

CARTA DE TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

Guadalajara, Jalisco
17 de Mayo del 2023

A quien corresponda:

Por este conducto, nos permitimos informar que el **Dr. Juan Mejía Trejo**, profesor de la asignatura de **Diseño de Nuevos Productos** de los estudiantes: **Johana Kamila Gutiérrez Ancira, Jaime Aguilera Zepeda, Giovanni Alejandro Valadez De La Cruz y Cesar Alonso Hernández López**, con códigos: 221782106/218434555/217479059/217178962 de la Licenciatura: **Mercadotecnia**, del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas (**CUCEA**) de la Universidad de Guadalajara (**UdeG**) participaron en forma activa en el proyecto de cadena de suministro, denominado: **"Camisetas de bambú"**.

Dicho proyecto se llevó a cabo del: **"19 de enero de 2023 al 12 de mayo de 2023"** y cuyas actividades desarrolladas fueron:

- **Identificación del segmento de mercado a atender.**
- **Determinación del tamaño de mercado.**
- **Propuesta de atributos de producto/servicio.**
- **Propuesta de diseño de producto/servicio.**
- **Propuesta de marca, logo y slogan.**
- **Propuesta redacción de patente.**
- **Propuesta plan de negocios**

Los beneficios y mejoras que se estima logra nuestra empresa a partir de la entrega del **paquete tecnológico** que integró las soluciones arriba mencionadas en forma de un manual de operación y mantenimiento, nos permiten asegurar una mejora sustancial, en:

- Distinción de marca y de ventaja competitiva estimada en un **35%**
- La interacción más rápida y eficiente con nuestros clientes en un **39%**
- La interacción más rápida y eficiente con nuestros proveedores en un **28%**
- Incremento de pedidos y/o ventas de nuestros productos y/o servicios en un **35%**
- Incremento de los valores como equipo un **50%**
- Dejar un margen de **31.3%** en el desarrollo del nuevo producto
- La elaboración de un producto sustentable **35%**

Se extiende la presente para los fines que convengan a los interesados.

Atentamente:



Sergio Valadez Franco
Director General VORTEX

Generación y aplicación de conocimiento teórico-práctico

Zapopan, Jalisco a 9 de Mayo de 2023

PROYECTO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO: Vortex

Vortex es una empresa Pyme, ubicada en la Cd. de Zapopan, Jalisco fabrica textiles con materiales sostenibles para mercados especializados.

El problema a resolver es el diseño de un nuevo producto basado en una playera con un corte fit para mayor comodidad con materiales compuestos de **75%** bambú, **19%** algodón y **6%** expandex para aprovechar la oportunidad de abordar un mercado de jóvenes centenarios en el que estima el incremento de sus ventas y producción. Se considera además, el efecto de la pandemia COVID-19 que durante los años 2020 y 2021 afectó drásticamente a la organización y que al momento requiere actualizarse para permanecer vigente en el mercado, conservar empleos, eficientar su operación y tener ahorro de costos

Utilizando las herramientas de **diseño de nuevos productos y servicios**, se considera su aplicación teórica y práctica a partir de descubrir el nicho de mercado objetivo, los atributos necesarios, un diseño y estudio comparado con patentes previas de México, EUA, Canadá, Unión Europea y Japón, propuesta de marca, logo, slogan y un plan de negocios, que incluye financieramente: costo inicial de inversión, estado de resultados, punto de equilibrio, tasa interna de retorno, valor presente neto adecuado para considerar su emprendimiento.

Por lo tanto, en el análisis y estudio de su situación, el grupo de trabajo considera que el proyecto es de transferencia tecnológica relevante, pues desarrolla la integración a nivel teórico de los conceptos que comprenden el desarrollo de un nuevo producto y servicio.

Son utilizados los libros del propio líder del proyecto:

Mejía-Trejo, J. (2023). Desarrollo de nuevos productos y servicios: una guía práctica para su diseño e implementación. Ed. Academia Mexicana de Investigación y Docencia en Innovación (AMIDI) distribuido por eLibro, México.

El proyecto se documenta y entrega al usuario a través de un **paquete tecnológico** que los describe y soporta, con un resultado de mejoras reconocidas por el usuario de distinción de marca y de ventaja competitiva estimada en un **75%**, control más eficiente del inventario, almacenaje y transporte en un **89%**, la interacción más rápida y eficiente con los clientes en un **85%**, y con los proveedores en un **90%** e incremento de pedidos y/o ventas de productos y servicios en un **95%**.

Además, **se forma recurso humano de 4 estudiantes de la Licenciatura de Mercadotecnia de la Universidad de Guadalajara.**

Este caso se considera de éxito, demostrando la aplicación y generación de conocimiento teórico-práctico de **desarrollo de productos y nuevos servicios**, en el periodo de **6-Feb al 7-Mayo de 2023.**

Líder del Proyecto
Dr. Juan Mejía Trejo
profesor investigador CUCEA UdeG

Celular: 33-12809887
e-mail: jmejia@cucea.udg.mx
juanmejiatrejo@hotmail.com



CUCEA
El mejor lugar para el talento

**REPORTE DESARROLLO TECNOLÓGICO
PROYECTO VORTEX**

Aguilera Zepeda Jaime
Gutiérrez Ancira Johana Kamila
Hernández López Cesar Alonso
Valadez de la Cruz Giovanni
Alejandro González Sánchez Natalia Nohemí

Mtro. Juan Mejía Trejo

Contenido

AVANCE DE PROYECTO	1
Atributos.....	3
Atributos cualitativos.....	3
Atributos cuantitativos	3
Atributos del personal.....	3
Misión.....	3
Visión corto plazo	4
Visión a mediano plazo	4
Visión a largo plazo	4
Valores	4
Modelo Osterwalder	4
Esquema y simulación de diseño	5
Diseño de cuestionario base	6
Link del cuestionario.....	8
Matriz EFI Y EFE	9
Externas	9
Internas	10
Esquema de propuesta	11
Investigación sobre propiedad intelectual de otros productos.	15

Atributos

Atributos cualitativos

Atributo portabilidad: Peso de aprox 200 gr que deja buena sensación al tacto.

Atributo textura: Cuidamos la primera impresión al tacto, al ser el bambú el principal componente de las playeras, la sensación es premium ya que es más suave y pesado.

Servicio: Atención personalizada al cliente, al ser cada cliente diferente lo abordaremos de la mejor manera posible a su personalidad

Atributo de accesibilidad: El producto se puede conseguir mediante el E commerce y pop up store´s.

Atributo configurabilidad: Mediante mensajes en redes sociales abordamos las necesidades y deseos del cliente

Atributos cuantitativos

Forma: Corte Fit para mayor comodidad compuesto de 75% bambú, 19% algodón y 6% Expandex

Características: Material sustentable y biodegradable.

Desempeño:

Durabilidad: Siguiendo las instrucciones de cuidado puede llegar a durar 3 veces más que una playera de algodón.

Estilo: Minimalista.

Atributos del personal

Conocimiento del producto: El conocimiento de los productos hechos con bambú que se venden en la tienda, incluyendo las características y beneficios del bambú como material.

Habilidad de ventas: La habilidad para vender los productos y convencer a los clientes de los beneficios de la ropa hecha con bambú.

Buena comunicación: La habilidad para comunicarse de manera efectiva con los clientes, el equipo de trabajo y los proveedores.

Empatía: La capacidad para comprender y empatizar con las necesidades y sentimientos de los clientes y el equipo de trabajo.

Presentación personal: La presentación personal, incluyendo el aseo, la higiene y la vestimenta, que refleja la imagen de la marca y de la tienda.

Habilidad organizacional: La habilidad para organizar y administrar el espacio de la tienda y el inventario de productos.

Misión.

Vortex busca generar un cambio en las personas e inspirar a la comunidad en aumentar el consumo de playeras básicas realizándose por medio de un producto que

suele ser agradable para muchos consumidores, adaptando un nuevo estilo de vestimenta ante los consumidores caracterizándose por lo que brinda a la naturaleza de los ingredientes en cuanto los aportes de elaboración de las playeras para personas que tienen una mala experiencia con otras marcas se sienta tranquilo y a gusto acorde a su cuerpo. Generando una relación con tranquilidad y equilibrio en todo momento ante el consumidor.

Visión corto plazo

Atraer la atención de clientes hombres, para lograr reconocimiento a nivel de zona principal.

Visión a mediano plazo

Establecerse a nivel nacional como una empresa comprometida con la satisfacción de nuestros clientes, obteniendo reconocimiento no solo por personas que contengan buenos físicos.

Visión a largo plazo

Ser una empresa reconocida internacionalmente por su gran responsabilidad, compromiso y sabor en la industria de ropa de las ecológicas y amigables con el medio ambiente

Valores

Darle confianza al consumidor

Hacerlo parte de la familia que construiremos

Respeto ante tus compañeros

Crear un lazo competitivo saludable ante los trabajadores

La nueva innovación de nuevas tecnologías

Modelo Osterwalder

Aliados clave: <ul style="list-style-type: none">● Grupo textil Gaytán (Manejador de varios grupos textiles)● Maquiladoras de	Actividades clave: <ul style="list-style-type: none">● Publicidad constante tanto en redes sociales como en el buscador de Google	Propuesta de valor: <p>La ropa de hombre está hecha con tela de bambú la cual tiene alto valor ecológico; además de ser elevada en durabilidad, estabilidad y tenacidad.</p>
---	--	---

<p>ropa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distribuidores 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la página web • Distribuir el producto en los puntos físicos 	
<p>Relación con el cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El diseño y calidad del producto es la entrega de valor real hacia el cliente. • Proporcionar una experiencia única de compra buscando la satisfacción completa del cliente. 	<p>Segmento de clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hombres que estén en el rango de generación Z • Residentes de la zona metropolitana • Personas de clase media. 	<p>Recursos clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Área de producción • Área de administración • Área de marketing • Atención al cliente • CRM
<p>Canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Página web y tienda en línea • Tiendas locales • Redes sociales • Bazares 	<p>Estructura del coste.</p> <p><i>Producción.</i> Maquiladora (Proveedor) Costurera</p> <p><i>Marketing Mix</i> Producto: Con referencia al diseño de producto, es de un estilo moderno, entalle fit, calidad de los acabados resaltando las prestaciones y función de la misma. <i>Precio:</i> \$499 Estrategia de precio de introducción. <i>Distribución:</i> Venta principalmente vía internet. <i>Promoción:</i> Elaboración de material publicitario acompañado de recursos artísticos.</p>	<p>Estructura de ingresos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Efectivo • Crédito • Débito

Esquema y simulación de diseño

Diseño de cuestionario base

Camisas de Ecológicas de Bambú

Son playeras de tela de Bambú, siendo una playera ecología y beneficiosa para el medio ambiente, por lo que nos gustaría ver cuales son las preferencias de ustedes para la adquisición de una prenda de alta calidad.

 cesaralonso12367@gmail.com (no se comparten) 
[Cambiar cuenta](#)

*Obligatorio

¿Cuál es tu sexo? *

- Hombres
- Mujeres
- Prefiero no decirlo

¿Qué edad tienes? *

- 15 - 18
- 19 -21
- 22 - 25

Cualidades de la playera

¿Consideras si el factor ecológico es importante en tu decisión de compra? *

- Sí
- No

¿Consideras la sustentabilidad de los productos son importante a tu compra? *

- Sí
- No

Del 1 donde es muy poco y 5 demasiado ¿Qué tan importante consideras el diseño al adquirir una playera? *

- | | | | | | | |
|----------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Muy poco | <input type="radio"/> | Demasiado |

¿Cual es la gama de colores de preferencia para la adquisición? *

- Oscuros
- Calidos
- Fríos
- Neutros
- Básicos

¿Qué tipo de cuello prefieres en una playera? *



- Cuello Redondo
- Cuello V
- Cuello de Tortuga
- Cuello polo
- Cuello levantado

¿Qué tan importante es la **Comodidad** de la playera? *

	1	2	3	4	5	
Muy poco	<input type="radio"/>	Demasiado				

¿Qué tan importante es la **Frescura** de la playera? *

	1	2	3	4	5	
Muy poco	<input type="radio"/>	Demasiado				

¿Qué tan importante es la **Durabilidad** de una prenda? *

	1	2	3	4	5	
Muy poco	<input type="radio"/>	Demasiado				

Para visualizar la suavidad y la formalidad de la playera nos gustaría saber cuales son sus presencias en una playera de alto nivel Del 1 donde es muy poco y 5 demasiado

¿Qué tan relevante consideras el empaque al adquirir una prenda? *

	1	2	3	4	5	
Muy poco	<input type="radio"/>	Demasiado				

¿Qué tan importante es la **Suavidad** de la playera? *

	1	2	3	4	5	
Muy poco	<input type="radio"/>	Demasiado				

¿Qué forma de compra prefieres? *

- En línea
- Físico
- Entregas personales
- Entregas por paquetería

¿Qué método de pago prefieres al comprar una prenda? *



- Efectivo
- Tarjetas Credito/Debito

¿Qué método de pago prefieres al comprar una prenda? *



- Efectivo
- Tarjetas Credito/Debito
- Transferencias bancarias
- Pagos móviles

En un rango ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una playera sustentable y de alta calidad? *

- 200 - 400
- 400 - 600
- 600 - 800
- 800 a más

Link del cuestionario

→ <https://forms.gle/oXRAMbw6bmfCwLQ8A>

Utilizando una fórmula para calcular el tamaño de muestra necesario, se determinó que se requeriría una muestra de al menos 400 personas para alcanzar un nivel de confianza del 80% y un margen de error del 5%. La proporción estimada de la población objetivo que tendría interés en el producto se calculó en el 25%.

Matriz EFI Y EFE

Externas

	Fortalezas	Valor	Calificación	Valor ponderado
1	Encontrar un nuevo nicho de mercado y sus ventajas	0.02	2	.04
2	Asistencia personalizada a través de la página web	0.02	1	.02
3	Apoyo a estudiantes al implementar sus prácticas	0.01	2	.02
4	Podríamos contar con flexibilidad para los trabajadores para que implementen nuevas ideas	0.2	1	.2
5	Producto Único por parte de la empresa	0.3	3	.9
Total		0.55	9	1.18

	Debilidades	Valor	Calificación	Valor ponderado
1	Comunicación por los medios desde el lanzamiento	0.3	1	.3
2	Dar a conocer la página a los compradores	0.01	3	.3
3	Robo de ideas ante los competidores	0.14	3	.42
Total		0.45	7	1.02

Total (2)	1	16	2.2
-----------	---	----	-----

Internas

	Oportunidades	Valor	Calificación	Valor ponderado
1	Entrar a un mercado el cual no se encuentra muy establecido por la tela que vamos a manejar	0.1	2	.2
2	Contener buenas ventas al momento de darnos a conocer	0.04	3	.12
3	Mejorar el número de empleados al comienzo del proyecto	0.01	1	.01
4	Crear una vida productiva para los asociados y que no lo sientan como trabajo	0.3	2	.6
Total		0.45	8	0.93

	Amenazas	Valor	Calificación	Valor ponderado
1	Es una empresa nueva y será nueva su imagen	0.3	4	1.2
2	Cuestiones legales	0.1	2	.02
3	Que una empresa ya custodiada implemente los procesos o las proporciones de la camisa	0.15	2	.3
Total		0.55	8	1.7

Total (2)	1	16	2.63
-----------	---	----	------

Esquema de propuesta

Sección	Contenido
Introducción	<p>En esta propuesta que ha sido diseñada después de una cierta investigación y un determinado análisis de sus necesidades y requerimientos. Lo cual pudimos encontrar una necesidad y un determinado requerimiento, lo cual identificamos como un área clave que nos puede permitir ofrecer una solución, en base de nuestros conocimientos y apoyo podemos ofrecer una solución que se ajuste a las necesidades y el presupuesto de la gente.</p> <p>Lo cual es una descripción y se mostraría un poco de nuestra metodología y el cómo vamos a hacer uso de nuestro trabajo, y crear así un enfoque que sea personalizado para la empresa.</p>
Descripción del producto	<p>La camisa está elaborada con:</p> <ul style="list-style-type: none">● 75% Bambú● 19% Algodón● 6% Elastano <p>Por el momento el modelo de las playeras serán tipo básica y tipo cuello redondo, con el paso del tiempo iremos sacando más modelos.</p> <p>Las posibles ventajas serían las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Suavidad y confort2. Transpirabilidad3. Absorción de la humedad
Análisis de mercado	<p>Hombres que pertenecen a la generación Millennials de 18 a 30 años de edad ya que la mayor parte de hombres son los adecuados para este tipo de vestimenta. El producto será muy accesible para todas las personas entonces decidimos que el nivel socioeconómico debe de ser media baja (D+) o Media (C).</p>

Estrategias de marketing y ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Se quiere dar a conocer al público objetivo. Esto se va a saber más con la profundidad con la medición en número de impactos o bien métrica que llegaría a tener, algo más específico por ejemplo el estudio de mercado que se llegue a comparar el conocimiento de la marca un antes y un después. • Incrementar la cuota de mercado, en función de las marcas ya existentes tanto como de nuestros medios, donde se definirán una posición concreta en el mercado • Mejorar el retorno de la inversión, para poder identificar si la publicidad que se llegue a estar promocionando está dando frutos o de lo contrario generar nuevas estrategias que lleguen a solucionar dicho problema. <ul style="list-style-type: none"> • Ser de las mejores prendas o forma de vestimenta, esto por medio de: • Personalidad de la marca: Llegando a tener una incorporación de los clientes, para que ellos estén interactuando con nuestro producto o servicio, y así conozcan el producto • Alianzas: debe de tomar personalidades de las personas que en verdad quieran este producto, generando un estatus de consumo de los cuales les gustaría ser parte. • Escuchar a tus consumidores: Tomar en cuenta los gustos, sabores y las opiniones de los consumidores para tener conciencia de la forma que perciben los sabores. <p>Los canales de distribución serían los siguientes:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ● Página web y tienda en línea. ● Tiendas locales ● Redes sociales ● Bazares <p>Las promociones se dividirán en ambos puntos de venta como en tiendas físicas y tiendas online:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tiendas físicas: En un largo plazo puede que la demanda suba así que se ofrecerán promociones interesantes donde se puede llevar descuentos por comprar de mayoreo. ● Tiendas online: Se aplicará la misma demanda, pero solamente porque es en línea se agregarán cupones de descuento al comprar cierto número de prendas por lo que cuesta en línea y el cupón se generará al realizar la compra, y se podrá compartir el cupón, solo que el cupón se generará cada cierto tiempo
Plan de acción	<p>Una vez ya tenido bien claro un análisis de mercado y la segmentación necesaria, debemos de identificar las tendencias que puede haber para visualizar el método de cómo podemos lanzar al mercado el producto de las Playeras</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 1er mes <p>Darnos a conocer con las diferentes formas de las redes sociales que existen, así mismo pudiendo darle regalías a personas que son influyentes en una parte de nuestro segmento y generar un poco de ingresos solo para solventar los gastos operativos</p>

necesarios.

- 2do mes

Analizar si el producto se está analizando o se encuentra visto por los mercados a los cuales nos queremos dirigir, y en cuestión de que no se dirija como es dar soluciones para que nuestros consumidores nos contemplen al momento de una adquisición.

- 3er mes

Se tratará de contener un mejor número de ventas necesarias que abarquen los márgenes necesarios y con un poco de posicionamiento en el mercado, así tratando de posicionarnos más en la mente de los consumidores, donde por lo menos se busque un 10% de aumentar el nivel de productividad.

- 4to mes

Se busca aumentar un mejor tráfico o conocimiento de las páginas web o de las redes sociales sobre los sitios de la empresa procurando tener un poco más de visitante y consumidores a comparación de meses pasados.

- 5to mes

Ya con el posicionamiento requerido sobre el mercado meta, saldrán promociones o rebajas que nos ayuden a obtener al menos un 10% de consumidores y crear un poco más de optimizaciones sobre tiempos de nuevas colecciones requeridas.

- 6to mes

Lanzar nuevas colecciones necesarias dependiendo de la demanda ocurrida y de las necesidades de los mismos consumidores y creando un canal más directo para ver qué es lo que buscan o requieren del producto.

- 7mo mes

	<p>Crear una capacitación necesaria para influir en las ventas de las cuales tenemos como objetivo de obtener las ventas necesarias</p> <ul style="list-style-type: none"> • 8vo mes <p>Crear una alianza con varias personas influyentes que nos ayuden a obtener las ventas u objetivos que queremos lograr para mantener a nuestros clientes potenciales y obtener un poco más de consumidores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 9no mes <p>Analizar y observar cuales son los puntos críticos que se están cometiendo en el equipo de trabajo, en las ventas, en el marketing o la administración para hacer los ajustes necesarios y remediar los problemas que puede haber</p>
Conclusiones	<p>En conclusión, tener un plan de acción de ventas sólido y medible es crucial para el éxito de cualquier empresa en el mercado actual. Este plan debe incluir la definición de objetivos de ventas a largo plazo, la identificación y segmentación de su público objetivo, la implementación de una estrategia de marketing integral, el establecimiento de un sistema de seguimiento de ventas, la capacitación del equipo de ventas, el establecimiento de alianzas estratégicas, y la evaluación y ajuste continuo del plan.</p>

Investigación sobre propiedad intelectual de otros productos.

Se anexan al documento los links que redirigen al pdf de los registros de propiedad intelectual.

Nombre de marca:

<https://vidoc.impi.gob.mx/visor?usr=SIGA&texp=SI&tdoc=E&id=MA/E/M/1985/2890398>

<https://vidoc.impi.gob.mx/visor?usr=SIGA&texp=MA&tdoc=E&id=MA/M/1985/2697054>

Patentes:

China:

https://register.epo.org/documentView?number=CN.201210014657.A&documentId=OPD201306301123685_CN

<https://worldwide.espacenet.com/patent/search?q=pn%3DCN216753570U>

México:

<https://vidoc.impi.gob.mx/visor?usr=SIGA&texp=MA&tdoc=E&id=MA/M/1985/2697054>

Al analizar las patentes ya existentes nos percatamos que nuestros atributos de producto siguen funcionando, existen productos similares pero el de nosotros cuenta con características que lo hacen único, por lo tanto, nuestra propuesta de registro sigue de acuerdo con la matriz EFI que se había realizado anteriormente. Se optaría por registrar el diseño del producto detallando las impresiones textiles que se le harían al producto y las dimensiones del mismo.

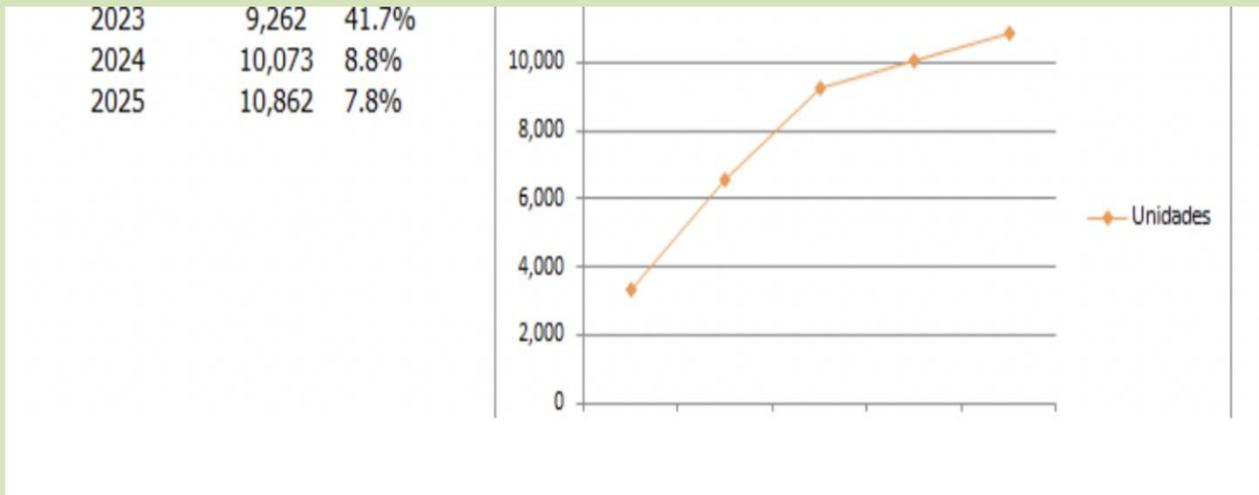
En cuestión del registro del nombre de la marca no existe alguno en la misma área de mercado.

Costeo de propuesta

Tamaño del mercado objetivo

Ventas esperadas en los siguientes años

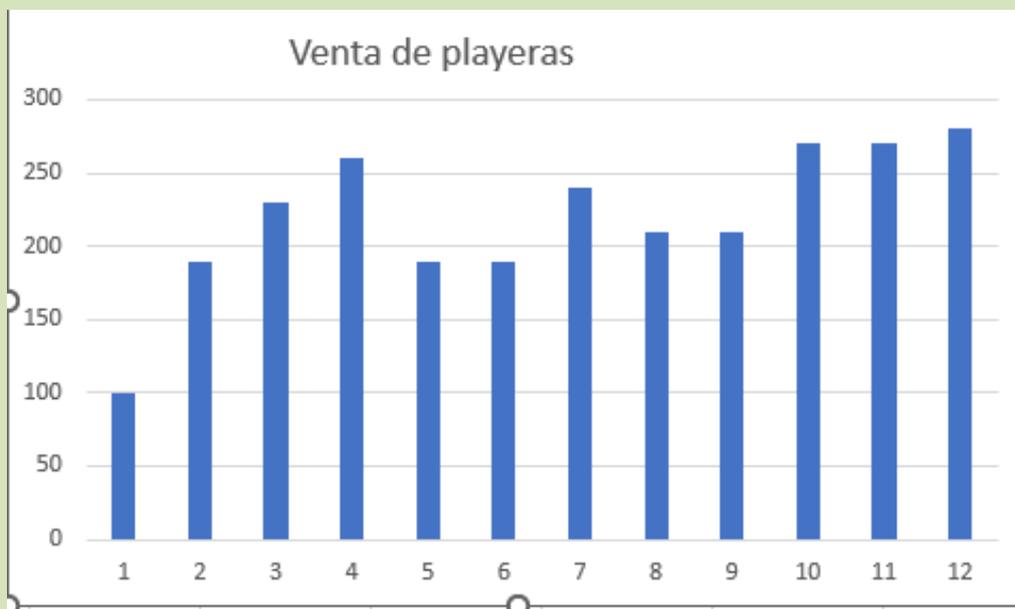
La gráfica muestra la evolución prevista del total de cantidades que se esperan vender en 3 años, del 2023 al 2025.

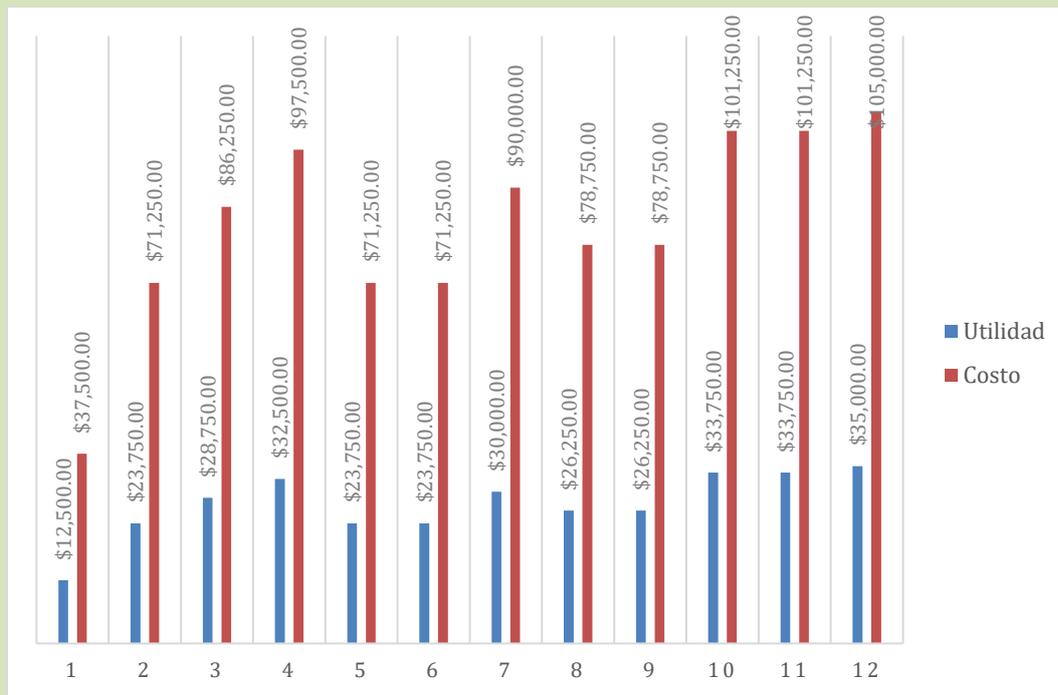


	2024	2025	2026
Estimación de ingresos descendente (\$)			
Tamaño del mercado objetivo	\$100,000.	\$130,000.	\$169,000.
Márgenes de terceros	0%	40%	50%
Cuota de mercado	0.0%	5.0%	10.0%
Ingresos (\$)	\$0	\$2,600,000	\$8,450,000

Previsión de Ventas a un año				
Precio del producto	Mes	Venta/ por pieza	Ganancia	Utilidad
\$500	Enero	100	50,000	12,500
	Febrero	190	95,000	23,750
	Marzo	230	115,000	28,750
	Abril	260	130,000	32,500
	Mayo	190	95,000	23,750
	Junio	190	95,000	23,750
	Julio	240	120,000	30,000
	Agosto	210	105,000	26,250
	Septiembre	210	105,000	26,250

	Octubre	270	135,000	33,750
	Noviembre	270	135,000	33,750
	Diciembre	280	140,000	35,000
Totales		2640	1,320,000	330,000
Enero	100			
Febrero	190			
Marzo	230			
Abril	260			
Mayo	190			
Junio	190			
Julio	240			
Agosto	210			
Septiembre	210			
Octubre	270			
Noviembre	270			
Diciembre	280			





Costo de inversión por playera

Tela de Bambú

\$325 2.9m²

Listón

\$440 1280m

Etiqueta de marca y uso

\$30 Eti

Equivalente a 2 playeras

\$397