



TRABAJO DE GRADO

Opción Seminario-Diplomado.

Economía circular, un mundo y ambiente sano

Corporación Universitaria Remington.

Nombre de la facultad: Ingeniería

Nombre del programa académico: Ingeniería de sistemas / ingeniería industrial

Maira Alejandra Solis Riascos

Carlos Farith Florez Palencia

Nombre del Tutor del trabajo de grado (Lina María Villa).

Opción de Trabajo de grado Seminario-Diplomado.

2024

## Tabla de Contenidos

Resumen.....	3
Palabras clave.....	5
1. Marco conceptual y contextual.....	7
1.1 Estrategias de sostenibilidad.....	9
2. Desarrollo e implementación de aprendizaje.....	11
2.2 Análisis de la demanda.....	11
2.3 Características del comprador.....	12
2.4 Tendencias del consumo de mercado.....	12
2.5 Competencia.....	13
2.6 Características del competidor.....	16
3. Figuras y tablas.....	15
3.1 puntos de ventas y talleres de confección.....	18
Referencias.....	19

## Resumen

La economía circular representa un enfoque transformador para la sostenibilidad en el sector textil y STUDIO F, prominente empresa colombiana especializada en moda femenina está en una posición ideal para implementarla. Fundada en los años 70 en Cali, Studio F ha ganado reconocimiento por la calidad de sus productos y su capacidad para captar las últimas tendencias de moda, con un fuerte enfoque en la moda de la mujer latina. Actualmente, la empresa busca integrar prácticas de economía circular para mejorar su sostenibilidad y eficiencia operativa.

**Diseño Sostenible:** Studio F podría comenzar incorporando materiales reciclados y sostenibles en sus colecciones. Adoptar un diseño modular y duradero también prolongaría la vida útil de las prendas, reduciendo la necesidad de reemplazo frecuente.

**Producción Responsable:** La empresa debería optimizar el uso de materiales para minimizar el desperdicio y considerar el uso de energías renovables en sus procesos de producción. Implementar prácticas de producción limpia ayudará a reducir el impacto ambiental de la empresa.

**Modelo de Negocio Circular:** Establecer un programa de reciclaje y recolección de prendas usadas permitiría a Studio F reducir los residuos y fomentar la reutilización. La implementación de estrategias de reciclaje, donde las prendas antiguas se transforman en nuevos productos, también contribuiría a la economía circular.

**Ciclo de Vida del Producto:** Studio F podría proporcionar información transparente sobre el impacto ambiental de sus productos y ofrecer servicios de mantenimiento y reparación para extender la vida útil de sus prendas.

**Estrategias de Venta y Consumo:** La marca podría introducir modelos de suscripción para la rotación de ropa, permitiendo a los clientes intercambiar prendas periódicamente en lugar de realizar compras constantes.

**Educación y Conciencia:** Studio F debe educar a sus clientes sobre la sostenibilidad y la moda circular a través de campañas de concienciación, destacando la importancia de prácticas responsables en la moda.

Implementar estas prácticas permitirá a Studio F alinearse con las crecientes demandas de sostenibilidad, fortalecer su posición en el mercado y contribuir positivamente al desarrollo económico y ambiental.

## Palabras clave

**Estrategia de sostenibilidad:** es el conjunto de acciones a implantar por las empresas para asegurar que su actividad no tiene un impacto negativo a nivel medioambiental, económico y social.

**Economía circular:** es un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido.

**Sostenibilidad:** se basa en el principio de asegurar las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras, siempre sin renunciar a la protección del medioambiente, el crecimiento económico y el desarrollo social.

**Grupo de interés:** Los grupos de interés (Stakeholders), son personas y organizaciones que están interesadas e involucradas con la entidad que usted representa e interactúan con la misma, la identificación de las expectativas, necesidades y canales de comunicación con sus grupos de interés es fundamental para el desarrollo de la estrategia.

**Objetivo de desarrollo sostenible:** Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Globales, fueron adoptados por las Naciones Unidas en 2015 como

un llamamiento universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que para el 2030 todas las personas disfruten de paz y prosperidad.

**Diseño sostenible:** es una disciplina que promueve el uso eficiente de recursos, manteniendo el equilibrio entre la economía, la sociedad y el medio ambiente, y satisfaciendo las necesidades actuales sin comprometer el futuro.

## 1. Marco conceptual y contextual

Como bien ya saben nuestro proyecto esta implementado en la empresa STUDIO F, decidimos trabajar con esta empresa después de hacer investigaciones y trabajos de campos que nos llevó a entender que es de un buen provecho el trabajo en dicha empresa ya que cuenta con mucho material para poder sacarle mucha más utilidad, esto lo hicimos teniendo en cuenta que son beneficios para todos ya que se beneficia la empresa demás personas y medio ambiente, según lo investigado en la empresa, diario se saca mucho material el cual la empresa ya no le da uso alguno material que anteriormente se desechaba llevando a la contaminación del planeta y medio ambiente dado al desarrollo del conocimiento se dio con la estrategia del aprovechamiento de material que no utilicemos o necesitemos pero que sirven para darle otros tipos de usos de ahí llego la idea que se puede hacer que este sea otro tipo de negocio para la empresa y que también ayuda para el crecimiento de ella, ya que le generara un incremento económico.

Que hacemos específicamente con los retazos de tela que es el material que más sale de la empresa ya que es lo que queda de la tela que se utiliza para confeccionar las diferentes prendas de vestir que realiza la empresa , estos retazos los ponemos a la venta como ya lo habíamos dicho a emprendedores y personas que lo utilizan para darle otro tipo de uso o utilidad ya sea para hacer productos para la decoración del hogar u objetos personales cabe resaltar que gran parte de esta iniciativa se lleva a cabo por querer también contribuir con nuestro granito de arena para que tengamos una vida mejor respecto al cuidado del medio ambiente, por las malas prácticas del manejo de residuos o cosas que no utilicemos estamos incluso atrasados a la hora de sacarle más

provecho a nuestros negocios con cosas que pensamos que ya no son útiles para nosotros resulta que para otras personas si lo son.

- ¿sabías tú que si tienes artículos en tu hogar que ya no utilices y que estén en buen estado puedes venderlos y sacarles un provecho más en lugar de botarlo?
- ¿sabías que la ropa que ya no utilizas y que está en buen estado también puedes venderla?
- ¿sabías que e incluso hay páginas en internet que también puedes vender e incluso hacer trueques con otras personas con cosas que ya no necesitas y conseguir cosas que serían de mucha utilidad para ti?

Con esta metodología lo que queremos es que todos entendamos que podemos darle larga vida a cantidades de productos que tenemos en casa que no le damos importancia y que siempre optamos en que estos acaben en la basura y haciendo parte del gran problema de contaminación que tenemos en el mundo

Para promocionar los productos Studio F realiza campañas publicitarias en redes sociales logrando captar gran cantidad de público y vender nacionalmente las prendas que son a su vez amigables con el medio ambiente. Studio F dispone de un equipo altamente capacitado en todas las áreas, una amplia red de puntos de venta, atención especializada y recursos efectivos para marketing. Con una sólida presencia en Colombia y en siete países más, la marca se destaca como pionera en la moda en el país y cuenta con una tradición de más de 40 años. Con lo anterior la empresa garantiza la sostenibilidad en el mercado nacional e internacional, también se les brinda a los compradores una garantía de compra de hasta 30 días calendario, esto genera confianza a los clientes a la hora de comprar.



### 1.1.Estrategia de sostenibilidad

Studio F se compromete con un futuro más sostenible, por eso ofrece a sus clientes opciones respetuosas con el medio ambiente y beneficiosas para el planeta tierra como los es Eco Studio

ECOSTUDIO  
*bluevital*

También cuenta con **Blue Vital** que reduce el impacto ambiental utilizando prendas con el sello CO2CERO lo que respalda el cuidado del medio ambiente y el compromiso con él.

**Moda Consciente:** Moda Sostenible con procesos, materiales e impactos amigables con el medio ambiente. Cabe resaltar que La Moda Eco-Friendly reduce a un mínimo porcentaje el uso de agua para los acabados y sin productos químicos a la hora de realizar las prendas de vestir.

  
**A SECOND  
CHANCE**

La empresa también cuenta con un programa llamado A SECOND CHANCE lo que le permite al cliente dar una prenda usada para ser cambiada después de cierto tiempo de uso. Cada jean entregado en tienda pasará por un riguroso control de calidad y luego será sometido a un proceso de lavandería con ozono para asegurar su limpieza y desinfección. Del 15 de febrero al 31 de diciembre de 2024, Studio F ofrece un bono de \$50.000 por cada jean STUDIO F que ya no utilice la persona. Además, si el cliente es miembro de Ten Card, recibirá 50 puntos adicionales. Studio F también se enfoca en la reutilización de restos de tela de su taller, vendiéndolos a empresas para su uso en limpieza y absorción de residuos.

## **2. Desarrollo e implementación del aprendizaje**

Teniendo en cuenta que la estrategia que escogimos para aplicar economía circular a nuestra empresa Studio F fue el reciclaje de retazos de tela y diferentes materiales que ya no utilizamos al momento de la fabricación de los productos, esto con el fin de darle una utilidad diferente y sacarle el mejor provecho posible y no termine en la basura o haciendo parte de la contaminación a nuestro planeta. Lo que hacemos es vender esos retazos de las y demás a personas que tienen emprendimientos pequeños y que son utilizados para hacer diferentes tipos de manualidades para el hogar, adornos navideños, toallas pequeñas, turbantes y demás, sacando provecho tanto como para nuestra empresa como para la contribución de ayuda para emprendedores en proceso ya que esto hace parte del material que ellos utilizan para el desarrollo y crecimientos de sus negocios. Otras personas también utilizan estos elementos para hacer productos que sirven para el hacer del hogar como trapeadores alfombras para el baño y tapetes como muchas cosas más que nos sirven para el hogar y que son de utilidad para la vida cotidiana.

### **2.1. Análisis de la demanda**

Primero que todo cabe resaltar que Colombia es uno de los países más versátil en cuanto a moda se trate y por ende hay mucha demanda en algunas prendas y marcas, dentro del mercado de la moda hay mucha competencia que demos tener en cuenta y hacerles un respectivo seguimiento para tener en cuenta en cuanto al mejoramiento del negocio y estar en la competencia. Sabemos que muchas de las prendas que utilizamos las mujeres son de muy similar estilo en algunas ya lo

que cambia es la calidad del producto y los precios, por este motivo se debe tener presente con que materiales debemos trabajar precios de ellos y al lanzar los productos al mercado hacer las respectivas encuestas de cómo es la aceptación de los clientes y que tan factible es para mantener en el negocio si le proporciona un incremento en los ingresos o al contrario nos trae pérdidas ya que debemos tener en cuenta que dependiendo el precio de los materiales para confeccionar así mismo será el costo del producto pero también debemos tener en cuenta que sea un precio asequible para nuestros clientes.

## **2.2. Características del comprador**

El comprador ya sea como persona o empresa son los que hacen posibles el funcionamiento de nuestro negocio ya que son ellos los que hacen que nuestro negocio sea un éxito o fracase, son los portadores de la economía y son ellos los que juzgan o dan el visto bueno de los productos que ofrecemos por eso se debe tener en cuenta que es lo que le gusta al cliente, que tallas o siluetas son más recurrentes a la hora de elegir una prenda, que tipos de prendas son las más apetecidas, colores, combinaciones, estaturas. Cosas como están se deben tener en cuenta y no solo tener en cuenta un solo tipo de clientes también debemos pensar en las personas de diferentes nacionalidades porque todos los países tenemos diferentes culturas y eso tiene mucho que ver a la hora de implementar la moda, debemos tener en cuenta todo tipo de compradores.

## **2.3 Tendencias de consumo del mercado**

Las tendencias de consumo tenemos el marketing porque son estrategias para hacerle conocer nuestros productos a los diferentes clientes esto hace que no solo el cliente sea el que llegue a nosotros si no también nosotros poder llegar a ellos por ejemplo existen diferentes métodos para hacer saber que ofreces tú en tu negocio ya sean las redes sociales como las publicidades si tu creas páginas en los diferentes tipos de redes sociales en donde das a conocer lo que vendes, tienes y ofreces es una forma estratégica de que los clientes que interactúan mucho en las redes sociales lleguen a los sitios y conozcan de tu negocio y ya saben que no solo tienen que llegar en algún punto físico para saber de tus productos.

### **2.3. Competencia**

En cuanto a la competencia si de moda se trata como lo mencione anteriormente Colombia es un país que tiene un nivel muy alto en cuanto de moda se trata por ende hay mucha competencia aparte de que nuestra empresa Studio F tiene cobertura nacional como a nivel internacional lo que hace que la competencia sea más fuerte, lo que hace que el negocio se mantenga en el mercado es tener sello propio ser únicos en cuanto en la calidad de los productos ofrecidos.

### **2.4. Características del competidor**

El mercado de prendas de vestir en Colombia como lo hemos expuesto antes es fuerte ya que vamos a encontrar similitud en los productos que se ofrecen ya que hay muchas empresas que

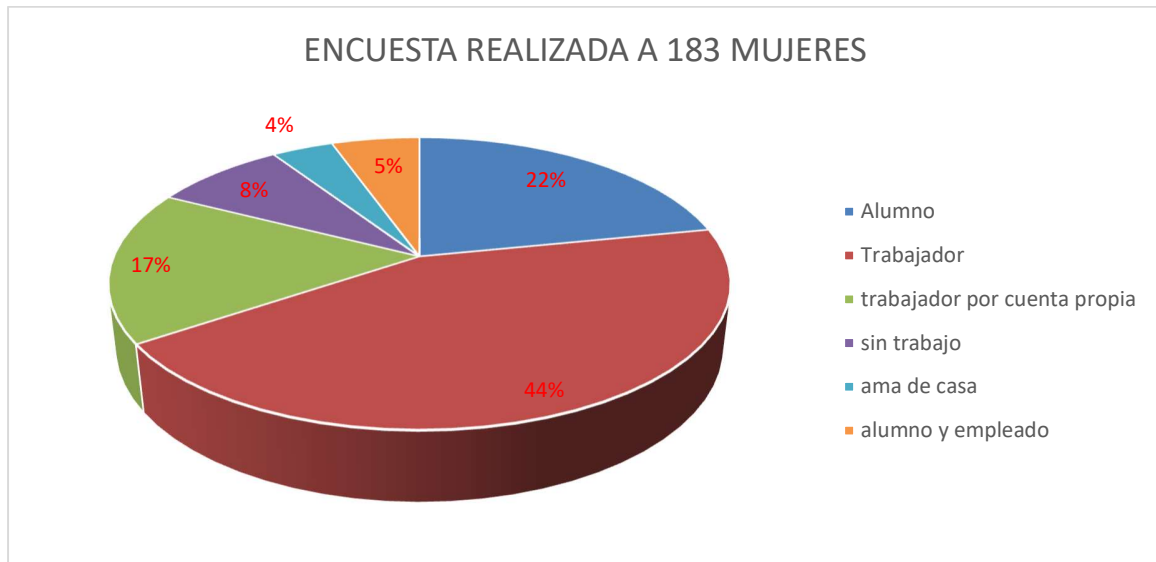
también se dedican a lo mismo y trabajan con prendas para vestir a mujeres, pero para Studio F la competencia directa es Zara, Mango, Armi, Naf Naf, ya que estos tienen cierta similitud en las prendas que distribuye.

### 3. Figuras y tablas

Se llevó a cabo una encuesta para recopilar datos que permitan determinar con qué frecuencia las mujeres en diferentes roles efectúan compras en las tiendas de Studio F. La encuesta incluyó a 183 mujeres; de las cuales, la mayor frecuencia de compras fue observada entre aquellas que solo trabajan, con un total de 80 encuestadas. En contraste, la menor frecuencia fue registrada entre las mujeres que combinan trabajo y estudio, con solo 10 encuestadas.

	Periodicidad	Porcentaje
Alumno	40	0,22564103
Trabajador	80	0,43814433
Trabajador por cuenta propia	31	0,21134021
Sin trabajo	15	0,0257732
Ama de casa	7	0,03092784
Alumno y empleado	10	0,06701031
TOTAL	183	100%

*para obtener el porcentaje se divide el número de mujeres encuestadas por el total*



Podemos concluir entonces que de las 183 mujeres encuestadas las mujeres que trabajan o tienen un empleo son las que mayores prendas compran en los diferentes almacenes y tiendas que tiene la empresa distribuida en todo el país y a su vez las mujeres que se dedican a la casa que no estudian, no tienen empleo y estudian son las que menos realizan compras en las tiendas de Studio F.



### Punto de venta de la marca Studio F



### Elaboración de prendas en talleres de Studio F



## Conclusiones

Nuestra investigación reveló que las mujeres empleadas con un salario fijo y sin otras ocupaciones, generalmente, no se enfocan en el precio al hacer sus compras, ya que este no es un factor crucial; prefieren prendas que les ofrezcan comodidad y al mismo tiempo un estilo moderno y vanguardista.

Studio F utiliza y recicla los restos de tela sobrantes de sus talleres de confección, vendiéndolos y maximizando el uso de los recursos disponibles. Esto implementa la economía circular en su producción final y añade un valor extra.

Gracias a las estrategias de sostenibilidad que emplea Studio F en sus prendas, es posible reciclarlas al final de su ciclo de vida, generando valor adicional a través de la campaña A SECOND CHANCE.

Studio F se encuentra comprometida con la calidad de la materia prima que utiliza en sus prendas de vestir, con el medio ambiente reduciendo el impacto ambiental implementando prendas que utilizan un bajo porcentaje de recursos.

## Referencias

Studio F, citado por (F, 2023)Studio F. *Colecciones*. Cali, Colombia: colecciones Eco estudio.

Sitio Web <https://www.studiof.com.co/coleccion/blue-vital>

Studio F, citado por (S.A, 2022)Studio F. Cali, Colombia: A Second Chance

Sitio Web <https://www.studiof.com.co/reuse>

Parlamento Europeo, citado por (F, 2023)Temas: economia circular: definicion importancia y beneficios.

Sitio web <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20151201STO05603/economia-circular-definicion-importancia-y-beneficios>

SlideShare, citado por (Agudelo, 2013)Studio F: investigación de mercado

Sitio Web <https://es.slideshare.net/slideshow/studio-f/22516406#19>