



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE MAGÍSTER EN ECONOMÍA CIRCULAR**

***TEMA: DISEÑO DE UN NEGOCIO DE REUTILIZACIÓN Y UPCYCLING DE
ROPA EN EL ECUADOR UTILIZANDO EL MODELO
ECONOMÍA CIRCULAR***

**AUTORA: ANA PAMELA RIVERA MIRANDA
DIRECTORA: VERÓNICA ISABEL CORDERO ARROYO**

Quito, 15 de noviembre 2023

AGRADECIMIENTOS

Primero quiero agradecer a Dios quien me dio la oportunidad y recursos para poder inscribirme en la Maestría de Economía Circular

Agradezco de todo corazón el apoyo brindado por mi esposo para realizar la Maestría en Economía Circular e impulsarme a finalizarla.

A mis padres y hermana que siempre me alientan a ser mejor profesional, persona y ser lo que soy hoy.

Un agradecimiento especial a mis compañeros de la Maestría, los cuales estuvieron siempre presentes alentándome en los momentos en los que bajaba los brazos, a seguir adelante y culminar con el Proyecto de Titulación.

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN.....	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
OBJETIVO GENERAL	6
METODOLOGÍA.....	6
MARCO CONCEPTUAL	7
NECESIDAD IDENTIFICADA· (PRO)	9
CADENA DE VALOR CIRCULAR · (CDV)	10
CONTEXTO DEL PROYECTO	11
ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	11
ÁMBITO GEOGRÁFICO.....	11
ACTORES EN ECUADOR.....	12
ANTICIPACIÓN e IMPACTO AMBIENTAL · (AIA)	13
DESARROLLO DE LA IDEA DE NEGOCIO	16
PROPUESTA ÚNICA DE VALOR CIRCULAR · (PVC).....	16
RELACIÓN CON CLIENTES y STAKEHOLDERS ·(REL)	17
SEGMENTOS DE CLIENTES · (SCL)	19
ANTICIPACIÓN e IMPACTO SOCIAL · (AIS).....	19
ESTRATEGIA DE MARKETING	25
ESTRUCTURA DE COSTES · (COS)	27
FLUJO DE INGRESOS ·(ING)	28
CONCLUSIÓN.....	29
RECOMENDACIONES	29
BIBLIOGRAFÍA.....	30

INTRODUCCIÓN

La industria de la moda es responsable de un considerable porcentaje de las emisiones globales de gases de efecto invernadero. Estas emisiones provienen principalmente de la producción y transporte de las distintas prendas, especialmente aquellas hechas de fibras sintéticas, que se fabrican a partir de combustibles fósiles. La industria textil se encuentra en constante expansión y por estos procesos es la segunda más contaminante a nivel mundial (Charpail, 2022). Poco a Poco los cambios más rápidos en los gustos de los consumidores han promovido la “moda rápida”. Esta moda se caracteriza por ciclos de vida de productos cada vez más cortos, donde la ropa se trata como un artículo desechable. Además, la globalización de la industria ha llevado a una competencia comercial creciente, con grandes empresas trasladando su producción a países en desarrollo, lo que a menudo implica condiciones laborales precarias. El fenómeno de la moda rápida, ha llevado a una producción masiva y acelerada de prendas, ocasionando un consumo excesivo de recursos naturales, emisiones de gases de efecto invernadero y generación de residuos textiles. Según lo señalado por García (2022) los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos indican un aumento en la producción de residuos sólidos, incluyendo desechos textiles, en los últimos años en Ecuador. De acuerdo a García (2022) *“los desechos textiles, acompañados de otros materiales como vidrio o madera, abarcaron el 16,8% de los residuos en 2020”*. El problema no solo reside en la producción y el desecho de la ropa, sino también en la falta de recursos para investigar y desarrollar nuevas técnicas de reciclaje, la falta de innovación hacia moda sostenible.

Ante esta situación surgen conceptos como el upcycling y la reutilización de ropa que, aunque son conceptos prometedores, son relativamente nuevos en el país y requieren una evaluación sobre su viabilidad como modelos de negocio sostenibles.

Este proyecto se centra en diseñar un modelo de negocios dedicado a la reutilización y el upcycling de ropa en Ecuador, utilizando el enfoque de Economía Circular. Para así optimizar el uso de recursos, minimizar la generación de residuos y reducir el impacto ambiental. La Economía Circular propone mantener los recursos en un ciclo constante de uso y reutilización en lugar de utilizarlos una sola vez y desecharlos. La reutilización y el upcycling son estrategias que se ajustan a este enfoque, alargando la vida útil de los productos y materiales.

El objetivo de esta propuesta de negocio es generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Alineándose con los principios de la Economía Circular y respondiendo a la creciente demanda de prácticas más sostenibles en la industria de la moda. Este plan de negocios analizará modelos comerciales actualizados para identificar mejores prácticas y proponer mejoras en el diseño del modelo. Además, considerará la aceptación de estas prácticas por parte de los consumidores en el contexto actual, donde se valora la responsabilidad social y la sostenibilidad.

La estructura del documento abarca desde la definición del problema y los involucrados hasta la metodología y el desarrollo del modelo de negocios. Se analizan aspectos cruciales como la anticipación e impacto ambiental, la cadena de valor circular, la propuesta única de valor, la relación con los clientes y stakeholders, la estrategia de marketing.

El modelo de negocios para la reutilización y upcycling de ropa en Quito, basado en la Economía Circular, ofrece una estrategia sólida para abordar los problemas ambientales y sociales de la industria textil. Su enfoque en la reutilización, alargando la vida útil de prendas y materiales, y la promoción de la sostenibilidad, lo convierte en una propuesta relevante y oportuna en un mercado que valora cada vez más la responsabilidad social y ambiental. Este proyecto busca transformar la industria de la moda en Quito hacia prácticas más sostenibles y conscientes.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La industria de la moda es uno de los sectores económicos que ha experimentado un crecimiento exponencial en las últimas décadas, y es la segunda más contaminante del planeta en la actualidad (la primera es la industria petrolera). Anteriormente, las colecciones de moda solían lanzarse de dos a cuatro veces al año (dependiendo el cambio de estación) pero en la actualidad se introduce nuevas colecciones en las tiendas casi cada quince días (Delgado, 2015).

En el mundo entre 2000 y 2014, la fabricación de prendas de vestir se duplicó, marcando un periodo de crecimiento exponencial en la industria de la moda y dando origen a la tendencia de la moda rápida (Zambrano Fernández, 2018). Según Oxfam (2004, se encuentra en Zambrano Fernández, 2018, p. 5) las grandes marcas de moda rápida o fast fashion utilizan una estrategia que se fundamenta en una estructura de bajo costo y en la constante renovación de diseños para satisfacer rápidamente los gustos cambiantes de los consumidores hacia las últimas tendencias de moda.

El principal desafío de la moda rápida radica en el exceso de consumo de la población, que adquiere más prendas de las que realmente necesita. Según datos de Greenpeace (2016, citado por Zambrano Fernández, 2018, p. 5), el consumidor promedio compra un 60% más de prendas y las conserva durante la mitad del tiempo en comparación con lo que se hacía hace 15 años. Hasta 2016, el consumo global de ropa se sitúa en un promedio de 5 kg por persona. Sin embargo, proyecciones indican que para el año 2030, esta cifra podría experimentar un aumento significativo, estimándose un rango entre 11 y 16 kg por persona a nivel mundial. (Zambrano Fernández, 2018). El auge de la moda rápida ha llevado consigo graves impactos ambientales. La producción masiva y acelerada de prendas de vestir en respuesta a las tendencias cambiantes ha resultado en un consumo excesivo de recursos naturales, emisiones de gases de efecto invernadero y generación de residuos textiles. Estudios han destacado el impacto ambiental negativo de la moda rápida, incluyendo la contaminación del agua, la deforestación, el uso intensivo de energía y la producción de residuos (Fletcher, 2014; Joy et al., 2012; Black, 2015).

Con este antecedente es importante mencionar que, a nivel mundial, alrededor del 8 % de la ropa se reutiliza y alrededor del 10 % se recicla (Eder-Hansen, 2012). Según (Castells E., 2012), el reciclaje se describe como la operación compleja que permite la recuperación, transformación y elaboración de un material a partir de residuos, ya sea total o parcial en la composición definitiva. Por lo tanto, el reciclaje y los residuos, responden a diversas actividades que pueden llevarse a cabo sobre los diferentes flujos de residuos para aprovecharse, desde el mismo uso hasta otra aplicación.

Junto con el exceso de producción, la globalización ha llevado a un aumento en la competencia comercial. Las grandes empresas de moda han trasladado gradualmente su producción a países en desarrollo para reducir costos y aumentar sus ganancias, ocupando posiciones destacadas en la industria textil. Sin embargo, este sistema conlleva consecuencias adversas para la cadena de producción, generando impactos sociales y ambientales negativos (Fernández, 2018).

Se trata a la ropa como artículos desechables y sin un valor y cada vez son más cortos los ciclos de vida de los productos (Greenpeace, 2016). Esto provoca millones de toneladas de desechos textiles. La producción textil tiene un impacto negativo significativo en el medio ambiente, ya que contribuye a la devastación del planeta al agotar los recursos naturales y aumentar el consumo de energía, acelerando así el cambio climático. Los procesos de producción textil implican el uso de grandes cantidades de sustancias químicas, algunas de las cuales son altamente peligrosas, lo que expone directamente a los productores, como en el caso del cultivo de algodón (The

True Cost, 2015). Además, se utiliza una gran cantidad de agua para teñir y finalizar los tejidos, lo que puede resultar en la contaminación de ríos con químicos tóxicos. Las prendas fabricadas con materiales químicos y tóxicos liberan microfibras sintéticas durante el lavado, que terminan en ríos y océanos, siendo ingeridas por peces y afectando así al medio ambiente acuático y a la cadena alimentaria humana (Watts et al., 2015).

En cuanto a los impactos sociales, la precariedad laboral es uno de los principales problemas en la cadena de producción de moda rápida, y las mujeres son las más afectadas (Oxfam, 2004). Se destacan tres problemas principales que sufren un impacto directo de la moda rápida: la falta de transparencia, la falta de seguridad e insalubridad, y la insuficiencia de salarios justos. La falta de transparencia implica un desconocimiento de los proveedores y las condiciones en las que se fabrica la ropa, lo que hace necesaria la rendición de cuentas por parte de las empresas. La falta de seguridad en los edificios y las condiciones insalubres exponen a los trabajadores a productos químicos tóxicos y técnicas peligrosas, lo que puede dar lugar a enfermedades graves. Además, los trabajadores a menudo reciben salarios insuficientes para cubrir sus necesidades básicas, sin contrato laboral, ni derechos de enfermedad o maternidad, ni libertad de asociación (Oxfam 2004, se encuentra en Zambrano Fernández, 2018).

González Litman (2019) señala que la consultora internacional Euromonitor reveló que el gasto de los ecuatorianos en prendas de vestir y moda ha experimentado un incremento del 7,2%. Según estos hallazgos, el gasto total en prendas de vestir por parte de los ecuatorianos aumentó de 3124 millones de dólares en 2013 a 3351 millones de dólares a fines de 2018, proyectó que esta tendencia persistiría a lo largo del año 2022.

Todo lo mencionado evidencia la urgente necesidad de adoptar prácticas más sostenibles y responsables en la industria de la moda en el Ecuador, y de explorar alternativas como la moda sostenible y circular que mitiguen el impacto ambiental y promuevan una producción y consumo conscientes.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo de negocios para un proyecto de reutilización y upcycling de ropa en el Ecuador, con un enfoque de Economía Circular y así generar un impacto positivo tanto en la sociedad como en el ambiente.

METODOLOGÍA

La metodología aplicada a esta investigación se basa en el modelo de negocio propuesto por el modelo ECOCANVAS. Este modelo fue desarrollado por Osterwalder, considerado una herramienta integral, evolucionó en 2002 cuando Daou et al. integraron herramientas adicionales para hacerlo más dinámico y sostenible (Ramos 2020, se encuentra en García Pérez, 2023, p. 52). El resultado fue el ecocanvas, una herramienta que fusiona sostenibilidad y valor circular para negocios (Ramos 2020, se encuentra en García Pérez, 2023, p. 52). El ecocanvas sirve como guía para el diseño y validación de modelos de negocio, siendo recomendado para emprendedores y empresas que deseen incorporar principios de economía circular (López, 2022, se encuentra en García Pérez, 2023, p. 52). Combina elementos del Modelo de Negocios de Osterwalder y el Lienzo delgado de Maurya (Aprende Economía Circular Online, 2023). Este enfoque estructurado ayuda a crear modelos de negocios sostenibles alineados con los principios de la economía circular, que prioriza la reducción, reutilización y reciclaje sobre la producción y el desperdicio. El Ecocanvas facilita la creación de estrategias que minimizan impactos ambientales y promueven la eficiencia de recursos, siendo fundamental para las empresas que buscan operar de manera responsable y sostenible en la economía circular (Aprende Economía Circular Online, 2023).

La metodología utilizada para la identificación de los actores y grupos de interés se basó en la realización de una encuesta a una población muestra compuesta por 162 personas de diversas edades, géneros, ciudades de residencia, niveles de estudios, ocupaciones y rangos de ingresos mensuales. Esta encuesta contó con preguntas orientadas a comprender la disposición de los encuestados hacia la compra de ropa usada o renovada como parte de un esfuerzo por reducir el impacto ambiental de la industria de la moda. Se indagó sobre el interés en adquirir ropa usada de alta calidad a precios más bajos que la ropa nueva y sobre los tipos de prendas que estarían dispuestos a comprar de segunda mano, se exploraron los incentivos que podrían motivar a los encuestados a comprar ropa usada, permitiéndoles seleccionar múltiples respuestas, se consultó acerca de los servicios y beneficios deseados en una tienda de ropa usada y upcycling, y si estarían dispuestos a modificar su ropa antigua para transformarla en modelos modernos y exclusivos. Brindando la oportunidad para que los encuestados ofrezcan sugerencias o comentarios adicionales relacionados con este tipo de negocio o su oferta de productos.

Los resultados de esta encuesta proporcionaron una visión amplia de las actitudes y preferencias de los consumidores, lo que ayudará a identificar a los actores y grupos de interés clave en el proyecto. Los datos recopilados orientaron la toma de decisiones y permitieron adaptar el enfoque del proyecto de "Negocio de reutilización y upcycling de ropa en Ecuador utilizando el modelo economía circular" de acuerdo a las necesidades y expectativas de la población objetivo.

Los resultados de la encuesta mencionada en los párrafos que anteceden, se pueden observar como ANEXO 1 del presente documento.

MARCO CONCEPTUAL

El proyecto para la reutilización y upcycling de prendas de vestir en Ecuador, adoptando el enfoque de la economía circular, se fundamenta en el paradigma del desarrollo sostenible y propone diversas alternativas para optimizar las prácticas de producción y consumo en la industria de la moda. Específicamente, el proyecto se enfoca en explorar soluciones menos utilizadas, como las actualizaciones de prendas, con el objetivo de impulsar prácticas más sostenibles en el ámbito de la moda. A continuación, se detallan algunos conceptos que respaldan el modelo de negocio propuesto.

El concepto de **desarrollo sostenible** en la industria de la moda implica adoptar enfoques que equilibren las dimensiones económicas, sociales y ambientales. La propuesta de reutilización y upcycling de ropa en Ecuador, bajo el modelo de economía circular, refleja un compromiso con esta perspectiva. Dentro de este marco, el desarrollo sostenible busca transformar las prácticas de producción y consumo en la moda, reconociendo el impacto considerable de la industria en el entorno y las condiciones laborales. La estrategia de actualizar prendas, como una solución menos explorada, representa un intento de prolongar la vida útil de la ropa, reducir los desechos y fomentar un consumo más reflexivo. Al abordar el desarrollo sostenible en la moda, es fundamental considerar aspectos como la huella ambiental de la producción textil, la ética en la cadena de suministro y la promoción de modelos de negocio que fomenten la circularidad y la responsabilidad social.

Este planteamiento refleja una comprensión holística del desarrollo sostenible, donde se busca alcanzar un equilibrio entre el progreso económico, la equidad social y la conservación del medio ambiente, contribuyendo así a la construcción de una industria de la moda más sostenible y ética. Es vital destacar que la implementación efectiva de prácticas sostenibles en la moda también implica considerar factores como la transparencia en la cadena de suministro, la utilización de materiales sostenibles, la reducción de emisiones y la promoción de condiciones laborales justas.

La **economía circular** es un enfoque revolucionario que busca transformar la forma en que producimos, consumimos y gestionamos recursos. Se fundamenta en la premisa de que los productos y materiales deben mantenerse en un ciclo constante de uso y reutilización en lugar de ser utilizados una sola vez y luego descartados, como ocurre en el modelo económico tradicional. En palabras de la Fundación Ellen MacArthur (2013), referente en este campo, la economía circular "(...) busca maximizar la eficiencia en el uso de recursos, minimizar la generación de residuos y reducir el impacto ambiental (...)". Este enfoque va más allá de la mera reducción de desperdicio, ya que se centra en repensar y rediseñar productos y procesos para crear sistemas más sostenibles y resilientes. Al mantener los recursos en uso y reducir la demanda de materias primas, la economía circular tiene un impacto significativo en la sostenibilidad, aliviando la presión sobre el medio ambiente y fomentando un uso más eficiente de los recursos naturales (Ellen MacArthur Foundation, 2013). El objetivo es cerrar los ciclos de materiales y energía, estableciendo un sistema más regenerativo y sostenible en el que los recursos se mantengan en circulación durante el mayor tiempo posible (Geissdoerfer et al., 2017).

La economía circular es una estrategia de gestión sostenible que busca optimizar el uso de recursos, minimizar la generación de residuos y reducir el impacto ambiental. A diferencia del enfoque tradicional de "economía lineal", donde los productos se producen, utilizan y luego se desechan, la economía circular fomenta el diseño de productos y sistemas que prolongan la vida útil de los materiales y recursos a través de la reutilización, reparación, remanufactura y reciclaje (ComunicarSe, 2022).

La definición de "reutilizar" es el proceso de volver a utilizar un producto, material o recurso, dándole una nueva vida y función, en lugar de desecharlo. Se busca extender su ciclo de vida mediante su reparación, renovación, adaptación o uso en diferentes contextos, evitando así el desperdicio y promoviendo la sostenibilidad ambiental (Bocken et al, 2016).

De la cuna a la cuna (Cradle to Cradle): Es un concepto y un enfoque de diseño desarrollado por William McDonough y Michael Braungart en su libro "Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things" (2002, citados por Chao, 2021). Este enfoque propone un modelo de producción que imita los ciclos naturales y busca crear productos y sistemas que sean sostenibles, regenerativos y no generen residuos.

La moda sostenible es utilizado para describir aquellas prácticas, procesos, productos o sistemas que satisfacen las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. En otras palabras, lo sustentable busca equilibrar el desarrollo económico, social y ambiental, de modo que se puedan satisfacer las necesidades actuales sin poner en riesgo el bienestar y la viabilidad de las generaciones futuras (World Commission on Environment and Development, 1987).

Upcycling es el acto de reutilizar uno o más bienes para diseñar un nuevo bien (de cualquier tipo); al reutilizarlos estos renuevan su valor. Es el arte de convertir materiales recuperados en un producto premium. Es una alternativa para contribuir a la producción y creación de nuevas prendas. (De Castro., 2021). Específicamente, se analizan modelos comerciales actualizados para identificar las mejores prácticas y sugerir mejoras en el diseño del modelo comercial. El upcycling, también conocido como "supraciclaje" en español, es una técnica que implica convertir productos o materiales desechados o en desuso en nuevos objetos de mayor valor o utilidad, sin recurrir al proceso tradicional de reciclaje. Mediante el upcycling, se realiza una revalorización creativa de los objetos o materiales, otorgándoles una segunda vida y evitando su destino en vertederos, lo que a su vez contribuye a la reducción del consumo de recursos naturales (McDonough, W., 2002).

Debido a su relevancia actual, el Upcycling en la moda apenas se comienza a analizar y las literaturas existentes sobre sobre el diseño, producción y consumo de ropa sostenible excepto (Orsola de Castro 2021 & William McDonoug y Michael Braunart 2002.). La opción de la reutilización de la ropa o la adquisición de ropa de segunda

mano se encuentra recién ingresando como modelo de negocio al país. Es por esto que se requiere establecer si podría ser un negocio rentable o no a través de la reutilización o el upcycling el cual se podría definir como una variedad de procesos mediante los cuales los productos “antiguos” se modifican y obtienen una segunda vida a medida que se convierten en un producto «nuevo» sin pasar por un proceso industrial (Gómez Velásquez A.E., 2018).

La industria de la moda se compone de una red mundial de proveedores, fabricantes y vendedores. Por lo tanto, el esfuerzo de mejora involucra a múltiples partes que trabajan con diferentes leyes y regulaciones. Los diseñadores de todo el mundo están remodelando los modelos de negocios, desde los campos de algodón hasta la planta de acabado, con un enfoque holístico, los avances científicos que están logrando son verdaderos tejidos circulares, avances tecnológicos que cambiarán por completo la forma en que se fabrica la ropa y un cambio total de cómo compramos lo que usamos (Thomas, 2019). Por ello, en este trabajo, lleva a cabo un análisis para implementar un plan de negocios de reutilización y upcycling de ropa utilizando el modelo economía circular.

La falta de recursos para una investigación profunda, así como la falta de interés en crear negocios de economía circular dentro de la confección con nuevas técnicas de reciclaje, ha llevado a resultados negativos en el uso de los desechos textiles, así como en el desconocimiento de su fabricación.. Todo esto conlleva a tener desconocimiento de innovación en la moda, además, la falta de adopción del reciclaje de ropa en el país provoca desabastecimiento y altos costos de producción de la misma.

Es por esto que se quiere aprovechar la forma atractiva con la que la economía circular ejecuta sus procesos, incluyendo uno de sus principios fundamentales como es el de “la cuna a la cuna”(Chao, 2021). Según Michael Braungart (citado por Chao, 2021), toma en cuenta el diseño considerando todos los materiales empleados en los procesos industriales y comerciales como nutrientes, de los cuales hay dos categorías principales: los técnicos y biológicos. El marco Cradle To Cradle se centra en el diseño de la eficacia en lo relativo a los productos con un impacto positivo y la reducción de los impactos negativos del comercio mediante la eficiencia(Chao, 2021).

NECESIDAD IDENTIFICADA· (PRO)

A continuación, se realiza una revisión de la necesidad de la sociedad que promueve el negocio de upcycling y por tanto el sustento de la propuesta de moda sostenible. Actualmente la preocupación ambiental y su conservación ha llevado a las industrias buscar estrategias que a gran escala se conviertan en lo menos dañinas para el planeta y apoyen en mitigar los desechos que generamos, tratando de hacer procesos más circulares (Aprende Economía Circular Online, 2023). En este orden de ideas, el upcycling es una propuesta que, si es orientada apropiadamente, puede generar atuendos que sean a la vista de los consumidores agradables y que apoye a que el impacto ambiental producido por la empresa textil a nivel nacional se atenúe.

En la Gráfica 1. Se ha sistematizado las necesidades y desafíos clave en un proyecto de moda sostenible considerando las condiciones actuales del mercado de la moda y su impacto en el entorno. Es así que se contemplan los elementos sociales, ambientales y económicos involucrados en el cambio de visión hacia la sostenibilidad. Desde una perspectiva ambiental, se han incorporado problemas de tratamiento insuficiente de aguas residuales, uso de sustancias químicas dañinas y cumplimiento de regulaciones ambientales. Desde una perspectiva social, es vital combatir la explotación laboral y el trabajo infantil en la industria textil. Desde una perspectiva económica y de cliente, el proyecto debe educar a los consumidores sobre el valor del upcycling, ofrecer productos competitivos y competir con la moda convencional.

ECOCANVAS: NECESIDADES / PROBLEMAS

Desafíos desde la perspectiva Ambiental:

- Abordar el tratamiento insuficiente de aguas residuales, donde solo se trata el 30-40% y el 60-70% se descarga sin tratamiento.
- Gestionar y reducir el uso de sustancias químicas dañinas en la producción y el procesamiento de textiles (aunque estos puedan facilitar procesos tienen impacto negativo en la calidad del agua y la salud humana).
- Garantizar el cumplimiento de todo cumplimiento ambiental local e internacional en la gestión de residuos.

Desafíos desde la perspectiva Social:

- Abordar la explotación laboral en la industria textil convencional, donde las trabajadoras, en su mayoría mujeres jóvenes, a menudo enfrentan condiciones precarias y salarios injustos en países en desarrollo.
- Combatir el trabajo infantil forzado en la industria textil.
- Adaptarse a la rápida evolución de técnicas y tecnologías en la gestión de residuos y reciclaje, ya que estas tendencias crean oportunidades para el upcycling.

Desafíos desde la perspectiva Económica: Cliente / Mercado:

- Educación y concientización del consumidor sobre el valor y los beneficios del upcycling en comparación con la moda convencional.
- Ofrecer productos de upcycling a precios competitivos en comparación con la moda convencional.
- Lograr que los consumidores cambien su comportamiento de compra y consideren activamente productos de upcycling en lugar de opciones convencionales, lo que podría requerir estrategias de marketing efectivas.
- Enfrentar la competencia de la industria textil convencional, que a menudo cuenta con grandes marcas y cadenas de suministro establecidas.

Desafíos desde la perspectiva: Personal / motivacional:

- El personal de la empresa puede enfrentar desafíos para mantener su compromiso ético y valores personales a largo plazo.
- Mantener la motivación y la inspiración para crear diseños únicos y sostenibles es un desafío constante para los diseñadores y artistas involucrados en el proceso.
- El personal de costura y administración necesita motivación para comprometerse con la visión de la empresa.
- La resistencia al cambio es un desafío común cuando se introduce una nueva forma de hacer negocios, especialmente en una industria tan arraigada como la moda.

Fuente: Elaboración propia.

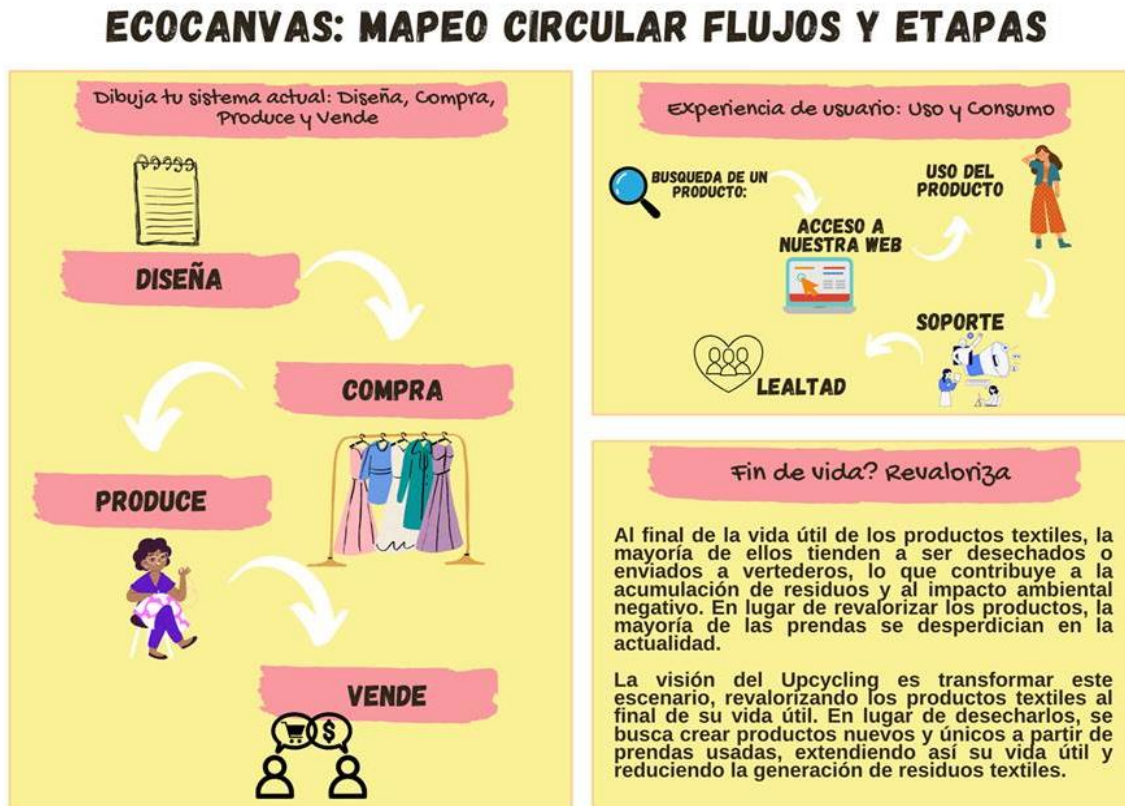
CADENA DE VALOR CIRCULAR · (CDV)

La cadena de valor se refiere a todas las actividades involucradas en la creación, producción y entrega de un producto o servicio, desde la materia prima hasta su disposición final. En el ámbito de la sostenibilidad y la economía circular, la cadena de valor se examina cuidadosamente para identificar oportunidades de mejora en términos de eficiencia, reducción de residuos y minimización del impacto ambiental. En relación al tema de investigación la cadena de valor circular, se identifican los principales stakeholders que incluyen a consumidores, proveedores de materiales, diseñadores, costureras, organizaciones ambientales, competidores y empresas de reciclaje. Estos actores desempeñan roles significativos en el éxito de la empresa de upcycling y están relacionados con la economía circular y la promoción de la sostenibilidad.

Esta sección proporciona una visión general de la problemática ambiental en la industria textil y la gestión de residuos en Quito, relacionándola con la necesidad de abordar el impacto ambiental en el upcycling. También destaca la falta de cifras oficiales sobre el impacto del agua y la gestión de aguas residuales en el país, lo que plantea desafíos en términos de sostenibilidad. La gráfica Nro. 2 analiza los recursos en una empresa de moda sostenible, resaltando la importancia de la energía y la gestión de residuos en el upcycling. visualiza el ciclo de

vida de productos textiles y enfatiza la necesidad de prácticas más sostenibles en la etapa de "fin de vida" para reducir el impacto ambiental y promover la sostenibilidad.

Gráfica 2. Mapeo circular de flujos y etapas.



Fuente. Elaboración Propia.

CONTEXTO DEL PROYECTO

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

A continuación, se llevará a cabo el análisis de los elementos clave que configuran el marco geográfico, actores involucrados y población objetivo en el contexto del upcycling en Quito. Esto establecerá una sólida base para el análisis detallado que sigue en las secciones subsiguientes.

ÁMBITO GEOGRÁFICO

Este análisis se sitúa en Quito, la capital de Ecuador, una ciudad que se encuentra rodeada por una topografía montañosa única. Cuenta con una población total de 2,210,484 personas, se observa un significativo grupo de jóvenes menores de 15 años, contabilizando 606,831 individuos, junto con una población de 622,710 personas en el rango de edades entre 15 y 29 años (Plataforma Urbana y de Ciudades, 2023). La relación de dependencia demográfica total es del 57.60%, lo que refleja la proporción de personas dependientes en relación con la población activa. En términos de educación, la tasa de conclusión de la primaria es considerablemente alta, alcanzando un 94.69%. Además, la mayoría de los hogares en Quito tienen acceso a agua potable (85.76%) y residen en viviendas

de material convencional (99.87%). No obstante, un porcentaje de hacinamiento del 14.77% resalta la necesidad de abordar asuntos relacionados con la vivienda y el espacio en la ciudad (Plataforma Urbana y de Ciudades, 2023). Estos datos demográficos y sociales ofrecen un contexto relevante para la industria de la moda en Quito, influyen en las preferencias y necesidades de diferentes grupos de edad, así como en la disponibilidad de recursos en la ciudad.

En la ciudad, marcas de renombre internacional en el ámbito de la moda como Maison Margiela y Viktor&Rolf están liderando la tendencia de reutilización y upcycling en la moda global al incorporar retazos y reconstrucciones de prendas anteriores en sus colecciones. Esta tendencia es especialmente relevante en Ecuador, donde la industria textil es vital para la economía, generando numerosos empleos tanto directos como indirectos (Landeta, 2020).

En términos de cifras textiles, aproximadamente el 20% de la producción ecuatoriana se exporta, con Colombia como el destino principal, representando el 75% de las exportaciones. El 25% restante llega a más de 46 países en todo el mundo, lo que subraya la importancia de la industria textil en la economía nacional y su alcance global (Ortega Burgos, 2021). La empresa textil ecuatoriana genera un impacto ambiental debido a los residuos que se producen y que este hecho valida la importancia de tomar acciones como lo es upcycling en Quito.

ACTORES EN ECUADOR

- **El Gobierno Nacional y Local** tienen un papel en la regulación de la industria del emprendimiento y en la promulgación de políticas ambientales y laborales. Establecen estándares y regulaciones que afectan la producción y el consumo en el mercado.
- **Empresas de moda** como es el caso de moda rápida (Fast Fashion) donde las grandes marcas de moda rápida son actores clave en la industria de la moda, ya que se consideran las principales responsables del ciclo de producción acelerado, la sobreproducción e impacto negativo. De igual forma en la moda sostenible y reciclaje, hace referencia a las empresas que están explorando alternativas sostenibles, como la reutilización y el upcycling, en contraposición a las prácticas de moda rápida. Estas empresas son actores privados que buscan cambiar la narrativa de la industria de la moda.
- **Organizaciones No Gubernamentales (ONGs)** como Oxfam y Greenpeace, que han llevado a cabo investigaciones y campañas que destacan los impactos ambientales y sociales de la industria de la moda, ejerciendo presión para impulsar cambios en el sector y aumentar la conciencia pública. Asimismo, consultoras internacionales, como Euromonitor, desempeñan un papel fundamental al proporcionar datos y análisis que contribuyen a la comprensión de las tendencias del gasto en prendas de vestir, lo que es crucial para la toma de decisiones en la industria. Por otro lado, los diseñadores y profesionales de la moda están liderando el camino hacia prácticas más sostenibles, centrándose en enfoques como el upcycling y el diseño sostenible, lo que puede influir en la dirección de la industria en su conjunto. La Fundación Ellen MacArthur es un referente en la promoción de la economía circular, cuyos principios se alinean con el proyecto de reutilización y upcycling de ropa.
- **Consumidores** ecuatorianos que busquen opciones de moda sostenible que les permitan adquirir prendas de alta calidad a precios razonables. Que se interesen en reducir su huella ecológica y respaldar prácticas comerciales responsables. Su elección de compra influye en la demanda del mercado.
- **Mujeres costureras** en estado de vulnerabilidad que buscan oportunidades laborales estables y justas en la industria de la moda. Que estén interesadas en trabajar en un ambiente seguro y colaborar en proyectos socialmente responsables. Su habilidad en costura y conocimientos técnicos son importantes para el proyecto. Como parte integral de la cadena de producción, mantienen una relación directa con el negocio.
- **Las empresas de moda sostenible y reciclaje** comparten un interés común en promover prácticas comerciales sostenibles y expandir su presencia en el mercado de moda responsable. Su experiencia y recursos financieros los posicionan como actores clave en la industria. Contribuir al desarrollo sostenible de la moda es parte de su mandato, y su participación puede ser tanto colaborativa como competitiva en el mercado.

ANTICIPACIÓN e IMPACTO AMBIENTAL · (AIA)

La industria de la moda, genera un impacto significativo en el medio ambiente. Desde la obtención de materias primas hasta la disposición final de productos, cada fase de la cadena de valor de la moda contribuye a la huella ecológica global. El consumo masivo, la rápida sucesión de tendencias y la producción intensiva de recursos han ocasionado problemas ambientales como la contaminación del agua, el agotamiento de recursos naturales y la generación masiva de residuos textiles. En este contexto, se analizan los impactos ambientales principales de la industria de la moda, subrayando la urgencia de adoptar prácticas más sostenibles y conscientes para la preservación de nuestro planeta.

Cada año, millones de toneladas de productos textiles son desechados, causando problemas ambientales y pérdidas económicas de miles de millones de dólares. El 30% de las prendas compradas no se utilizan, generando una pérdida de \$460 mil millones anuales. La producción de ropa se ha duplicado en 15 años, pero su vida útil ha disminuido un 36%. Esto se debe principalmente a la moda rápida, donde más del 50% de los productos solo duran un año. La UE prohíbe el vertido de desechos textiles en vertederos desde 2025 y busca reciclar el 95% de los residuos textiles (TRT Español, 2022). Los consumidores pueden reducir en un 20% el impacto ambiental de la industria de la moda mediante compras conscientes y hábitos ecológicos.

Según lo señalado por Hereida (2023) en Quito, la situación del Relleno Sanitario El Inga es crítica, ya que se encuentra al borde de su capacidad, tal como se advirtió en un anuncio realizado en 2022. La vida útil de este relleno, construido en 2003, se redujo a menos de dos años debido a la incapacidad de gestionar adecuadamente las 2,400 toneladas de basura que se generaban diariamente. La falta de campañas de reciclaje y el inadecuado manejo de los desechos orgánicos, así como la gestión deficiente de los lixiviados, líquidos generados por la basura, han agravado la situación. Un elemento que es fundamental a falta de cifras oficiales son el impacto ambiental del agua y la gestión de aguas residuales en el país, crea un desafío en términos de sostenibilidad. Según lo dicho por KIKI (2023, párr. 3-5) se estima que entre el 30 y el 40% de las aguas residuales son tratadas, mientras que el 60 al 70% se descarga sin tratamiento, lo que plantea serias preocupaciones. Además, la burocracia y la falta de información clara, debido a la participación de múltiples instituciones, dificultan la implementación de soluciones efectivas. Fusiones recientes de organismos gubernamentales como la Secretaría del Agua y el Ministerio de Medio Ambiente también agregan complejidad al proceso

En un proceso sostenible, como es el caso del upcycling, y tomando como referente la economía circular destaca el análisis de los actores que entran a la empresa y los que la empresa dirige al consumidor. La gráfica Nro. 3 presenta un análisis de los recursos involucrados en una empresa de moda sostenible especializada en upcycling. Se destaca la importancia de los recursos biológicos y técnicos en la creación de prendas y accesorios sostenibles, pero se identifica que el mayor impacto ambiental proviene del consumo de energía en las máquinas de costura. Esto subraya la necesidad de explorar fuentes de energía más sostenibles. Aunque el uso de agua es relativamente bajo, se sugiere la implementación de sistemas de filtración y reutilización para reducir la demanda de agua fresca. Adicionalmente, la producción genera residuos textiles, lo que resalta la importancia de abordar de manera efectiva la gestión de residuos. El impacto ambiental del proceso de upcycling se encuentra principalmente relacionado con el consumo de energía y la gestión de residuos.

Este análisis de recursos en el contexto de una empresa de moda sostenible mediante upcycling es crucial para comprender y abordar los impactos ambientales del proceso. Destacando áreas como el consumo de energía y la gestión de residuos, este análisis proporciona información vital para la toma de decisiones orientadas a la sostenibilidad. Identificar las áreas de mayor impacto permite a la empresa enfocarse en estrategias específicas, como la búsqueda de fuentes de energía más sostenibles y la implementación de prácticas efectivas de gestión de residuos.

ECOCANVAS: MAPEO CIRCULAR ENTRADAS Y SALIDAS

RECURSOS QUE ENTRAN (IN-PUT)

Recursos Biológicos (Entrada):

- Textiles usados o ropa desgastada.
- Materiales de upcycling (puede incluir parches, adornos, accesorios, etc.).

Recursos Técnicos (Entrada):

- Máquinas de costura y equipos de costura utilizados por las costureras para transformar y confeccionar las prendas.



ENERGÍA QUE ENTRA (IN-PUT)

Energía (Entrada):

- Electricidad requerida para alimentar las máquinas de costura utilizadas en el proceso de upcycling.
- Energía utilizada para iluminación y otras necesidades técnicas.



AGUA QUE ENTRA (IN-PUT)

Agua (Entrada):

- Agua utilizada en el proceso de limpieza y preparación de los textiles y materiales antes de la confección de las prendas. El consumo de agua es relativamente bajo.



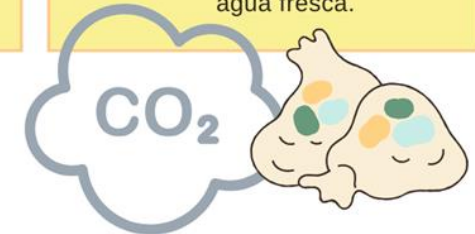
ELEMENTOS QUE SALEN (RESIDUOS, EMISIONES..) (OUT-PUT)

Elementos de Salida (Out-put):

- Prendas y accesorios de upcycling creados a partir de textiles usados, destinados al mercado.
- Residuos textiles, como recortes de tela, hilos sobrantes y pequeños desechos del proceso de costura.

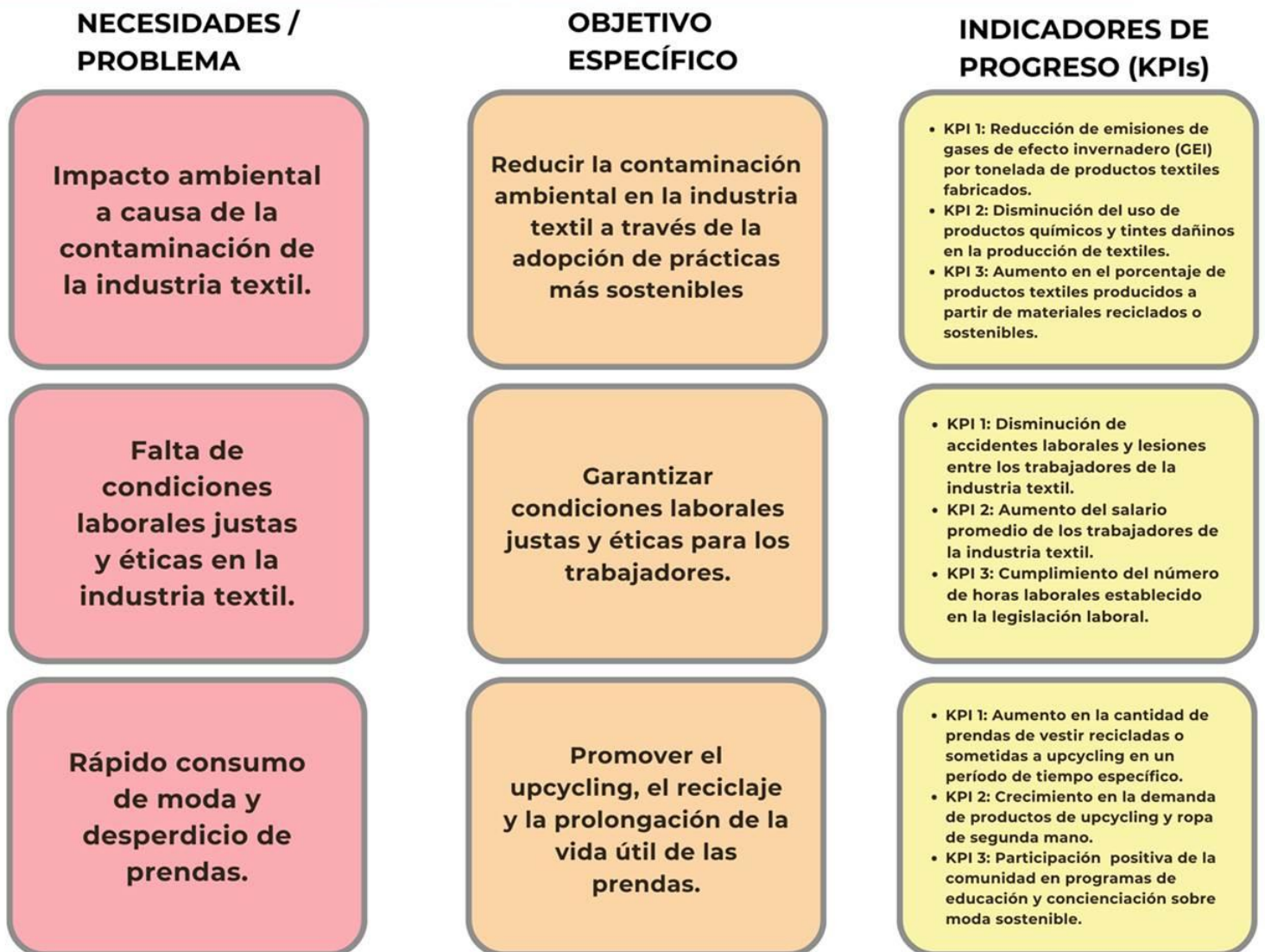
Contaminación y Eficiencia Energética:

- Principal preocupación: Consumo de energía para las máquinas de costura, se pueden explorar fuentes de energía más sostenibles.
- Consumo de agua es bajo, se puede considerar filtración y reutilización para minimizar la contaminación y la demanda de agua fresca.



En la Gráfica 4 sobre las Necesidades, objetivos e indicadores de progreso, se centra en reducir la contaminación ambiental en la industria textil mediante prácticas sostenibles, medido a través de indicadores como la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y el uso de químicos dañinos, para garantizar condiciones laborales justas y éticas con indicadores que miden accidentes, salarios y cumplimiento de horas laborales. Promover el upcycling y la prolongación de la vida útil de las prendas, con indicadores que evalúan la cantidad de prendas recicladas, la demanda de productos de upcycling y la participación comunitaria en programas de educación sobre moda sostenible.

Gráfica 4. Mapa de problemas, objetivos y progreso del ecocanva.



Fuente. Elaboración Propia.

Visión:

Buscamos que el mundo abrace plenamente la sostenibilidad y la moda ética, reduciendo la huella ambiental y promoviendo una sociedad equitativa y consciente.



ECOCANVAS: VALORES, MISIÓN Y VISIÓN CIRCULAR

Misión:

"Revitalizar la industria de la moda en Ecuador, promoviendo el upcycling y la moda sostenible para reducir residuos y concienciar a nuestros clientes sobre las opciones de vestimenta sostenible, brindando productos únicos y de calidad para quienes valoran el medio ambiente y la creatividad"



Valores:

- Sostenibilidad: Creemos en la sostenibilidad y su importancia para preservar nuestro planeta.
- Creatividad: Creemos que cada prenda reutilizada tiene el potencial de convertirse en algo nuevo y hermoso.
- Empoderamiento: Empoderar a las comunidades locales y a las costureras al ofrecer oportunidades de empleo y desarrollo, esto es clave para el bienestar y la prosperidad.
- Calidad: Mantenemos altos estándares de calidad en nuestros productos y servicios.
- Ética laboral: Nos preocupamos profundamente por la ética laboral en la industria textil y nos esforzamos por garantizar condiciones de trabajo justas y seguras para las personas involucradas en nuestro proceso de producción.



DESARROLLO DE LA IDEA DE NEGOCIO

PROPUESTA ÚNICA DE VALOR CIRCULAR · (PVC)

La empresa Upcycling Quito se compromete a generar un impacto social positivo al proporcionar empleo a costureras de recursos bajos y estado vulnerable en la comunidad. Al ofrecer oportunidades de trabajo, contribuye a mejorar la calidad de vida de estas personas y apoya la equidad económica en la región. Esto no solo promueve la sostenibilidad económica a nivel local, sino que también fomenta un sentido de comunidad y cooperación. La propuesta de la empresa se basa en la sostenibilidad, lo que la distingue en la industria textil. Al reutilizar y transformar ropa usada en productos de moda, se reduce significativamente la generación de residuos textiles y se disminuye el impacto negativo en el medio ambiente.

De acuerdo con la gráfica 5 ofrece una visión integral de la filosofía y objetivos de la empresa en términos de sostenibilidad y moda ética. La visión global es transformar la industria hacia prácticas más sostenibles, reduciendo la huella ambiental y promoviendo la equidad social. La misión se centra en revitalizar la industria de la moda en Ecuador a través del upcycling y la moda sostenible, buscando reducir residuos y concienciar a los clientes. Los valores clave, como sostenibilidad, creatividad, empoderamiento, calidad y ética laboral, delinean el compromiso distintivo de Upcycling Quito.

RELACIÓN CON CLIENTES y STAKEHOLDERS .(REL)

Existen para la empresa distintos tipos de “partes interesadas” que mantienen relación con este negocio. Los clientes, esta relación se basa en la confianza y la comunicación abierta. La empresa comprende las preferencias y preocupaciones de sus clientes, lo que se traduce en productos que satisfacen sus necesidades y valores. La empresa brinda a sus clientes la oportunidad de participar en sesiones fotográficas, agregando un toque personalizado a sus compras. Además, los foros ofrecen un espacio para la interacción y la participación activa, contribuyendo así a la fidelización de los clientes. Esta iniciativa busca formar una comunidad comprometida con la moda sostenible, fortaleciendo los lazos entre la empresa y sus seguidores.

La relación con los proveedores de ropa usada y materiales iniciales es de colaboración estrecha. Establecer relaciones sólidas con estos socios comerciales es básica para garantizar un suministro constante de materiales de calidad para el upcycling.

La empresa mantendrá una relación sólida con sus empleados, lo que incluirá a las costureras y al personal de la empresa en su totalidad. Este compromiso se traducirá en una serie de oportunidades que la empresa ofrecerá para el desarrollo de su equipo. Además de proporcionar un entorno de trabajo seguro y positivo, se centrará en el crecimiento y bienestar de sus empleados. Entre las oportunidades que se brindarán se incluirán programas de formación y capacitación que permitirán a los empleados mejorar sus habilidades y competencias. La empresa apoyará activamente la educación continua y fomentará que los empleados participen en cursos y talleres relacionados con su campo de trabajo.

La colaboración con organizaciones dedicadas a la protección del medio ambiente y la sostenibilidad es positiva, y buscar asociarse para promover prácticas comerciales sostenibles y participar en iniciativas ambientales.

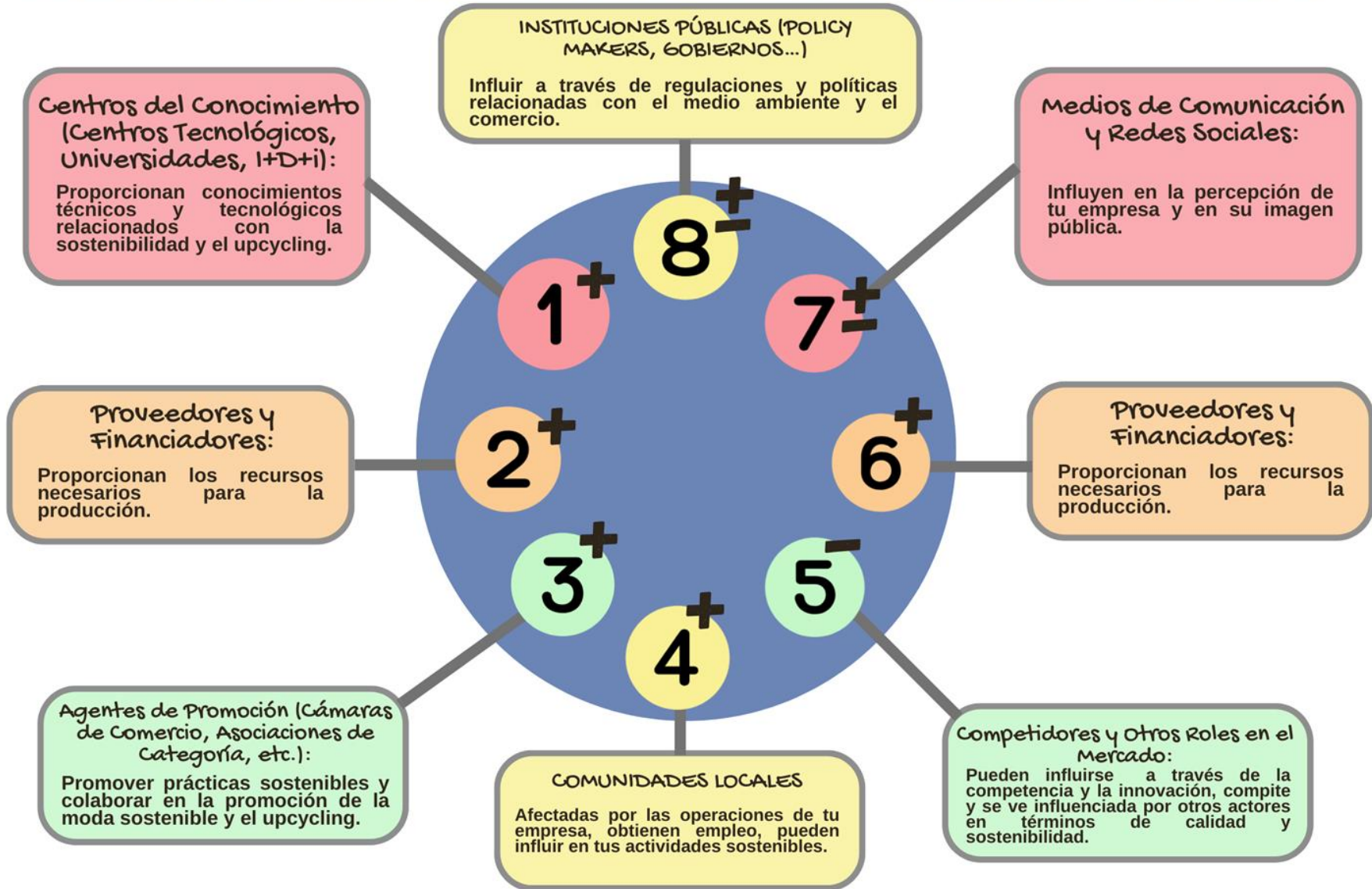
La empresa monitorea y comprende a sus competidores en la industria de la moda y el upcycling.

La colaboración con empresas de reciclaje desempeña un papel crucial en asegurar una gestión eficiente de los residuos textiles, fundamentando así la sostenibilidad y generando un impacto ambiental positivo. Según los resultados de la encuesta, la mayoría de los participantes manifestaron su disposición a utilizar prendas de vestir de este tipo, evidenciando un interés favorable en la propuesta.

Según la Gráfica 6 es un mapa que identifica y describe a las partes interesadas (stakeholders) que tienen influencia e impacto en la empresa. Estas partes interesadas incluyen centros de conocimiento, proveedores, agentes de promoción, comunidades locales, competidores, medios de comunicación y redes sociales. Cada uno de estos grupos desempeña un papel clave en la sostenibilidad y éxito de la empresa, ya sea proporcionando conocimientos técnicos, recursos financieros, promoción de prácticas sostenibles, empleo en las comunidades locales, competencia e innovación en el mercado, o influencia en la percepción pública a través de medios y redes sociales.

Gráfica 6. Mapeo Stakeholders

ECOCANVAS: MAPEO STAKEHOLDERS INFLUENCIA E IMPACTO



Fuente. Elaboración Propia.

SEGMENTOS DE CLIENTES · (SCL)

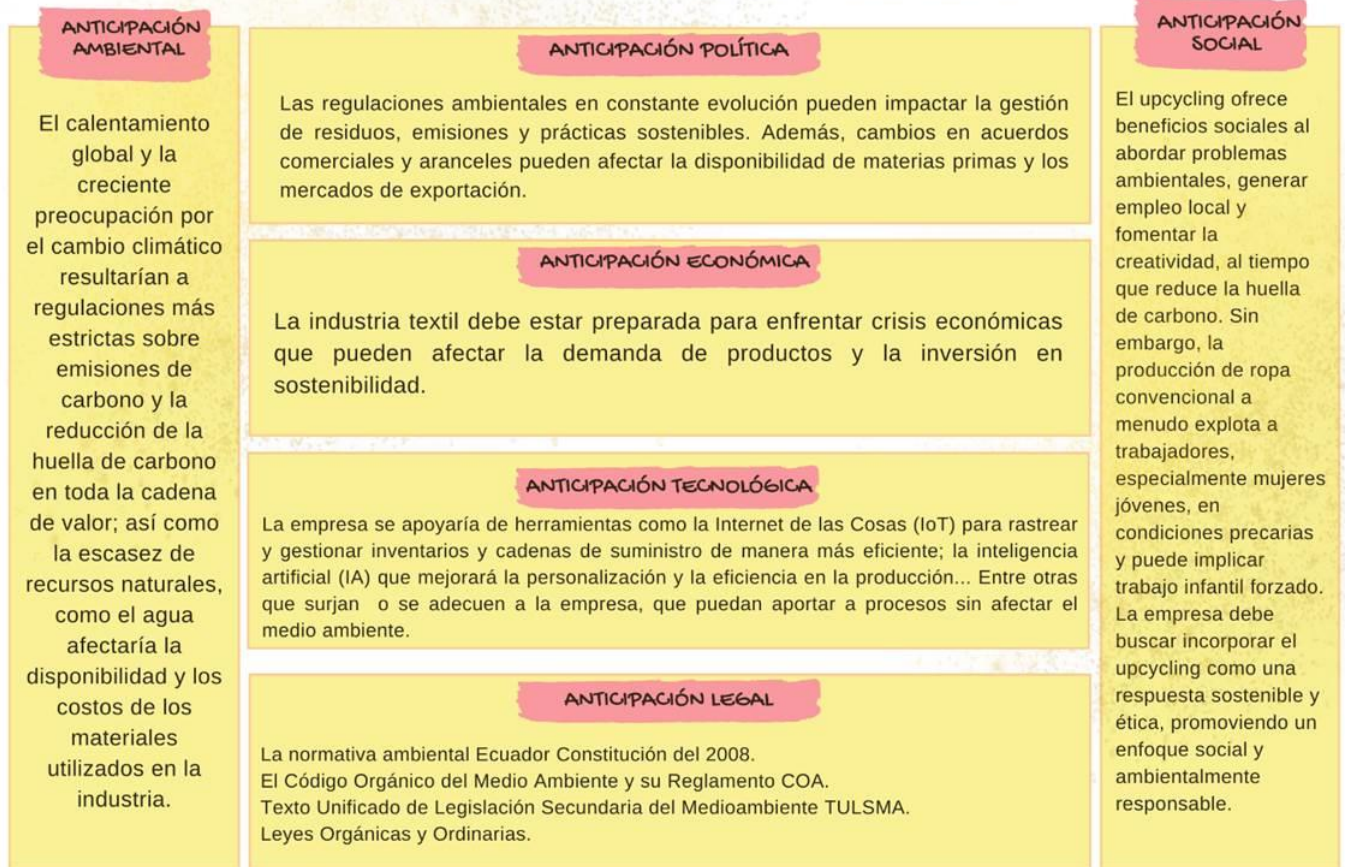
Consumidores Conscientes del Medio Ambiente: Este grupo de clientes está compuesto por individuos que se preocupan por el medio ambiente y buscan opciones de moda sostenible. Están interesados en productos de upcycling que reduzcan el impacto ambiental de la moda. Amantes de la Moda Vintage: Estos clientes buscan prendas únicas y con estilo. Encuentran valor en las creaciones de upcycling que ofrecen una estética única y retro. La comunidad local en la que opera la empresa es un segmento significativo, ya que su apoyo y participación aportan para el éxito y la integración en la comunidad. Instituciones Educativas es un segmento de público que pueden estar interesados en integrarse a este tipo de propuesta, para una educación y la concienciación sobre la moda.

ANTICIPACIÓN e IMPACTO SOCIAL · (AIS)

En los próximos años, la empresa de upcycling de ropa en Ecuador se verá influenciada por una serie de aspectos sociales cruciales. Uno de estos factores es la rápida evolución de las técnicas y tecnologías, según lo dicho por García (2021) *“Cada vez más se están desarrollando nuevas técnicas y tecnologías para abordar los nuevos retos en la gestión de residuos. Sobre todo, aquellos que tienen que ver con el reciclaje”*. Esta tendencia abre oportunidades para el upcycling, que se encuentra en la categoría de reutilización, promoviendo la prolongación de la vida útil de los productos a través de modificaciones para mejorarlos y fomentando la compra de ropa de segunda mano.

En la Gráfica 7 se analiza factores clave (P.E.S.T.A.L.) que afectan a la empresa en su enfoque de sostenibilidad y moda ética. Destaca desafíos ambientales relacionados con regulaciones de emisiones de carbono y recursos naturales escasos. Considera cambios políticos y comerciales, así como posibles crisis económicas. Además, menciona la adopción de tecnologías como IoT (internet de las cosas) y la inteligencia artificial para mejorar la eficiencia. Destaca la importancia del cumplimiento de la normativa ambiental en Ecuador y resalta cómo el upcycling puede abordar problemas sociales y ambientales, pero también señala la explotación laboral en la moda convencional. La empresa debe promover una estrategia ética y socialmente responsable.

ECOCANVAS: ANÁLISIS P.E.S.T.A.L.



Fuente. Elaboración Propia.

Según Alejandro (2023) el upcycling tiene varios beneficios sociales significativos, como la reducción de la contaminación y la conservación de recursos, lo que aborda los crecientes problemas ambientales. También beneficia la economía al generar empleo y apoyar la economía local a través de la creación de productos innovadores a partir de materiales de desecho; el upcycling fomenta la creatividad y el ingenio al promover un enfoque fresco y único para el uso de objetos cotidianos, lo que contribuye a la apreciación de la artesanía y el diseño. Además, reduce la huella de carbono al evitar la fabricación de nuevos productos a partir de materias primas vírgenes.

Reichart y Drew (2019, párr. 1) menciona que se debe considerar el impacto social negativo de la producción de ropa convencional. A menudo, esta industria explota a trabajadores, en su mayoría mujeres jóvenes, en condiciones de trabajo precarias y con salarios injustos en países en desarrollo. Además, se ha documentado el trabajo infantil forzado en la industria textil en varios países en su mayoría Asia. Esto es algo que se debe considerar y buscar formas de convertir en upcycling en la empresa con un fundamento que sea sostenible, abogue por el medio ambiente y genere condiciones de trabajo dignas para las costureras.

En el tema ambiental como se ha dicho, uno de los recursos naturales que más se ve afectado en el tema textil son las cuencas hidrográficas, por ejemplo en España según Moreno (2018) se generan aproximadamente 405,000 toneladas anuales de residuos textiles, incluyendo ropa de vestir y del hogar, el upcycling tiene el potencial de ahorrar recursos naturales y reducir las emisiones de CO₂. Emplear esta propuesta es positiva para el planeta, pues no compromete de forma negativa los recursos naturales y permite mitigar la contaminación, la implementación de la misma también le permite a la sociedad tener mayor conciencia y un estado de pertenencia del medio ambiente.

La gráfica 8 se enfoca en resaltar oportunidades circulares a partir de recursos y ciclos de vida que podrían estar infrautilizados en la empresa. Se destaca la importancia de maximizar la durabilidad de los productos y se sugiere la venta de productos versátiles, alquiler de artículos, programas de intercambio y talleres para aprovechar al máximo los recursos clave, que incluyen ropa usada, materiales de upcycling, equipos de costura y más. La capacidad de la empresa para satisfacer una creciente demanda es un punto de enfoque, junto con la participación de la comunidad en iniciativas circulares.

ECOCANVAS: IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES CIRCULARES

RECURSOS DESAPROVECHADOS

Los recursos clave incluyen ropa usada, materiales de upcycling, equipos de costura, espacio de producción y taller, personal de producción y costureras, diseñadores, personal de ventas y atención al cliente, equipo de gestión y administración, y el capital inicial de inversión.

ELEMENTOS DE UTILIDAD:

Los recursos clave incluyen ropa usada, materiales de upcycling, equipos de costura, espacio de producción y taller, personal de producción y costureras, diseñadores, personal de ventas y atención al cliente, equipo de gestión y administración, y el capital inicial de inversión.

CICLOS DE VIDA DESAPROVECHADOS

A veces estos productos puedan tener una menor vida que productos industriales, sin embargo, la empresa esta en constante búsqueda de formas de mejorar nuestros diseños y técnicas de upcycling para maximizar la durabilidad del producto.

ELEMENTOS DE UTILIDAD:

Vender productos versátiles, ofrecer alquiler de artículos, implementar programas de intercambio, brindar servicios de personalización, establecer programas de recompra o actualización, organizar talleres y eventos que fomenten el uso sostenible y creativo.

CAPACIDAD / USO DESAPROVECHADO

Nuestra capacidad para crear nuevos productos de upcycling depende en parte de la disponibilidad de materiales y de costureras, si nuestros productos son altamente solicitados, nuestra capacidad puede ser insuficiente al principio.

ELEMENTOS DE UTILIDAD:

Los recursos clave incluyen ropa usada, materiales de upcycling, equipos de costura, espacio de producción y taller, personal de producción y costureras, diseñadores, personal de ventas y atención al cliente, equipo de gestión y administración, y el capital inicial de inversión.

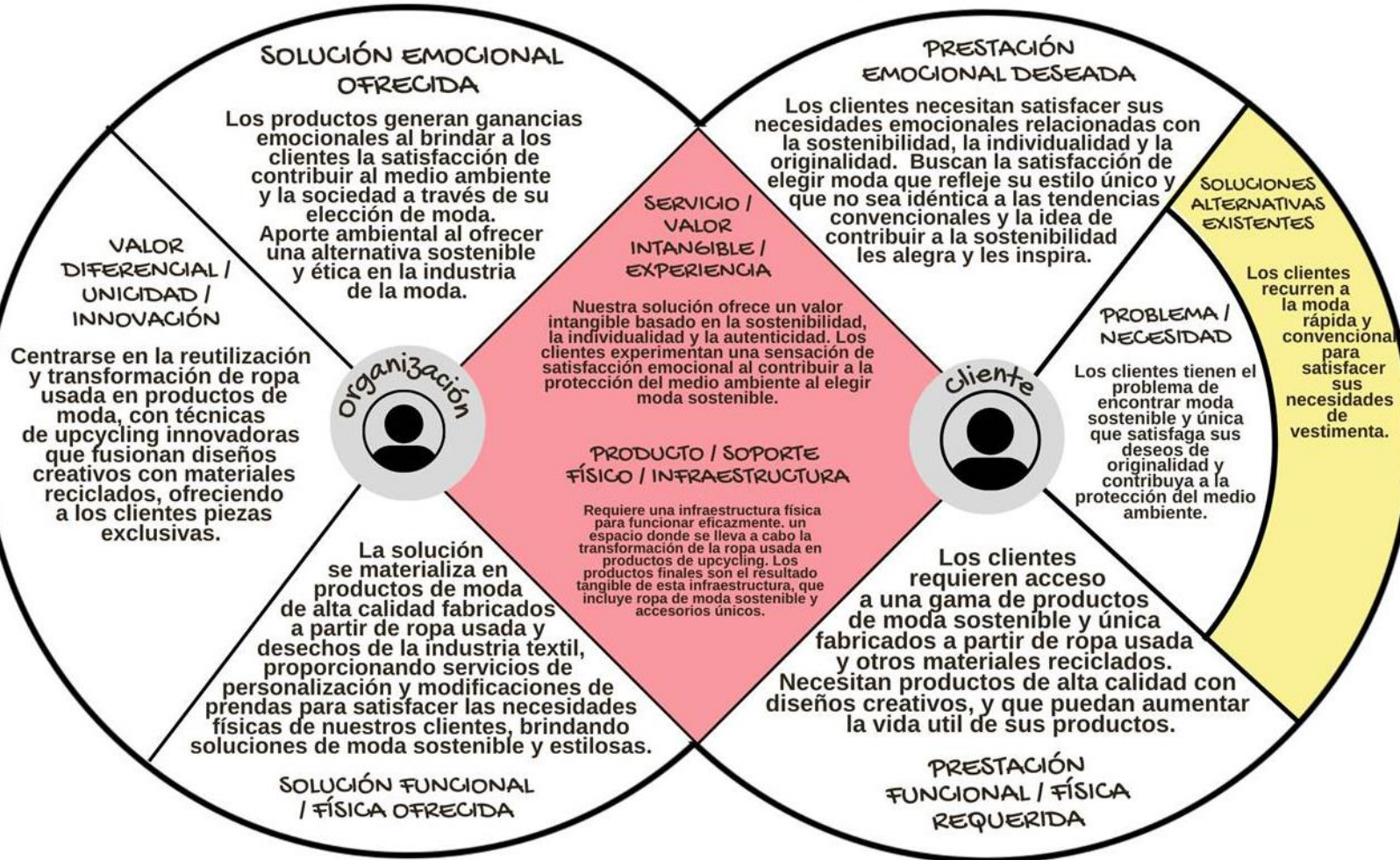
VALOR AÑADIDO DESAPROVECHADO

Los recursos clave incluyen ropa usada, materiales de upcycling, equipos de costura, espacio de producción y taller, personal de producción y costureras, diseñadores, personal de ventas y atención al cliente, equipo de gestión y administración, y el capital inicial de inversión.

ELEMENTOS DE UTILIDAD:

Fomentar la participación de la comunidad y la creatividad al ofrecer talleres y eventos centrados en la reutilización de componentes y materiales recuperados.

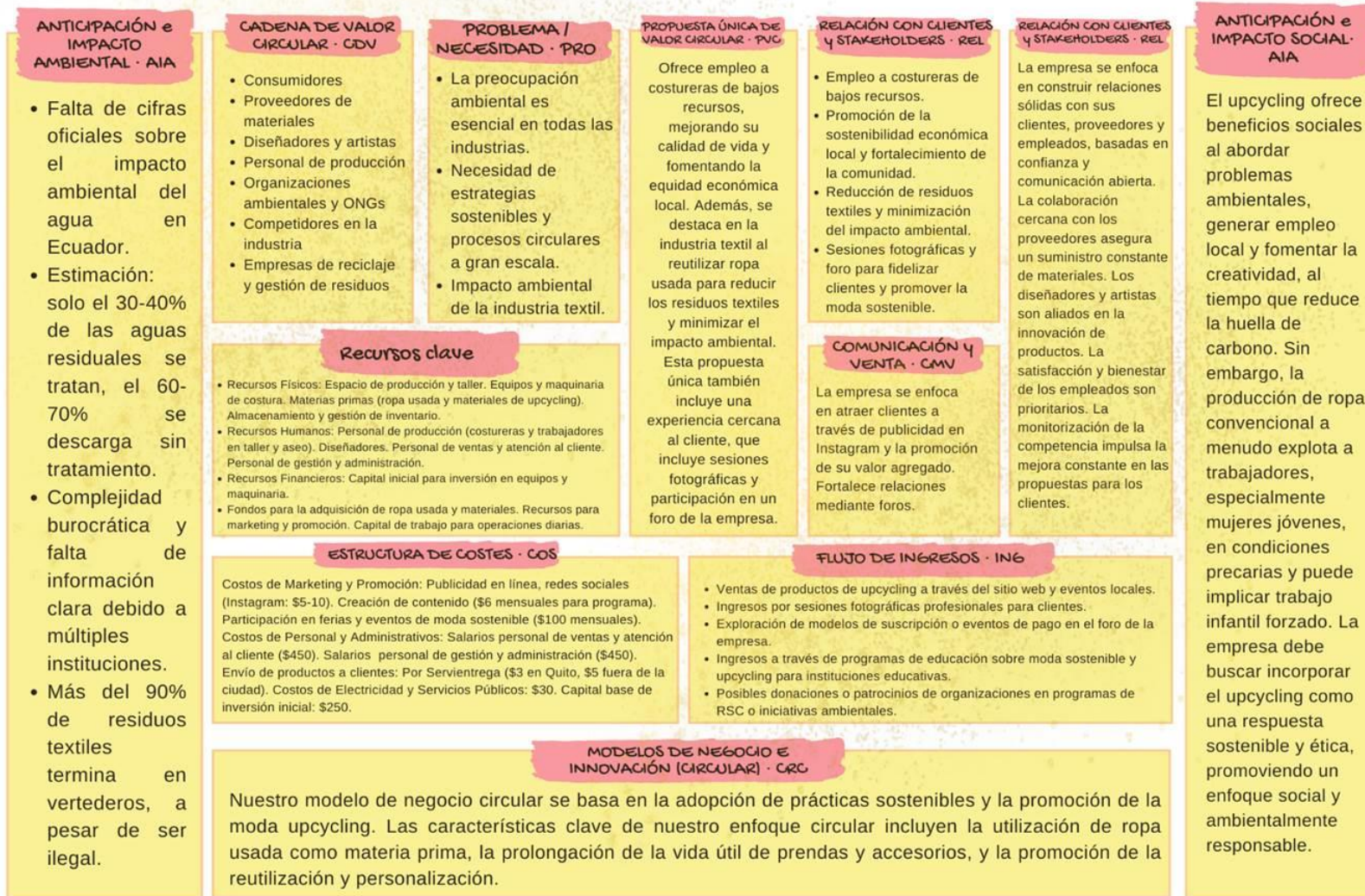
ECOCANVAS: IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES CIRCULARES



En la gráfica 10 se resaltan las oportunidades circulares relacionadas con la organización y los clientes. La empresa ofrece un valor emocional a los clientes al permitirles contribuir al medio ambiente y la sociedad a través de la elección de moda sostenible. La propuesta de valor de la empresa se basa en la reutilización y transformación de ropa usada en productos de moda innovadores con técnicas de upcycling. La empresa se compromete a satisfacer las necesidades físicas de los clientes a través de productos de moda de alta calidad y servicios de personalización. Los clientes buscan moda sostenible que refleje su estilo único, y la empresa aborda el problema de la falta de opciones de moda sostenible en el mercado convencional. La

infraestructura física de la empresa es fundamental para llevar a cabo su transformación de ropa usada en productos de upcycling.

ECOCANVAS



En la Gráfica 10. Ecocanvas, se proporciona una visión general de todos los aspectos que se desarrollan en el proyecto de upcycling y moda sostenible. Resalta la falta de cifras oficiales sobre el impacto ambiental del agua en Ecuador. La cadena de valor circular involucra a diversos actores, y se destaca la necesidad de estrategias sostenibles y la importancia de abordar el impacto ambiental de la industria textil. Además, se reconoce el impacto social positivo del upcycling y se insta a promover un enfoque socialmente responsable. En la gráfica, se identifican recursos clave, se detallan los costos y fuentes de ingresos, lo que demuestra una

planificación financiera sólida que abarca todos los aspectos del proyecto relacionados con el Ecocanvas.

Fuente: Elaboración propia

ESTRATEGIA DE MARKETING

PRODUCTO

El producto que se ofrece se enmarca en una visión sostenible y circular, aprovechando oportunidades que surgen a partir de recursos y ciclos de vida que han sido subutilizados en la empresa. Un enfoque fundamental es maximizar la durabilidad de los productos, y para lograrlo, se proponen diversas estrategias innovadoras. En este sentido, se busca no solo reducir la producción de ropa nueva, sino también prolongar la vida útil de las prendas existentes.

Para satisfacer las necesidades del mercado y fomentar la sostenibilidad, se han identificado varios productos que se alinean perfectamente con la propuesta:

Pantalones y Abrigos/Chompas: Estos productos son especialmente atractivos para los compradores de ropa de segunda mano. Son prendas duraderas y versátiles que pueden ser reutilizadas con estilo.

Camisas y Blusas: Las camisas y blusas son esenciales en el guardarropa de cualquier persona. Al ser prendas de uso frecuente, la adopción de prendas de segunda mano representa una contribución significativa a la reducción de residuos textiles.

Accesorios: Los accesorios brindan la oportunidad de destacar el estilo personal y, al ser objetos más pequeños, son una elección popular para la compra de segunda mano.

Vestidos y Faldas: Estos artículos son ideales para quienes buscan opciones más elegantes y femeninas. Al adquirir vestidos y faldas de segunda mano, se promueve la moda sostenible y se evita la creación de prendas nuevas innecesarias.

Carteras: Las carteras son un complemento imprescindible en el mundo de la moda y representan otra oportunidad para ofrecer productos sostenibles.

Al ofrecer estos productos, la empresa no solo responde a las preferencias del mercado ecuatoriano, sino que también contribuye a la economía circular. Se promueve la reutilización de prendas y se extiende su vida útil, disminuyendo así la huella ecológica de la industria de la moda.

PRECIO

La estrategia de precios de la empresa se basa en una combinación de enfoques destinados a atraer a un público amplio y fomentar la adopción de la moda sostenible. Se ha optado por mantener precios competitivos sin comprometer la calidad y los valores de sostenibilidad de los productos. La transparencia de precios es un principio fundamental para construir la confianza del cliente. La estructura de precios es clara y accesible, reflejando tanto el costo de adquirir ropa usada como el valor agregado de los productos transformados mediante upcycling.

En la siguiente tabla se da un estándar aproximado de los precios que tendría la venta de cada producto, es fundamental destacar que estos varían según las necesidades de cada cliente y la complejidad del trabajo.

Tabla 1. Listado de precio

Nro.	Producto	Precio
1	<i>Pantalones</i>	<i>12 USD\$</i>
2	<i>Abrigos</i>	<i>30 USD \$</i>
3	<i>Chompas</i>	<i>20 USD \$</i>
4	<i>Camisas</i>	<i>12 USD \$</i>
5	<i>Blusas</i>	<i>10 USD \$</i>
6	<i>Accesorios</i>	<i>2-15 USD\$</i>
7	<i>Vestido</i>	<i>25 USD \$</i>
8	<i>Faldas</i>	<i>15 USD \$</i>
9	<i>Carteras</i>	<i>20 USD \$</i>
10	<i>Zapatos y botines</i>	<i>18\$</i>

Fuente.Elaboración Propia.

Se contempla la implementación de descuentos por volumen, promociones estacionales y un programa de recompensas para los clientes leales. Estas estrategias no solo hacen que la moda sostenible sea asequible, sino que también fomentan la retención de clientes y promueven compras repetidas.

La empresa reconoce la importancia de establecer una relación de confianza con sus clientes, y la transparencia en la estructura de precios es un paso hacia ese objetivo. Se pretende que los consumidores comprendan claramente el valor de los productos y los beneficios de la moda sostenible. Esta estrategia no solo busca la sostenibilidad del negocio, sino también la sostenibilidad del planeta.

PLAZA

Los canales de distribución de esta propuesta de moda sostenible en Ecuador se diseñan de manera que se adapten perfectamente a las necesidades y valores del mercado local. La estrategia se enfoca en dos pilares fundamentales:

Venta en Línea: La empresa reconoce la importancia de la presencia en línea a través de sus redes sociales (como lo serían Instagram y Facebook), este canal permite a los clientes acceder a los productos de manera cómoda y conveniente desde sus propios hogares. Sin embargo, en una segunda fase del proyecto se creará una página web en la que no se limita únicamente a ser una plataforma de compra. El sitio web servirá también para compartir la historia de la empresa, sus valores y su compromiso con la moda sostenible, un espacio donde los clientes pueden conectarse de manera más profunda con la marca y entender su misión.

Participación en Eventos Locales de Moda Sostenible: Además de la presencia en línea, la empresa está comprometida con la comunidad local. Participar activamente en eventos y ferias de moda sostenible en Ecuador permite un contacto directo con los clientes. Es una oportunidad para mostrar los productos de la marca en persona, interactuar cara a cara y transmitir de manera más efectiva el mensaje de sostenibilidad que impulsa la empresa. Esta estrategia no solo fortalece la conexión con la comunidad, sino que también contribuye a sensibilizar a un público más amplio sobre la importancia de la moda sostenible.

Envíos: Se ha optado por utilizar el servicio de Servientrega en Quito para satisfacer las necesidades logísticas, esto asegura la entrega eficiente de los productos a los clientes en la ciudad y sus alrededores, lo que es esencial para brindar un servicio completo y satisfactorio.

PROMOCIÓN

La estrategia de promoción se centra en una serie de acciones clave para dar a conocer la marca de moda sostenible y fomentar la adhesión de clientes interesados en la sostenibilidad y el upcycling. A continuación, se destacan las principales estrategias de promoción:

Estrategia de Comunicación en Redes Sociales: Las redes sociales, con un enfoque especial en Instagram, se convierten en un canal fundamental para promocionar los productos y destacar los aspectos sostenibles de la marca. A través de imágenes atractivas y contenido informativo, la empresa puede atraer la atención de una audiencia comprometida con la moda sostenible. Plataformas como Facebook y TikTok también pueden ser utilizadas para diversificar el alcance. Además, la realización de campañas ambientales de moda y upcycling en estas redes puede generar un mayor interés y conciencia sobre la importancia de la moda sostenible.

Relaciones Públicas: El envío de comunicados de prensa sobre eventos, colaboraciones y logros de sostenibilidad contribuye a mantener una relación cercana con los medios y el público. Esto no solo genera cobertura mediática, sino que también destaca el compromiso de la empresa con la sostenibilidad y la innovación en la moda. Las colaboraciones con otras marcas o entidades pueden ser especialmente relevantes en este contexto.

Marketing de Contenidos: La creación de contenido relevante sobre moda sostenible y upcycling es una herramienta poderosa para educar a los clientes sobre los beneficios de comprar productos de segunda mano y sostenibles. El contenido de blog puede abordar temas como la importancia de reducir el desperdicio textil, consejos de estilo sostenible y perfiles de las costureras involucradas. Este enfoque educativo no solo atrae a una audiencia comprometida, sino que también establece a la marca como una fuente confiable de información en moda sostenible.

Programas de Lealtad: La implementación de un programa de recompensas para clientes leales es una estrategia efectiva para fomentar la fidelidad del cliente. Ofrecer descuentos, beneficios exclusivos y recompensas por compras repetidas motiva a los clientes a seguir eligiendo los productos de la marca. Esto también puede generar un boca a boca positivo a medida que los clientes satisfechos comparten su experiencia.

Participación en Eventos: Asistir y participar en ferias de moda sostenible y otros eventos relacionados es esencial para establecer una presencia en la industria y conectarse con otros actores clave. Además de mostrar los productos, estos eventos pueden servir como plataformas para compartir conocimientos sobre sostenibilidad y establecer colaboraciones con otros emprendedores y organizaciones con ideas afines.

ESTRUCTURA DE COSTES . (COS)

Costos de Producción:

Tipo de Costo	Descripción	Monto Mensual (USD)
Costos Fijos	Salarios y beneficios del personal de ventas y atención al cliente	450
	Salarios y beneficios del personal de gestión y administración	450
	Costos de Electricidad y Servicios Públicos	30
	Almacén	200
	Total	1130USD \$
Costo Variables	Envío de productos a clientes (Costo adicional por Servientrega)	4 USD
	Costos de Impuestos y Cumplimiento Fiscal	Depende de la cantidad de ventas hechas
	Compra de ropa usada: Comisión por prenda	5%
	Costos de gestión de inventario	20
	Costos de Marketing y Promoción	10
	Total	34

Los costos fijos representan aquellos gastos que se mantienen constantes a lo largo del tiempo, mientras que los costos variables están sujetos a cambios en función de la actividad operativa y las decisiones estratégicas del negocio. La variabilidad en los costos variables está relacionada con las ventas, la producción y la gestión de inventario, entre otros factores. La adecuada gestión de ambos tipos de costos es esencial para el éxito de la empresa de moda sostenible y upcycling en Ecuador.

Con respecto a la compra de ropa usada para la venta, se da referencia de precios estandarizados, que la empresa estaría dispuesta a pagar por prenda, para luego hacer el proceso de upcycling.

Ilustración 1 Precios compra ropa usada

						
BRALETTES: \$2-\$4	CAMISETAS: \$2-\$5	SPORT BRAS: \$3-\$5	JEANS: \$3-\$7	PANTALONES: \$3-\$7	LICRAS: \$3-\$6	SHORTS: \$3-\$6
						
SACOS: \$4-\$7	CHOMPAS: \$5-\$8	ABRIGOS: \$5-\$10	VESTIDOS: \$5-\$7	FALDAS: \$3-\$6	DEPENDE EL ESTADO	BLUSAS: \$3-\$6

Fuente: (EIPulgueroUIO, 2022)

Teniendo en cuenta esto se realiza un estándar del precio por cada producto y su complejidad, prendas con un nivel bajo, intermedio y avanzado en procesos de producción, El costo de trabajo por cada prenda según las costureras está estandarizado en \$5 la hora, generalmente los trabajos básicos tienden a ser desarrollados en el transcurso de menos de una hora a una hora, los medios tienen una complejidad de tiempo entre 2 horas a 3 horas y los más avanzados pueden llegar a necesitar de de cuatro a más horas, en base a esto se puede estandarizar lo siguiente:

- Trabajos de prendas básico con un coste de prenda promedio de \$5 más el trabajo de la costurera de \$5 tendrán un valor de venta de \$16 con 60% de ganancia de la empresa.
- Trabajos de prendas medio con un coste de prenda promedio de 5\$ más el trabajo de la costurera de \$15 tendrá un valor de venta de \$32 con 60% de ganancia de la empresa.
- Trabajos de prendas avanzado con un coste de prenda promedio de 5\$ más el trabajo de la costurera de \$25 tendrá un valor de venta de \$48 con 60% de ganancia de la empresa.

Esta es una breve referencia de como se manejarán los valores de precio dentro de la empresa, se debe tomar en cuenta que hay muchas variables por las que el precio puede variar, el cliente puede dar la prenda para que directamente se haga el proceso de upcycling, se necesiten menos o más materiales o se realicen las prendas en menos o más tiempo. Añadiendo el costo promedio de la sesión fotográfica en la que se tiene un valor estimado de \$10 cada sesión y dependiendo a las preferencias del cliente se le dará las fotos digitales o impresas (con un valor adicional).

FLUJO DE INGRESOS -(ING)

El flujo de ingresos principal proviene de la venta de productos de upcycling, que incluyen prendas de vestir únicas y accesorios fabricados a partir de ropa usada, los clientes luego de hacer la solicitud y compra del producto que deseen a través del sitio web de la empresa o en eventos locales. La empresa ofrece sesiones fotográficas como servicio adicional, generando ingresos adicionales mediante el pago de los clientes por sesiones fotográficas profesionales, la empresa brinda la oportunidad a los clientes de participar en un foro de la empresa, donde pueden compartir sus experiencias, ideas y consejos sobre moda sostenible. Aunque la participación en el foro es gratuita, se están explorando modelos de suscripción o eventos de pago para generar ingresos adicionales. En cuanto a las instituciones educativas, la empresa tiene la intención de ofrecer programas educativos sobre moda sostenible y upcycling. Estos programas podrían generar ingresos a través de tarifas de capacitación y talleres. Además, si la empresa participa en programas de responsabilidad social corporativa (RSC) o iniciativas ambientales, existe la posibilidad de recibir donaciones o patrocinios de organizaciones. Este enfoque diversificado en las fuentes de ingresos permite a la empresa generar recursos financieros de diversas formas, asegurando así su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

CONCLUSIÓN

El plan de negocios para el proyecto de reutilización y upcycling de ropa en Ecuador, con un enfoque en la Economía Circular, se ha diseñado minuciosamente para cumplir su objetivo principal: generar un impacto positivo tanto en la sociedad como en el ambiente.

El enfoque en la Economía Circular, utilizando la metodología Ecocanvas, sienta las bases para un modelo de negocios sostenible. A través de este plan, se abordan los problemas ambientales y sociales asociados con la industria textil convencional, como la contaminación, el desperdicio y la explotación laboral.

Se identifican claramente los aspectos clave del proyecto, desde la falta de datos sobre el impacto ambiental del agua en Ecuador hasta la gestión de residuos textiles y la participación de la comunidad local en prácticas sostenibles.

El diseño de la cadena de valor circular resalta la importancia de las relaciones con una variedad de stakeholders, desde los consumidores hasta los proveedores y las organizaciones ambientales. También se enfatiza la generación de empleo para costureras de bajos recursos, lo que contribuye al impacto social positivo.

La estrategia de promoción se enfoca en atraer a un público comprometido con la moda sostenible a través de redes sociales, eventos locales y contenido educativo. Además, se diversifican las fuentes de ingresos, lo que asegura la sostenibilidad financiera del proyecto.

El plan de negocios presenta un enfoque integral y estratégico para abordar los desafíos ambientales y sociales asociados con la industria de la moda en Ecuador. Al cumplir con su objetivo general, busca generar un impacto significativo y positivo en la sociedad y el medio ambiente, promoviendo la sostenibilidad y la Economía Circular en la región.

RECOMENDACIONES

Implementación piloto del proyecto en un área específica de Ecuador. Esto implicaría seleccionar a un grupo de costureras y establecer los procesos de reutilización y upcycling de ropa. La fase piloto permitiría realizar pruebas de mercado y recopilar datos sobre la recepción del proyecto por parte de los consumidores.

Se recomienda profundizar en el análisis de la cadena de suministro, desde la obtención de materiales hasta la entrega de productos finales. Este análisis puede ayudar a identificar posibles puntos de mejora en términos de sostenibilidad y eficiencia, garantizando un proceso más amigable con el medio ambiente.

(EIPulgueroUIO, 2022) Llevar a cabo una investigación de mercado más amplia y detallada para comprender mejor las preferencias y necesidades de los consumidores en Ecuador en relación con la moda sostenible y el upcycling.

Explorar la posibilidad de establecer colaboraciones con otras empresas de moda sostenible, organizaciones ambientales y grupos de la sociedad civil. Estas alianzas pueden fortalecer el impacto y el alcance del proyecto, además de promover sinergias positivas.

Realizar un seguimiento más exhaustivo del impacto social en las comunidades locales donde opera el proyecto, incluyendo factores como la mejora de las condiciones de vida de las costureras y su empoderamiento.

Desarrollar programas educativos y de concienciación para clientes y comunidades locales sobre la moda sostenible y la Economía Circular.

Se sugiere investigar nuevas tecnologías y técnicas de upcycling que puedan mejorar la eficiencia y la calidad de los productos.

Realizar un análisis económico más detallado para medir el impacto del proyecto en la economía local y nacional, incluyendo la creación de empleo y la generación de ingresos. Considerar los riesgos futuros que puedan afectar la sostenibilidad del proyecto y desarrollar estrategias para abordarlos.

BIBLIOGRAFÍA

- Alejandro. (2023, abril 24). Upcycling ¿Qué es y por qué es importante? Bolsalea. <https://www.bolsalea.com/blog/2022/10/upcycling-que-es-y-por-que-es-importante/>
- Aprende Economía Circular Online. (2023). Plantillas: Ecocanvas para el Diseño, prototipado y validación de Modelos de Negocios Circulares. <https://aprende.economiacircular.online/f/plantillasecocanvas>
- Banco Mundial. (2004). The Logical Framework Approach. <https://ieg.worldbankgroup.org/sites/default/files/Data/reports/logical-framework-approach.pdf>
- Belk (1988) Ahuvia (2005) Woskow (2001) Bauman (2000) Lipovetsky (1990) y Baudrillard (1981). (s.f.). Machine Translated by Google Consumo más Limpio y Responsable la ropa usada: Estructura simplificada del sistema de consumo de ropa y un marco de modelo de negocio híbrido de ciclo cerrado. 3, 1–15.
- Black, S. (2015). Eco-chic: The fashion paradox. Lion Books.
- Bocken, N. M., de Pauw, I., Bakker, C., & van der Grinten, B. (2016). Product design and business model strategies for a circular economy. *Journal of Industrial and Production Engineering*, 33(5), 308-320.
- Bryman & Bell. (2011). <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=5GmF7L4jTO0C&oi=fnd&pg=PA15&dq=Bryman+y+Bell,+2011&ots=96zxG4NSN7&sig=KTt8n4qWpPjW3ywPmUwY7WQKSB4#v=onepage&q=Bryman%20y%20Bell%2C%202011&f=false>
- Castells E. (2012). Reciclaje de residuos industriales. 2ª ed. España. Edit. Díaz de Santos.
- Charpail, M. (2022). Moda y medio ambiente. SustainYourStyle. <https://es.sustainyourstyle.org/en/whats-wrong-with-the-fashion-industry>
- De Castro. (2021). Economía circular. *Economía industrial*, 401, 11-20.
- Delta Maquina Textiles. (2019, noviembre 19). Upcycling: ¿qué es y cuál es su impacto en el futuro de la producción? – Delta. Delta Máquinas Textiles. <https://www.deltamaquinastexteis.com.br/es/upcycling-que-es-y-cual-es-su-impacto-en-el-futuro-de-la-produccion/>
- Eder-Hansen, J. K. (2012). El consumidor Agradable.
- Ellen MacArthur Foundation. (2013). "Towards the Circular Economy: Economic and Business Rationale for an Accelerated Transition." Recuperado de <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/Ellen-MacArthur-Foundation-Towards-the-Circular-Economy-vol.1.pdf>
- EIPulgueroUIO. (2022). Como Vender. EIPulgueroUIO. <https://elpulguerouio.com/vende/>
- Fletcher, K. (2014). Sustainable fashion and textiles: Design journeys. Routledge.
- Fowler. (2014). Background paper on the conservation status of migratory sharks. Convention on migratory species. Bonn, Germany. p. 22.
- García, G. (2021, octubre 22). La tecnología es clave para el reciclaje. THE FOOD TECH - Medio de noticias líder en la Industria de Alimentos y Bebidas. <https://thefoodtech.com/insumos-para-empaque/la-tecnologia-es-clave-para-el-reciclaje/>
- García, G. (2022, abril 2). Empresas ecuatorianas incursionan en la moda sostenible. <https://www.lahora.com.ec/pais/moda-sostenible-opcion-valida/>
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M., & Hultink, E. J. (2017). The Circular Economy—A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, 143, 757-768.
- Geissdoerfer, M., Morioka, S. N., & de Carvalho, M. M. (2018). Business models and supply chains for the circular economy. *Journal of Cleaner Production*, 190, 712-721.
- Gómez Velásquez A.E. (2018). Ropa de segunda mano VS pronta moda a nivel local y global. *Universidad Pontificia Bolivariana*, 1(1), 15.

- Greenpeace (24 de noviembre, 2016). Time out for fast fashion.
- Hair et al. (2017). An updated and expanded assessment of PLS-SEM in information systems research. *Industrial Management & Data Systems*, 117(3), 442–458.
- Hereida, K. (2023, junio 5). El Inga: Una bomba de basura que amenaza por años a Quito. [www.expreso.ec](http://www.expreso.ec/quito/inga-bomba-basura-amenaza-anos-162754.html). <https://www.expreso.ec/quito/inga-bomba-basura-amenaza-anos-162754.html>
- Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Educational researcher*, 33(7), 14-26.
- Joy, A., Sherry Jr, J. F., Venkatesh, A., Wang, J., & Chan, R. (2012). Fast fashion, sustainability, and the ethical appeal of luxury brands. *Fashion Theory*, 16(3), 273-295
- KIKI. (2023). LifestyleKIKI | La contaminación textil en Ecuador y su burocracia. <https://lifestylekiki.com/moda-estilo-tendencias-cultura-ecuador/moda-sustentable-ecuador-17/>
- Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation and Recycling*, 127, 221-232.
- Landeta, D. (2020, julio 10). Reciclaje creativo es una alternativa que crece en Ecuador. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/tendencias/entretenimiento/reciclaje-creativo-alternativa-moda-ecuador.html>
- Martínez de Albeniz, F. C. V. (2014). Fast Fashion: Business Model Overview and Research Opportunities.
- Moreno, P. (2018, abril 9). ¿Qué es el «upcycling», el considerado milagro que salvará la moda? *Vogue España*. <https://www.vogue.es/moda/tendencias/articulos/upcycling-reciclaje-moda-ecologica-sostenible/34151>
- Municipio de Quito. (2022). Conociendo Quito Ilaló y Pichincha: Hitos del Distrito Metropolitano de Quito como geoparque mundial (11; Por un Quito Digno, p. 88). https://institutodelaciudad.com.ec/wp-content/uploads/2023/01/BOLETIN_CONOCIENDO-QUITO_ICQ_GP.pdf
- Orsola de Castro 2021 & William McDonoug y Michael Braunart 2002. (s.f.). Recursos, Conservación y Reciclaje. 159.
- Ortega Burgos, E. (2021, marzo 12). La industria de la moda en Ecuador 1—Enrique Ortega Burgos. <https://enriqueortegaburgos.com/la-industria-de-la-moda-en-ecuador-1/>
- Preston, F., Ongondo, F. O., & McAllister, M. L. (2017). Towards a Circular Economy: The role of Dutch municipalities in closing the loop for consumer goods. *Sustainability*, 9(9), 1581.
- Quiñones. (2018). Pontificia Universidad Católica Del Perú Gestión Y Alta Dirección. Tesis.Pucp.Edu.Pe, 2018.
- Reichart, E., & Drew, D. (2019). Los impactos económicos, sociales y ambientales de la moda rápida | WRI Mexico. <https://wrimexico.org/blog/los-impactos-economicos-sociales-y-ambientales-de-la-moda-rapida>
- Statista. (2020). Fashion – worldwide (en inglés). Statista, 2020. Consultado el 24 de noviembre de 2020.
- Thomas. (2019). Reciclado de ropa al final de su vida.
- TRT Español. (2022, enero 6). Millones de toneladas de productos textiles se desechan o se queman cada año | TRT Español. <https://www.trt.net.tr/espanol/las-nuevas-cosas-son-buenas/2022/01/06/millones-de-toneladas-de-productos-textiles-se-desechan-o-se-queman-cada-ano-1748646>
- Zambrano Fernández, M. (2018). DE LA MODA RÁPIDA A LA MODA SOSTENIBLE. LA TRANSFORMACIÓN DEL CONSUMIDOR. Magister, Universidad Pontificia de Comillas.