



TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.

**Estrategia de consumo responsable para la
marca Camila Sarmiento**

Corporación Universitaria Remington.
Facultad de Ciencias Empresariales
Administración de Empresas

Angela Karin Ojeda Gil – Tatiana Esther Humanez Galindo
Tutor: Lina María Villa Henao
Opción de Trabajo de grado Seminario-Diplomado.
2024.

Dedicatoria

Dedico este seminario a mi familia en especial a mi madre Luz María Gil Ramírez que fue y seguirá siendo mi fuente de inspiración, le agradezco a ella el apoyo incondicional que me brindó para finalizar mi proceso profesional. Que Dios nos permita celebrar estos momentos especiales.

Angela Karín Ojeda Gil

Tabla de Contenidos

Resumen.....	4
Marco conceptual y contextual	5
Desarrollo del aprendizaje	6
Tabla 1. Desarrollo e implementación.....	6
Figura 1. Flujo de procesos.....	9
Estrategia.....	9
Nuevos modelos económicos sostenibles aplicados a la industria de la moda.....	9
Conclusiones	10
Referencias.....	13

Resumen

En la búsqueda de soluciones para el consumo responsable de una creciente moda se identifica que cada día hay más personas que invierten en prendas de alta calidad y costo. Sin dejar de lado que cada vez los consumidores son exigentes y rigurosos, tomando iniciativas de querer prendas totalmente amigables con el medio ambiente.

La marca Camila Sarmiento rinde tributo a la simplicidad y la elegancia, con diseños cargados de fluidez, movimiento y color, cuenta con buen prestigio y su sello distintivo. Con el modelo de economía circular se analiza en una reutilización de prendas recolectadas que pueda reducir la necesidad de fabricar nuevas, lo que minimiza el impacto ambiental asociado a la producción textil, alineándose con los principios de sostenibilidad. Al extender el ciclo de vida del producto mediante la reventa, se asegura que cada prenda tenga más de un uso, contribuyendo a la reducción de residuos, una vez utilizados, puedan ser reintroducidos al ciclo productivo, ya sea mediante el reciclaje, la reutilización o el reacondicionamiento.

En este sentido, uno de los impactos más evidentes en las empresas textiles que han adoptado estos modelos es la reducción de sus costos de producción. El uso de materias primas recicladas o reacondicionadas disminuye la necesidad de extraer nuevos recursos, lo que no solo contribuye a reducir la demanda de energía y agua, sino que también mitiga el impacto ambiental asociado a la extracción de materias vírgenes y la contaminación a causa de los residuos sólidos. Este enfoque ha sido destacado por la Ellen MacArthur Foundation, que señala que las empresas que han implementado modelos circulares en la moda pueden reducir sus costos de producción hasta en un 30%, lo cual es una cifra significativa, especialmente cuando se considera el elevado costo ambiental de la producción textil convencional (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

Es una mirada más allá del consumismo de la moda es hacer frente al cuidado del medio ambiente y que las empresas sean más responsables y adopten este modelo de economía circular, el cual representa una alternativa fundamental como respuesta a los grandes desafíos globales de la escasez de recursos y generación considerable de residuos.

Palabras clave: Consumo responsable, modelo de economía circular, sostenibilidad, reutilización de prendas, desafíos globales.

Marco conceptual y contextual

En la tienda de moda Camila Sarmiento, el reto es implementar un modelo sostenible que prolongue la vida útil de las prendas, optimizando el uso de los recursos, minimizando residuos y fomentando un comportamiento de consumo más responsable. Esto se logra a través de una estrategia de economía circular, que incluye la recolección de prendas usadas a cambio de descuentos y la reventa de estas a un precio reducido. La economía circular es un sistema de producción y consumo que implica compartir, reutilizar, reparar, renovar y reciclar los materiales y productos existentes tantas veces como sea posible para crear un ciclo cerrado. En lugar del modelo lineal de “usar y tirar”, se trata de mantener el valor de los productos el mayor tiempo posible.

La reutilización se refiere al proceso mediante el cual las prendas devueltas por los clientes son recolectadas, evaluadas y puestas de nuevo a la venta, asegurando que todavía tienen un valor funcional y estético para nuevos usuarios. Este enfoque reduce la necesidad de producción de nuevas prendas, disminuyendo el impacto ambiental. El ciclo de vida del producto busca extender la vida útil de las prendas al ofrecer un "segundo uso" a las que los clientes ya no desean, lo que implica rediseñar la relación entre la tienda y sus clientes para hacerles parte activa en el ciclo de uso.

La sostenibilidad es la capacidad de satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de futuras generaciones para satisfacer las suyas. La estrategia de recolección de prendas y reventa contribuye a la sostenibilidad al reducir el consumo de recursos naturales y las emisiones relacionadas con la producción de nuevas prendas. El valor percibido del consumidor es el que los consumidores les asignan a los productos usados en buen estado, frente a los nuevos. El sistema de recompensas, como los descuentos, fomenta que los clientes devuelvan las prendas, al tiempo que valoran el acceso a ropa a menor costo y contribuyen a una causa ambiental.

Los incentivos económicos, como el descuento ofrecido al cliente por devolver una prenda en buen estado, actúan como un incentivo que impulsa la participación en el ciclo circular. Esto crea un vínculo beneficioso entre la marca y el cliente, basado en el consumo responsable. La revalorización es otro elemento clave, ya que la estrategia de reventa revaloriza las prendas devueltas, dándoles un nuevo ciclo de vida y asegurando que el valor del material y la mano de obra invertidos en la creación de la prenda no se pierdan.

Desarrollo del aprendizaje

Mejora en procesos productivos para el sector textil.

Tabla 1. Desarrollo e implementación.

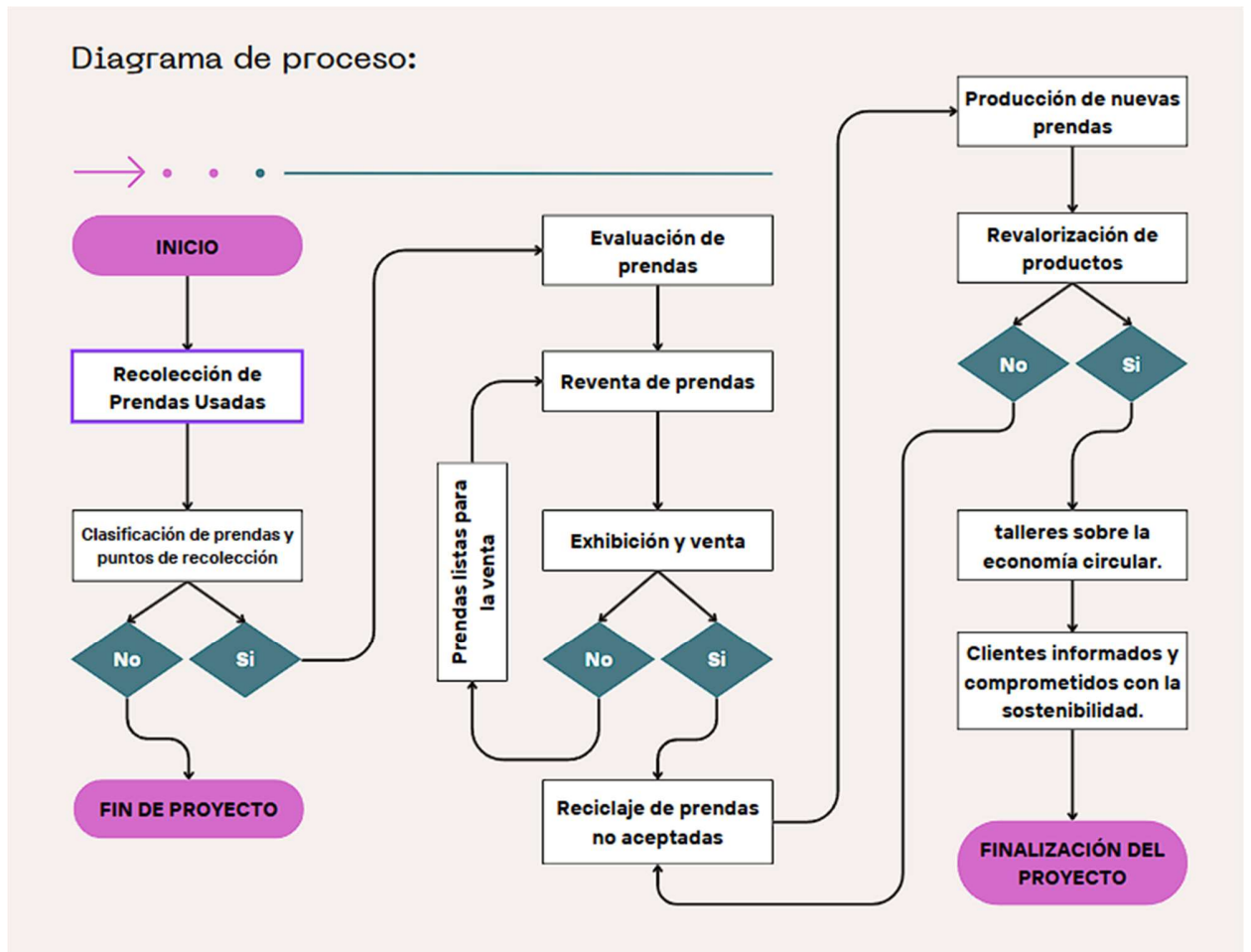
Variable	Descripción Detallada del Proceso	Preparación para Inventario	Elementos para Valor Único	Responsable	Meta Esperada (%)
Recolección de Prendas Usadas	Establecer puntos de recolección en tiendas y organizar eventos trimestrales donde se incentive a los clientes a traer prendas, ofreciendo descuentos adicionales. Se promocionará el programa en redes sociales y en la tienda.	Al recibir las prendas, se registrará cada una en un sistema digital, anotando el estado y tipo de prenda, y se clasificarán en categorías: aptas para reventa, a reciclar y dañadas.	Crear etiquetas que expliquen la historia de la prenda y su impacto ambiental. Ofrecer descuentos adicionales en la próxima compra.	Equipo de Sostenibilidad y Ventas	70% de prendas recolectadas en el primer trimestre
Evaluación de Prendas	Un equipo especializado evaluará el estado de las prendas para determinar si son aptas para la reventa o necesitan reciclaje. Las prendas que no cumplen con los estándares serán separadas para reciclaje, mientras que las que sí lo hacen se prepararán para la reventa.	Documentar el estado de cada prenda en un informe digital para seguimiento y se limpiarán y repararán las prendas aptas.	Incluir un sello o certificación que garantice que la prenda ha pasado por un proceso de evaluación y reparación.	Gerente de Sostenibilidad y Calidad	80% de las prendas evaluadas se consideran aptas para la reventa
Reventa de Prendas	Las prendas aprobadas se exhibirán en una sección dedicada de la tienda y en la tienda online con descripciones detalladas. Se establecerán precios accesibles que reflejen el valor de reventa.	Actualizar el inventario digital con las prendas que están listas para la venta, incluyendo fotos y descripciones. Clasificar las prendas en categorías como "Recién Llegadas", "Outlet", etc.	Agregar una tarjeta que narre la historia de la prenda y el impacto positivo de comprar de segunda mano.	Equipo de Ventas y Marketing	60% de las prendas puestas a la venta en el primer mes
Reciclaje de Prendas No Aceptadas	Las prendas que no se pueden vender se entregarán a empresas de reciclaje. Trabajar con empresas para transformar	Documentar la cantidad de materiales reciclados y su destino final y crear una línea de	Desarrollar nuevos productos utilizando materiales reciclados y resaltar su sostenibilidad en la comercialización.	Gerente de Sostenibilidad	90% de las prendas no aceptadas recicladas adecuadamente

	estos materiales en nuevos productos.	productos de moda hechos con materiales reciclados.			
Proceso de Producción	Utilizar materiales reciclados en la creación de nuevas prendas y rediseñar prendas que minimicen residuos y optimicen el uso de recursos.	Mantener un inventario actualizado de los materiales reciclados utilizados en la producción y un proceso de control de calidad para asegurar que las nuevas prendas cumplan con los estándares.	Incorporar un sello que indique que la prenda fue hecha con materiales reciclados y de manera sostenible.	Equipo de Producción	75% de la producción total utilizando materiales reciclados
Revalorización de Productos	Realizar campañas de marketing que destaquen la sostenibilidad y el impacto positivo de comprar prendas de segunda mano y organizar eventos donde los clientes puedan conocer la historia de las prendas.	Crear un formato de presentación atractivo para las prendas, resaltando su historia y beneficios, y proporcionar información sobre el ciclo de vida de las prendas.	Ofrecer talleres donde se expliquen los beneficios de la economía circular y cómo los consumidores pueden contribuir.	Equipo de Marketing	70% de los clientes informados sobre la iniciativa de revalorización
Reciclaje de Prendas No Aceptadas	<p>Recogida de Prendas Dañadas: Las prendas que no se pueden vender se entregan a empresas de reciclaje.</p> <p>Transformación de Materiales: Trabajar con empresas para transformar estos materiales en nuevos productos.</p>	<p>Registro de Materiales Reciclados: Documentar la cantidad de materiales reciclados y su destino final.</p> <p>Creación de Nuevos Productos: Crear una línea de productos de moda hechos con materiales reciclados.</p>	Nuevos Productos de Moda: Desarrollar nuevos productos utilizando materiales reciclados y resaltar su sostenibilidad en la comercialización.	Gerente de Sostenibilidad	90% de las prendas no aceptadas recicladas adecuadamente
Proceso de Producción	Producción Sostenible: Utilizar materiales reciclados en la creación de nuevas prendas.	Inventario de Materias Primas: Mantener un inventario actualizado de los materiales	Sello Ecológico: Incorporar un sello que indique que la prenda fue hecha con materiales	Equipo de Producción	75% de la producción total utilizando materiales reciclados

		reciclados utilizados en la producción.	reciclados y de manera sostenible.		
	Rediseño de Prendas: Implementar diseños que minimicen residuos y optimicen el uso de recursos.	Control de Calidad: Implementar un proceso de control de calidad para asegurar que las nuevas prendas cumplan con los estándares.			
Revalorización de Productos	Marketing y Promoción: Realizar campañas de marketing que destaquen la sostenibilidad y el impacto positivo de comprar prendas de segunda mano.	Presentación de Productos: Crear un formato de presentación atractivo para las prendas, resaltando su historia y beneficios.	Talleres y Charlas: Ofrecer talleres donde se expliquen los beneficios de la economía circular y cómo los consumidores pueden contribuir.	Equipo de Marketing	70% de los clientes informados sobre la iniciativa de revalorización
	Eventos de Revalorización: Organizar eventos donde los clientes puedan conocer la historia de las prendas y su impacto ambiental.	Material Educativo: Proporcionar información sobre el ciclo de vida de las prendas.			

Nota. Elaboración propia (2024).

Figura 1. Flujo de procesos



Nota. Ilustración y elaboración propia (2024)

Estrategia

Nuevos modelos económicos sostenibles aplicados a la industria de la moda

La industria de moda es una de las industrias más grandes del mundo, y también una de las que más contaminación produce, se dice que es responsable de cerca del 20% de la contaminación del agua, debido los tintes y procesos que se realizan para tratar las telas, pero de entrada ya está causando daños al medio ambiente puesto que la extracción de la materia prima conlleva un costo ambiental significativo; la siembra de algodón, por ejemplo, va de la mano con el uso de pesticidas y fertilizantes perjudiciales para el suelo.

Las nuevas tendencias también conllevan a que esta industria no sea amigable con el medio ambiente ya que todo pasa a ser anticuado rápidamente y que las prendas se desechen o pierdan valor sin embargo en los últimos años se ha venido gestando una mayor conciencia sobre el impacto ambiental que tiene esta industria, por lo que se han venido desarrollando estrategias, modelos más sostenibles que permiten, usar materiales menos contaminantes y fáciles de degradar, más resistentes para extender la vida útil de las prendas.

Hoy encontramos muchas estrategias para que la vida útil de la ropa “vieja” sea más larga, como por ejemplo el modelo de economía circular que buscan extender la vida útil de los productos y que no terminen desechados una vez usados, sino que tengan al menos dos o tres usos más, que los artículos puedan ser reparados, transformados, que sean de mejor calidad y sostenibles todo esto con el objetivo de que no sea necesaria la producción de tanta materia prima, que lo que ya se tiene sirva como base para la producción de nuevos artículos.

Por lo anterior escogimos la estrategia de consumo responsable para la marca de ropa **Camila Sarmiento**, con esto podremos hacer que prendas que son diseñadas en ocasiones para un solo uso puedan ser usadas muchas más veces antes de ser desechadas, además podríamos crear nuevos modelos de negocio y permitir el acceso a la marca a nuevos clientes a la vez que contribuimos a causas ambientales.

La creación de un espacio para la recepción y posterior venta de prendas de ropa ya usadas de nuestra marca, puede ser un plus ya que las grandes tendencias que hoy existen en todo el mundo, están encaminadas en su mayoría a la conciencia ambiental y al bienestar e influyen mucho en los hábitos de compra de las personas por otro lado muchas personas que no podrían normalmente acceder a los productos de la marca lo podrán hacer ya que las prendas estarán un poco por debajo del precio normal aparte de que se explorarían nuevos mercados.

Conclusiones

Finalmente, la estrategia de consumo responsable implementada por la marca Camila Sarmiento, enmarcada en los principios de la economía circular, es un paso hacia la sostenibilidad en la industria de la moda. En una cultura en donde el "usar y tirar" se ha

vuelto la norma, esta propuesta se aleja de ese modelo lineal y abraza un ciclo donde las prendas tienen múltiples vidas. Al fomentar la recolección de ropa usada y ofrecer descuentos a los clientes que participan, Camila Sarmiento no solo promueve un cambio en la mentalidad de consumo, sino que también establece un vínculo emocional con sus clientes, quienes se sienten parte de una causa mayor que beneficia al medio ambiente. Este tipo de iniciativa humaniza a la marca, haciéndola más accesible y relevante en la actualidad.

Un aspecto clave de esta estrategia es la revalorización de las prendas a través de su evaluación y venta como artículos de segunda mano. Este proceso contribuye sin duda alguna a la reducción de residuos textiles, planteando una reflexión sobre el verdadero valor de las prendas que usamos. Cada artículo devuelto y reinsertado en el mercado representa un acto de responsabilidad por parte del consumidor, que ahora se convierte en un agente activo en el ciclo de vida del producto. Esta transformación de la relación entre la marca y el consumidor es fundamental, pues empodera a los clientes al permitirles hacer elecciones más conscientes sobre su consumo y su impacto ambiental.

Además, el enfoque en la reciclabilidad de las prendas que no son aptas para reventa es un componente vital de esta estrategia. Al colaborar con empresas de reciclaje, Camila Sarmiento demuestra su compromiso con la reducción del desperdicio, teniendo en cuenta también la creación de nuevos productos a partir de materiales reciclados. Esto no solo mitiga el impacto ambiental de la producción de moda, sino que también se alinea con las crecientes expectativas de los consumidores sobre la responsabilidad social y ambiental de las marcas. Adicional a esto, la implementación de esta estrategia requiere una reflexión sobre los procesos de producción y venta. La sostenibilidad no es solo una tendencia, sino una necesidad urgente que necesita urgentemente cambios estructurales en la forma en que se producen y consumen las prendas. La marca debe estar dispuesta a adaptarse continuamente a las nuevas exigencias del mercado y a escuchar las necesidades de sus consumidores. Esto implica que los equipos de trabajo deben estar alineados y capacitados para llevar a cabo esta visión de manera efectiva, garantizando que cada paso del proceso esté enfocado en la sostenibilidad y en la creación de un valor real tanto para la marca como para el consumidor.

Finalmente, la estrategia de consumo responsable de Camila Sarmiento es un ejemplo inspirador de cómo las marcas pueden contribuir a un futuro más sostenible y ético en la industria de la moda. Al fomentar la economía circular y promover prácticas de consumo consciente, la marca aborda los problemas ambientales actuales, transformando la experiencia de compra en algo más circular y responsable. Este camino hacia la sostenibilidad es un reto, pero también una oportunidad para que Camila Sarmiento se posicione como un referente en la moda responsable, demostrando que es posible crear un

impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente mientras se construye un negocio exitoso.

Referencias

Foundation, E. M. (2017). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. Ellen MacArthur foundation.

MacArthur, E. (2017). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. Foundation.

Gómez, F. G. (2020). *Economía circular en la industria de la moda: avances y valorización del PET. Análisis de la huella de carbono*. UNIVERSIDAD DE CANTABRIA.

Sánchez, J. A. L. (2022). *ECONOMÍA CIRCULAR, UNA ESTRATEGIA PARA LA COMPETITIVIDAD EN LA MODA EN COLOMBIA*. Universidad Cooperativa de Colombia.

Torres, B. (2023, March 2). *La industria de la moda: la segunda más contaminante del mundo*. UNAM Global - De la comunidad para la comunidad; UNAM Global. https://unamglobal.unam.mx/global_revista/la-industria-de-la-moda-la-segunda-mas-contaminante-del-mundo/

Villalba, E. (2022, October 27). *¿Qué es la economía circular en la moda?* GQ México y Latinoamérica. <https://www.gq.com.mx/moda/articulo/que-es-la-economia-circular-en-la-moda>