

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADA TOULOUSE LAUTREC



RE.STORE

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de
Interiores

AUTOR:

NERY KATHERIN MEJIA ARRIOLA
(ORCID 0009-0006-6017-5015)

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y
Diseño Publicitario

AUTOR:

GIULIANA ANDREA ROJAS SEDAN
(ORCID 0009-0008-6612-183X)

Asesor:

Daniela Ruiz Hidalgo

(<https://orcid.org/0000-0002-6872-6460>)

Lima - Perú

2023

● 13% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	repositorio.tls.edu.pe Internet	4%
2	Infile on 2019-06-07 Submitted works	2%
3	prepro.esan.edu.pe Internet	1%
4	University of Westminster on 2023-08-09 Submitted works	<1%
5	explorapi.blogspot.com Internet	<1%
6	es.slideshare.net Internet	<1%
7	fdocuments.ec Internet	<1%
8	befashionvictim.com Internet	<1%

9	hisour.com	Internet	<1%
10	repositorio.flacsoandes.edu.ec	Internet	<1%
11	scholarworks.waldenu.edu	Internet	<1%
12	prensa.mendoza.gov.ar	Internet	<1%
13	Infile on 2020-11-22	Submitted works	<1%
14	docs.google.com	Internet	<1%
15	lifestylekiki.com	Internet	<1%
16	renati.sunedu.gob.pe	Internet	<1%
17	coursehero.com	Internet	<1%
18	Universidad de Cádiz on 2022-10-21	Submitted works	<1%

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

El proyecto de innovación RE.STORE, tienda multimarca de moda sostenible de segunda mano, se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de competitividad y diversificación industrial y la actividad económica de Comercio. Asimismo, se basa en el ODS 12, meta 12.5 al 2030, reducir la generación de desechos con actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización. De esta manera, la solución que presentamos busca contribuir con la reducción de los niveles de contaminación del sector moda a través de la venta de prendas de segunda mano en el entorno físico -para fomentar la economía circular- hacia la revitalización de la moda sostenible en Lima Metropolitana, teniendo como población beneficiaria a las personas pertenecientes a las generaciones Z Y Millennials, así como también a los emprendedores peruanos del segmento de moda de segunda mano.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en conectar a usuarios con negocios de moda sostenible a través de un espacio físico inspirador, funcional y de alta visibilidad, que les permita comprar de forma responsable y confiable prendas de segunda mano. Se trata de un “Pop Up Store” multimarca con una infraestructura flexible y modular que podrá ser instalado en centros comerciales, ferias u otros establecimientos de alto tránsito.

De esta manera y con el desarrollo de la presente solución, se busca reducir el impacto ambiental generado por el rubro moda incentivando nuevos hábitos de consumo responsable enfocados en la aplicación de la economía circular como estrategia para maximizar la vida de las prendas de vestir, dinamizar la experiencia de compra y revitalizar la moda sostenible, así como aliviar los dolores que tienen ambos públicos: clientes y emprendimientos dedicados a la venta de moda de segunda mano.

La plataforma física RE.STORE, busca visibilizar las alternativas de moda sostenible de segunda mano en Lima. Así, los emprendedores o negocios interesados en formar parte podrán completar un formulario de validación, compartir información sobre los tipos de prendas y stock con el que cuentan. Luego de que la información haya sido comprobada, se define el modelo de pago por suscripción y dependiendo de la dimensión del espacio y clasificación del interesado, se le brindará una propuesta comercial estratégica para empezar a trabajar como socios.

Este espacio acogedor y eco amigable estará distribuido en un área de caja-recepción y 4 áreas de exhibición de prendas implementadas con mobiliario hecho a base de material reciclado como pallets de madera así como elementos de segunda mano debidamente restaurados.

Para la experimentación se diseñaron prototipos de renderizado 3D y un video recorrido del espacio propuesto creados a partir de las necesidades encontradas en los clientes y usuarios de moda de segunda mano a través de un taller generativo con 7 participantes, 3 observaciones en entornos físicos de venta o intercambio de moda de segunda mano, más de 90 encuestas digitales a personas de la generación Z y Millenials y 10 entrevistas. Asimismo, el proyecto ha sido validado a través de 3 entrevistas a representantes de Centros Comerciales y clientes de moda sostenible donde se demostró el interés por explorar y conocer más sobre la propuesta, se destacaron las oportunidades de generar alianzas comerciales y se obtuvo recomendaciones para escalar el proyecto junto con oportunidades futuras. Asimismo, se desarrolló un sistema de encuestas de validación a un universo de más de 20 usuarios donde destacó el alto nivel de aprobación.

Se concluye que la solución propuesta es de alto valor e interés de los beneficiarios y potenciales aliados. De esta manera, se logró identificar los dolores y necesidades de los clientes y usuarios, demostrando que la alternativa de tener un espacio físico multimarca donde comprar ropa de segunda mano, cumple con las expectativas y promete que su experiencia de compra sea aún más enriquecedora.

Se desarrollaron 2 propuestas de Pop Up Store, las mismas que han sido consideradas viables por el público objetivo y aliados. Así, se planteó como mínimo viable un espacio de 25 m² escalable a uno de 50 m² de acuerdo con las oportunidades y resultados durante el primer año de operación.

Si bien se logró obtener el 95% de aceptación por parte de actuales clientes de moda de segunda mano, se espera que esta iniciativa, además, impulse el conocimiento y fomento que más personas se animen a probar esta modalidad adoptando nuevos hábitos de consumo con una visión responsable y sostenible.