal/avillagomez/files/2012/01/FODA-2015-RevMexAgroneg2835_1121-1131.pdf)

Vitez, O. (01 de febrero de 2018). *¿Cuáles son los beneficios del modelo de negocio?* Obtenido

de Cuida tu dinero: [https://www.cuidatudinero.com/13091211/cuales-son-los-beneficios-](https://www.cuidatudinero.com/13091211/cuales-son-los-beneficios-del-modelo-de-negocio)

[del-modelo-de-negocio](https://www.cuidatudinero.com/13091211/cuales-son-los-beneficios-del-modelo-de-negocio)

