Escuela de educación superior privada Toulose Lautrec

ALTERNA

CREACIÓN DE UN MARKETPLACE SOSTENIBLE

PARA REDUCIR EL CONSUMO DE MODA EFÍMERA EN JÓVENES DE 17 A 26 AÑOS EN LIMA METROPOLITANA

Proyecto de innovación para obtener el grado de bachiller en las siguientes carreras

ELECCIÓN DE ODS



Proyecto sobre las culturas de pueblos

Proyecto de los origenas de las comunidades mas vulnerables

Proyecto sobre educación financiera

Plataforma de empleo para grupos marginados

Traducción de libros sobre arte y cultura a idiomas nativos

Señalización visual para vias publicas para las personas sordas

Aplicativo intuitivo para las personas con discapacidades.



Club de ropa de segunda

App de ejercicio que ayuda a mejorar el ecosistema

Crear una app que te indique donde están los puntos de reciclaje de la zona

Productos hechos a base de plantas reciclables con utilidad

Aplicación de rastreo de huella de carobono

Plataforma de intercambio y compartir

PROCESO DE ELECCIÓN DEL TEMA

1. METAS ASOCIADAS A LA ODS	2. LO QUE ME APASIONA				3. LO QUE SE HACER (HABILIDADES)			
App sobre ejercicios de relajación para poder saber manejar las emociones de personas con ansiedad	Tomar fotos	Crear una app intuitiva	La psicología y la mente humana	Crear playlist con sonidos relajantes	Crear apps	Manejo de emociones mediante los colores	Inteligencia emocional mediante el arte	Crear plantillas de dibujo
	Hacer ejercicios de relajación	Crear espacios que te ayuden a mejorar tu ansiedad mediante los colores y texturas plasmadas.	Meditar	Dar tips o consejos de que hacer si te da un ataque de ansiedad	Hacer animaciones			Crear sonidos relajantes
Plataforma de empleo para grupos marginados	Leer	Ver		Oportunidades laborales	Investigar	Comunicar temas relevantes y fomentar difusión		App
	Caminar	Plataforma sin distinciones			Cuadros de información			Pagina web
Traducción de libros sobre arte y cultura a idiomas nativos	Aprender lenguas	Crear espacios agradables con el medio ambiente	Leer sobre antropología	Fomentar la cultura diversa	Informarme sobre temas nuevos	investigar que libros no están traducidos		Investigar
	Conocer temas nuevos	Fomentar la lectura	Leer e investigar sobre la cultura de comunidades nativas	Expandirse su idioma	Saber de culturas			Traducir
Proyecto informativo sobre ahorro utilizando productos ecológicos creando contenido digital	Utilizar productos económicos	Contenido digital muy divertido	Reciclar proactivamente	Mejorar nuestro habitos	Crear parrillas mensuales	Crear contenido digital		Realización de campaña
	Hacer animaciones	Fomentar la información de productos ecológicos		Hacer post en redes	Ser realizadora			Buscar proveedores
Club de la ropa de segunda mano	La moda y ver videos de como arman lo que van a usar	Ropa vintage	Moda casual	Dar otra oportunidad	Ser post productora	Retoque a las fotos de las prendas	Reconstruir ropa en mal estado o darle nueva vida	Sesión de fotos
	La ropa	Fomentar la reutilización	Bordar ropa antigua o endesuso	Conocimientos de moda	Interés por la ropa		Crear outfits	Hacer videos

ODS 12
Producción y consumo responsable



12.5

Reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización

12.8

Asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza



Tema

Consumo masivo de la moda efimera

Tema



CONSUMO MASIVO DE LA MODA EFIMERA

El sector textil del Perú proporciona 215.000 puestos de trabajo en diversos negocios. Para 2050, se espera que el PIB mundial aumente un 400%, lo que provocará una mayor demanda de ropa. Sin embargo, muchos jóvenes no pueden permitirse ropa de calidad debido al desempleo o a los bajos salarios, lo que les obliga a comprar ropa más barata y a la moda.

Tema

Las modas actuales comprometen directamente la seguridad ambiental y social de las personas. Según un informe del Ministerio de Medio Ambiente de Perú, el país genera alrededor de 300.000 toneladas de residuos textiles cada año, de los cuales el 85% proviene de la ropa

300.000 Toneladas de residuos textiles

85% Proviene de ropa

La sociedad actual es consecuente a esta excesiva forma de consumo





Mapa del

PROBLEMA

TODO LO QUE NO FUNCIONA

- Testeo animal
- Consumo trendy
- Moda éfimera
- La producción masiva de fabricas
- Proceso de arreglar piezas, muy tedioso
- Consumo masivo de prendas
- Estilo de ropa, comprar de algunas marcas

TODO LO QUE SI FUNCIONA

- Varidad de ropa
- Creaciónes de marcas
- El reuso de las cosas
- Colores y textura segun las tendencias
- Creación de ropa del mismo estilo
- Estilos personales
- Diseños personalisados



¿POR QUE?

- Algunas personas usan marcas como imagen
- La producción hace que varios productos no se vendan
- Generamos mayor desechos de tela
- Fans consumen los que sus ídolos usan como marketing
- Se prioriza la cantidad ante la calidad
- Rechazan el uso de los animales para fines lucrativos

- Contribuyen dar a conocer maneras como reutilizar
- Reducir en consumo de compra masiva
- Se aprovecha el material existente
- El consumo ecológico hace que tu estilo personal crezca y sea adaptable
- Darle a otra vida a las prendas
- Se generan las prendas de la misma forma haciendo el proceso más económico



Contexto

DPESTA

INVESTIGACIÓN DEL CONTEXTO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
D Demográfico	• Los jóvenes de 17 - 26 años siguen los trends que se actualizan cada 2 - 3 semanas	• Nuevos artistas, elementos, lugares crecen por la cantidad de público nuevo	• Los trends duran tan poco que las personas cambian de consumo constantemente por lo que lo que esta de moda no logra mantenerse por mucho tiempo
P Político	• Decreto Supremo que declara en emergencia en el rubro textil	• El estado promueve a las pequeñas empresas.	• El estado peruano se compromete a incrementar la competividad del país
E Económico	• El Perú tiene el Clúster Textil-Confecciones más grande de Latinoamerica, la industria mueve unos US$1.750 millones al año y, solo el sector de confecciones, representa el 11% del PBI. manufacturero del país y el 1,6% del PBI global • El sector textil del Perú genera aproximadamente 215.000 empleos en negocios de confecciones, tejidos, hilandería, tintorería y lavandería.	• La Fundación Ellen McArthur, la producción de ropa se ha multiplicado al doble durante los últimos 15 años, impulsada por el crecimiento de la población de clase media en todo el mundo y el aumento de las ventas per cápita en los países desarrollados. • Se estima que para 2050, el Producto Interno Bruto global aumentará un 400 por ciento, lo que significará una mayor demanda de ropa	• Muchos jóvenes de esta edad no tienen empleo o les pagan menos del sueldo mínimo, lo que los lleva a no poder comprar ropa de calidad y compran barato ropa que esta en tendencia aun.
S Sociocultural	• La moda efímera esta influenciada por las costumbres, la cultura. En Lima encontramos variedad de promociones en lo que es ropa.	• La creación de comunidades que fomentan la moda sustentable	• Existe evidencia de niños haciendo trabajos forzados para la industria textil en Argentina, Bangladesh, Brasil, China, India, Indonesia, Filipinas, Turquía y Vietnam, entre otros países. • La presión social que tienen los jóvenes a esta edad para seguir las tendencias, afectando el autoestima e imagen corporal.
T Tecnológico	• Las marcas de moda efímera operan mayormente en linea, lo cual a estimulado el desarrollo de tecnologías de comercio electrónico.	• Los diseñadores utilizan software de diseño asistido por computadora (CAD) y tecnologías de modelado 3D para crear y visualizar prendas antes de la producción física, lo que puede acelerar el proceso de diseño y reducir residuos del material.	• La automatización en la producción de textiles y la distribución minorista puede reducir la necesidad de mano de obra humana en la industria de la moda. Esto puede llevar a la pérdida de empleos en ciertas áreas y aumentar las preocupaciones sobre la desigualdad económica
A Ambiental	• El clima afecta el comportamiento de los consumidores • La moda influye en el comportamiento, su vestuario describe lo que desean comunicar, lo que quieren que otros vean al observarlos. • La producción textil es responsable del 20% de las aguas residuales globales y del 10% de las emisiones globales de carbono	• Dar a conocer como podemos dar un segundo uso a la ropa. • Negocios del extranjero llegan al Perú, a promover la moda sostenible. Las Traperas, el primer negocio de 'ropa usada' en Perú que llega al gran retail. Una mirada al negocio de la venta de prendas de segundo uso que ya tiene cautivo a cerca de un millón de peruanos. La historia de dos mujeres detrás de dos empresas fuertes de 'segundo uso'. • INSSANIA ofrece un espacio para comprar y vender moda de segunda mano, promoviendo la sostenibilidad y evitando el impacto negativo del consumo rápido y la moda efímera.	• Las tendencias futuras y la producción masiva aceledara de la moda efimera • La asistencia a las tiendas departamentales, se reveló que el 44% de personas va por lo menos una vez al mes, siendo los locales pertenecientes a las cadenas extranjeras, sobre las razones de ir a un centro comercial (cuya frecuencia promedio es de casi dos veces al mes), un 35% de jóvenes de Lima Metropolitana va a pasear y el 35% acude a un mall para comprar ya sean ropa, accesorios u otras cosas.



Datos impostantes

Investigación de escritorio

DATOS MAR RELEVANTES ASOCIADOS AL PROBLEMA

- La moda se difunde mas por las redes sociales.
- Los artistas inspiran muchas tendencias
- Las modas mas consumidas son la vestimenta y la tecnología.
- Les gusta dar buena apariencia frente a otras personas
- Los consumidores no son consientes de como afecta su consumo excesivo al mundo.
- No saben el significado de lo efímero.



MAPA DE ACTORES

- **Actores Centrales**



Vendedores no regularizados



Emprendedores



Jóvenes de 17 a 26 años



Tiendas de marcas reconocidas



Las personas (influencers)

- **Actores Directos**



Proovedores de venta textil



Tiendas de comercio de fabricación masiva



Falta de leyes

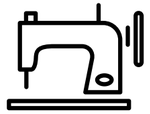


Apoyo del estado



Los consumidores

- **Actores Indirectos**



Marcas de moda sostenibles



Alza de la economia



Los diseñadores



El cambio climatico



Plan de

Investigación

OBJETIVO	Conocer y comprender el comportamiento que tienen los jóvenes en las redes sociales acerca sobre el consumo de moda efímera.

PREGUNTAS	MÉTODO	MUESTRA	CARACTERÍSTICA
¿Que opinan sobre la evolución de la moda?	80 ENCUESTAS	Jóvenes de 17 a 26 años de edad	Análisis, tener el público claro, grupo de muestreo, google form
Saber su ruta de navegación sobre como conocen los trends	10 ENTREVISTAS	Personas que usan las redes constantemente y consumen sobre moda	Meet, horarios de personas, Filtro de preguntas
Identificar el comportamiento de los consumidores masivos de moda	3 OBSERVACIONES	Personas de 16 - 35 años, que han consumido modas por más tiempo	Focus group, cantidad de personas, espacio privado (toulouse), persona que sepa de moda
Saber sus preferencias: marcas, calidad, etc.	2 TALLERES GENERATIVOS	Jóvenes estudiantes consumidores de marcas recurrentes	Dinámica, charla, herramientas visuales, material de moda (ropa, telas, hilos), experimentos



Guión de

Encuestas

Guión de encuesta - Jóvenes

Introducción

¡Hola! 😊 Somos estudiantes inmersos en el fascinante mundo de la investigación para nuestra tesis. Nos encantaría contar contigo para conocer tu opinión sobre la evolución de la moda efímera en Perú. ¡Tu perspectiva es valiosísima para nosotros! 🌟 ¡Gracias de antemano por ser parte de nuestro proyecto! 🙌

1. ¿Te gusta estar a la moda?

a. Si b. No

2. ¿Estas al tanto de las nuevas tendencias en moda?

a. Si b. No

3. ¿Sigues las tendencias hechas por artistas?

a. Si b. No

4. Cuando te preguntan si estás a la moda tu piensas:

a. Soy lo que quiero ser

b. Tengo mi propio estilo

c. Me dicen el abuelo

d. Mi hermanx me hereda sus prendas

e. Lo aesthetic es lo de ahora

5. ¿Que rubro de arte crees que influye más en la moda?

a. Pintores b. Diseñadores c. Músicos

6. ¿En que edad empezaste a sentir interés por la moda?

a. 15 b. 17 c. 20 d. 22

7. ¿Cuáles son tus lugares de nicho para consumir moda?

a. online b. mercado c. centros comerciales d. mercado negro

8. ¿ Qué razones te llevan a salir de compra?

a. Necesito comprar regalos
b. Para sustituir cosas vieja
c. Para enriquecer mi estila de vida
d. Es una de mis rutinas diarias

9. ¿Cada cuanto tiempo compras cosas por alguna moda?

1 2 3 4 5

Seguido, sigo todas las tendencias

Casi nunca, tengo la misma ropa hace años

10. ¿Siente que tus compras son afectadas por lo que se pone de moda?

1 2 3 4 5

Claro que si, si no lo tengo no estoy trend

No me afecta en absoluto

11. ¿Cada cuanto reparas tus cosas?

1 2 3 4 5

Cuido mis herramientas de reparación

No me afecta en absoluto

12. ¿Crees que la moda puede ser sostenible?

1 2 3 4 5

Puede ser muy sostenible

No puede ser sostenible

13. ¿Estarías dispuesto a impulsar una moda sustentable?

---

14. ¿Consideras que la moda efímera afecta a la sociedad?



Guión de

Entrevistas

Guión de encuesta - Jóvenes

Introducción

¡Hola! Somos alumnos de TLS. Nos encontramos en el proceso de investigación para realizar nuestra tesis. Queremos saber que opinas sobre la evolución de la moda efímera en en Perú

1. Datos del entrevistado
Se le pregunta su nombre completo, edad y donde vive.

2. ¿Te gusta la moda?¿Por que?

---

3. ¿Cuales son tus marcas favoritas?

---

4. ¿Pantalones o shorts?

---

5. ¿Qué tipo de moda consumes?

---

6. ¿Si tendrías que consumir moda en donde lo harías ?

---

7. ¿Cuáles son tus lugares de nicho para consumir moda?

---

8. ¿Por que medios te enteras de las nuevas modas?

---

9. ¿Que estilo que se puso de moda crees que ha sido revolucionaria?

---

10. ¿Cuál es la colaboración de alguna marca que te gustaría usar?

---

11. ¿Cómo ves a los consumidores de moda efímera de aquí unos años?

---

12. ¿Crees que los jóvenes de lima en unos años tomen conciencia y sean mas responsables con el consumo de las modas?

---

13. ¿Cómo crees que se producirá la moda en unos años?

---

14. ¿Comprarías ropa de alto costo, sabiendo que el precio esta en aumento por el estatus?

---

15. ¿Que consejo de moda le darias a las demas personas?

---

16. ¿Apoyarias emprendimientos de moda sostenible?

---

17. ¿Crees que nuestro país esta preparado para un cambio de moda sostenible?



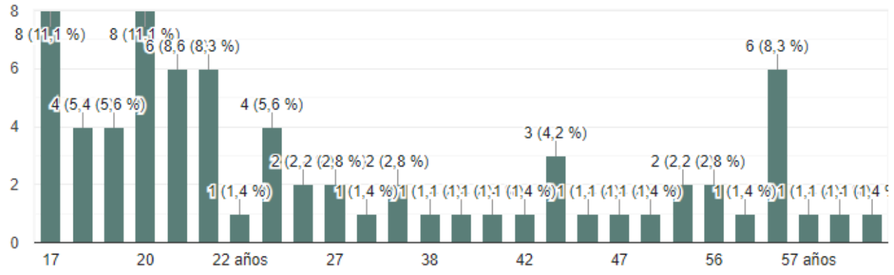
Resultados

Encuesta

3. Edad

Copiar

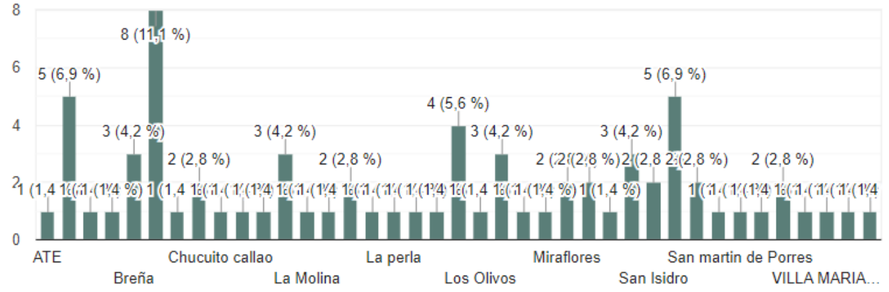
72 respuestas



4. ¿En qué distrito vives?

Copiar

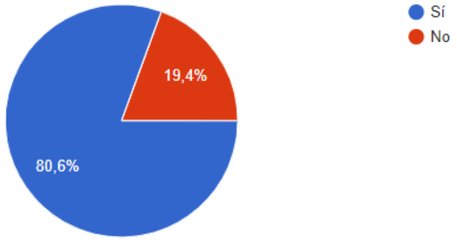
72 respuestas



5. ¿Te gusta estar a la moda?

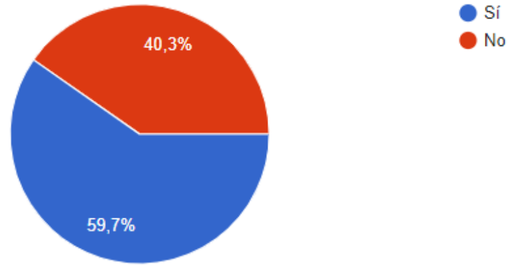
Copiar

72 respuestas



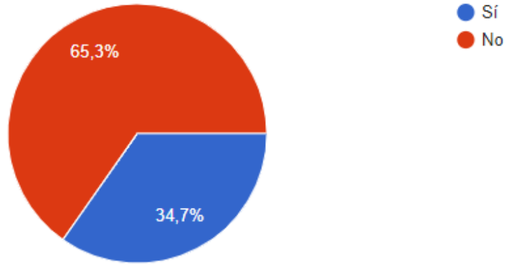
6. ¿Estas al tanto de las nuevas tendencias en moda?

72 respuestas



7. ¿Sigues las tendencias hechas por artistas?

72 respuestas



8. Cuando te preguntan si estás a la moda tu piensas:

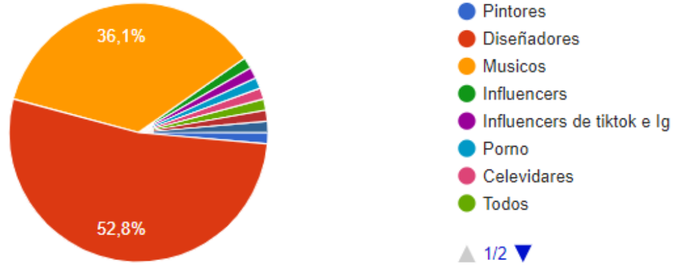
Copiar

72 respuestas



9. ¿Que rubro de arte crees que influye más en la moda?

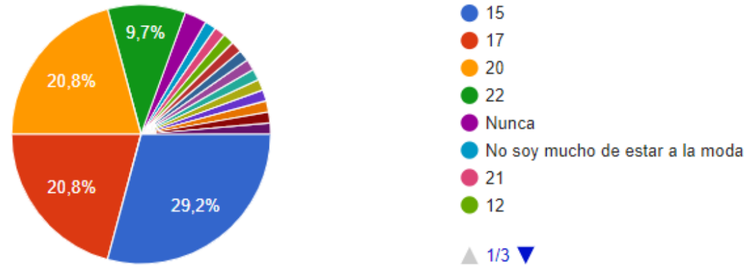
72 respuestas



10. ¿En qué edad empezaste a sentir interés por la moda?

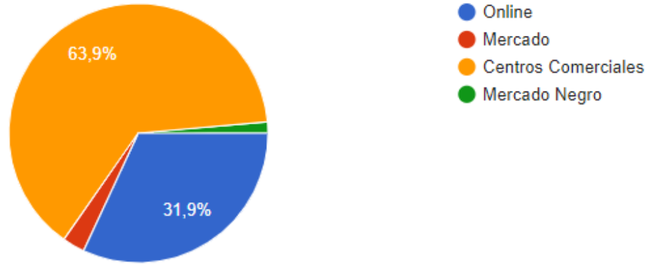
Copiar

72 respuestas



11. ¿Cuáles son tus lugares de nicho para consumir moda?

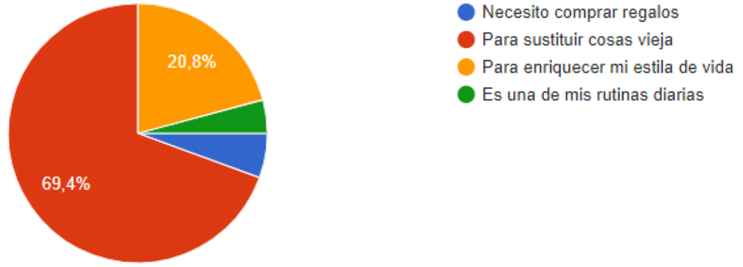
72 respuestas



12. ¿Qué razones te llevan a salir de compra?

Copiar

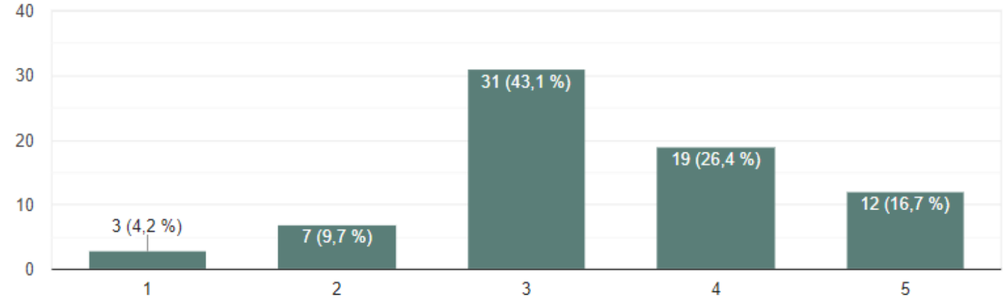
72 respuestas



13. ¿Cada cuanto tiempo compras cosas por alguna moda?

Copiar

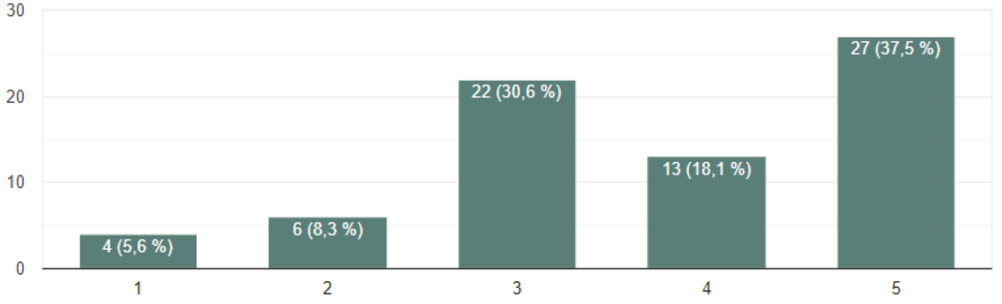
72 respuestas



14. ¿Siente que tus compras son afectadas por lo que se pone de moda?

Copiar

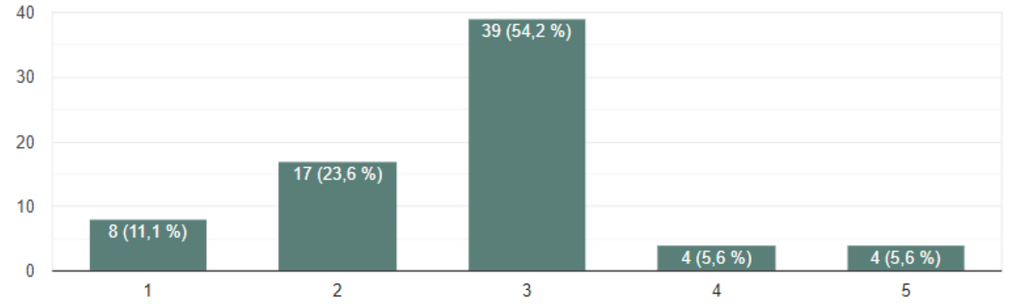
72 respuestas



15. ¿Cada cuanto reparas tus cosas?

Copiar

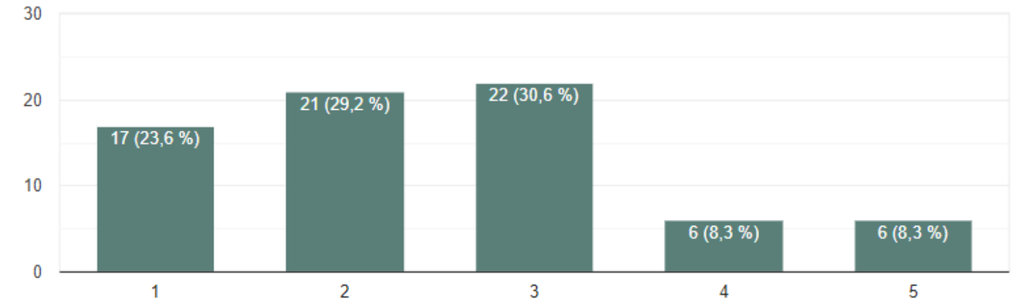
72 respuestas



16. ¿Crees que la moda puede ser sostenible?

Copiar

72 respuestas



17. ¿Estarías dispuesto a impulsar una moda sostenible?¿Porque?

72 respuestas

- Si
- No
- Así podría llegar a más personas de bajos recursos
- Claro que sí la gente busca variedad Calidad y precios módicos que estén al alcance
- Sí, porque ayudaría a preservar el ecosistema
- Si, ya que es algo beneficioso para nuestro planeta
- Sí, sería una opción interesante

18. ¿Consideras que la moda efímera afecta a la sociedad?¿Porque?

72 respuestas

- No
- Si
- Por un tema económico
- Sí afecta porque impulsa un nivel de consumismo absurdo y genera etiquetamientos hacia las personas de forma negativa
- Depende
- Considero que sí, ya que se produce en demasía productos de mala calidad por la variabilidad de la moda.
- Si, por que al hacer varias compras en este caso de ropa y las que no usa las tiran lo cual contaminan por que a veces la queman tambien preferible es regalarla



Descarga de

Entrevistas

ENTREVISTADOR/A: Francisco Aquino

NOMBRE DEL ENTREVISTADO/A: Valeria Núñez - 22 años

FECHA Y HORA: 3/10/2023 - 4:00 pm

PREGUNTA	REPUESTA	PREGUNTA	REPUESTA
¿Te gusta la moda?¿Por que?	Depende si es algo que me interese, no estoy tanto al pendiente	¿Si tendrías que consumir moda en donde lo harías ?	En los centros comerciales es más fácil encontrar las últimas temporadas o las últimas tendencias
¿Cuales son tus marcas favoritas?	No uso marcas específicas, suelo buscar ropa que me guste ya sean de marcas variadas como en Gamarra, por ejemplo	¿Cuál es la colaboración de alguna marca que te gustaría usar?	Una diseñadora de modas peruana que hizo una colaboración con Ripley, Annaiss Yucra, tiene una colección de ropa tejida a mano
¿Por que medios te enteras de las nuevas modas?	Por las redes sociales, TikTok e Instagram	¿Apoyarias emprendimientos de moda sostenible?	Claro que si apoyaría la moda sostenible
¿Cómo crees que se producirá la moda en unos años?	Puede que algunas fabricas sustituyan el trabajo humano, pero siento que hay otras modas o estilos que requieren de artistas por algunos detalles	¿Crees que nuestro país esta preparado para un cambio de moda sostenible?	No siento que está preparado pero si veo que es necesario un cambio

ENTREVISTADOR/A: Bryan

NOMBRE DEL ENTREVISTADO/A: Camila Aña - 18 años

FECHA Y HORA: 3/10/2023 - 4:00 pm

PREGUNTA	REPUESTA	PREGUNTA	REPUESTA
¿Te gusta la moda?¿Por que?	Si, porque hay moda que si vale la pena consumir y otras que no	¿Si tendrías que consumir moda en donde lo harías ?	En Gamarra
¿Cuales son tus marcas favoritas?	Nike	¿Cuál es la colaboración de alguna marca que te gustaría usar?	Nike
¿Por que medios te enteras de las nuevas modas?	Facebook	¿Apoyarias emprendimientos de moda sostenible?	Si
¿Cómo crees que se producirá la moda en unos años?	Depende de como cambie el tiempo la moda evoluciona	¿Crees que nuestro país esta preparado para un cambio de moda sostenible?	No

ENTREVISTADOR/A: Bertha Condor

NOMBRE DEL ENTREVISTADO/A: Luis Zapata - 21 año

FECHA Y HORA: 3/10/2023 - 4:00 pm

PREGUNTA	REPUESTA	PREGUNTA	REPUESTA
¿Te gusta la moda?¿Por que?	Se podría decir que si, por ejemplo debo saber vestirme para poder encajar	¿Si tendrías que consumir moda en donde lo harías ?	En algún centro comercial conocido
¿Cuales son tus marcas favoritas?	En general no tengo marcas favoritas, pero en calzado me gusta el estilo de DC	¿Cuál es la colaboración de alguna marca que te gustaría usar?	Algún calzado con una serie que me guste
¿Por que medios te enteras de las nuevas modas?	Instagram o tiktok	¿Apoyarias emprendimientos de moda sostenible?	Si apoyaría y me gustaría si fuera accesible ya que algunos emprendimientos que conozco manejan precios elevados, o también me gustaría algo relacionado a la segunda mano
¿Cómo crees que se producirá la moda en unos años?	No sabría decirlo, ya que me interesa consumir las cosas que sean suficientes	¿Crees que nuestro país esta preparado para un cambio de moda sostenible?	Sí, porque por el momento estamos bien económicamente y podríamos permitirnos un cambio



Datos de

Entrevistas

Datos de entrevistados

ANALISIS DE ENCUESTAS

Los consumidores de moda no son conscientes de cómo afecta el consumo excesivo al mundo

Los consumidores admiten que las marcas más grandes son la moda con más prestigio

No hay una consciencia general de las consecuencias de consumir moda excesivamente

Muchos consumidores prefieren esperar moda más accesible que plantearse un futuro más sostenible

Las personas jóvenes están dispuestas a comprometerse con el cambio

No hay una consciencia general de las consecuencias de consumir moda excesivamente

La mayoría de los entrevistados considera que la moda es parte de nuestra cultura

El futuro puede ser incierto desde la mayoría de las perspectivas

La música es un principal catalizador de música actualmente

Hay una facilidad para consumir moda pirata

La moda genera presión social en los consumidores y muchas veces estos no lo reconocen

Los artistas inspiran muchas tendencias

Datos de entrevistados

ANALISIS DE ENTREVISTA

Los trends cambian el estilo personal

Les interesa la moda

Los feats para los fans hacen que compren piezas de alto costo

El oversized es el estilo que la mayoría de personas ha observado

El proceso de creación de las prendas va a ser más rápida y probablemente más contaminante

La ropa es la moda efímera que ha sido aceptada por más personas

Datos de entrevistados

ANALISIS DE TALLER

Les gusta dar buena apariencia cuando se muestran a otras personas

No saben el significado de efímero

Mayor consumo de moda es en ropa

Apoyo a los nuevos emprendimientos de moda sostenible

Saben diferencias las prendas costosa con las caras

Emprendimientos de ropa sotenible estan llegando al perú

Datos de entrevistados

ANALISIS DE CUADERNO DE OBSERVACIÓN

Ah todos los entrevistados les gusta la moda.

La moda se difunde MAS por redes sociales.

EMISORAS DE RADIO , TV , PUBLICIDAD

Las personas no se tienen fe en que los jóvenes tomen conciencia en el consumo de las modas.

Las modas mas consumidas son : Vestimenta y tecnología.

Datos de entrevistados

ANALISIS DE ENCUESTAS

Los consumidores de moda no son conscientes de cómo afecta el consumo excesivo al mundo

Los consumidores admiten que las marcas más grandes son la moda con más prestigio

No hay una consciencia general de las consecuencias de consumir moda excesivamente

Muchos consumidores prefieren esperar moda más accesible que plantearse un futuro más sostenible

Las personas jóvenes están dispuestas a comprometerse con el cambio

No hay una consciencia general de las consecuencias de consumir moda excesivamente

La mayoría de los entrevistados considera que la moda es parte de nuestra cultura

El futuro puede ser incierto desde la mayoría de las perspectivas

La música es un principal catalizador de música actualmente

Hay una facilidad para consumir moda pirata

La moda genera presión social en los consumidores y muchas veces estos no lo reconocen

Los artistas inspiran muchas tendencias

Organización de datos

CONTEXTO ACTUAL DE LA MODA EFÍMERA

Los consumidores de moda no son conscientes de cómo afecta el consumo excesivo al mundo

La mayoría de los entrevistados considera que la moda es parte de nuestra cultura

No saben el significado de efímero

Las personas no se tienen fe en que los jóvenes tomen conciencia en el consumo de las modas.

Organización de datos

EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES

No hay una consciencia general de las consecuencias de consumir moda excesivamente

Los consumidores admiten que las marcas más grandes son la moda con más prestigio

Hay una facilidad para consumir moda pirata

Muchos consumidores prefieren esperar moda más accesible que plantearse un futuro más sostenible

Las modas mas consumidas son : Vestimenta y tecnología.

Les gusta dar buena apariencia cuando se muestran a otras personas

Los feats para los fans hacen que compren piezas de alto costo

Organización de datos

MEDIOS DE DIFUSIÓN DE MODA

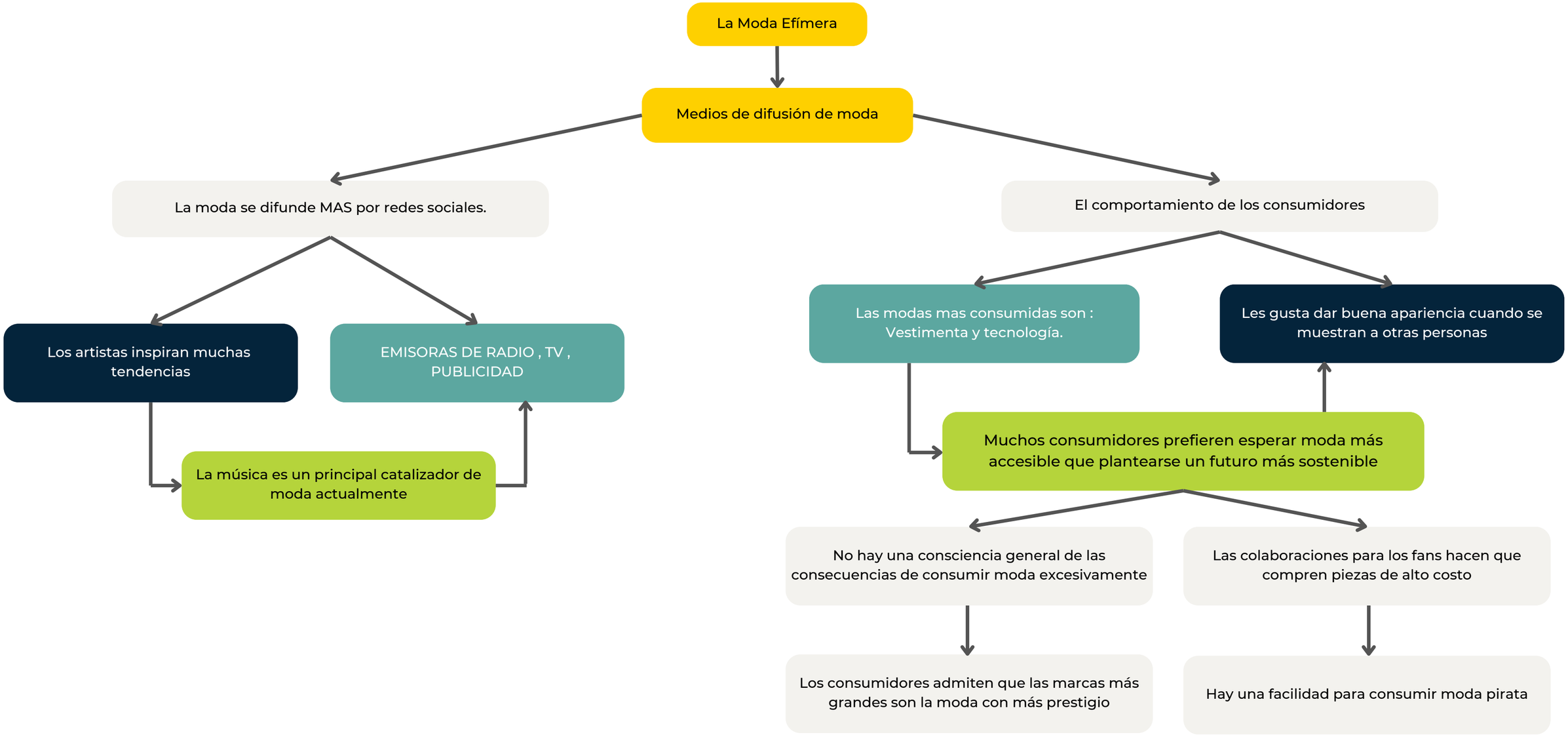
La música es un principal catalizador de moda actualmente

EMISORAS DE RADIO , TV , PUBLICIDAD

Los artistas inspiran muchas tendencias

La moda se difunde por redes sociales.

MAPA MENTAL


La Moda Efímera
Medios de difusión de moda
La moda se difunde MAS por redes sociales.
El comportamiento de los consumidores
Los artistas inspiran muchas tendencias
EMISORAS DE RADIO , TV , PUBLICIDAD
La música es un principal catalizador de moda actualmente
Las modas mas consumidas son : Vestimenta y tecnología.
Les gusta dar buena apariencia cuando se muestran a otras personas
Muchos consumidores prefieren esperar moda más accesible que plantearse un futuro más sostenible
No hay una consciencia general de las consecuencias de consumir moda excesivamente
Las colaboraciones para los fans hacen que compren piezas de alto costo
Los consumidores admiten que las marcas más grandes son la moda con más prestigio
Hay una facilidad para consumir moda pirata

Insight

Los jóvenes sienten la necesidad de consumir moda por la presión social, sin embargo quieren aportar al cuidado del medio ambiente, pero carecen de un espacio digital donde puedan consumir moda sostenible y única.





Data de los

Arqueotipos

Arqueotipo - Estudiante

BENITO CARBAJAL

PROMOTOR DE EVENTOS - 24 AÑOS



COMPORTAMIENTO

Para Benito la moda efímera es una oportunidad de estar en tendencia con su red de amigos, tener las mejores fotos, las mejores etiquetas y estar en todos lados

DUELE/MOLESTA

- VER PERSONAS VERSTIRSE CON UNA MODA QUE A EL NO LE PARECE
- VER QUE OTRA PERSONA TENGA LA MISMA ROPA QUE ÉL

DICE Y PIENSA

Le gusta seguir el estilo de vida de muchos artistas urbanos, tiene un ideal del éxito con mucho status y el poder para satisfacer todos sus deseos, ya sean modas o los últimos productos mas novedosos del mercado

QUIERE/NECESITA

- QUISIERA CREAR SU PROPIA MARCA DE ROPA PERO NO SABE POR DONDE EMPEZAR
- PARTICIPANDO EN CAPAÑAS DE MODA CUANDO LO INVITEN

Arqueotipo - Estudiante

ENRIQUE PEÑA

ESTUDIANTE - 19 AÑOS



DICE Y PIENSA

Piensa que el cambio solo se logrará si las personas se unen y hacen su parte.

QUIERE/NECESITA

- Consumir moda sostenible
- NEESITA QUE LAS PERSONAS TOMEN FOMENTEN MAS LAS CAMPAÑAS ECOAMIGABLES.

DUELE/MOLESTA

Le duele el impacto que el cambio climático y la contaminación tienen en la naturaleza y en la calidad de vida de las personas.

COMPORTAMIENTO

- Vive el problema al notar la falta de conciencia ambiental en su comunidad y cómo esto afecta al medio ambiente.
- Ve el mundo como un lugar que necesita un cambio urgente para evitar un desastre ambiental
- Es importante saber que esta persona participa en campañas y actividades de voluntariado para crear conciencia sobre la importancia de un consumo y producción sostenibles.

Arqueotipo - Emprendimiento

DIANA MENDOZA

EMPRENDEDORA - 22 AÑOS



DICE Y PIENSA

Piensa que la forma en que producimos y consumimos actualmente no es sostenible a largo plazo.

QUIERE/NECESITA

Quiere ver un cambio en la forma en que producimos y consumimos, y necesita sentir que está haciendo su parte para lograr este cambio.

DUELE/MOLESTA

Le molesta la falta de conciencia ambiental de algunos miembros de su comunidad y el impacto que esto tiene en el medio ambiente.

COMPORTAMIENTO

- Vive el problema al notar la cantidad de residuos que genera su hogar y comunidad, y cómo esto afecta al medio ambiente.
- Ve el mundo como un lugar hermoso y diverso que debe ser cuidado para las futuras generaciones.
- Es importante saber que esta persona intenta vivir de manera responsable con el medio ambiente, utilizando productos reutilizables y reciclables.

Arqueotipo - Practicante

RAÚL TORRES

TRABAJA EN UNA EMPRESA CON PRACTICAS SOSTENIBLES - 26 AÑOS



DICE Y PIENSA

Piensa que todos debemos hacer nuestra parte para proteger el medio ambiente.

QUIERE/NECESITA

Lo que quiere o necesita es sentir que está haciendo su parte para proteger el medio ambiente. Puede encontrar satisfacción en adoptar un estilo de vida más sostenible o en participar en actividades de voluntariado relacionadas con el medio ambiente.

DUELE/MOLESTA

La contaminación y la degradación del medio ambiente pueden ser cosas que le duelen o le molestan.

COMPORTAMIENTO

- ve al mundo como un lugar frágil que debemos proteger para las generaciones futuras
- Vive el problema viendo la cantidad de residuos y desechos que se generan en su comunidad y cómo impactan el medio ambiente.
- Es importante saber que esta persona está dispuesta a cambiar sus hábitos y a adoptar un estilo de vida más sostenible.

Arqueotipo - Musico

MANUEL CABANA

MUSICO - 24 AÑOS



COMPORTAMIENTO

- Es importante saber que esta persona intenta vivir con lo mínimo necesario y reduce su huella de carbono al limitar su consumo de energía y recursos.
- ve al mundo muy sobrecargado de cosas incensarías

DICE Y PIENSA

Piensa que la mayoría de las personas consumen más de lo que necesitan.

DUELE/MOLESTA

Le molesta la cultura del consumismo y la falta de responsabilidad ambiental de algunas empresas.

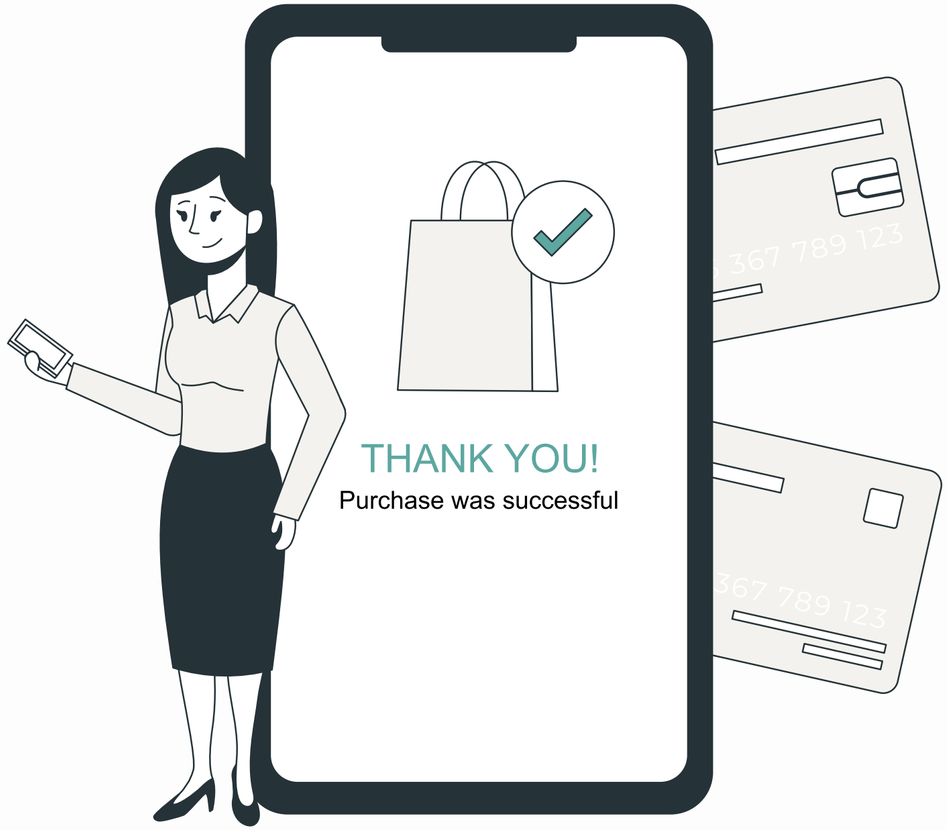
QUIERE/NECESITA

Necesita ver un cambio consiente con el consumo de las modas.

Reto de diseño

¿COMO PODRIAMOS?

USUARIO/ARQUEOTIPO	DOLOR/NECESIDAD	INSIGHT	¿COMO PODRIAMOS?
Emprendedor	Le duele que las personas consuman inconscientemente/necesita un medio de consumo consiente y responsable con el medio ambiente	La influencia de las redes sociales afecta la economía de las personas ya que genera presión social en el comportamiento del consumidor.	Hacer que las personas consuman conscientemente mediante las redes sociales
Emprendedora	Falta de conciencia ambiental/mas campañas ecoamigables	No hay información sobre el consumo de las modas	Crear conciencia sobre el consumo de la moda
Estudiante	Le duele el impacto que el cambio climático y la contaminación tienen en la naturaleza y en la calidad de vida de las personas.	Porque le preocupa como vivirá en unos años por la contaminación que generan	Crear un espacio de moda sostenible



Reto de diseño

¿Cómo podriamos crear un espacio digital consuman moda sostenible y oufits únicos?



Lienzo

Tema, Problema y Reto

TEMA

Consumo de Moda efimera en jovenes de 17 a 26 años en Lima metropolitana

DOLOR/NECESIDAD

Le duele que las personas consuman inconscientemente/necesita un medio de consumo consiente y responsable con el medio ambiente

PRINCIPALES HALLAZGO

Les gusta dar buena apariencia cuando se muestran a otras personas

Los artistas inspiran muchas tendencias

Las modas mas consumidas son : Vestimenta y tecnología.

Muchos consumidores prefieren esperar moda más accesible que plantearse un futuro más sostenible

ARQUETIPO



ESTUDIANTE - BENITO - 24 AÑOS

Un destacado productor de eventos, se distingue en su campo por manejar un estilo de vida que lo vincula estrechamente con numerosos artistas urbanos. Su entorno laboral y social lo reconoce como una persona organizada, responsable y amigable.

¿Como podriamos hacer que las personas consuman conscientemente mediante las redes sociales?

DOLORES

La contaminación y la degradación del medio ambiente pueden ser cosas que le duelen o le molestan.

Le molesta la falta de conciencia ambiental de algunos miembros de su comunidad y el impacto que esto tiene en el medio ambiente.

Le molesta la cultura del consumismo y la falta de responsabilidad ambiental de algunas empresas.

Le duele el impacto que el cambio climático y la contaminación tienen en la naturaleza y en la calidad de vida de las personas.

Propuesta de Valor

PROPUESTA DE VALOR

somos el marketplace sostenible, que le entrega valor a las marcas de sostenibilidad y le entrega valor a los usuarios con innovaciones que las marcas en si mismas no son capaces de hacer

CREADORES DE BENEFICIOS

- La creación de nuevas prendas sostenibles
- Una consciencia clara sobre el consumo de ropa
- Van a comprar a un precio accesible a sus bolsillos,
- Generar outfit únicos que representen a los consumidores

ALIVIOS PARA DOLORES

- Los resultados son medibles entre cada usuario
- Aseguramos un público unido y en relación con la visión de la marca

BENEFICIOS

- Apoyo a los emprendedores responsables
- No existe una identidad de moda sostenible
- Desean facilidad para consumir de manera responsable
- Sentir orgullo que consumo aporta en pro del medio ambiente

DOLORES

- Que las personas consuman sin medirse
- No existe una identidad de moda sostenible
- Las tendencias actuales solo se enfocan en el consumo
- Ropa barata y de mala calidad

TRABAJOS POR HACER

- Buscan que estar a la moda sin contaminar.
- Buscan consumir de manera responsable
- Buscan promover el uso de nuevas tecnologías eco amigables



Proceso de

Ideación

LIluvia de ideas

¿COMO PODRIAMOS CREAR CONCIENCIA SOBRE EL COMSUMO DE LA MODA EN LOS JOVENES 17 A 26 AÑOS EN LIMA METROPOLITANA?

Creando contenido sobre la moda	Organizar evento de moda sostenible	Crear un app sobre la moda sostenible	Realizando desfiles de moda sostenible
Creando un pagina web	Realizar talleres de moda sostenibles	Crear lineas de ropa sostenibles	Talleres de costura y reparación de ropa
Creando contenidos visuales para las redes sociales	Crear campañas en redes sociales	Crear una pagina wed informativa	Armar concursos de moda sostenible en diferentes espacios

Lluvia de Ideas

IDEA 1

Creando contenidos visuales para las redes sociales

IDEA 3

Creando un pagina web

IDEA 2

Crear lineas de ropa sostenibles

IDEA 4

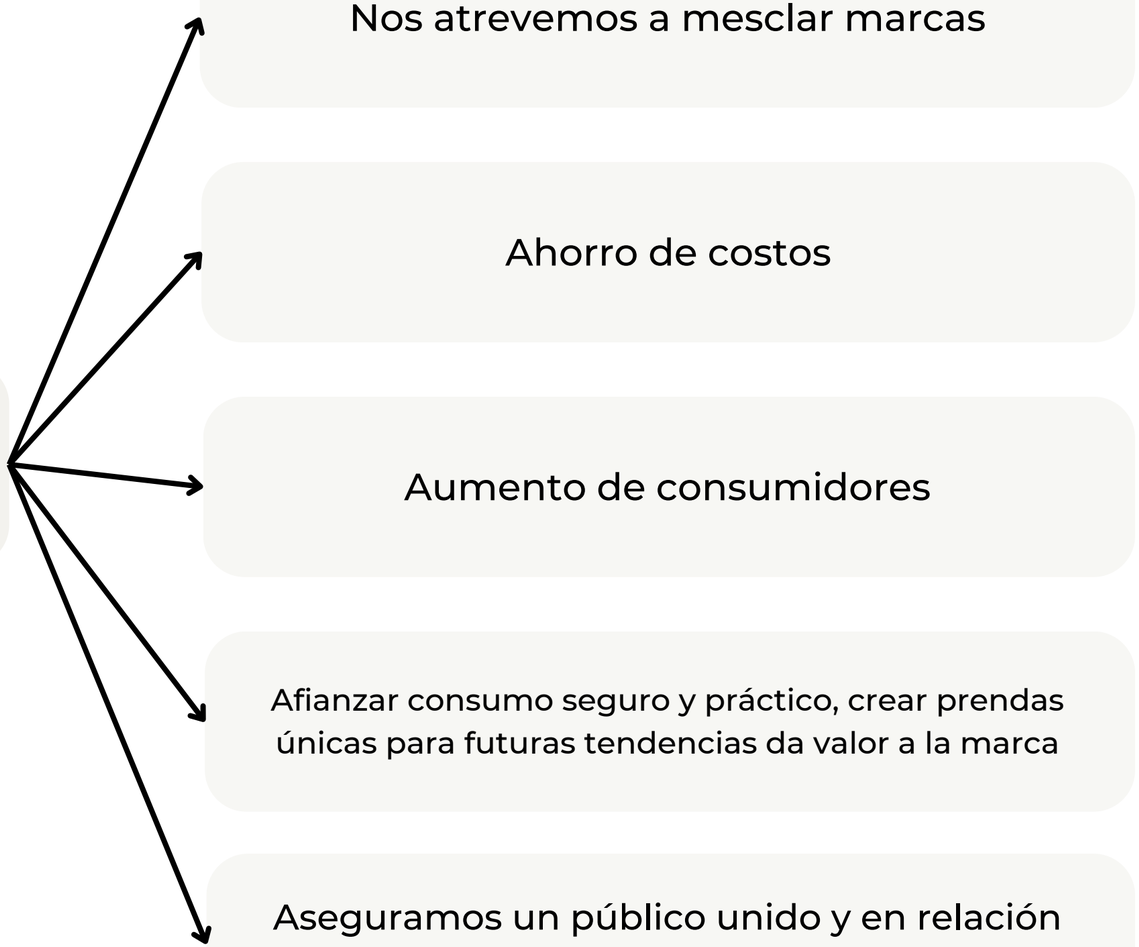
Talleres de costura y reparación de ropa

IDEA 5

Organizar evento de moda sostenible

Matriz de prIorización

Organizar evento de moda sostenible



Nos atrevemos a mesclar marcas

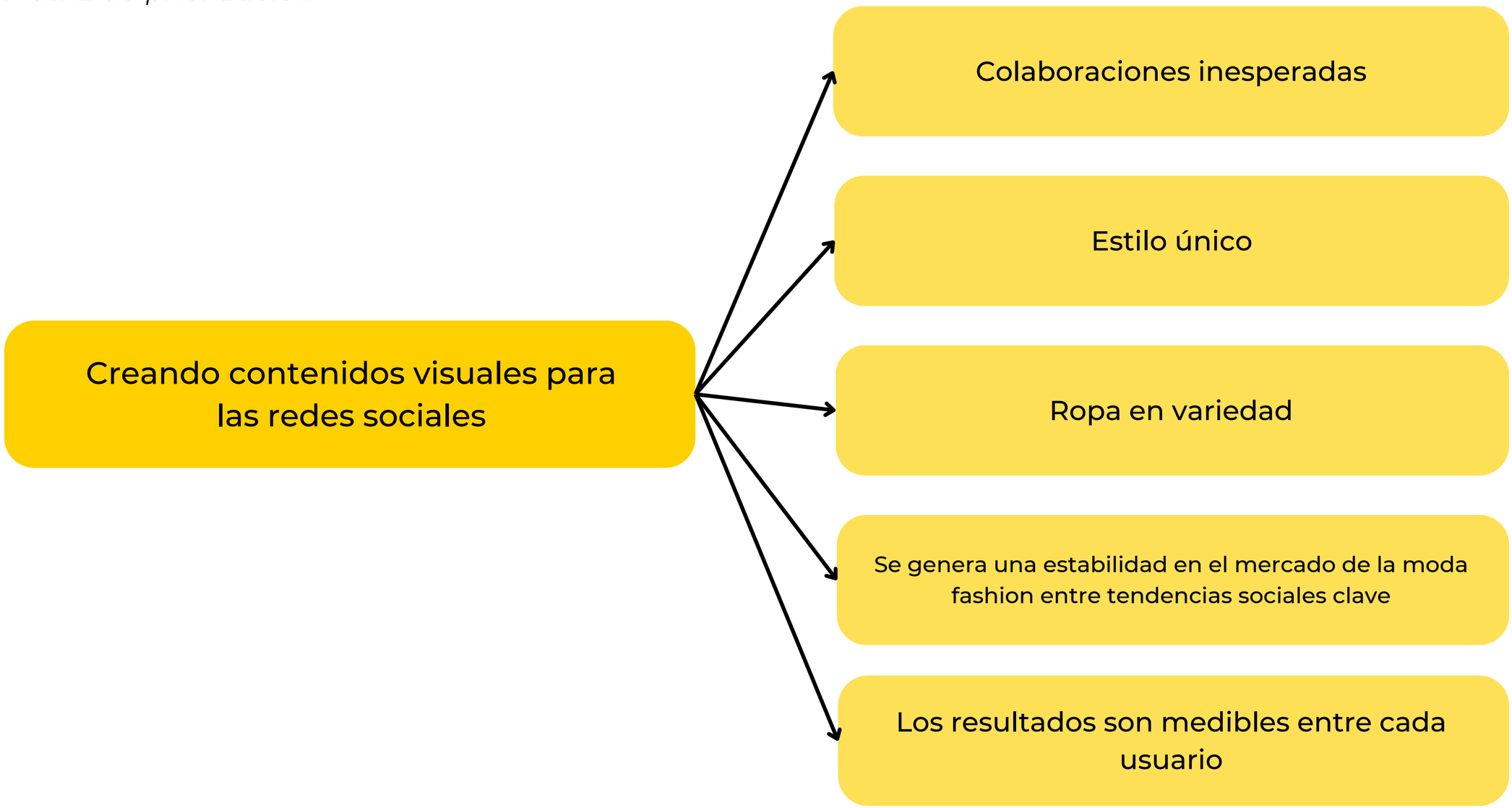
Ahorro de costos

Aumento de consumidores

Afianzar consumo seguro y práctico, crear prendas únicas para futuras tendencias da valor a la marca

Aseguramos un público unido y en relación con la visión de la marca

Matriz de prlorización



Matriz de prlorización

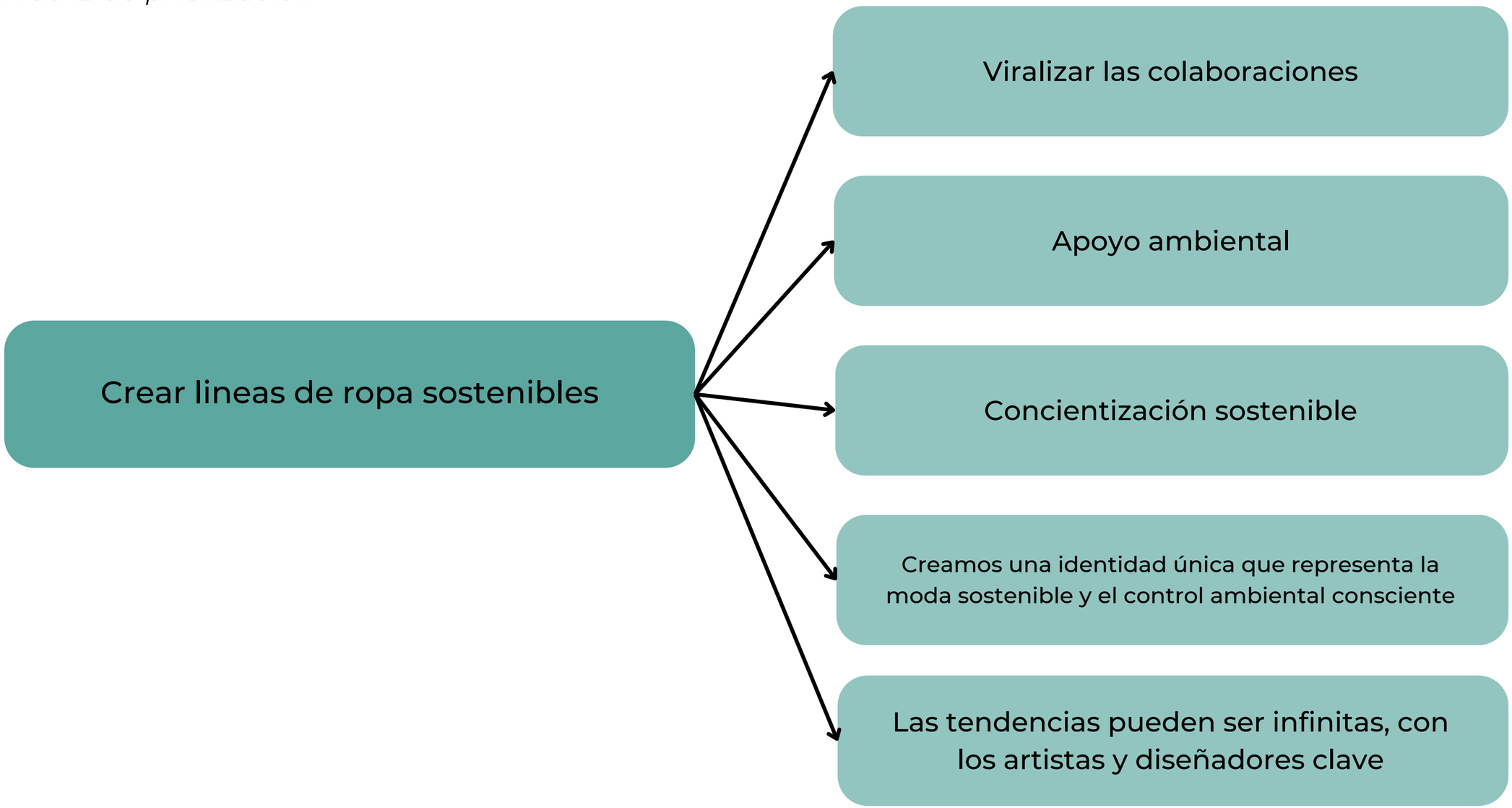
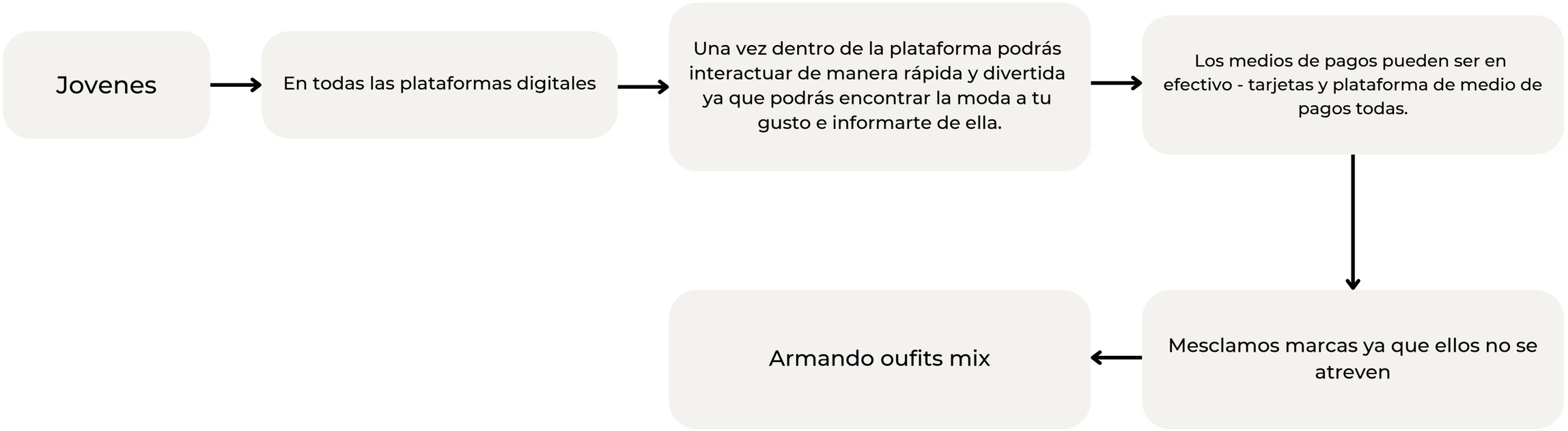
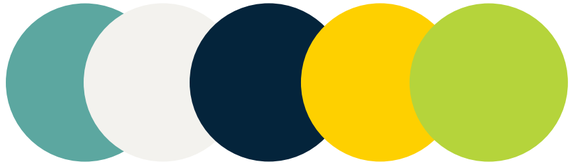


Diagrama de flujo



MOODBOARD


MODA
SOSTENIBLE
IS THIS BRAND SUSTAINABLE OR NOT?
BECAUSE THERE








RECYCLING CLOTHES


What To Do With Old Clothes
SUSTAINABLE IDEAS
consciouslifeandstyle.com


let see if we can style her


ECO
FASHION
MODA CON CONCIENCIA ECOLÓGICA Y SOCIAL
BLUME
SASS BROWN


miu miu



Proceso de

Desarrollo

Autoevaluación de Innovación





Modelo de

Negocio

Modelo de Negocio

Socios Clave

- Influencers
- Marcas sostenibles
- Los jovenes

Actividades Clave

- Desarrollo de plataforma digital
- Banner de noticias
- Creación de perfiles para los suscriptores

Recursos Clave

- Harward y dispositivos electronicos
- Diseñadores y programadores
- Comunnity Manager

Propuesta de valor

Somos el marketplace sostenible, que le entrega valor a las marcas de sostenibilidad y le entrega valor a los usuarios con innovaciones que las marcas en si mismas no son capaces de hacer

Relación con clientes

Los jovenes escontraran una nueva manera de mejorar su estilo de consumo, generando un habito sostenible

Canal

- Dispositivos moviles
- Redes sociales
- Plataforma de web por PC

Segmento de Mercado

Los jovenes 17 a 26 años de Lima Metropolitana

Estructura de Costo

- Publicidad y marketing
- Mantenimiento del marketplace
- Software de diseño
- Capacidad y seguridad de base de datos

Fuentes de ingresos

- Monetización por redes sociales
- Ganancias por planes de suscripción mensual

Modelo de Negocio MVP / MSV

Socios Clave

- creadores de contenido
- influencers
- emprendedores

Actividades Clave

- Publicaciones en sobre nuevas combinaciones (mix & macht)
- Espacio de opinión
- Publicaciónde contenido diario
- analizar posibles competencias futuras

Recursos Clave

- Equipo electrónico
- Courrier
- Contenido digital
- Web

Propuesta de valor

Empleamos el medio de comunicación para presentar el concepto de Mix & Match, donde puedes combinar prendas y diseñar tu propio estilo. En este espacio, se recopilara correos electrónicos para proporcionar información de manera más clara. Posteriormente, analizaremos las reacciones, comentarios y el número de personas interesadas a suscribirse

Relación con clientes

- Modelo de negocio orientado al cliente
- constante comunicación y interacción con el publico
- responsabilidad ambiental

Canal

- tiktok
- correo electrónico

Segmento de Mercado

Jovenes de 17 a 26 años de edad que utilizen las redes sociales como medio de consumo de moda.

Estructura de Costo

- Pago a courrier
- Pago de luz
- Pago community manager

Fuentes de ingresos

- Monetización por redes sociales
- Venta de prendas
- Suscripciones



Proceso de creación del

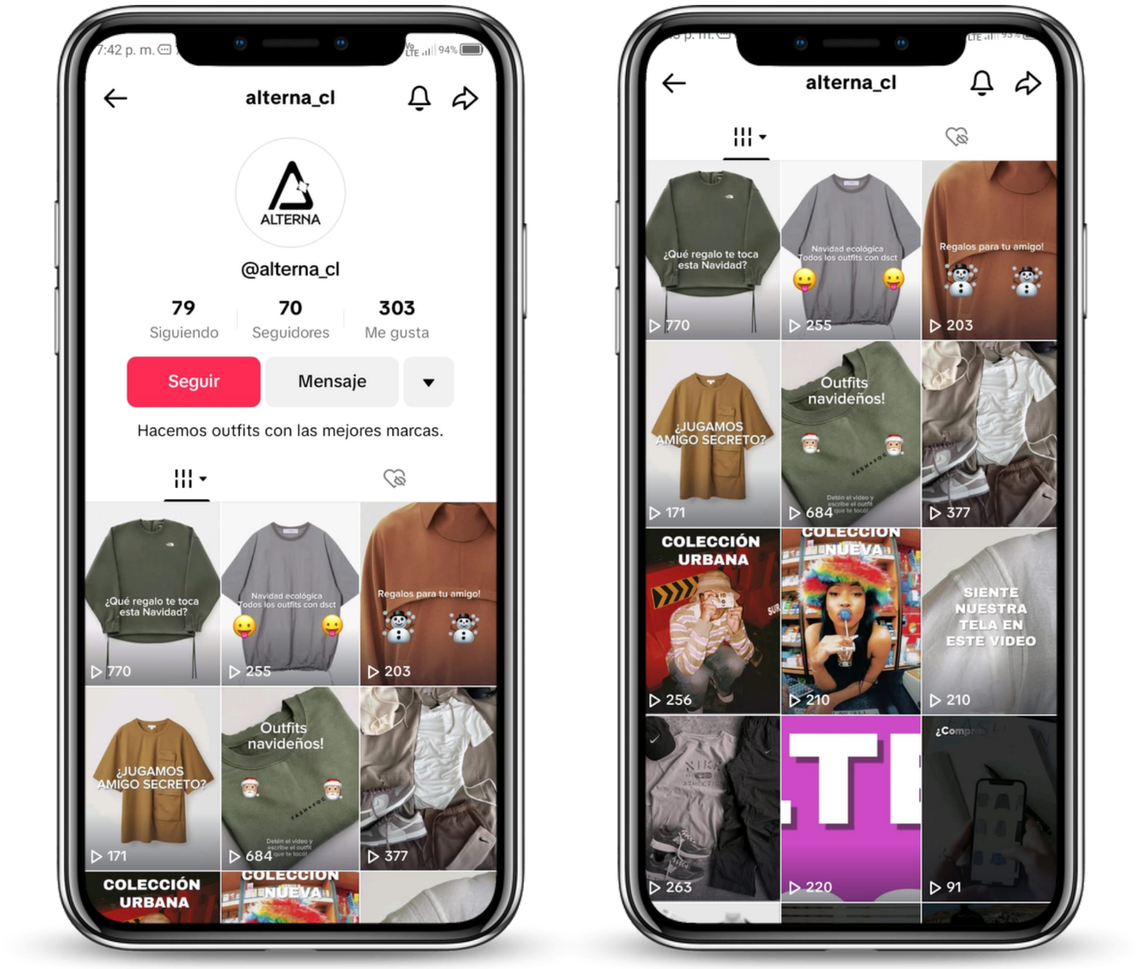
Marketplace Sostenible

Prototipo - Etapa 1

TIKTOK

Se inició creando "Alterna" en TikTok, ya que es una red social ampliamente utilizada por los jóvenes en la actualidad. Además, permite compartir contenido visual relacionandolo con los outfit mix que creamos, llegando a nuestro objetivo como proyecto.





Link: https://www.tiktok.com/@alterna_cl?_t=8ilY7JRZr54&_r=1

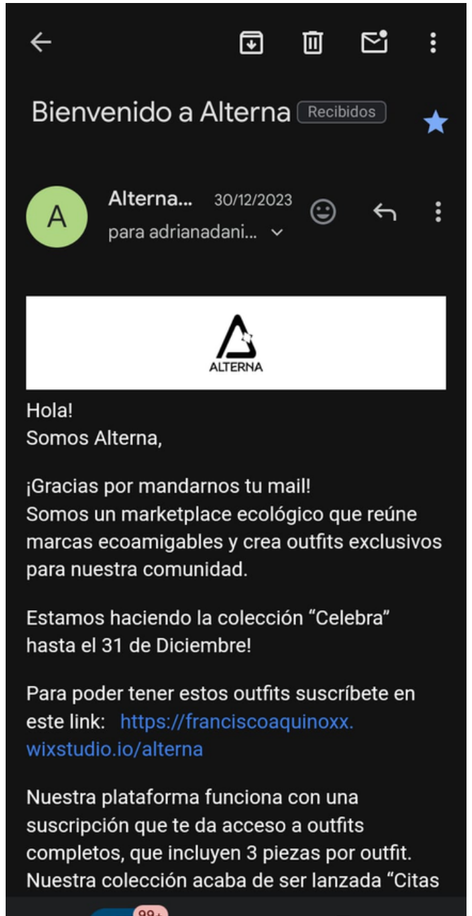
Prototipo - Etapa 2

RECOPILACIÓN

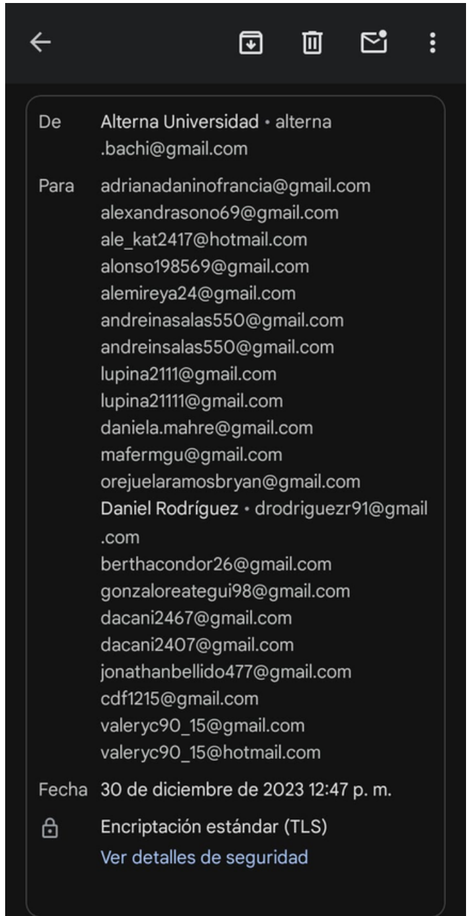
Después, comenzamos a difundir la idea de que, a quienes les interesara nuestra propuesta de outfits mix, podrían dejar su correo electrónico en los comentarios de los videos o escribirnos a través del chat privado. De esta manera, les proporcionaríamos más información sobre Alterna y darles la bienvenida.







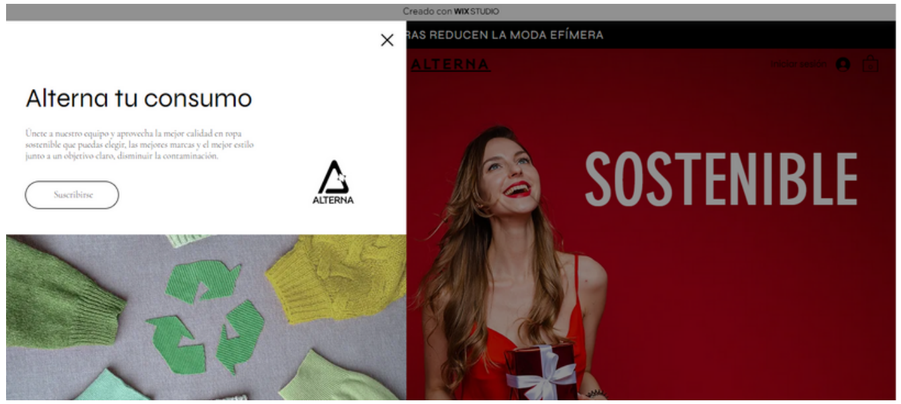




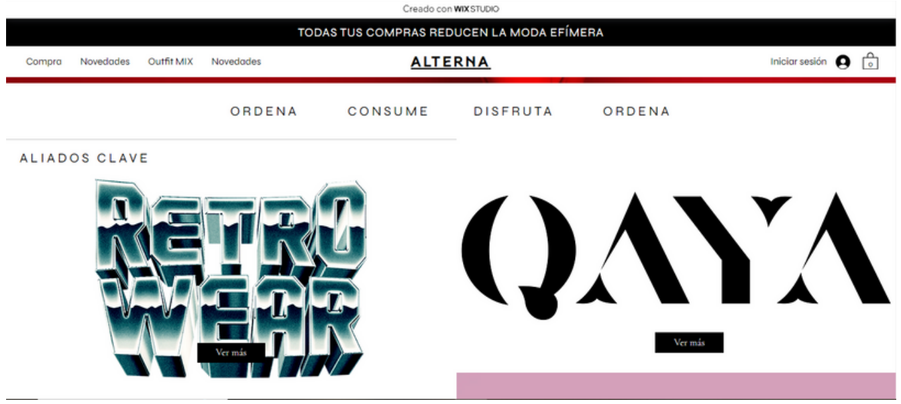
Prototipo - Etapa 3

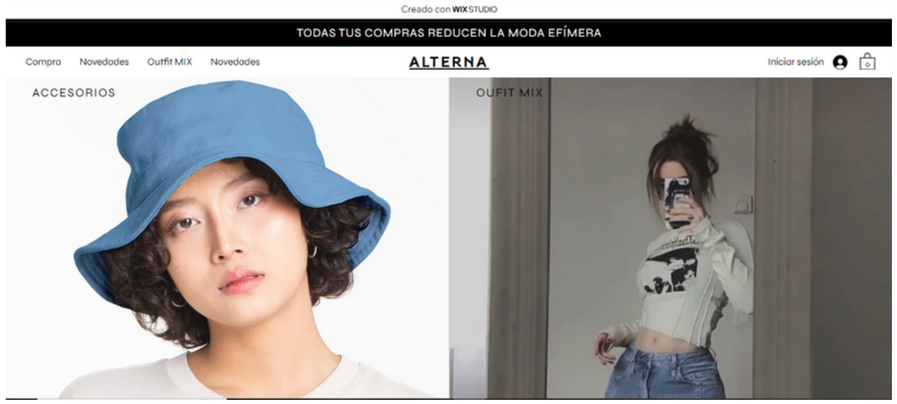
CREACIÓN DE LA PAGINA WEB

Al recibir los correos de bienvenida, se les invita a revisar más a fondo el contenido de Alterna en su página web. En ella, se muestran los outfits mix que ofrecemos, se destacan nuestras colaboraciones con aliados y se les anima a suscribirse para recibir beneficios exclusivos.







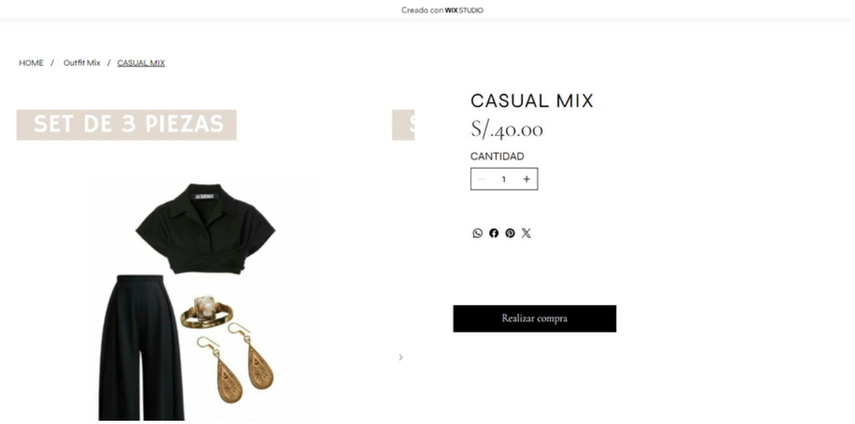


Link:https://franciscoaquinoxx.wixstudio.io/alterna

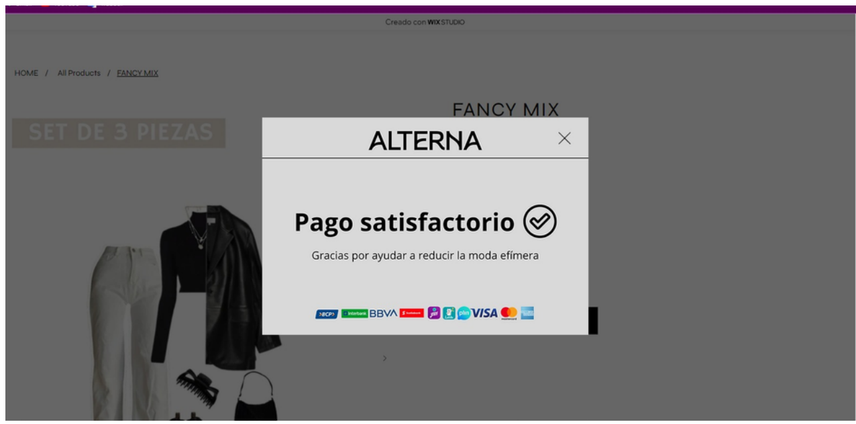
Prototipo - Etapa 3

PROCESO DE COMPRA

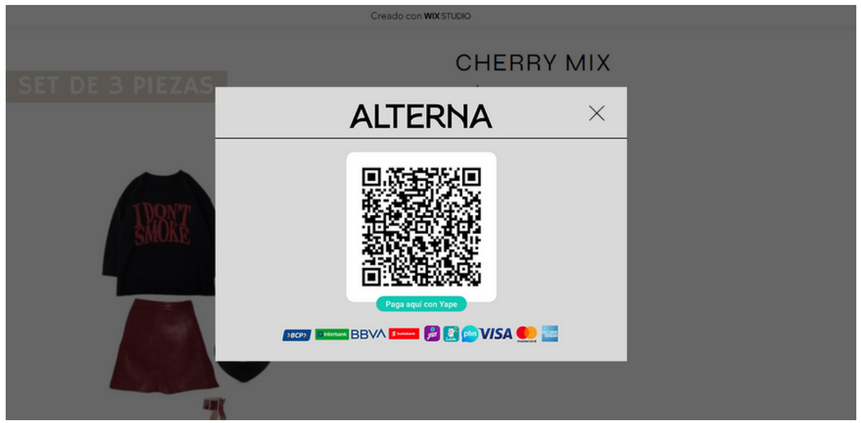
Además, en nuestra página podrán adquirir los outfits mix, haciendo que su proceso de compra sea más cómodo y libre de presiones. Esto asegura que su pago sea exitoso, y minutos después recibirán un correo de agradecimiento por su compra.













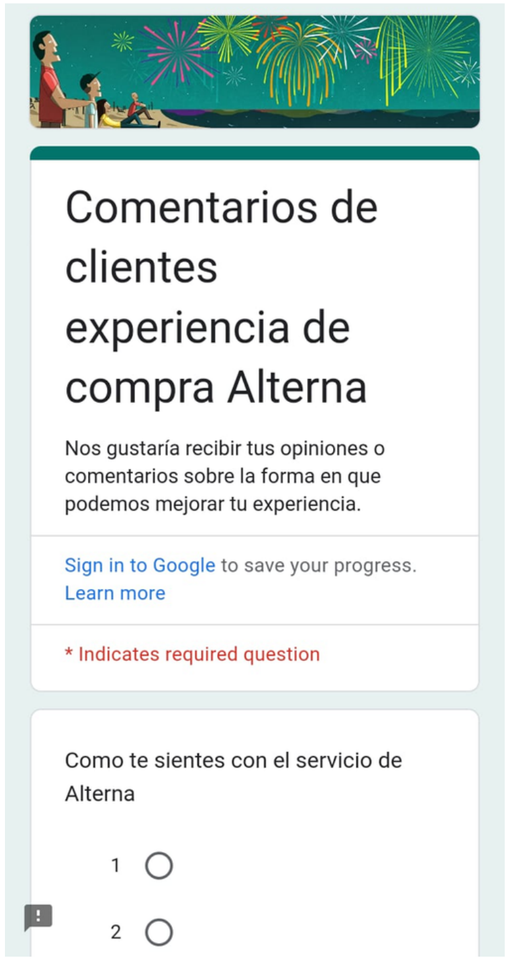
Prototipo - Etapa 4

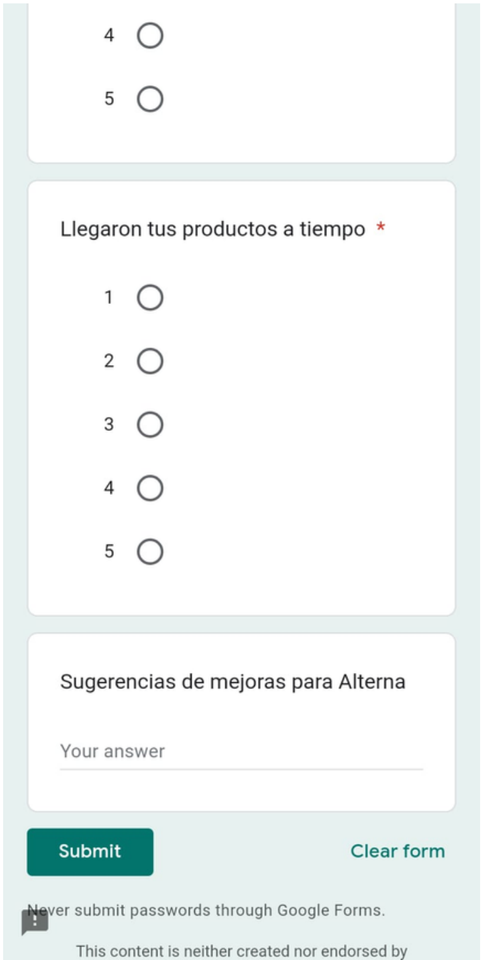
CORREO FINAL

Por último, se les envía un correo con la confirmación de pago y se les proporciona una pequeña encuesta de satisfacción. Esto nos ayuda a conocer la opinión sobre el servicio que les ofrecimos a través del marketplace sostenible.











Conclusión de

VALIDACIÓN







Durante el tiempo que nuestra página estuvo activa, nos dimos cuenta de que a los jóvenes les gustó la forma en que interactuamos con ellos al ofrecer servicios personalizados. A través de la página web, los jóvenes pueden consumir de manera consciente, optando por prendas de calidad y sintiendo que contribuyen al medio ambiente. Esto mejora su decisión de compra, ya que reducen la presión social que experimentaban al consumir de otra manera.

Cuadro de validación

Hipótesis

- Pensamos que no íbamos a tener la acogida del publico
- Pensamos que los jóvenes no nos dejarían sus correos electrónicos para brindarles mas información

Observaciones

- Observamos que no solo nos compran los jóvenes si no también padres de familia
- Nos dimos cuenta que a los jóvenes les gusta mas las prendas overside

Resultados

- Aprendimos que atreves de las redes sociales podemos podemos hacer un cambio en los hábitos de los jóvenes
- Aprendimos que no es necesario gastar mucho para obtener prendas de calidad y amigables con el medio ambiente.

Acciones

- Seguiremos haciendo publicidad por redes sociales
- Seguiremos en búsqueda de nuevas marcas que deseen unirse a nuestra iniciativa de oufits & match

Por otro lado, alos jovenes se les pregunto acerca del servicio y la experiencia.

Encuesta: Comentarios de clientes experiencia de compra Alterna

Link: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdwUao4QLy-LA34bNZo8YGxgVFepYKWh7KaGvPcUszI8J_Bjw/viewform

Respuestas: Comentarios de clientes experiencia de compra Alterna

Link: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1hzDnx92kx3rpIq4IOZVcSKS8EaxGxCZsgpzDOHzCBRc/edit?usp=sharing


ALTERNA



Lienzo de

Presupuesto

Lienzo de presupuesta inicial

Recursos producción	Todos aquellos recursos materiales o personales destinados a la producción.	• 1 plataforma para crear nuestra pagina wed • 2 laptos • 1 cel para fotos	Wix (mensual)	S/.48	+	Laptop HP	S/.3,500	+	iPhone 14	S/.4,000	=	S/ 7548
Recursos administrativo	Todo aquel personal o recurso material dedicado a la administración del proyecto	• Programas administrativos y de diseño	Office (mensual)	S/.47							=	S/47
Recursos logístico	Todo aquel recurso dedicado a hacer llegar el producto al público	• delivery	Olva	S/.20							=	S/20
Recursos financiero	En caso se necesite financiar el inicio del proyecto, considerar lo que el banco te cobraría: La idea es que el capital pueda ser sostenible por el banco más que por los recursos internos	• préstamo bancario	Caja Huancayo	S/.8,000							=	S/8000

TOTAL: S/ 15.615

Lienzo de presupuesta mensual

Recursos producción	Todos aquellos recursos materiales o personales destinados a la producción.	herramientas físicas, digitales, maquinaria, equipos y profesionales	Wix (mensual)	S/.48					=	S/ 48
Recursos administrativo	Todo aquel personal o recurso material dedicado a la administración del proyecto	Infraestructura: Espacio para agrupar al personal administrativo	Office	S/.47					=	S/47
Recursos logístico	Todo aquel recurso dedicado a hacer llegar el producto al público	computadoras. softwares	Luz	S/.100	+	Packaging	S/.150		=	S/250
Recursos financiero	En caso se necesite financiar el inicio del proyecto, considerar lo que el banco te cobraría: La idea es que el capital pueda ser sostenible por el banco más que por los recursos internos	préstamos	Prestamo	S/ 680					=	S/680
Recursos difusión	Los recursos materiles y humanos que necesitas para promocionar tu producto	Publicidad en redes	ADS	S/ 200					=	S/200

TOTAL: S/ 1,298



Lienzo de

Ingreso

Ingreso

	Descripción	Costo Unitario	Estimado del total de unidades vendidas al mes	Ingreso estimado mensual		Ingreso estimado trimestral
Escribe aquí el tipo de ingreso según tu producto o servicio	Prendas sostenibles porcentaje de ganancia	s/.10	100	S/.1,000	=	S./3,000
Escribe aquí el tipo de ingreso según tu producto o servicio	Outfits sostenibles	S/.40	200	S/.8,000	=	S/.24,000
Escribe aquí el tipo de ingreso según tu producto o servicio	Suscripción mensual	s/.130	20	S/.2,600	=	S/.7,800

TOTAL: S/ 34,800

Total de ingresos estimados		Total de inversión		Total de gastos		Utilidad y Perdida
S/.34,800	-	S/.15,615	-	S/.1,268	=	S/.17,917

Este proyecto fue realizado por:



Bryan Orejuela

Arquitectura de interiores



Alexandra Vasquez

Comunicación Audiovisual y Multimedia



Bertha Cóndor

Dirección y Diseño Publicitario



Francisco Aquino

Dirección y Diseño Gráfico