

UPCYCLING



Green Trendy

viste verde · viste con estilo



Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

GREEN TRENDY:

VISTE VERDE, VISTE CON ESTILO

MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE Y DISEÑO DE
APLICACIÓN ECO-FRIENDLY: UNA MIRADA A LA
SOSTENIBILIDAD Y EL IMPACTO SOCIAL
POSITIVO

AUTORES

LUISA FERNANDA GONZALEZ VERGARA

MARIA PAULA PADILLA LUNA

NATALIA DE JESUS ROMERO CASTILLO

TOBIAS ALFONSO PARODI CAMAÑO

FACULTAD DE INGENIERIA

PROGRAMA DE INGENIERIA INDUSTRIAL

SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN INNOVARIUM

MONTERÍA

2023





© REVOLUCIONANDO LA MODA: MODELO DE
NEGOCIO SOSTENIBLE Y DISEÑO DE APLICACIÓN
ECO-FRIENDLY

UNA MIRADA A LA SOSTENIBILIDAD Y EL IMPACTO
SOCIAL POSITIVO

Fondo Editorial Universidad de Córdoba

Cra. 6 No. 77-305 Montería Colombia

ISBN: 978-958-5104-70-9

Primera Edición 2023

LUISA F. GONZÁLEZ, NATALIA ROMERO, MARIA P.
PADILLA, TOBIAS A. PARODI

Facultad de ingenierías, Universidad de Córdoba.

Programa de ingeniería industrial.

Diseño, Diagramación: Luisa Fernanda González Vergara

Email: lgonzalezvergara85@correo.unicordoba.edu.co



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-
No Comercial 4.0 Internacional.

PRÓLOGO

En el vertiginoso mundo de los negocios digitales, donde la innovación y la tecnología avanzan a pasos agigantados, una iniciativa deslumbra por su audacia y compromiso con el bienestar del planeta y la sociedad. En estas páginas, nos adentramos en un proyecto visionario que ha sabido fusionar de manera magistral la tecnología con la imprescindible sostenibilidad y el trascendental impacto social.

"Green Trendy" es el nombre de esta apasionante plataforma que va mucho más allá de ser una simple transacción comercial. Aquí late un propósito profundo, una misión de transformar la moda y la industria textil, enfrentando uno de los desafíos ambientales más retadores de nuestra época: la crisis de la contaminación y la huella ecológica que ha dejado la moda rápida, es decir, el daño ambiental y consecuencias negativas que la industria de la moda rápida ha dejado a su paso en términos de agotamiento de recursos y contaminación.

En estas líneas, no solo descubrirás cómo la moda sostenible se eleva como una estrategia clave en el diseño de aplicaciones digitales, conectando a una vibrante comunidad de personas comprometidas con la reducción del impacto ambiental. La compra, venta, transformación y creación de

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

prendas a partir de ropa de segunda mano se convierte en una experiencia transformadora, que no solo redefine la moda, sino que también marca la diferencia brindando oportunidades de trabajo dignas a mujeres vulnerables, trazando un tejido social más fuerte, inclusivo y resiliente.

Este libro es un viaje apasionante hacia un futuro más esperanzador, en el que la moda y la tecnología trabajan conjuntamente para construir un entorno más sostenible, consciente y ético. En un mundo donde la industria textil ha sido señalada como la segunda más contaminante, "Green Trendy" surge como un faro de esperanza, demostrando que la moda puede ser un vehículo para la regeneración del medio ambiente y el bienestar social. Aquí, el compromiso no es solo con las tendencias de la moda, sino con la evolución hacia un futuro más consciente y responsable, donde cada compra y cada prenda creada reflejen el valor de la sostenibilidad y la ética.

Sin embargo, este es solo el viaje inicial hacia lo que está por venir en estas páginas, una invitación a sumergirse en un fascinante universo donde el diseño, la tecnología y la sostenibilidad convergen para forjar una moda más humana, respetuosa con el planeta y con quienes la habitan.

Bienvenidos a una travesía que busca encender la llama de la transformación y desafiar la situación actual en pro de una

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

moda que inspire y trascienda, porque cada elección de moda tiene el poder de hacer del mundo un lugar mejor.

PRESENTACIÓN

Revolucionando la Moda: Modelo de Negocio Sostenible y Diseño de Aplicación Eco-Friendly, es una fascinante travesía que fusiona la moda sostenible y la tecnología en un proyecto innovador y comprometido con el bienestar del planeta y la sociedad. En estas páginas, exploramos un espacio donde la creatividad y la conciencia medioambiental se entrelazan para dar vida a una plataforma pionera.

Este libro es el fruto de una dedicada labor de investigación, colaboración y pasión llevada a cabo por un grupo de amigas apasionadas por la moda sostenible y el impacto social positivo. Cada capítulo revela proyectos únicos que desafían la situación actual de la industria textil, enfrentando valientemente la problemática ambiental y social que rodea la moda.

Más allá de presentar soluciones concretas, este libro invita a reflexionar sobre los retos y oportunidades que emergen en la travesía hacia una moda más sostenible y consciente. Nos inspira a cuestionar la situación actual, a pensar críticamente y a buscar siempre nuevas formas creativas de abordar los problemas de nuestra sociedad.

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

Revolucionando la Moda: Modelo de Negocio Sostenible y Diseño de Aplicación Eco-Friendly, " es una ventana abierta a un futuro más esperanzador, donde la moda y la tecnología colaboran en conjunto para transformar nuestra realidad. Les invito a sumergirse en sus páginas y dejarse inspirar por la innovación, el emprendimiento y el impacto positivo que juntos podemos lograr. ¡Bienvenidos a una revolución de la moda sostenible y consciente, guiada por la creatividad y el compromiso con el mundo que nos rodea!"

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

INDICE

PRÓLOGO	3
PRESENTACIÓN	6
LISTADO DE IMÁGENES	10
LISTADO DE TABLAS	11
AGRADECIMIENTOS	13
ÁREA TEMÁTICA:.....	15
Tipo de modelo de negocio digital:	15
Sector económico:.....	15
RESUMEN	18
1. INTRODUCCIÓN	22
2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	28
3. JUSTIFICACIÓN.....	33
4. DESARROLLO	38
4.1 Resultados	38
4.2 Design Thinking.....	52
4.2.1 Empatizar:.....	52
4.2.2 Definir:.....	54
4.2.3 Idear:.....	54

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

4.3	Modelo Canvas	59
4.4	Buyer Persona	62
4.5	Imagotipo	67
4.6	Pitch/prototipo.....	70
5.	DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	76
6.	BIBLIOGRAFÍA.....	80

LISTADO DE IMÁGENES

Ilustración 1 Estrategia aeiou	52
Ilustración 2 Mapa de empatía.....	53
Ilustración 3 Sistematización.....	56
Ilustración 4 Desarrollo del prototipo.....	57
Ilustración 5 Fase de desarrollo Design Thinking	58
Ilustración 6 Foto de la fase aplicativa.	58
Ilustración 7 Modelo Canvas.....	60
Ilustración 8 Socialización modelo canvas (1).....	61
Ilustración 9 Socialización modelo canvas (2).....	61
Ilustración 10 Buyer persona.....	66
Ilustración 11 Propuesta visual.....	67
Ilustración 12 Paleta de colores	67
Ilustración 13 Imagotipo.....	67
Ilustración 14. Isotipo	68
Ilustración 15 Inicio.....	70
Ilustración 16 Inicio de sesión	70
Ilustración 17 Interfaz inicial.....	71
Ilustración 18 Interfaz de transformación.....	71
Ilustración 19 Perfil del usuario.....	72
Ilustración 20 Perfil del diseñador.....	72
Ilustración 21 Carro de compras.....	73
Ilustración 22 Barra de opciones	73

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

Ilustración 23 Foto del grupo..... 84

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1 Resultados encuesta..... 39

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

**REVOLUCIONANDO LA MODA: MODELO DE
NEGOCIO SOSTENIBLE Y DISEÑO DE
APLICACIÓN ECO-FRIENDLY**

Luisa Fernanda González Vergara

Universidad de Córdoba

lgonzalezvergara@correo.unicordoba.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-0979-5842>

Natalia de Jesús Romero Castillo

Universidad de Córdoba

nromerocastillo@correo.unicordoba.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-2262-6031>

María Paula Padilla Luna

Universidad de Córdoba

mpadillaluna@correo.unicordoba.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-8556-4020>

AGRADECIMIENTOS

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a Dios, quien ha sido nuestra fuente de inspiración y fortaleza a lo largo de este camino emprendedor. También, queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a nuestro director y coautor, Tobías Parodi, quien ha sido un apoyo invaluable a lo largo de este proceso creativo. Su guía experta, dedicación y motivación constante han sido fundamentales para el desarrollo y éxito de nuestra idea de negocio. Nos sentimos afortunadas de contar con su orientación y respaldo en cada etapa del proceso. Su compromiso y entusiasmo han sido inspiradores y nos han animado a superar desafíos y alcanzar nuestros objetivos. De igual forma, agradecemos a todos los empresarios y personas que, de una u otra manera, han contribuido a mejorar nuestra propuesta, compartiendo su experiencia, brindando consejos valiosos y colaborando en nuestro crecimiento. Su generosidad y apoyo han sido fundamentales en nuestro desarrollo.

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

GREEN TRENDY

Viste verde, Vive con estilo

- Universidad de Córdoba
- Facultad de ingeniería
- Ingeniería industrial
- Green Trendy
- Autores: Luisa González, Natalia Romero, María Padilla y Tobías Parodi.
- Director del Trabajo: Tobías Parodi.
- “Trabajo de culminación de semestre de la asignatura de Negocios Digitales de la Universidad de Córdoba como requisito para la aprobación del curso.”
- Montería- Córdoba
- 9 de julio del 2023

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

ÁREA TEMÁTICA:

Tipo de modelo de negocio digital:

- Pago por consumo
- Suscripción
- Freemium/Premium
- Larga cola
- Membresía
- Paga lo que quieras
- Micro pagos
- ¿Otro, cuál?: Modelo de afiliación, Modelo de ingresos por publicidad y modelo de ingresos por alianzas estratégicas.

Sector económico:

- **Primario**
 - Agricultura
 - Ganadería
 - Pesca
 - Explotación de los recursos forestales
 - Minería
- **Secundario**
 - Elaboración de metal y fundición

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

- Producción de automóviles
- Producción textil
- Industria química
- **Fabricación**
- Energía
- Ingeniería

• Terciario

- Transporte
- Distribución
- Turismo
- Entretenimiento
- Finanzas
- Administraciones Públicas
- **Comercio y moda**

• Cuaternario

- **Tecnología de la información**
- Investigación científica
- Cultura
- Educación
- Consultoría

• Quinario

- **Oficiales del gobierno**

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

- Directivos de grandes empresas
- Líderes científicos
- Legisladores
- Directivos de ONG
- Líderes tecnológicos

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

RESUMEN

Este manuscrito analiza la viabilidad de una propuesta innovadora: la creación de una aplicación para la compra y venta de ropa de segunda mano, enfocada en la transformación personalizada de prendas y la participación de mujeres talentosas y vulnerables que deseen incursionar o crecer en la industria de la moda como modistas o diseñadoras. La investigación ha demostrado una creciente demanda en el mercado y cada día, más personas se preocupan por la moda sostenible y buscan alternativas para disminuir la huella ecológica de la industria de la moda. En particular, las generaciones X y Z han mostrado un interés notable en la moda sostenible y en encontrar formas creativas de reutilizar y personalizar prendas existentes. La justificación de este manuscrito radica en la necesidad de abordar el consumo excesivo de moda y fomentar prácticas más sostenibles en el ámbito de la moda. Esta aplicación ofrece la posibilidad de que usuarios puedan vender y comprar prendas de segunda mano en buenas condiciones, así como transformar prendas usadas según sus preferencias y necesidades. Además, al impulsar la participación de mujeres talentosas en la transformación de prendas, promueve la igualdad de oportunidades y apoya a grupos que enfrentan barreras laborales. Los hallazgos respaldan la

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

viabilidad y pertinencia de esta propuesta, revelando un mercado potencial y una demanda creciente, brindando una base sólida para futuros estudios e implementación de la aplicación.

PALABRAS CLAVES

Compra, Venta, Ropa, Transformación, Retazos, Diseñadoras, Vulnerabilidad, Sostenibilidad.

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

ABSTRACT

This manuscript examines the feasibility of an innovative proposal: the creation of an application for the buying and selling of second-hand clothing, focusing on personalized garment transformation and the involvement of talented and vulnerable women who aspire to enter or grow in the fashion industry as dressmakers or fashion designers. Research has shown a growing market demand, with an increasing number of people becoming concerned about sustainable fashion and seeking alternatives to reduce the environmental impact of the fashion industry. In particular, the Z and X generations have displayed a notable interest in sustainable fashion and finding creative ways to reuse and personalize existing garments. The justification for this manuscript lies in the need to address excessive fashion consumption and promote more sustainable practices in the fashion realm. This application offers a solution by allowing individuals to sell and buy second-hand clothing in good condition, as well as transform used garments according to their preferences and needs. Furthermore, by empowering the participation of talented women in garment transformation, it promotes equal opportunities and supports groups facing employment barriers. The findings support the viability and relevance of this proposal, revealing a potential market and growing

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

demand, providing a solid foundation for future studies and implementation of the application.

KEYWORDS

Buy, Sell, Clothing, Transformation, Scraps, Designers, Vulnerability, Sustainability.

1. INTRODUCCIÓN

La industria textil, considerada la segunda más contaminante después del petróleo, enfrenta desafíos significativos que exigen una mayor conciencia por parte de la sociedad. Es imprescindible abordar los impactos ambientales y adoptar enfoques más sostenibles para garantizar un futuro más equilibrado y respetuoso con nuestro entorno. El sector textil y de confecciones forma una red compleja que está presente en todas las etapas, desde la producción de materias primas hasta la disposición final de las prendas. A medida que la población fue alcanzando los 7.400 millones de personas en el año 2015, el consumo textil per cápita ha llegado a cifras alarmantes de 13,1 kg por persona al año. Uno de los aspectos más inquietantes es el consumo excesivo del agua para llevar a cabo los procesos de fabricación textil. Por ejemplo, la industria textil (Gilpavas et al., 2018) demanda una considerable cantidad de agua para llevar a cabo sus procesos productivos, se estima que para producir un kilogramo de productos textiles se requiere de 100 a 200 L de agua. (Cardoso et al., 2016). Además, las aguas residuales consecuentes de este proceso están altamente contaminadas por la existencia de sales inorgánicas, colorantes, surfactantes y diversas sustancias químicas utilizadas.

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

(Buscio et al., 2015). Y para colmo, *El jean*: la prenda más utilizada para vestir en el planeta, utiliza una gran cantidad de litros de agua para su fabricación. Un par de jeans elaborados en algodón con tintes índigos puede necesitar al menos 42 litros de agua para completar su proceso de producción, que incluye: el teñido, el lavado y las etapas finales. Incluso después de su compra, se sigue utilizando un promedio de 21 litros de agua adicional por lavado, lo que evidencia el alto impacto negativo al medio ambiente generado por la industria textil en términos de consumo de agua y generación de aguas residuales altamente contaminantes. (Sánchez & Uribe, 2018)

El crecimiento exponencial de la industria textil en las últimas décadas ha generado altos ingresos para las empresas, pero a costa de un impacto significativo en el medio ambiente. Este sector se ha transformado en uno de los mayores generadores de contaminación a nivel global, superando a industrias como la manufacturera, la energética, la del transporte e incluso la alimentaria. La rápida fabricación de prendas de vestir para satisfacer la demanda de los compradores es una de las cuestiones primordiales. Esto involucra la producción en masa de ropa con materiales de baja calidad, a menudo en condiciones de explotación laboral en países como Bangladesh y China. De esta misma

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

forma, resulta alarmante el efecto negativo de la industria textil en las emisiones de carbono y el fenómeno del cambio climático. La manufactura de prendas de vestir incide significativamente a la generación de emisiones de carbono que contribuyen al aumento de la temperatura global. Desafortunadamente, la industria de la moda es la causante del mayor porcentaje de emisiones de carbono en comparación con otros sectores importantes. (Granados & Chavez, 2021).

Se ha visto que el funcionamiento de la maquinaria utilizada en la producción textil requiere una gran cantidad de electricidad, lo que incrementa las emisiones de gases de efecto invernadero.

El mercado mundial de ropa de segunda mano podría duplicarse hasta 2025 y alcanzar los 77 mil millones de dólares (Gil Niebles, 2023), El reporte Resale 2019 de ThredUp afirma que es la generación Z la que está impulsando el desarrollo de la industria, dado que los individuos pertenecientes a este segmento demográfico están adoptando la moda de segunda mano a una velocidad 2,5 veces superior en comparación con cualquier otro grupo de edad. (Driver, 2019).

Además, estudios y encuestas demuestran un creciente interés por parte de los usuarios en la moda sustentable y en

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

la adquisición de prendas de vestir de segunda mano. Conforme a un análisis llevado a cabo por la compañía ThredUp en 2021, se indica que a nivel mundial, aproximadamente el 64% de las mujeres han comprado prendas de segunda mano en 2021. Asimismo, se espera que este porcentaje siga en aumento a medida que más consumidores adopten prácticas sostenibles en su consumo(*Fashion Resale Market and Trend Report, 2021*).

Si se concibe la industria de la moda como un sistema complejo, en el cual participan diversos agentes con variadas culturas, conductas, motivaciones y metas, será posible incorporar una extensa variedad de enfoques en la solución de desafíos, con el objetivo de estimular transformaciones notables y duraderas con miras a asegurar la evolución de la industria hacia una orientación sostenible tanto desde la perspectiva ética como ambiental. (*Vinlove, 2021*). Nosotros entendemos la magnitud de la problemática y sabemos que se exigen medidas inmediatas de igual impacto con el propósito de atenuar los efectos negativos originados por la industria textil, es necesario reconsiderar nuestra aproximación a la moda y asumir enfoques más sustentables.

En Green Trendy, nos comprometemos a ser agentes de cambio al ofrecer una plataforma novedosa para la adquisición y comercialización de prendas de vestir de

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

segunda mano en excelentes condiciones. Nuestra plataforma tiene como objetivo no solamente extender la duración de uso de las prendas, sino también impulsar la transformación creativa de estas, permitiendo la creación de estilos exclusivos y adaptados a cada persona.

Según la reconocida revista internacional *¡Hola!*, la moda está adquiriendo una mayor conciencia de su impacto ambiental, lo que ha llevado a muchas marcas a adoptar tejidos orgánicos, sostenibles y reciclados para reducir su huella. Este enfoque en la sostenibilidad ha dado origen a tendencias notables, incluyendo el renacimiento de la moda *upcycling*, conocida también como reutilización creativa. Aunque el *upcycling* ha sido una técnica presente a lo largo del tiempo, ahora se ha vuelto prominente, siendo aplaudido incluso en pasarelas de renombre. Marcas como Gabriela Hearst, Balenciaga y Coach han incorporado esta técnica en sus colecciones, utilizando materiales excedentes de temporadas anteriores (SCOFIELD, 2021). El *upcycling* es una forma de moda sostenible que se basa en aprovechar y transformar ropa vieja, tejidos o residuos materiales de la producción industrial en nuevas prendas que aporten un valor único y con estilo, más que el anterior.

Al ofrecer un espacio especializado para modistas y diseñadoras talentosas que deseen brindar sus servicios de

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

transformación y creación de nuevas prendas a partir de retazos de tela desechados, estamos fomentando el crecimiento del movimiento de la moda *Upcycling* que está ganando un creciente reconocimiento en la industria. A esta idea le sumamos otro factor importante: el humano, en el cual valoramos el trabajo artesanal y la creatividad, y creemos en la importancia de dar oportunidades laborales a mujeres talentosas, incluyendo aquellas en situación de vulnerabilidad. No solo nos enfocamos en la moda sostenible, sino también en fomentar la equidad en las oportunidades y disminuir la desigualdad. Nos comprometemos a ofrecer un entorno seguro y empoderado para las mujeres, así como a impulsar la economía circular al reducir la sobreproducción y el desperdicio de recursos. A través de Green Trendy, participamos de manera activa en dos metas esenciales del desarrollo sostenible: la disminución de la desigualdad y el fomento de la producción y el consumo responsables.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En el presente, la industria textil ejerce una influyente influencia positiva en el ámbito social, dado que crea oportunidades de empleo en todas las fases de su producción. Desde aquellos individuos que se dedican a la agricultura de las fibras naturales, hasta aquellos que laboran en su transformación e industrialización, así como los encargados de su venta y comercialización; esta cadena de producción involucra a millones de personas a nivel global, brindando empleo y sustento a numerosas comunidades. En el contexto de la economía colombiana, el sector textil juega un papel destacado, representando aproximadamente un 6% del Producto Interno Bruto (PIB) y aportando aproximadamente un 24% del empleo en la nación. (Banco de la República de Colombia, s.f.).

No obstante, los impactos asociados a esta industria no son todos favorables, principalmente debido a su alta contaminación y consumo significativo de recursos naturales. Durante la etapa de producción, se necesita la obtención de variadas materias primas, tanto de origen natural como sintético, lo que resulta en un considerable gasto de energía y agua, además de la generación de residuos. Adicionalmente, en la fase de distribución, el transporte

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

añade a la ampliación de la huella de carbono, lo cual conlleva implicaciones para el cambio climático. Por otro lado, el tratamiento inapropiado de los desechos sólidos a lo largo de todo el ciclo y, en especial, al culminar la vida útil de los artículos, también constituye un problema de gran relevancia.

En Colombia, la industria textil desempeña un papel crucial en la economía, aportando significativamente a la generación de empleo y al crecimiento del país. Sin embargo, este sector enfrenta retos ambientales que no deben ser ignorados. De acuerdo al artículo "Factores Ambientales del Sector Textil en el Valle de Aburrá", publicado en la revista Ciencia en Desarrollo, la producción textil en la región del Valle de Aburrá presenta importantes impactos ambientales. Según los datos proporcionados en la investigación, el procedimiento de teñido y acabado de textiles es uno de los principales responsables del consumo masivo de recursos hídricos en la región. Se calcula que se emplean aproximadamente de 100 a 150 litros de agua para tratar solo 1 kg de indumentaria textil. Esta elevada demanda hídrica genera preocupantes consecuencias, tales como la contaminación de fuentes de agua locales y la reducción de su disponibilidad para otros propósitos. Además, la generación de residuos tóxicos durante la producción textil

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

es otro aspecto alarmante. Los compuestos químicos empleados en el procedimiento de tintura y acabado, cuando son liberados sin el debido tratamiento, generan contaminación en las aguas residuales, teniendo un impacto negativo en la pureza del agua y en el equilibrio ecológico de los ecosistemas acuáticos. El artículo también destaca que la industria textil en la región del Valle de Aburrá se encuentra ante dificultades en lo que respecta a la gestión de los desechos sólidos. Las grandes cantidades de desechos textiles, muchos de los cuales no son biodegradables, contribuyen al problema de la acumulación de desechos en depósitos y su proceso de descomposición lento, prolongando su impacto negativo en el medio ambiente. Frente a esta realidad, es imperativo implementar estrategias que promuevan la sostenibilidad en el sector textil. La adopción de tecnologías limpias, la optimización de procesos y el uso responsable de recursos naturales son acciones clave con el fin de disminuir el impacto ambiental de la industria textil en la zona. Asimismo, es esencial que las empresas del sector asuman la responsabilidad ambiental, implementando prácticas de gestión de residuos más eficientes y adoptando procesos de producción más sostenibles. La cooperación entre las entidades gubernamentales y las empresas privadas, en conjunto con la concientización de los consumidores, será

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

crucial para impulsar un cambio positivo hacia una industria textil más respetuosa con el entorno. (Vanegas-Ochoa, 2020)

La contaminación generada por la industria textil es un problema global de gran magnitud que afecta a todos los países y regiones del mundo. Conforme al Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) (*Single-Use Plastics*, 2018a), la industria textil contribuye al 20% de la contaminación total del agua a nivel mundial y al 10% de las emisiones globales de carbono, con aproximadamente 8,000 productos químicos sintéticos utilizados en la producción textil (*Pollution prevention and abatement handbook*, 1998, 1999). Además, el banco mundial ratifica que la industria textil contribuye al 20% de la contaminación industrial del agua en todo el mundo. Por otro lado, la Fundación Ellen MacArthur calcula que la industria textil genera cada año alrededor de 1.2 mil millones de toneladas de gases de efecto invernadero..(*Single-Use Plastics*, 2018b)

La fabricación textil demanda considerables volúmenes de agua y energía, así como la utilización de sustancias químicas nocivas en los procesos de teñido y acabado de las prendas. Estos productos químicos, como los colorantes y los productos químicos de acabado, pueden contaminar los cuerpos de agua cercanos a las fábricas textiles, causando

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

daños a los ecosistemas acuáticos y afectando la salud de las comunidades locales. Además, la producción de textiles también genera una gran cantidad de residuos, incluyendo desechos de tela y prendas no vendidas, que a menudo terminan en vertederos o incineradoras, contribuyendo a la contaminación del suelo y del aire.

Otra preocupación relevante es el impacto social que la industria textil genera a nivel global. La producción masiva de prendas a bajo costo ha llevado a la explotación laboral en muchos países, con condiciones de trabajo precarias, salarios bajos y violaciones de los derechos laborales. Además, la demanda de moda rápida ha llevado a un ciclo de consumo desenfrenado, donde las prendas se compran y se desechan rápidamente, generando un enorme desperdicio y agotando los recursos naturales de manera insostenible. Este problema global de contaminación y explotación en la industria textil necesita una respuesta urgente por parte de los gobiernos, las empresas y los consumidores. Es necesario implementar regulaciones más estrictas para controlar las emisiones y los desechos de la industria textil, así como promover prácticas de producción más sostenibles y éticas. (Cuetara & García, 2021)

3. JUSTIFICACIÓN

Green Trendy, está firmemente comprometido a ser parte de la solución, no del problema. La plataforma nace con la convicción de que la moda puede desempeñar un papel positivo en la promoción del cambio y una herramienta poderosa para abordar los desafíos ambientales y sociales que se enfrentan en la actualidad. Es una idea sólida que está alineada con la tendencia ecológica global que se viene presentando en la actualidad y que, sin duda alguna, favorece la economía circular del departamento de Córdoba.

La Sociedad se encuentra ante una crisis global en la que la industria textil juega un papel fundamental. Los impactos negativos en el agua, el suelo y la calidad del aire son evidentes, y es una responsabilidad abordarlos de manera responsable y efectiva. En Green Trendy, se ha trazado una ruta hacia la moda sostenible, donde cada prenda cuenta una historia de transformación y compromiso con el cuidado del planeta.

El consumismo desenfrenado y la producción masiva de prendas han generado un ciclo insostenible que afecta tanto el entorno ambiental como las comunidades más frágiles. Esta plataforma está preparada para romper este ciclo vicioso y establecer un modelo de negocio sustentable, enfocado en

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

el cuidado de los recursos naturales y el bienestar de las personas comprometidas en cada fase de la cadena de valor.

Este enfoque en la moda sustentable va más allá de ser una tendencia o una etiqueta. Es una filosofía que permea cada aspecto de la plataforma, desde la selección cuidadosa de prendas de segunda mano hasta la creación de procesos de transformación que sean amigables con el entorno.

En Green Trendy, la convicción de que la moda puede ser una aliada en la construcción de un futuro más consciente y equitativo se hace evidente. La plataforma representa un llamado a la acción, una invitación a formar parte de la revolución de la moda sostenible y a escribir conjuntamente una nueva historia, donde la belleza se entrelaza con la responsabilidad y la innovación para forjar un mundo mejor.

Es así como la plataforma de moda sostenible surge como esa solución innovadora que aborda estos desafíos de manera integral. Mediante la comercialización y adquisición de prendas de vestir de segunda mano en óptimas condiciones, se fomenta la reutilización de prendas, extendiendo su ciclo de vida útil y reduciendo la necesidad de producción de nuevas prendas. Además, Green Trendy ofrece una sección especializada en la transformación de prendas, donde talentosas modistas y diseñadoras pueden personalizar la ropa según las preferencias individuales de cada cliente. Esta

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

iniciativa es conocida como *Moda Upcycling* y es un movimiento que viene teniendo gran acogimiento en las tendencias globales de la moda, fundamentadas en transformar y aprovechar los residuos textiles para crear prendas de mayor calidad y valor. Esto no solo agrega un valor único a las prendas, sino que también impulsa la creatividad y la innovación en la industria de la moda.

Green Trendy, tiene dentro de su misión, el empoderamiento a mujeres talentosas que se encuentren en condiciones de vulnerabilidad, brindándoles la oportunidad de contar con un espacio donde puedan dar a conocer su pasión, creatividad y conocimiento en la moda sostenible; un entorno inclusivo donde puedan expresar y potencializar sus habilidades creativas e ideales sostenibles en un mismo lugar y encontrar un sustento económico digno haciendo lo que les apasiona.

Esta idea desafía los estereotipos arraigados en la industria, al reconocer la prevalencia de estos estereotipos entre los usuarios. Sin embargo, la moda *Upcycling* y la ropa de segunda mano están ganando reconocimiento por su contribución positiva al medio ambiente y su potencial para crear looks únicos y expresivos, por lo que, se cree firmemente en la misión de Green Trendy, dado que su ejecución en la industria desafiará estos estereotipos al presentar alternativas de moda viables y atractivas. Y,

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

contribuirá a seguir educando y cambiando la percepción negativa de los usuarios sobre los beneficios y la versatilidad de la moda *Upcycling* y de la ropa de segunda mano y ayudará a fomentar la adopción de estas prácticas sostenibles en la industria de la moda.

Además, con firmeza y convicción, se dedica a fomentar la igualdad y la equidad de género en el contexto de la moda. Al unirse a la plataforma, los consumidores se convierten en agentes del cambio, contribuyendo activamente a la reducción de la desigualdad y al fomento del consumo responsable, dándole así cumplimiento de tres Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS) (10. Reducción de la desigualdad, 12. Producción y consumo responsables, 5. Igualdad de género). Impulsa una visión audaz de una economía circular y sustentable, en la cual la moda se convierte en un agente transformador y positivo para el cambio social y medioambiental. La plataforma es un espacio de encuentro y crecimiento para emprendedores, modistas y amantes de la moda, que encuentran en Green Trendy una comunidad comprometida con la transformación del panorama textil y la preservación del planeta para las futuras generaciones.

Con pasión y determinación, se seguirá forjando alianzas estratégicas con mujeres emprendedoras, promoviendo su

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

autonomía y su capacidad de liderazgo en un sector históricamente dominado por roles preestablecidos. A través de este compromiso con la moda sostenible, se crea una cadena de valor que impacta positivamente en la vida de las colaboradoras y de los clientes. Green Trendy no solamente es una plataforma de adquisición y comercialización de prendas de segunda mano, sino que también representa una transformación fundamental en la industria, en la cual la moda se vuelve un medio para transformar realidades y construir un futuro más prometedor y consciente. Es de orgullo el saber que cada compra y cada transformación de prenda contribuyen a un mundo más equitativo y sostenible.

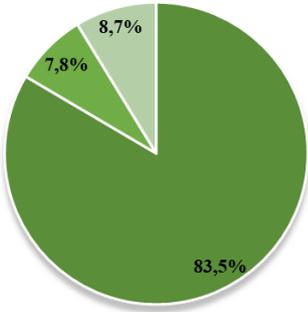
4. DESARROLLO

4.1 Resultados

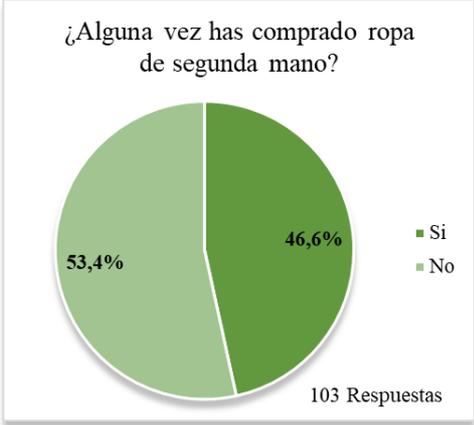
Se realizó un sondeo (encuesta) con una muestra de 103 individuos representativos, buscando un mayor entendimiento del mercado y las necesidades asociadas a nuestro negocio. Los resultados obtenidos nos proporcionan información valiosa acerca de las preferencias, actitudes y conductas de los consumidores con respecto a las prendas de segunda mano. Con este análisis en mano, podemos desarrollar una estrategia de negocio que se ajuste a las necesidades y expectativas del mercado objetivo, garantizando así una oferta atractiva y alineada con las demandas de nuestros clientes potenciales. Estamos entusiasmados por utilizar estos datos con el propósito de generar una experiencia de compra inigualable y satisfactoria para nuestros clientes, y para posicionarnos como líderes en el mercado de la moda sustentable y la comercialización de prendas de segunda mano.

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

Tabla 1 Resultados encuesta

Pregunta	Respuestas								
1. ¿A qué generación perteneces?	<div data-bbox="462 361 1060 755"><p>¿A que generación perteneces?</p><table border="1"><thead><tr><th>Generación</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>Generación Z (1994-2010)</td><td>83,5%</td></tr><tr><td>Millenials (1981-1993)</td><td>7,8%</td></tr><tr><td>Generación x (1969-1980)</td><td>8,7%</td></tr></tbody></table><p>103 Respuestas</p></div> <p>Los resultados de la encuesta revelan una sólida oportunidad de mercado para nuestro negocio. La Generación Z se destaca como un segmento altamente comprometido con prácticas sostenibles, mostrando un notable 83.5% de interés en adoptar estas iniciativas. Esta tendencia es especialmente alentadora, ya que representa un grupo de consumidores jóvenes con una conciencia ambiental cada vez más arraigada. Por otro lado, la Generación X también muestra un interés del 8.7%, lo que demuestra que incluso entre segmentos de mayor edad, existe una inclinación positiva hacia la adopción de prácticas más sostenibles en la moda.</p>	Generación	Porcentaje	Generación Z (1994-2010)	83,5%	Millenials (1981-1993)	7,8%	Generación x (1969-1980)	8,7%
Generación	Porcentaje								
Generación Z (1994-2010)	83,5%								
Millenials (1981-1993)	7,8%								
Generación x (1969-1980)	8,7%								

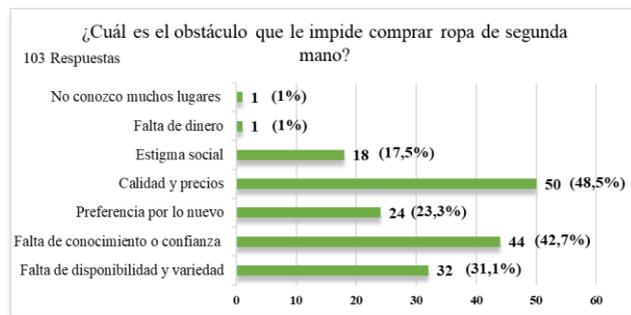
Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

	<p>Estos hallazgos nos brindan una valiosa guía para enfocar nuestros esfuerzos de comercialización y comunicación hacia estos grupos clave, asegurando así un mayor alcance y relevancia en el mercado objetivo. Con esta información, estamos preparados para posicionar nuestra propuesta de negocio de manera efectiva y construir una base de clientes comprometidos y leales.</p>						
<p>2. ¿Alguna vez has comprado ropa de segunda mano?</p>	<div data-bbox="523 668 997 1093"><p>¿Alguna vez has comprado ropa de segunda mano?</p><table border="1"><thead><tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>Si</td><td>46,6%</td></tr><tr><td>No</td><td>53,4%</td></tr></tbody></table><p>103 Respuestas</p></div> <p>Estos resultados indican que hay un segmento considerable de individuos que han decidido adquirir vestimenta de segunda mano, lo cual se convierte en una oportunidad en el mercado. Sin embargo, también es importante tener en cuenta que más de la mitad de los encuestados aún no ha incursionado en esta práctica. Este análisis sugiere</p>	Respuesta	Porcentaje	Si	46,6%	No	53,4%
Respuesta	Porcentaje						
Si	46,6%						
No	53,4%						

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

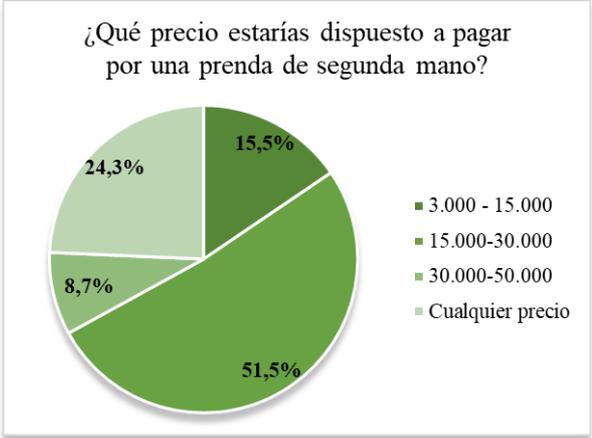
que, aunque hay un grupo considerable de consumidores que ya han adoptado la adquisición de indumentaria de segunda mano, todavía persiste un potencial para captar a aquellos que no han incursionado en esta opción. Es esencial comprender los elementos que afectan la elección de no adquirir prendas de segunda mano y abordarlos para fomentar la implicación de una mayor cantidad de individuos en esta clase de consumo sustentable.

3. ¿Cuál es el obstáculo que le impide comprar ropa de segunda mano?



Estos hallazgos demuestran que existen diferentes obstáculos que afectan la decisión de los consumidores al momento de adquirir prendas de vestir de segunda mano. Estos obstáculos van desde aspectos relacionados con la oferta y la variedad de prendas, hasta factores como la confianza, la preferencia por lo nuevo, la calidad,

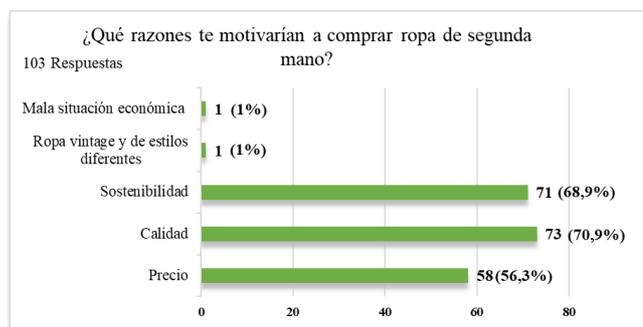
Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

	<p>los precios y el estigma social. Al abordar y superar estos obstáculos a través de estrategias como la diversificación de la oferta, la educación y la promoción de la calidad y los precios competitivos, es posible aumentar la aceptación y participación de los compradores en la adquisición de vestimenta de segunda mano.</p>										
<p>4. ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por una prenda de segunda mano?</p>	<p>¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por una prenda de segunda mano?</p>  <table border="1"><thead><tr><th>Rango de Precio</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>3.000 - 15.000</td><td>15,5%</td></tr><tr><td>15.000-30.000</td><td>51,5%</td></tr><tr><td>30.000-50.000</td><td>24,3%</td></tr><tr><td>Cualquier precio</td><td>8,7%</td></tr></tbody></table> <p>Estos resultados ponen de manifiesto que la mayoría de los encuestados tiene un rango de precios específico en mente al contemplar adquirir ropa de segunda mano, con un enfoque en el rango de 15.000 a 30.000 pesos. Sin embargo, también existe un grupo significativo que está abierto a diferentes rangos de precios e incluso está dispuesto a pagar cualquier precio por una prenda</p>	Rango de Precio	Porcentaje	3.000 - 15.000	15,5%	15.000-30.000	51,5%	30.000-50.000	24,3%	Cualquier precio	8,7%
Rango de Precio	Porcentaje										
3.000 - 15.000	15,5%										
15.000-30.000	51,5%										
30.000-50.000	24,3%										
Cualquier precio	8,7%										

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

de segunda mano. Estos resultados resaltan la importancia de ofrecer opciones de precio diversificadas en la plataforma, desde prendas más asequibles hasta artículos de mayor valor, para satisfacer las diferentes preferencias y presupuestos de los consumidores.

5. ¿Qué razones te motivarían a comprar ropa de segunda mano?



Estos resultados revelan que el precio, la calidad y la sostenibilidad son las principales razones que motivarían a la mayoría de los encuestados a comprar ropa de segunda mano. Sin embargo, también se observa que hay otros factores, como el interés por la moda vintage o estilos diferentes, así como circunstancias económicas personales, que afectan en la elección de adquirir un producto de un menor porcentaje de los encuestados. Los resultados destacan la importancia de comunicar los beneficios económicos, de calidad y

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

	<p>sostenibilidad de la adquisición de ropa de segunda mano con el fin de atraer y satisfacer las demandas de los compradores.</p>						
<p>6. ¿Estarías dispuesta adquirir ropa de segunda mano?</p>	<p>¿Estarías dispuesta adquirir ropa de segunda mano?</p>  <table border="1"><thead><tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>Si</td><td>94,2%</td></tr><tr><td>No</td><td>5,8%</td></tr></tbody></table> <p>103 Respuestas</p> <p>Los resultados de la encuesta son altamente alentadores y respaldan la viabilidad de nuestro negocio de comercialización de prendas de vestir de segunda mano. El considerable porcentaje de participantes dispuestos adquirir este tipo de prendas es un indicador sólido de la demanda existente en el mercado. Esta respuesta positiva demuestra un genuino interés en nuestra propuesta</p>	Respuesta	Porcentaje	Si	94,2%	No	5,8%
Respuesta	Porcentaje						
Si	94,2%						
No	5,8%						

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

de negocio y valida la relevancia de Green Trendy en el contexto actual.

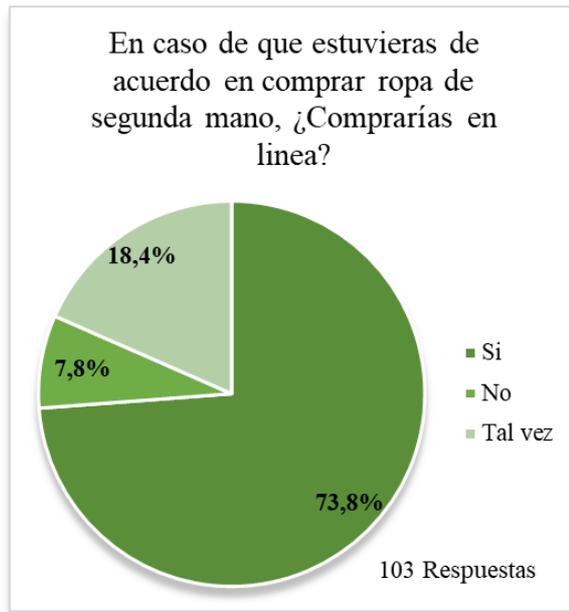
Este hallazgo nos ofrece una oportunidad excepcional para capitalizar la creciente preferencia por prácticas sostenibles y conscientes del impacto ambiental. Con una demanda establecida y un público receptivo, debemos enfocarnos en desarrollar estrategias efectivas de comercialización y comunicación. Esto implica comunicar claramente los valores y beneficios de nuestra plataforma, destacando su impacto social y ambiental positivo. Además, debemos crear una experiencia de usuario atractiva y amigable, facilitando la adquisición de prendas de segunda mano y generando confianza en nuestros clientes.

El análisis de la encuesta también nos proporciona información valiosa sobre las preferencias y necesidades de nuestros potenciales consumidores.

Al comprender mejor sus motivaciones de compra y sus expectativas, podremos ajustar nuestro catálogo y oferta para satisfacer sus demandas de manera efectiva. Esta adaptación constante nos permitirá mantenernos relevantes en un mercado en constante evolución.

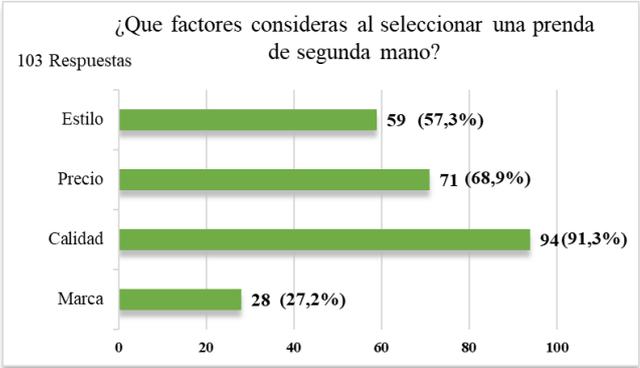
Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

7. En caso de que estuvieras de acuerdo en comprar ropa de segunda mano, ¿Compraría en línea?



Estos resultados reflejan una tendencia clara hacia la compra en línea de prendas de segunda mano. El alto porcentaje de encuestados dispuestos a comprar en línea demuestra la creciente aceptación y confianza en los canales de venta en línea, así como la conveniencia que ofrece este método de adquisición. La comodidad de poder explorar y comprar prendas desde la comodidad del hogar, así como la oportunidad de acceder a una diversidad extensa de artículos, pueden ser factores clave que impulsan esta preferencia. Es importante destacar que, aunque el porcentaje de aquellos que

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

	<p>respondieron "tal vez" o "no" es menor, aún representan una parte significativa de los encuestados. Esto sugiere la importancia de proporcionar alternativas de compra, como tiendas físicas o eventos de venta, para captar a estos segmentos del mercado que aún no están completamente convencidos de la compra en línea. En general, estos resultados respaldan la viabilidad de establecer una plataforma en línea para la comercialización de ropa de segunda mano.</p>															
<p>8. ¿Qué factores consideras al seleccionar una prenda de segunda mano?</p>	 <table border="1"><caption>¿Que factores consideras al seleccionar una prenda de segunda mano?</caption><thead><tr><th>Factor</th><th>Número de Respuestas</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>Estilo</td><td>59</td><td>57,3%</td></tr><tr><td>Precio</td><td>71</td><td>68,9%</td></tr><tr><td>Calidad</td><td>94</td><td>91,3%</td></tr><tr><td>Marca</td><td>28</td><td>27,2%</td></tr></tbody></table> <p>Los resultados de la encuesta proporcionan información valiosa sobre los factores determinantes en la elección de indumentaria de segunda mano por parte del consumidor. Calidad, precio, estilo y, en menor medida, la marca, emergen como elementos clave que influyen sus</p>	Factor	Número de Respuestas	Porcentaje	Estilo	59	57,3%	Precio	71	68,9%	Calidad	94	91,3%	Marca	28	27,2%
Factor	Número de Respuestas	Porcentaje														
Estilo	59	57,3%														
Precio	71	68,9%														
Calidad	94	91,3%														
Marca	28	27,2%														

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

decisiones de compra. Al comprender estas preferencias y necesidades, podemos desarrollar una estrategia de negocio sólida y efectiva para Green Trendy.

La calidad es un aspecto fundamental para nuestros consumidores, quienes buscan prendas duraderas y en buen estado. Por lo tanto, debemos enfocarnos en ofrecer productos de alta calidad y realizar rigurosos procesos de selección para garantizar la satisfacción del cliente. A su vez, el precio es un factor relevante, por lo que debemos mantener una política de precios atractivos y competitivos para atraer a un público más amplio.

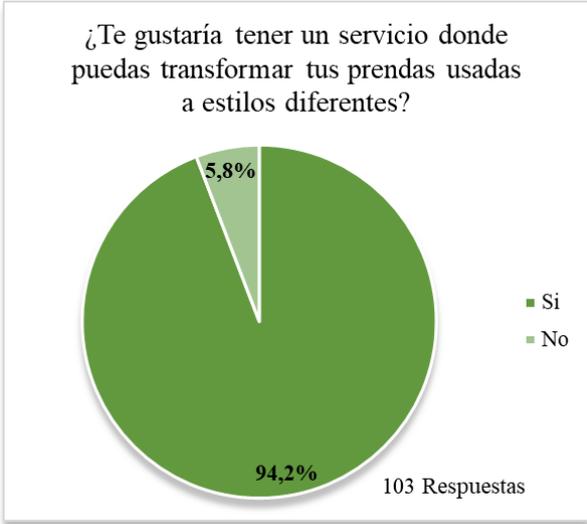
El estilo también se posiciona como una consideración esencial en la elección de prendas. Nuestra plataforma debe ofrecer una amplia variedad de estilos y tendencias para abarcar diferentes gustos y preferencias. Asimismo, debemos estar atentos a las últimas tendencias y adaptar nuestro catálogo en consecuencia.

Aunque la marca tiene un papel menos destacado, aún es relevante para algunos consumidores. Por lo tanto, es esencial construir una marca sólida y confiable que refleje nuestros valores y propósito,

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

	generando confianza y lealtad entre nuestros clientes.										
9. ¿Cuál es tu canal preferido para adquirir ropa de segunda mano?	 <p>¿Cuál es tu canal preferido para adquirir ropa de segunda mano?</p> <table border="1"><thead><tr><th>Canal</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>Tiendas físicas</td><td>38,8%</td></tr><tr><td>Tiendas en línea</td><td>48,5%</td></tr><tr><td>Mercado de pulgas</td><td>3,9%</td></tr><tr><td>Aplicaciones móviles</td><td>8,7%</td></tr></tbody></table> <p>103 Respuestas</p> <p>Estos resultados indican que gran parte de las personas encuestadas valoran la comodidad y la accesibilidad que ofrecen las plataformas de comercio electrónico, donde pueden explorar y realizar compras desde la comodidad de sus hogares como también identificamos que todavía existe una demanda significativa de experiencias de compra tradicionales, donde los consumidores pueden examinar y probar las prendas antes de realizar la compra. De igual manera vimos que aun hay un creciente interés en el uso de aplicaciones específicas para comprar ropa de segunda mano, lo</p>	Canal	Porcentaje	Tiendas físicas	38,8%	Tiendas en línea	48,5%	Mercado de pulgas	3,9%	Aplicaciones móviles	8,7%
Canal	Porcentaje										
Tiendas físicas	38,8%										
Tiendas en línea	48,5%										
Mercado de pulgas	3,9%										
Aplicaciones móviles	8,7%										

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

	<p>cual puede proporcionar una experiencia más centrada y personalizada a los consumidores. Asimismo, esta encuesta proporciona información valiosa para los empresarios y emprendedores interesados en ingresar al mercado de prendas de segunda mano, pues le permite identificar los canales más populares y adaptar sus estrategias de comercialización y distribución en consecuencia.</p>
<p>10. ¿Te gustaría tener un servicio donde puedas transformar tus prendas usadas a estilos diferentes?</p>	 <p>Este resultado sugiere que los consumidores valoran la versatilidad y la posibilidad de personalización que ofrece la transformación de prendas usadas. Además, también puede ser interpretado como un indicativo de que los</p>

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

	<p>encuestados desean prolongar la vida útil de sus prendas, evitando desecharlas y contribuyendo así a una mentalidad más sostenible.</p> <p>Esta información es relevante para la empresa, ya que destaca la importancia de ofrecer servicios de transformación de prendas usadas como parte de su propuesta de valor. Esto puede incluir opciones como modificaciones de diseño, ajustes de tamaño, añadir detalles o incluso la creación de prendas completamente nuevas a partir de materiales reciclados.</p> <p>La respuesta positiva de la gran mayoría de los encuestados respalda la viabilidad y el potencial éxito de un servicio de transformación de prendas usadas, lo cual puede representar una oportunidad interesante para captar la atención y satisfacer las necesidades de los consumidores.</p>
--	--

4.2 Design Thinking

4.2.1 Empatizar:

Estrategia a e i o u



Ilustración 1 Estrategia aeio u

Mapa de Empatía

Pasado-Decir

- El impacto de la pandemia en la forma en que la gente consume y compra ropa, lo que ha llevado a un aumento en la compra y venta en línea de ropa de segunda mano
- Han tenido dificultades para encontrar ropa de segunda mano de calidad.
- Han tenido malas experiencias en tiendas de segunda mano con ropa de mala calidad o en mal estado.

- Compran y venden ropa de segunda mano en tiendas físicas y en línea.
- Intercambian ropa de segunda mano con amigos y familiares.
- Algunos consumidores están empezando a reutilizar y reciclar su propia ropa.

Hacer-Presente

Futuro-Pensar

- Los clientes se involucran más en el cuidado del medio ambiente y la moda sostenible, y adoptan hábitos de consumo más conscientes.
- La empresa contribuye a crear un futuro más sostenible, y se convierte en un modelo a seguir para otras empresas del sector textil.

- Positivo: satisfechos al encontrar una prenda única y de calidad a un precio accesible, contentos de contribuir al medio ambiente.
- Negativo: frustrados por no encontrar ropa de segunda mano en su talla o estilo preferido, desconfiados de la calidad de las prendas y preocupados por el impacto ambiental de la producción de ropa nueva.

Sentir

Ilustración 2 Mapa de empatía

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

4.2.2 Definir:

Diseño de la pregunta

¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrentan las personas al considerar la compra de prendas de segunda mano, y cómo podríamos abordarlos de manera efectiva en el departamento de Córdoba?

4.2.3 Idear:

1. Establecer una tienda en línea donde se pueda adquirir y comercializar prendas de segunda mano.
2. Asociarse con tiendas de ropa local para crear un espacio en sus tiendas para vender ropa de segunda mano.
3. Ofrecer servicios de recolección y entrega de ropa de segunda mano para hacerlo más accesible.
4. Organizar eventos de intercambio de prendas de segunda mano en diferentes puntos de la ciudad.
5. Realizar una campaña publicitaria en la que se muestren las historias detrás de las prendas de ropa de segunda mano.
6. Establecer una tienda móvil de prendas de segunda mano que pueda moverse por la ciudad.

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

7. Establecer un programa de lealtad para los clientes que compran regularmente prendas de segunda mano.
8. Ofrecer descuentos por la adquisición de prendas de ropa de segunda mano a aquellos que donen su ropa vieja para la venta.
9. Realizar colaboraciones con diseñadores locales para crear piezas únicas con ropa de segunda mano.
10. Crear una plataforma en línea para intercambiar prendas de segunda mano con personas de diversas partes del mundo.
11. Ofrecer servicios de reparación de ropa de segunda mano para prolongar su vida útil.
12. Crear un espacio físico en la tienda donde se pueda personalizar y customizar las prendas de segunda mano.

Sistematización



Ilustración 3 Sistematización

La propuesta implica crear una plataforma de comercialización de prendas de vestir de segunda mano que ofrezca a las personas la opción de vender su ropa usada en condiciones sobresalientes. Esta aplicación ofrecerá diversas opciones de personalización para las prendas, permitiendo a los clientes elegir cómo desean adaptarlas a sus necesidades y preferencias. Además, esta plataforma promoverá la donación de prendas, generando empleo para mujeres en

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

situación de vulnerabilidad y contribuyendo así a reducir la desigualdad. Al fomentar la producción y el consumo responsable a través de la reutilización de prendas y la creación consciente de nuevas piezas, la aplicación estará comprometida con la sostenibilidad ambiental. Asimismo, la plataforma implementará un sistema de verificación de calidad para asegurar a los compradores que están adquiriendo ropa de alta calidad. Con el fin de agilizar el proceso de adquisición y venta de prendas de segunda mano, la aplicación proporcionará una variedad de alternativas para pagos y envíos.

Prototipar:



Ilustración 4 Desarrollo del prototipo

(Evidencias)

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

Ilustración 5 Fase de desarrollo Design Thinking



Ilustración 6 Foto de la fase aplicativa.

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

4.3 Modelo Canvas

La siguiente presentación muestra los resultados obtenidos a través del Modelo Canvas, una efectiva herramienta de planificación estratégica que hemos implementado en la elaboración de nuestro proyecto. El Modelo Canvas nos ha permitido visualizar de manera integral los componentes clave de nuestro modelo de negocio, ofreciendo una perspectiva holística y facilitando la comprensión de cómo cada pieza se encaja en el rompecabezas empresarial.

Gracias al Modelo Canvas, hemos logrado delinear una visión clara de nuestro modelo de negocio, descubriendo oportunidades para la innovación y potenciales áreas de mejora. A continuación, presentamos los hallazgos más significativos obtenidos mediante esta valiosa herramienta de gestión estratégica.

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible



Ilustración 7 Modelo Canvas

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

(Evidencias)



Ilustración 8 Socialización modelo canvas (1)



Ilustración 9 Socialización modelo canvas (2)

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

4.4 Buyer Persona

El Buyer Persona es una herramienta esencial que permite comprender a profundidad a los clientes potenciales en el ámbito del proyecto de moda sostenible y la aplicación eco-friendly.

El perfil del cliente ideal de Green Trendy, incluye tres grupos de interés: compradores, vendedores y las talentosas transformadoras de prendas (modistas y diseñadoras). Estos segmentos abarcan una amplia gama de edades, comprendida desde los 18 a los 45 años. Estos rangos de edad abren la oportunidad tanto para mujeres como para hombres, lo que brinda una base demográfica sólida y diversa. Sin embargo, es importante destacar que, en la sección de transformación de prendas, la cual es uno de los pilares de la plataforma, está liderada exclusivamente por mujeres en condiciones de vulnerabilidad y con conocimientos en diseño, creatividad y moda, adquiridos mediante formación académica o práctica. Esto último, con el objetivo de valorar el trabajo artesanal y la creatividad sostenible por encima de la formación académica que posean las candidatas, garantizando así la calidad y la alineación con los objetivos ambientales y sociales de Green Trendy. La operación de Green Trendy se centra en el departamento de Córdoba,

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

Colombia, lo que permite una conexión directa con la comunidad local y la oportunidad de poder contribuir a la promoción de la economía circular de la región.

Estos grupos comparten una serie de inquietudes, temores, desafíos, aspiraciones, necesidades y anhelos en relación con la moda y la sostenibilidad, que se convierten en aspectos relevantes a la hora de conocerlos y de generar estrategias de atracción y retención de clientes.

Entre sus miedos y frustraciones, existe una preocupación constante por su contribución al impacto negativo en el medio ambiente mediante sus decisiones de consumo. Se sienten limitados por la falta de opciones de moda sostenible que se adapten a sus estilos y presupuestos, y anhelan tanto el conocimiento como la creatividad necesarios para transformar sus prendas usadas en piezas totalmente distintas con las que sientan más identificados y cómodos con su cuerpo y estilo. Además, las mujeres en situaciones de vulnerabilidad a menudo luchan por encontrar oportunidades laborales en el campo de la moda en el departamento de Córdoba, lo que agrega otro desafío adicional a sus problemas diarios.

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

Sin embargo, estos tres grupos están decididos a cumplir sus deseos, necesidades y anhelos. Buscan prendas de moda sostenible que reflejen su estilo personal y sus valores éticos, a la misma vez que, buscan plataformas confiables que ofrezcan opciones de ropa de segunda mano en excelente estado y que se adecuen a su presupuesto y estilo personal. Sueñan con transformar sus prendas personales en nuevos estilos que les representen sin incurrir en gastos excesivos y sin ser señaladas por estereotipos de la sociedad. En cuanto a las diseñadoras y modistas anhelan ser parte de una comunidad que comparta sus valores de sostenibilidad y que respalde a mujeres talentosas que enfrentan dificultades laborales y aspiran a contribuir de manera significativa a un impacto positivo tanto en el medio ambiente como en la vida de otras personas de la región.

Actualmente, estos grupos trabajan en la compra y venta de ropa de segunda mano mediante sus redes sociales, asegurándose de que esté en buenas condiciones y alineada con las tendencias actuales, todo a precios asequibles. Por otro lado, las talentosas diseñadoras utilizan su creatividad y habilidades en la creación de moda sostenible con sus prendas personales, debido a que existen ciertos estereotipos sociales o falta de canales de apoyo que las cohiben a exhibir sus creaciones u ofrecer sus servicios a otras personas.

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

Por eso, se ha creado Green Trendy para ayudar a estos grupos a cumplir sus deseos, necesidades y anhelos. No solo busca ser un espacio donde la moda sostenible y la creatividad se entrelacen de manera armoniosa, sino también un canal seguro y confiable para que sus usuarios puedan dar a conocer sus iniciativas sostenibles al departamento de Córdoba.

Esta valiosa información guía para ofrecer soluciones adaptadas a sus expectativas y así crear una experiencia significativa y satisfactoria. Con el Buyer Persona como guía, se pueden trazar estrategias efectivas que impacten positivamente tanto en el medio ambiente como en la sociedad, impulsando una auténtica revolución en la industria de la moda.

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

Luisa Fernanda González Vergara- María Paula Padilla Luna - Natalia Romero Castillo

Buyer Persona



Demográficos y geográficos

Edad

18 - 45 años

Sexo

Mujeres y hombre, con excepción de la sección de transformación de prendas, que estará limitada a mujeres con conocimientos sobre moda, creativas.

Ocupación

En la sección de transformación, mujeres con conocimientos sobre moda y diseño, ya sea a través de formación académica o experiencia práctica.

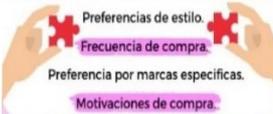
Departamento

Córdoba

País

Colombia

¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?

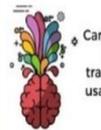


Miedos, frustraciones y ansiedades



Preocupación por contribuir al impacto negativo en el medio ambiente a través de sus decisiones de consumo.

Falta de opciones de moda sostenible que se ajusten a su estilo y presupuesto.



Carecer de conocimiento y creatividad para transformar sus prendas usadas en otras con más estilo.

No encontrar oportunidades laborales en el ámbito de la moda, especialmente si son mujeres vulnerables



Deseos, necesidades, anhelos y sueños



Encontrar prendas de moda sostenible que reflejen su estilo personal y valores éticos.

Una plataforma confiable que ofrezca opciones de ropa de segunda mano en buen estado y prendas personalizadas.



Transformar sus prendas en nuevos estilos que los representen a bajo costo.

Ser parte de una comunidad que comparta sus valores de sostenibilidad y apoye a mujeres talentosas con dificultades laborales.



Contribuir a un impacto positivo en el medio ambiente y en la vida de otras personas a través de sus elecciones de moda.

Frases que mejor describen sus experiencias

"Deseo encontrar una plataforma confiable donde pueda vender y comprar ropa usada, mientras contribuyo al cuidado del medio ambiente"

"Es frustrante no encontrar quien personalice mis prendas y que reflejen mi estilo personal"



"Sueño con poder renovar mi closet con prendas únicas y con estilo, sin gastar demasiado dinero"

"Busco una plataforma que apoye a la mujer y brinde oportunidades laborales a mujeres talentosas en la moda sostenible"

¿Qué están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?

- 1 Compran y venden ropa de segunda mano, en buen estado y con estilo a precios asequibles.
- 2 Las diseñadoras utilizan su talento y creatividad en la creación de moda sostenible.
- 3 Es importante porque contribuyen al cuidado del medio ambiente al optar por prácticas sostenibles.

¿Cómo alcanzan esas metas hoy?

Compran y venden en tiendas de segunda mano o marketplaces.

Transforman sus prendas usadas en otros estilos.

Investigan marcas sostenibles y participan en comunidades en línea.



¿Hay alguna barrera en su camino?

La disponibilidad de prendas que se ajusten a su estilo.

La dificultad para encontrar oportunidades laborales en el ámbito de la moda sostenible.

La falta de personalización.



Ilustración 10 Buyer persona

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

4.5 Imagotipo



Ilustración 11 Propuesta visual



Ilustración 12 Paleta de colores



Ilustración 13 Imagotipo

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

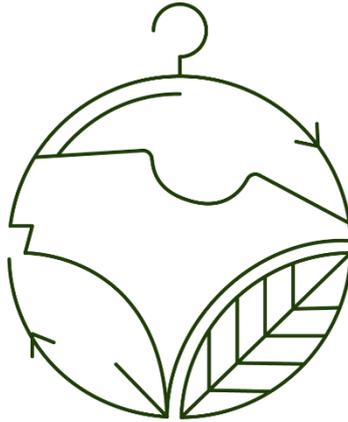


Ilustración 14. Isotipo

El diseño del imagotipo de Green Trendy ha sido meticulosamente concebido para representar la identidad y los principios de la marca de manera excepcional. Este distintivo visual se presenta en dos versiones, cada una pensada para adaptarse a diversas aplicaciones y contextos. En su forma principal, el imagotipo se presenta con una estructura completa, mientras que, en la segunda versión, se reduce al nombre de la marca y su eslogan. Esta versatilidad garantiza una coherencia visual en todas las piezas creadas.

El imagotipo se destaca por su enfoque minimalista y estético, en armonía con las tendencias contemporáneas que buscan generar un impacto profundo. Cada elemento de este diseño ha sido cuidadosamente considerado para transmitir

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

la identidad única de la marca. Su paleta de colores, compuesta por tonalidades como el verde enriquecido (#1f3d09), el tono neutro y natural (#809a6a), el blanco nítido (#edf1e3) y el cálido tono tierra (#d5a97c), refleja directamente la esencia de la moda sostenible. Estos colores no solo se complementan entre sí, sino que también encarnan la relación de Green Trendy con la autenticidad y la naturaleza.

El ícono distintivo, encapsula la esencia misma de Green Trendy. Representa la filosofía de crear, transformar, vender y comprar ropa con un enfoque eco-amigable y sostenible. Este ícono es una manifestación visual de la dedicación de la marca para impulsar la moda consciente, al mismo tiempo que permanece auténtica y a la vanguardia en términos de estilo y conciencia ambiental.

Green Trendy se compromete a no solo marcar una presencia en la industria de la moda sostenible, sino también a ser un faro de esperanza para las mujeres vulnerables. La marca no solo está presente en la moda, sino también en la transformación y diseño de prendas que permiten un futuro más sostenible. El isotipo es el fiel reflejo de esta misión, y su diseño ha sido meticulosamente ideado para capturar la esencia de una marca que impulsa el cambio.

4.6 Pitch/prototipo



Ilustración 15 Inicio



Ilustración 16 Inicio de sesión

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible



Ilustración 17 Interfaz inicial



Ilustración 18 Interfaz de transformación

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible



Ilustración 19 Perfil del usuario



Ilustración 20 Perfil del diseñador

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible



Ilustración 21 Carro de compras



Ilustración 22 Barra de opciones

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

Nuestra plataforma de adquisición y comercialización de prendas de segunda mano representa un entorno virtual innovador diseñado para ofrecer una experiencia única a nuestros usuarios. Con la finalidad de fomentar la moda sustentable, facilitamos la conexión entre aquellos interesados en vender y adquirir prendas de segunda mano en óptimas condiciones. Al acceder a la plataforma, los usuarios tienen la opción de registrarse como usuario o modista. Como usuario, podrán explorar todo el contenido de la plataforma, incluyendo las prendas más destacadas disponibles para la venta. Podrán navegar por categorías, filtrar por tamaño, color y estilo, y agregar sus artículos favoritos al carrito de compras. También contarán con un espacio de pago seguro para completar sus transacciones. Además, nuestra plataforma ofrece una sección especializada para aquellos que deseen contratar los servicios de modistas. Los modistas registrados podrán mostrar su portafolio, exhibiendo todos los trabajos y diseños que han realizado. Los usuarios tendrán la posibilidad de solicitar servicios de transformación de prendas, personalizando sus piezas según sus necesidades y preferencias individuales. Esta sección de servicios de transformación de prendas es un valor añadido de nuestra plataforma. Los modistas podrán utilizar los retazos de tela que de otro modo serían desechados, dándoles una nueva

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

vida y creando prendas únicas y personalizadas. Desde ajustes de tamaño hasta modificaciones de diseño, nuestros modistas expertos ofrecen una amplia gama de servicios para transformar prendas usadas en estilos diferentes y actuales.

Nuestra plataforma se destaca por su fácil navegación, una interfaz intuitiva y un diseño atractivo. Priorizamos la seguridad de las transacciones y brindamos una experiencia fluida y segura para todos los usuarios. Además, fomentamos la interacción y la comunidad en la cual los usuarios pueden intercambiar sus vivencias, experiencias, recomendar prendas y conectarse con otros entusiastas de la moda sostenible.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

- La venta y compra de prendas de segunda mano está ganando cada vez más popularidad entre las generaciones Z y X, y estos consumidores valoran la capacidad de transformar prendas usadas para personalizarlas y darles una segunda vida. Aunque las plataformas de comercio electrónico son valoradas por su comodidad y accesibilidad, aún existe una importante demanda de experiencias de compra tradicionales. Entre los factores clave que se consideran al seleccionar prendas de segunda mano están la calidad, el precio y el estilo. Además, la transformación de prendas usadas no solo ofrece una solución sostenible, sino que también promueve la igualdad de oportunidades al apoyar a grupos que enfrentan barreras laborales. la implementación de una aplicación para la venta, compra y transformación de prendas de segunda mano puede satisfacer las necesidades y gustos de los consumidores de forma eficiente.
- Las motivaciones de compra de las personas interesadas en la moda sostenible van más allá de simplemente adquirir prendas de vestir. Estos individuos buscan aportar a un impacto positivo,

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

beneficioso en el entorno ambiental y en la vida de otros individuos mediante sus elecciones en cuanto a la moda. Además, desean encontrar prendas que reflejen su estilo personal y valores éticos, pero a menudo se enfrentan a barreras como la falta de opciones que se ajusten a su estilo y presupuesto, la falta de personalización y la dificultad para encontrar oportunidades laborales en el ámbito de la moda.

- La plataforma de venta, compra y transformación de prendas de segunda mano propuesta tiene el potencial de ser un negocio exitoso. Al proporcionar una propuesta única que combina la posibilidad de comprar prendas de calidad a precios accesibles, la posibilidad de personalizar la ropa usada y brindar oportunidades laborales a modistas y diseñadoras talentosas, se puede atraer a una amplia base de clientes. Este modelo de negocio tiene el potencial de atender las demandas de diversos grupos de clientes, al tiempo que genera ingresos a través de diversas fuentes y establece alianzas estratégicas con el fin de consolidar su posición en el mercado de moda sustentable.
- La moda *Upcycling* que promovemos con nuestra propuesta mediante la transformación de prendas y la creación de nuevas con retazos de tela, nuestros

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

estudios demuestran significativamente que las personas se encuentran en una búsqueda exhaustiva de poder prolongar la vida útil de sus prendas y que de alguna u otra forma, entienden que estas iniciativas se verán relegadas en su economía personal como en el medio ambiente. Así mismo, mediante nuestras investigaciones en diferentes fuentes podemos evidenciar que este movimiento al dar nueva vida a prendas preexistentes y transformarlas en piezas únicas y expresivas, el upcycling no solo desafía el paradigma convencional del consumo rápido, sino que también destaca la importancia de la innovación, la originalidad y la responsabilidad ambiental. A medida que más diseñadores y consumidores abrazan esta tendencia, la moda upcycle se convierte en un símbolo poderoso de cambio, inspirando a un enfoque más consciente y respetuoso hacia la moda y el medio ambiente.

- La implementación del enfoque de Design Thinking en la creación de la propuesta comercial de adquisición y comercialización de prendas de segunda mano ha sido esencial para comprender las demandas y gustos de los consumidores, así como también para idear soluciones novedosas y sustentables. Mediante la empatía, la definición, la

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

ideación, el prototipado y la prueba, se ha logrado diseñar una plataforma que aborda los desafíos ambientales y aspectos sociales del sector de la moda, mientras fomenta la incorporación de mujeres talentosas y en situación vulnerable. El enfoque centrado en el usuario ha permitido identificar oportunidades de mejora y adaptar la propuesta a las demandas del mercado, brindando una experiencia de adquisición y remodelación de ropa de segunda mano atractiva y satisfactoria para los consumidores. La implementación del Design Thinking ha sido clave para generar soluciones creativas, viables y sostenibles, y ha sentado las bases para el éxito y la viabilidad de la aplicación Green Trendy.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Gómez, F.* (2016). Contaminación medioambiental en la industria textil. Recuperado 9 de julio de 2023, de <https://core.ac.uk/download/pdf/235098156.pdf>
- Buscio, V., Marín, M. J., Crespi, M., & Gutiérrez-Bouzán, C. (2015). Reuse of textile wastewater after homogenization–decantation treatment coupled to PVDF ultrafiltration membranes. *Chemical Engineering Journal*, 265, 122-128.
<https://doi.org/10.1016/j.cej.2014.12.057>
- Cardoso, J. C., Bessegato, G. G., & Boldrin Zanoni, M. V. (2016). Efficiency comparison of ozonation, photolysis, photocatalysis and photoelectrocatalysis methods in real textile wastewater decolorization. *Water Research*, 98, 39-46.
<https://doi.org/10.1016/j.watres.2016.04.004>
- Cuetara, D. G. T., & García, C. T. (2021). Consumismo de ropa y contaminación de la industria textil: Una

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

propuesta para revertirlo. *DIS*, 9, Article 9.

<https://doi.org/10.48102/dis.9.5.87>

Driver, R. (2019). *El mercado de ropa de segunda mano superará al de la moda rápida en 10 años.*

FashionNetwork.com.

<https://mx.fashionnetwork.com/news/El-mercado-de-ropa-de-segunda-mano-superara-al-de-la-moda-rapida-en-10-anos,1081708.html>

Fashion Resale Market and Trend Report. (2021).

<https://www.thredup.com/resale/2021>

GIL NIEBLES, M. C. (2023). *Mercado de ropa de segunda mano alcanzaría US\$77.000 millones en cinco años.* Diario La República.

<https://www.larepublica.co/empresas/mercado-de-ropa-de-segunda-mano-alcanzaria-us-77-000-millones-en-cinco-anos-3561532>

Gilpavas, E., Arbeláez-Castaño, P. E., Medina-Arroyave, J.

D., Gómez-Atehortua, C. M., Gilpavas, E.,

Arbeláez-Castaño, P. E., Medina-Arroyave, J. D., &

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

Gómez-Atehortua, C. M. (2018). TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES DE LA INDUSTRIA TEXTIL MEDIANTE COAGULACIÓN QUÍMICA ACOPLADA A PROCESOS FENTON INTENSIFICADOS CON ULTRASONIDO DE BAJA FRECUENCIA. *Revista internacional de contaminación ambiental*, 34(1), 157-167.

<https://doi.org/10.20937/rica.2018.34.01.14>

Granados, M. L. P., & Chavez, M. T. A. (2021). Fast Fashion: ¿moda o contaminación? *JÓVENES EN LA CIENCIA*, 12, 1-8.

Pollution prevention and abatement handbook, 1998.

(1999). The World Bank. <https://doi.org/10.1596/0-8213-3638-X>

Sánchez, M. B., & Uribe, C. (2018). Contaminación de los ambientes acuáticos generados por la industria textil. *Revista Campus*, 23(26), Article 26.
<https://www.aulavirtualusmp.pe/ojs/index.php/rc/article/view/1369>

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

Single-use plastics: A roadmap for sustainability. (2018a,

mayo 6). UNEP - UN Environment Programme.

[http://www.unep.org/resources/report/single-use-](http://www.unep.org/resources/report/single-use-plastics-roadmap-sustainability)

[plastics-roadmap-sustainability](http://www.unep.org/resources/report/single-use-plastics-roadmap-sustainability)

Single-use plastics: A roadmap for sustainability. (2018b,

mayo 6). UNEP - UN Environment Programme.

[http://www.unep.org/resources/report/single-use-](http://www.unep.org/resources/report/single-use-plastics-roadmap-sustainability)

[plastics-roadmap-sustainability](http://www.unep.org/resources/report/single-use-plastics-roadmap-sustainability)

Vanegas-Ochoa, L. M. (2020). Factores ambientales del

sector textil en el Valle de Aburrá. *Trilogía Ciencia*

Tecnología Sociedad, 12(22), 9-25.

<https://doi.org/10.22430/21457778.1426>

Negocios Digitales – Modelo de Negocio Sostenible

FOTO DEL GRUPO



Ilustración 23 Foto del grupo