

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

“TOULOUSE LAUTREC”

**TOULOUSE
LAUTREC**

**CREACIÓN DE LA APLICACIÓN "CACHINEO" PARA INCENTIVAR LA VENTA Y
USO DE ROPA SECOND HAND ENFOCADO EN LOS JÓVENES DE 17 A 28 AÑOS EN
LIMA METROPOLITANA CON EL OBJETIVO DE DISMINUIR LA
CONTAMINACIÓN AMBIENTAL GENERADA POR LA MODA FAST FASHION.**

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller Comunicación Audiovisual y

Multimedia.

AUTORES:

VALENTINA AYELEN IBARRA GONZALEZ PRADA

(<https://orcid.org/0000-0002-5482-1985>)

AIKO PATRICIA NISHIHARA FERNANDEZ

(<https://orcid.org/0000-0002-0538-5187>)

Asesor:

NILTON CESAR CHUMACERO CALLE

(<https://orcid.org/0000-0002-6628-3555>)

Lima - Perú

Enero 2023

CREACIÓN DE LA APLICACIÓN CACHINEO PARA INCENTIVAR LA VENTA Y USO DE ROPA SECOND HAND-T_INVEST-AIKO

 Envío 25

 Envío 25

 Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::11391:419733000

Fecha de entrega

7 ene 2025, 11:25 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

8 ene 2025, 12:04 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

CREACIÓN DE LA APLICACIÓN CACHINEO PARA INCENTIVAR LA VENTA Y USO DE ROPA SECOND H....pdf

Tamaño de archivo

4.1 MB

37 Páginas

6,800 Palabras

34,491 Caracteres




21% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 21%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 6%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Resumen

La siguiente investigación se desarrolla por el incremento de la contaminación ambiental causada por la industria de la moda, siendo esta la segunda más contaminante, causando un alto impacto tanto en su producción, el consumo desmedido por parte del usuario y hasta en la forma en que la desechemos las prendas. Por esta razón, el propósito principal es estudiar las herramientas necesarias para promover prácticas sostenibles en el consumo de ropa. Por ello, se propone la creación de una aplicación que servirá como canal de venta, red de información y apoyo de las distintas tiendas de ropa de segunda mano que existen en Lima, que a la vez educa al usuario sobre el consumo responsable de la moda y cómo ser parte activa de la solución.

Se empleó la metodología Toulouse Thinking la cual consiste en las siguientes fases: investigar, idear, desarrollar y transferir. Asimismo, la muestra se realizó mediante la aplicación de encuestas y entrevistas con población del departamento de Lima, Perú, del sector socioeconómico “B-C-D”.

A través de esta nueva alternativa de consumo, buscamos también ayudar a emprendedores de ropa second hand a poder automatizar sus procesos y generar mayor confianza con usuario consumidor al garantizar la transparencia de los vendedores. Brindaremos blogs informativos sobre la problemática planteada e incentivos para lograr que más personas se sumen a donar y comprar ropa de segunda mano. Finalmente, se busca lograr un impacto positivo e inclusivo en la sociedad para un mundo más consciente.

Palabras clave: Second hand, Aplicación, fast fashion.

TABLA DE CONTENIDO

	3
Resumen	2
1. Contextualización del problema	4
2. Justificación	5
2.1 Justificación social	5
2.2 Justificación práctica	7
2.3 Justificación metodológica	8
3. Reto de Innovación	8
3.1 Objetivo General	8
3.2 Objetivos Específicos	8
4. Sustento teórico	9
4.1 Estudios previos	9
4.1.1 Primer antecedente	9
4.2 Marco teórico	12
5. Beneficiarios	12
5.1 Beneficiarios directos	12
5.2 Beneficiarios indirectos	12
6. Propuesta de valor	13
6.1 Propuesta de valor	13
6.2 Segmento de clientes	13
6.3 Canales	13
6.4 Relación con los clientes	14
6.5 Actividades clave	14
6.6 Recursos clave	15
6.7 Aliados clave	15
6.8 Fuentes de ingreso	16
6.9 Presupuesto	16
Tabla 1: Presupuestos	16
7. Resultados	16
8. Conclusiones	17
9. Bibliografía	18
10. Anexos	20

1. Contextualización del problema

En la actualidad podemos observar que uno de los problemas a los que nos enfrentamos es la contaminación ambiental, un fenómeno que afecta de diferentes formas a los seres vivos y altera el equilibrio de los ecosistemas. Uno de los factores que contribuyen con este problema es la industria textil, ya que es considerada la segunda más contaminante incluso después de la industria petrolera.

En las últimas décadas, desde el año 2000, la industria de la moda ha experimentado un crecimiento desmesurado, dando lugar al fenómeno de la moda rápida (Martínez de Albéniz, 2014).

Esto empeora en el Perú con la llegada de la moda Fast Fashion; fenómeno de producción y consumo masivo que se acelera cada vez que aparecen nuevas tendencias. La estrategia de las grandes marcas de moda rápida o fast fashion se basa en una estructura low-cost o de bajo costo y en el cambio de diseños con frecuencia con el fin de satisfacer los gustos inmediatos del consumidor hacia las tendencias de moda (Oxfam, 2004). Antes del nuevo milenio, las marcas de ropa lanzaban de dos a cuatro colecciones por año, sin embargo, con este nuevo modelo cada quince días entran nuevos modelos al mercado. La producción de ropa se duplicó entre los años 2000 y 2014.

La moda rápida origina un nuevo problema, el consumo excesivo de la población por querer poseer más prendas de las necesarias. Un consumidor promedio compra un 60% más y solo las conserva en su guardarropa la mitad de tiempo que hace 15 años.

En la actualidad la utilización de tanto webs como aplicativos para los dispositivos celulares son una herramienta de llegada hacia los jóvenes, por ello se propone desarrollar una app que concientice a las personas sobre la problemática mencionada y ofrecerles una alternativa de consumo más sostenible y al alcance de la mano, con el objetivo de que el beneficiado evite o disminuya el consumo masivo e impulsivo del “Fast fashion”, por medio de venta de prendas e información sobre el “Second Hand” en esta aplicación.

2. Justificación

2.1 Justificación social

En esta investigación se identificó los diversos problemas que genera la creación excesiva de ropa, más conocido como “fast fashion”, y lo más importante, las medidas que se debe tomar para prevenir la huella ambiental de esta industria. Mediante este trabajo de campo se evidenció mecanismos o alternativas de solución proponiendo opciones amigables con el ambiente; y a su vez, seguir satisfaciendo necesidades de tendencia, aceptación social y sentido de pertenencia de los consumidores de moda, que son en su mayoría, jóvenes de Lima Metropolitana de 18 a 27 años con libertad de elección.

Este estudio beneficiará a todos aquellos involucrados en procesos de compra y venta de ropa, ya que los usuarios que adquieran prendas tendrán la oportunidad de encontrar nuevas opciones en su proceso de elección y adquisición, por otro lado, quienes venden o distribuyen prendas en formato “slow fashion” tendrán más respaldo y con mayor garantía en sus productos, fomentando así emprendimientos de diseñadores, tiendas “second hand” e incluso la donación de ropa.

Creemos firmemente que las pequeñas acciones pueden lograr proyectos que sean útiles y se alineen a las necesidades que el mundo requiere. La industria textil, como ya lo mencionamos, es el segundo más contaminante y dañino para el planeta en todos los ámbitos: marino, terrestre y acuático, por ello nos apoyamos en uno de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) planteados por la ONU para comenzar esta investigación.

Nuestra misión es generar mayor consciencia, ampliar e impulsar diversas opciones como método de compra y desecho de ropa en jóvenes para así poder alargar y revalorizar la vida útil de la ropa, utilizando métodos de economía circular, ya que esto implica prácticamente lo inverso de lo que genera la moda fast fashion, siendo ambas corrientes de moda en la actualidad.

De todos los problemas que genera la creación excesiva de ropa, las cuales son desde explotación laboral hasta la más importante que es la contaminación ambiental, hemos enfocado esta investigación y su beneficio tanto a consumidores como a compradores de ropa de segunda mano, buscando alargar la vida útil de la ropa contribuyendo a la reducción de desechos excesivos y compra desmedida.

2.2 Justificación práctica

Este trabajo se realiza debido al gran impacto ambiental que genera el modelo de consumo textil que se ha establecido en la sociedad en las últimas décadas. Por esto, se desarrolla la creación de un sistema que consta de tres factores importantes: venta de ropa de segunda mano por emprendedores certificados, a través de una aplicación llamada Cachineo que a la vez sirve como portal informativo sobre el daño que genera el consumo masivo de Fast Fashion al medio ambiente y las soluciones individuales que puede hacer cada individuo, creando conciencia en los adultos jóvenes; y buzones para recolectar ropa, ubicados estratégicamente en estaciones de la Línea 1 del

tren eléctrico de Lima Metropolitana, haciendo accesible para los ciudadanos la donación de las prendas que ya no usan. Se busca que con este modelo, el público objetivo tome decisiones menos impulsivas sobre sus hábitos de compra y tome como un factor importante de decisión el impacto que causa la moda rápida en su salud, la sociedad que le rodea y el planeta que habita.

2.3 Justificación metodológica

Para esta investigación, se utilizó la plataforma virtual de Miro para seleccionar el tema del proyecto y se definió el mapa de actores para ir recolectando la información, se realizó una investigación exhaustiva para conseguir la información del problema abordado. Se utilizaron las herramientas de encuestas y entrevistas para recopilar más información. Además se realizaron talleres generativos, observaciones de campo e investigaciones de escritorio.

3. Reto de Innovación

3.1 Objetivo General

Promover nuevas alternativas de utilización, consumo y decisión de compra de ropa en jóvenes de 18 a 24 años para combatir la moda Fast fashion a través de la aplicación Cachineo

3.2 Objetivos Específicos

Identificar cuales son las razones del porqué los jóvenes de 17 a 28 años no consumen la moda “Second Hand”.

Diseñar una estrategia que brinde fácil acceso al usuario a buzones de donación de ropa para incentivar dicha práctica en la población.

Desarrollo de una aplicación para venta de ropa de segunda mano: “Cachineo”, que además provea información sobre la contaminación en la industria de la moda de manera digerible.

Realizar una alianza con los emprendimientos pequeños de moda “Second hand” para la venta de estas prendas por medio de Cachineo.

Realizar alianza con albergues de niños, ancianos, mujeres y madres jóvenes para poder hacer llegar la ropa donada y de ser necesario también con empresas de residuos textiles en Perú para poder enviar prendas con desperfectos o que sean imposibles de donar por su estado.

4. Sustento teórico

4.1 Estudios previos

4.1.1 Primer antecedente

Zambrano (2022), en su tesis “Plan de negocio para la creación de monarca una empresa de ropa de segunda mano en el departamento de santander” planteó el diseño de un plan de negocio enfocado en la creación de una empresa de ropa de segunda mano, a través de los estudios de factibilidad pertinentes, con la finalidad de promover un sistema de sustentabilidad, invitando a la población a entrar al mercado de la moda sostenible. Elaboró un diagrama donde se observa el flujo que debe manejar este tipo de empresa desde la adquisición de la prenda hasta el momento en que se despacha y entrega al cliente.

En su estudio encuestaron a personas de entre 15 a 45 años, y los resultados arrojaron que estarían dispuestos a usar prendas de segunda mano (posibilidad 8 de 10). Además, su estudio señala que la población de 18 a 24 años ha impulsado las ventas de ropa de segunda mano un 2,5% más rápido que cualquier otro grupo de consumidores. Este estudio ayuda a reafirmar el interés en

cambiar los hábitos de consumo de la población adulta más joven, haciendo viable continuar con la propuesta.

4.1.2 Segundo antecedente

Hillary Bernedo y Marue Reyes (2022), buscan en su tesis “Estudio de la intención de compra del consumidor limeño de moda sostenible: mercado de ropa de segunda mano”, describir los factores relevantes que contribuyen en la intención de compra del consumidor de ropa de segunda mano en Lima Metropolitana y la respuesta de estos ante este tipo de ropa. Los resultados de esta investigación indican que los niveles socioeconómicos más bajos compran ropa de segunda mano ya que valoran la accesibilidad en el precio y los más altos lo hacen por la sostenibilidad y el impacto ambiental y social, aclarando que lo que los impulsa es que este sector tiene más acceso a la información y por lo tanto pueden tomar más acciones en contra de la contaminación. También nos ayuda a observar que el público objetivo teme comprar por internet por la probabilidad de ser estafados, por lo que muchas veces se detiene al momento de finalizar la compra.

Este estudio contribuye a nuestro tema ya que nos permite visualizar la lógica que siguen los compradores de ropa de segunda mano y si su motivación principal de compra es solucionar la crisis ambiental o si lo hacen solo para obtener una prenda a buen precio y cómo la información influye en sus decisiones.

4.1.3 Tercer antecedente

Gálvez (2019) en su tesis “Sostenibilidad y moda. Del fast fashion al slow fashion” tiene como objetivo general el estudio de los efectos provocados por los hábitos de los usuarios a raíz de las tendencias consumistas del siglo XXI dentro del sector de la moda.

Por el cual la primera solución que trataron ambiciona conseguir una economía que cierre el ciclo, es decir, una economía circular.

Los resultados obtenidos concluyen la aparición del fenómeno de la moda rápida como consecuencia del avance de la industria. En los últimos treinta años se han inventado sistemas mucho más eficientes y con modelos de negocio más provechosos para las empresas. Esto ha resultado en un entramado enarbolado por las multinacionales que han conseguido indirectamente reeducar a la población actual y atraer a las nuevas generaciones. Todo ello, creando una dependencia del usuario que ha alterado los hábitos normales de consumo.

La utilidad que nos brinda este estudio a nuestro proyecto es que este proyecto habla sobre “Sostenibilidad y moda. Del fast fashion al slow fashion”, lo cual esta investigación nos ayuda como fuente para saber más sobre nuestro tema, ya que abarca temas, palabras y fuentes de información que están ligadas con nuestros antecedentes de información.

4.1.4 Cuarto antecedente

Rodríguez Almeida, Tania Carolina (2018) En su tesis titulada “Optimización de los remanentes textiles para impulsar la moda sostenible” se encuentra direccionado al diseño y producción de artículos complementarios: gorros, bolsos, pantuflas, entre otros, la finalidad del proyecto es innovar a partir de los residuos textiles, generando diseños exclusivos y de calidad, de tal manera que satisfagan las necesidades del consumidor y afiancen la identidad de la marca dentro del concepto sustentable de la moda.

Aprovechando los recursos que esta empresa genera, como los remanentes y desperdicios, se quiere dar otra visión de emprendimiento creando así una nueva línea de accesorios femeninos, para las prendas de dormir, dándole al producto un valor agregado para de esta manera ser más competitivos en el mercado y a la vez siendo respetuosos con el medio ambiente. Este proyecto integrador, pretende no solo generar más utilidad para la empresa, sino también conseguir fidelizar

la confianza con los clientes con conciencia de conservación ambiental, como lo establece el Plan Nacional del Buen Vivir.

4.1. Quinto antecedente

Aibar Lidia, Fraj Elena (2020) En su trabajo de fin de grado titulado “ Comportamiento del consumidor responsable: Análisis del consumidor de ropa de segunda mano”, se establece el objetivo de estudiar el comportamiento del consumidor de la industria textil con el fin de desarrollar una conducta más sostenible.

En los resultados de las encuestas realizadas por el equipo de investigación, resaltamos el hecho de que el 71% de los encuestados dona la ropa que ya no usa a fundaciones sin fines de lucro o Iglesias, y solo un 5,8% afirmó que no la reciclaba, esto demuestra que se plantean alternativas más sostenibles para que la ropa sea aprovechada hasta el fin de su vida útil.

Gracias a este estudio, se determinó que las personas están preocupadas por la contaminación ambiental en general, sin embargo, conocen y realizan las acciones clásicas como reciclar plásticos o no usar mucha agua para las actividades cotidianas. Sin embargo, la mayoría de los encuestados expresa que prefieren donar antes de botar la ropa, sin necesariamente asociarlo a una acción para cuidar el medio ambiente. Pensamos que para estas personas, sería de provecho tener un buzón de donación de ropa en lugares estratégicos y accesibles.

5. Beneficiarios

5.1 Beneficiarios directos

Jóvenes de 17 a 28 años en Lima Metropolitana de nivel socioeconómico B y C. Estas personas han crecido bajo la creciente campaña de las últimas décadas en contra del calentamiento

global y los efectos de la contaminación en el planeta, por lo que son sensibles y quieren participar activamente en la solución de esta problemática. Sin embargo, el acceso al internet ha fomentado la compra de ropa causante que la industria de la moda sea la segunda más contaminante en la actualidad, bajo la premisa de la democratización de la ropa, gracias a que ofrece variedad a buen precio pero a costa de la calidad de la misma. También hemos identificado que estos jóvenes utilizan su vestimenta como una forma de marcar su estilo y resaltar su personalidad, pero que a veces pueden confundirse por lo rápido que aparecen nuevas colecciones al año, dejándose llevar por la necesidad de encajar en la nueva temporada. Por otro lado, al promover la donación de ropa estos serán donados a albergues y centros de apoyo en Perú para que puedan ser utilizados por los miembros que necesiten prendas de buen estado.

5.2 Beneficiarios indirectos

Los emprendedores de Lima Metropolitana que tienen tiendas de ropa de segunda mano y los diseñadores de moda Slow Fashion, ambos con la necesidad de automatizar, fidelizar y generar confianza para lograr generar mayores ingresos y credibilidad en su emprendimiento.

6. Propuesta de valor

6.1 Propuesta de valor

Sistema que mediante un aplicativo, un blog, y un buzón de donación, ofrece una nueva alternativa de compra ropa mientras el usuario es parte activa de la solución a la problemática ambiental. Generando tranquilidad y una conciencia limpia al momento de consumir.

Por otro lado también se logrará una red de apoyo entre emprendedores, de esta manera se logrará generar una comunidad unida y comprometida en alcanzar los objetivos que se plantea en el proyecto.

6.2 Segmento de clientes

De los datos recolectados al elaborar los arquetipos de la investigación, se identificaron dos tipos de clientes. El beneficiario directo, que son los jóvenes de nivel socioeconómico B y C consumidores de ropa de Lima Metropolitana de 18 a 27 años de edad, al cual clasificamos en el arquetipo “Los/las Cazatendencias”. Luego los beneficiarios indirectos, que serían los emprendedores de ropa de segunda mano, diseñadores de moda que utilicen el slow fashion o renueven prendas de segunda mano. También se señala a las organizaciones sin fines de lucro que acepten donativos, organizaciones eco-friendly y empresas de reciclaje textil.

6.3 Canales

Los canales en los que se va a difundir principalmente son los dispositivos móviles en los que los usuarios podrán descargar el aplicativo, dentro de este aplicativo se visualizará con un blog donde se comunicará sobre consumo de ropa sustentable y diversos temas que estén relacionados con la misión y visión del proyecto. Nos apoyaremos en las redes sociales, creando una campaña publicitaria que invite al público a comprar en la aplicación.

Mediante el correo electrónico se informará sobre novedades de los emprendedores asociados, los artículos que aparecen en el blog, penalizaciones y recompensas. Las vallas informativas en el tren eléctrico también son un buen aliado para fomentar el proyecto, a través de éstas se explicará la propuesta y se invita al usuario a realizar dos acciones: descargar el aplicativo y donar en los módulos asignados en las estaciones del tren eléctrico.

6.4 Relación con los clientes

Al ser un aplicativo, el consumidor opta por el autoservicio. Al momento de requerir asistencia para dudas, el usuario puede contactar con atención al cliente, se busca que la relación sea amigable y jovial. Al tratar con los emprendedores, debe existir una relación estrecha pues el modelo de negocios de ellos debe encajar con los objetivos de reducir la huella ambiental y consumo responsable. Deben cumplir los requerimientos y lo sabremos a través de una relación profesional amigable.

6.5 Actividades clave

Entre las actividades claves, tenemos el desarrollo de aplicativo de manera interactiva y amigable. Se deberá organizar un directorio llamativo y comprometido asociándose con los vendedores de ropa de segunda mano, de la misma manera desarrollar alianzas con organizaciones que respaldan económicamente el funcionamiento del Cachineo, como la empresa Línea 1 del tren eléctrico y patrocinadores a cambio de publicidad en la aplicación.

Para poder incentivar la donación de ropa, se brindan bonos y descuentos para adquirir prendas de segunda mano en la aplicación, de esta manera logramos el objetivo de la utilización de la economía circular.

A su vez se desarrolla un blog en la aplicación de manera interactiva y amigable donde se informa sobre diversos consejos, propuestas de activismo ambiental y opciones amigables con el ambiente.

6.6 Recursos clave

Los diseñadores gráficos y programadores, se encargan de crear y mantener el aplicativo móvil, a su vez los dispositivos electrónicos, como computadoras y celular empresarial son

necesarios para la administración del ecosistema, realizar las ventas y mantener el contacto tanto con los clientes como con los emprendedores.

El buzón de donación de ropa estará ubicado en una o varias estaciones del tren eléctrico de Lima, será realizado con materiales sostenibles, siempre enfocados en mantener el proyecto dentro de los lineamientos y los valores de la marca Cachineo. Está diseñado por fuera con madera Bambú, un árbol de rápido crecimiento y de madera flexible y resistente. Como aislante térmico y acústico usamos el corcho aglomerado, como diseño utilizamos la alternativa de pinturas naturales, que son biodegradables y permiten la transpiración de los materiales.

6.7 Aliados clave

Emprendedores y vendedores de ropa de segunda mano y de slow fashion, son aliados claves ya que son los que mantienen la circulación de ropa mediante sus tiendas y productos que se alinean a los principios de Cachineo.

Delivery o empresas de delivery, priorizando a las que utilizan a ciclistas en sus entregas, para facilitar el proceso de compra.

Tren eléctrico, mediante una alianza con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, se permitirá establecer en estaciones estratégicas los Buzones Cachineo, destinados para la donación de prendas en buen estado. Se utilizarán dichas instalaciones por el gran flujo de personas.

6.8 Fuentes de ingreso

Ganancias a través de la membresía que pagan los emprendedores de venta de ropa por Cachineo. Esta membresía tendrá diversos precios y los detallaremos a continuación:

Suscripción básica (S/7.00): los vendedores se suscriben a Cachineo y venden sus prendas

Suscripción Estrella (S/12.99): los emprendedores venden sus prendas y salen primeros en los resultados.

Suscripción cachineo (S/20.99): los emprendedores venden sus prendas, salen primeros en los resultados y tienen una cantidad limitada de entregas gratis con delivery.

La publicidad dentro de la app será poco invasiva y de productos y/o servicios que sigan lineamientos que reflejan la visión de Cachineo.

Usuario VIP: debido a la exclusividad de las prendas de segunda mano, el usuario puede suscribirse a Cachineo por s/8.99 al mes y así tener acceso prioritario a la app cuando los vendedores suban nuevas prendas o poder ver los accesorios y prendas de lujo.

6.9 Presupuesto

Tabla 1: Presupuestos

PRESUPUESTO DE COSTO			
	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Recursos de Producción			
Dupla creativa + (Programador diseñador): Remoto	1.00	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00
Elaboración de tachos ecológicos para la recepción de ropas.	1.00	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00
Registro de la aplicación	1.00	S/ 1,10.00	S/ 1,10.00
Sub.Total			S/ 4,410.00

Recursos de Producción			
Línea Móvil Empresa	1.00	S/ 39.90	S/ 39.90
Equipo Móvil Samsung A52 5G	1.00	S/ 1,869.00	S/ 1,869.00
Fibra Óptica 120 Mbps	1.00	S/ 65.00	S/ 65.00
Sub.Total			S/ 1,973.90
Recursos Logísticos			
Valla explicativa del uso del tacho ecológico	1.00	S/ 181.00	S/ 181.00
Creación de la aplicación	1.00	S/ 6,000.00	S/ 6,000.00
Ordenador HP	1.00	S/ 2,099.00	S/ 2,099.00
Espacio Coworking	1.00	S/ 639.00	S/ 639.00
Sub.Total			S/ 8,919.00

7. Resultados

La investigación nos permitió entender que el usuario conoce superficialmente la problemática, pero no se anima a profundizar o buscar soluciones porque le parece un proceso complicado. Por eso se plantea la creación de la aplicación “Cachineo”, derivado de la palabra cachina, en el cual los emprendedores de ropa second hand podrán tener una ventana donde podrán mostrar y vender sus prendas de una manera más segura y eficaz, facilitando el acceso al consumidor a productos que ayudan a disminuir el impacto de la industria de la moda sin afectar el estilo de vida que lleva.

Se validó el proyecto con personas pertenecientes a nuestro público objetivo. Se llevó a cabo mediante talleres generativos, en donde se compartieron distintas inquietudes y experiencias, brindando a su vez diversos aportes y puntos de vistas en torno a la creación de la aplicación “Cachineo”.

Se logró involucrar en el proceso de selección y preparación de la aplicación a emprendedores de ropa second hand de 20 a 35 años de Lima Metropolitana para que nos comenten sus inquietudes, dudas y sugerencias que debería tener esta herramienta obteniendo los siguientes resultados:

La facilidad y rapidez de compra por medio de esta herramienta la ropa second hand de los emprendedores.

Implementar sello de verificación para cada emprendedor que venda en Cachineo, certificando que es confiable y respeta los valores de la marca del aplicativo.

8. Conclusiones

Tras finalizar la investigación, se concluye lo siguiente:

Es posible concientizar a los jóvenes de Lima Metropolitana sobre la contaminación que genera el mundo de la moda y así incentivarlos a comprar ropa de segunda mano de emprendedores peruanos a través de Cachineo, ya que les genera confianza y una manera práctica de hacerlo.

La app Cachineo es una oportunidad para visibilizar los emprendimientos y mostrar una visión diferente de lo que es la moda y que los emprendedores están dispuestos a unirse a esta plataforma por las facilidades que brinda para exponer su ropa y generar ventas más seguras de forma online sin la dificultad que representa vender cosas por redes sociales, resaltando como

ventajas el método de pago inmediato, el alcance que genera un directorio de tiendas second hand certificadas a través de una aplicativo y contar con servicio de delivery.

Cachineo da fácil acceso a temas medioambientales y sobre la importancia de donar y comprar prendas de segunda mano, educando a través de su blog virtual que está en la misma aplicación. Esto impulsa al consumidor a donar usando los contenedores de Cachineo porque es la forma más rápida, accesible y fácil de hacerlo, además de que genera beneficios al usuario tanto económicos, ahorrando con los cupones que gana al donar, como sentimentales, ya involucrarse y ser parte activa de la solución les da la sensación de tranquilidad.

Luego de la evaluación de jurado, se resalta que el mínimo viable del proyecto puede funcionar sin incluir el buzón de donaciones, pues el objetivo principal, incentivar la compra y uso de ropa second hand en jóvenes de 18 a 27 años que viven en Lima Metropolitana, se cumple a cabalidad con solo la implementación del aplicativo. La importancia del buzón de donaciones Cachineo reside en la búsqueda de formas seguras y sostenibles de darle una segunda vida a la ropa que el usuario ya no utiliza para que no llegue a la basura y se aumente el problema medioambiental que genera la industria textil, puesto que en Lima no existe una norma establecida de cómo se deben desechar estos residuos. Se debe resaltar que las prendas que lleguen al buzón no saldrán a la venta, sino que, previa evaluación, la ropa en mal estado que ingresan sean enviadas a empresas de reciclaje textil como Textil del Valle, RET eco textiles, Bolsos ecológicos de Perú, entre otros, y así se encarguen de transformarla en un nuevo producto. Por el contrario, las prendas que sí están en buen estado serán lavadas, desinfectadas y preparadas para donaciones a ONG, albergues de niños, ancianos y madres. Por la magnitud de esta labor, el buzón de donaciones sólo es viable si se crea una alianza con empresas que ya están formadas y realizan una labor de donación de ropa, como por ejemplo Traperos de Emaús.

Es por ello que creemos que es necesario implementar acciones tangibles que hagan sentir parte de la solución al usuario que hasta ahora no se siente involucrado.

Dentro de toda la investigación encontramos una carencia de relación entre proveedores y clientes, quienes vienen siendo los emprendedores de ropa 2nd hand y sus clientes, así como también la necesidad del vínculo entre emprendedores y el grupo de apoyo que necesitan los consumidores. La manera más efectiva de poder generar una conexión real y útil es estableciendo redes de apoyo, de tal manera que los emprendedores puedan compartir sus experiencias, vivencias y soporte entre ellos, y por otro lado los consumidores puedan tener un sentido de pertenencia en una comunidad que comparte sus gustos, preferencias e ideales.

9. Bibliografía

Mathilde Charpail (2017, actualizado 2022) - ¿Qué le pasa a la industria de la moda?

<https://es.sustainyourstyle.org/en/whats-wrong-with-the-fashion-industry#:~:text=CAMBIO%20CLIM%C3%81TICO,que%20se%20compran%20cada%20a%C3%B1o.>

Selina Denman (2021) - Eco-age founder Livia Firth: 'We need to destroy fast fashion'

<https://www.thenationalnews.com/lifestyle/luxury/2021/11/30/eco-age-founder-livia-firth-we-need-to-destroy-fast-fashion/>

Cristina Gil (2020) - Ropa de segunda mano: ventajas, desventajas, donde comprar y vender.

<https://ceruleancloset.com/ropa-de-segunda-mano-ventajas-desventajas-donde-comprar-y-vender/>

Yve Ramírez (2022) - Contenedores de ropa usada. A dónde van y otras grandes dudas.

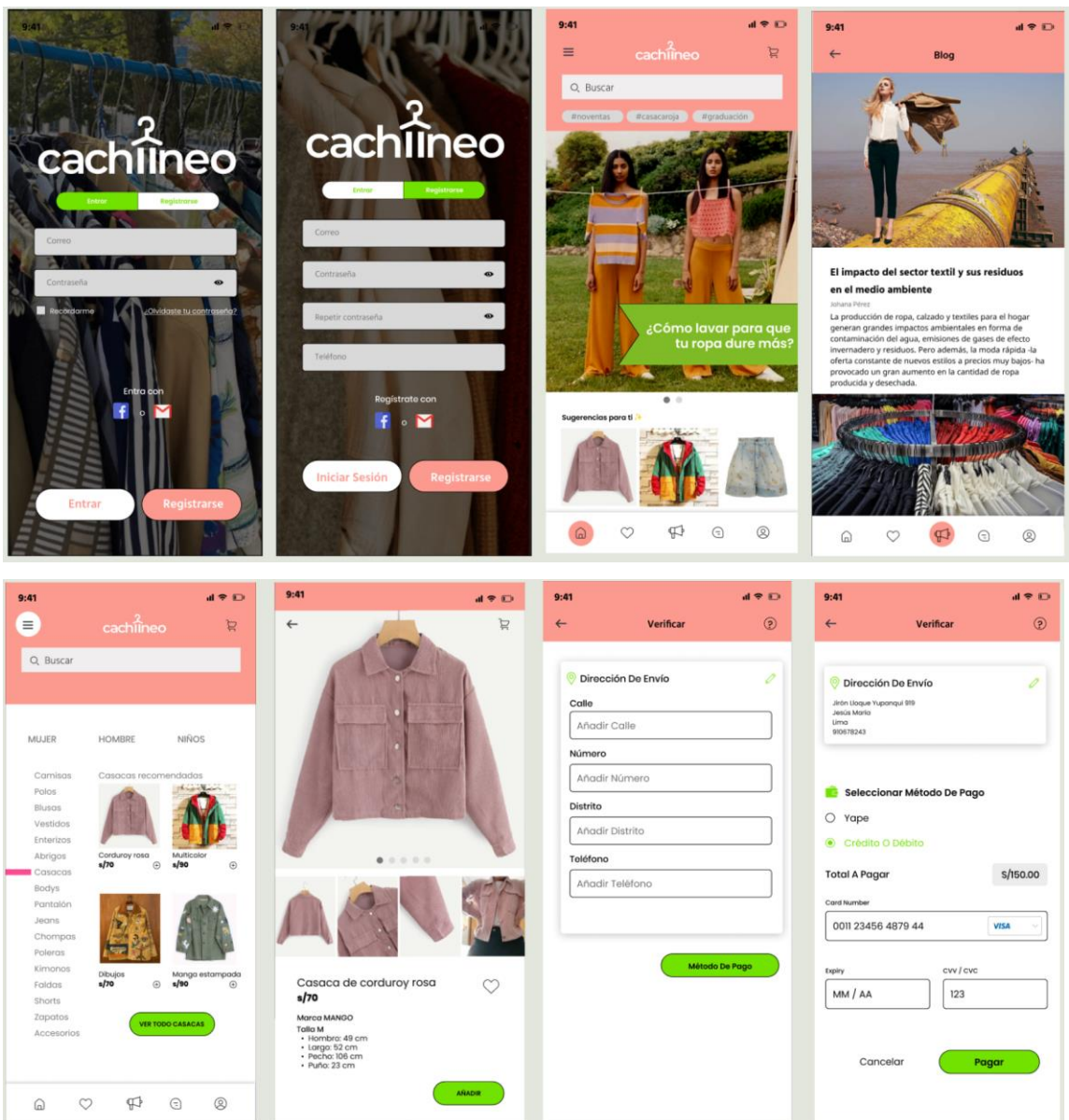
<https://laecocosmopolita.com/2022/02/15/contenedores-de-ropa-usada-a-donde-van-y-otras-grandes-dudas/>

10. Anexos

Anexo 1 Enlace a entrevistas realizadas en la etapa de investigación:

https://drive.google.com/drive/folders/1D_b3eS1e0fPDyrPzH4_jSzK9tUAWkuBK?usp=share_link

Anexo 2 Prototipo aplicativo Cachineo



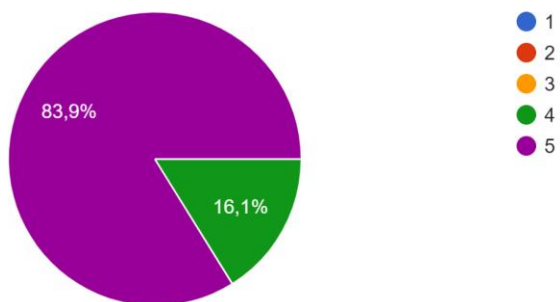
Resultados de la validación

¿Qué es lo que más le gustó de la aplicación?
El diseño y que agreguen información sobre el impacto del sector textil.
La rapidez y facilidad que brinda la aplicación
La facilidad de uso
La paleta de color y el contenido.
Es muy completa en el área del cuidado ambiental
Que incorporen noticias sobre la contaminación textil.
muy bonito y practico todo
Poder vender la ropa que no uso o que ya no me queda
Me gusto que se enfoquen en la ropa de segunda mano.
Todo
Los colores
Practicidad
Lo práctico
su facilidad de maneji
Es innovador
El diseño
El contenido
El contenido es muy interesante, crea conciencia
El contenido informativo
La idea es muy buena
La idea de reducir la contaminación ambiental
La organización que tiene, es fácil de comprender y los colores que tiene son muy llamativos.
Ame el contenido
Me parece interesante la idea
Ame los colores y la información
La idea, me gusta que se piense en el medio ambiente
En si todo, me gustan las prendas vintage
Los colores juveniles
La información adicional

El contenido
Que fue rápida

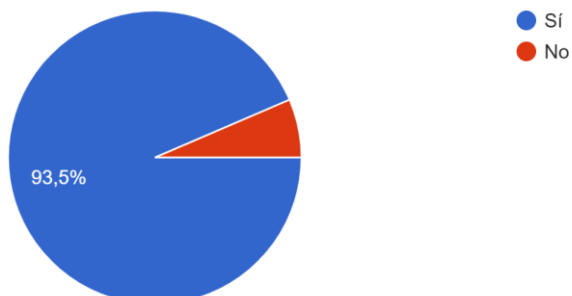
¿Qué probabilidad hay de que recomiendes la aplicación a un amigo o compañero de trabajo?

31 respuestas



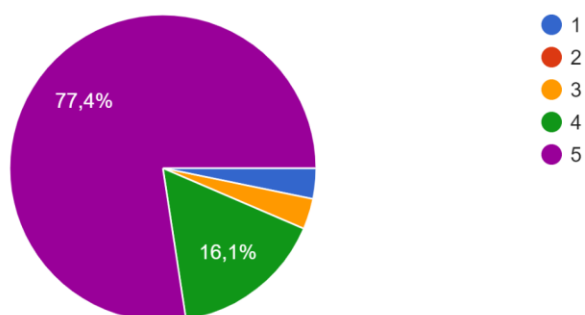
¿Consideras que es más seguro adquirir prendas por medio de una aplicación verificada que por redes sociales?

31 respuestas



¿Qué probabilidad hay de que adquieras prendas de segunda mano a través de la aplicación?

31 respuestas



¿Qué característica esperaba y no encontró?

Siento que es clara y concisa.

La misma talla y modelo

Sinceramente encontré todo!!

Esta muy completa.

Está completa

Agregar plin

tenia lo que buscaba

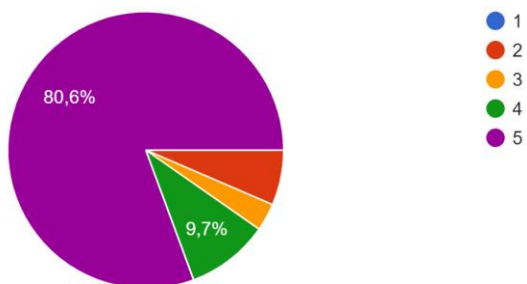
Descripción de las prendas

Esta muy completa, podría ser más descripción de la ropa o de los vendedores.

Todo bien
Que agreguen plin 😊
Fotos exactamente de los detalles de la ropa , al ser de segunda mano sería perfecto que se. Demuestre los defectos de cada prenda así no nos llevaremos una sorpresa a la hora de que nos llegue el producto
Todo lo que queria estaba ahí
mas herramientas
Todo conforme
Tiempo de uso de la prenda
Esta completa
Tiene todo lo principal de una app
Encontré todo
Detalle de los productos, para saber si la prenda me gusta lo suficiente
Encontré lo que buscaba
Encontré todo lo que necesito en una aplicación de ropa. Sobre todo la organización me sorprendió.
La información está completa
Esta muy bien explicada y completa
Todo detallado, no me quedaron dudas
Más medios de pago como plin no solo yape
Se le podría agregar más detalle de los artículos para tener más seguridad para comprar la roña
Ninguna
La opción de vender ropa
Ninguna
Ninguna

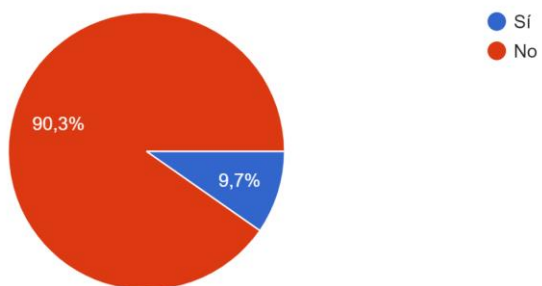
¿Cómo calificaría la intuición de los iconos?

31 respuestas



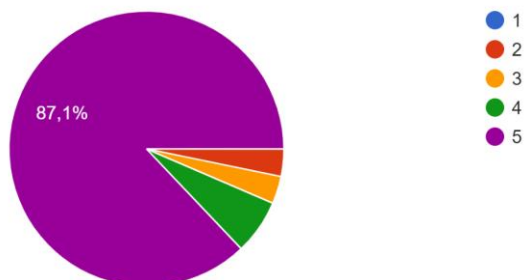
¿Has interactuado con alguna aplicación similar?

31 respuestas



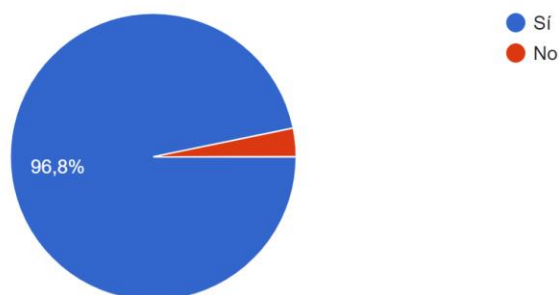
¿Cómo calificarías el aspecto y la sensación del aplicativo?

31 respuestas



¿Consideras que la aplicación es fácil de usar?

31 respuestas



¿Qué recomendaciones, sugerencias o comentarios nos podrías dejar respecto al aplicativo?

Me gusto mucho la app, no había visto algo similar para ropa de segunda mano.

Es algo muy fácil de usar y positivo

Ninguna esa app es muy buena!!!

Me parece novedosa e interesante.

Sigan subiendo más noticias del medio ambiente

Muy interesante, me gusta mucho su contenido.

quiza pensar en las personas que no se familiarizan tanto con la tecnologia

Que los compradores puedan calificar las prendas de los vendedores así poder saber que calidad es la ropa de cada vendedor

Agregar más fotos de cada prenda y opción de ampliar para ver mejor el estado del producto.

Todo esta muy bien, me encanta

Todo perfecto solo lo del plin
Cambiar su diseñador de página es un básico/a
Todo me gusta
agregar mas herramientas de uso al app
Me parece una idea muy innovadora no había visto algo así, muy buena opción para encontrar ropa de manera sencilla
Todo perfecto
Fácil de usar, contenido interesante
Todo claro
Más fotos de la prenda, para apreciar mejor el producto
Solo agregar más detalle del producto, lo demás me parece muy bien
No hay observaciones
Un icono de libro de reclamaciones siempre es necesario que esté a la vista
Todo muy claro, me gusto el contenido
Deberían implementar más detalle de las prendas
Una idea muy creativa 😊
Se ve una aplicación de fácil acceso, me gusto la idea de la información sobre el medio ambiente
Sería chevere que agreguen formas de usar o combinar las prendas
Opción para que las personas externas también puedan vender su ropa
Buena idea
Pueden agregar más noticias recientes
Esta muy bueno

Link de encuesta para aplicativo “Cachineo”

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfYkPomp4nEddQHrA1MCMdULSZHuIolksDD_z_1OWVbIB3x3Q/viewform

Anexo 3 Prototipo de buzón de donaciones.

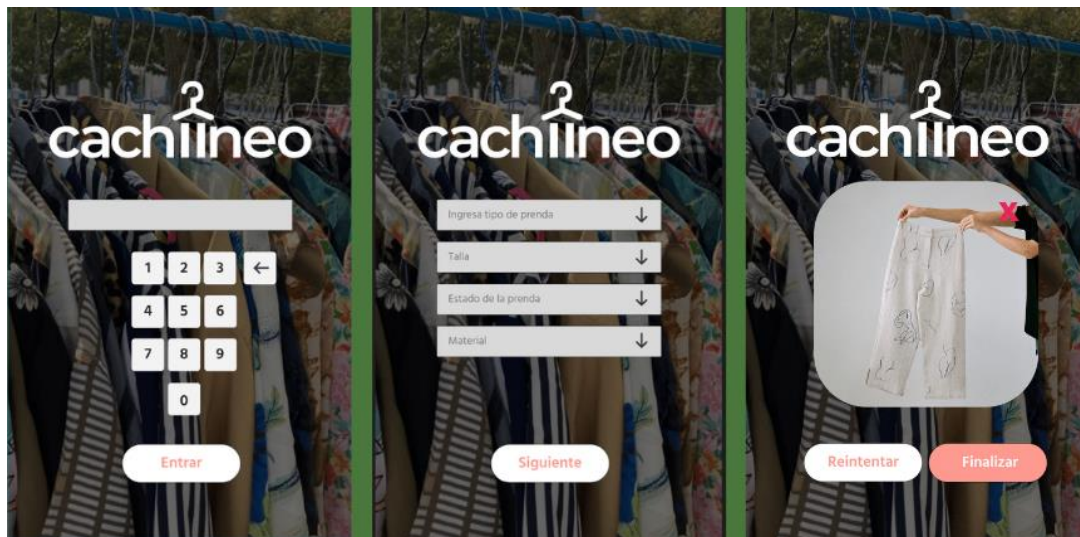
Funcionamiento:

El buzón de ropa está hecho con materiales sostenibles. Está diseñado por fuera con madera Bambú, un árbol de rápido crecimiento y madera flexible y resistente. Como aislante térmico y acústico usamos el corcho aglomerado y como diseño utilizamos la alternativa de pinturas naturales biodegradables que permiten la transpiración de los materiales.

- Ubicado en estaciones de la Línea 1.
- Antes de usar, la persona debe bajarse el aplicativo Cachineo y crear un usuario con sus datos como, nombre completo, dni, el número de teléfono, correo electrónico, dirección y elegir la opción de donación)
- Deberá poner las especificaciones de la ropa para donar: material de la prendas, tipo de prenda, talla, color, estado de la ropa (de 1 al 10, si se encuentra en un estado menor a 5 se envía un mensaje de que no podrá hacerlo).
- El contenedor debe tener una pantalla táctil para iniciar sesión y hacer el registro. También una cámara que pueda ver el rostro de la persona y prenda que donará.
- La persona ubica el contenedor Cachineo, inicia sesión con su número de teléfono. En pantalla debe salir el nombre del usuario.
- La persona ingresa especificaciones de la prenda que se va a usar en la pantalla, el tipo de prenda, color, estado de la prenda del 1 al 10 etc (no se permitirá estado menor a 4), y a través de una fotografía se registra la prenda que se va a insertar.
- Una vez de acerque a donar serán 3 días hábiles para validar la prenda y las condiciones de la misma, luego de aprobarse, un cupón de descuento se refleja en el aplicativo Cachineo que se avisa al usuario mediante correo electrónico y notificación.
- De no aprobarse la prenda por mal estado o posible estafa (porque se tomó una foto de una prenda y no estaba en el contenedor, o insertaron otra), también es notificado. Como el contenedor tiene una cámara, se puede validar si el usuario reclama ya que quedará registro del momento en que se hace la donación y se bloqueará su uso se compra en la
- aplicación por uso indebido.
- Una vez todo este proceso, las ropas en mal estado menor a 5 serán enviadas a empresas de reciclaje textil como Textil del Valle, RET eco textiles, Bolsos ecológicos de perù, etc. Para que puedan darle una segunda vida.

- Las otras prendas que sí están en buen estado serán lavadas, desinfectadas y preparadas para donaciones a ONG, albergues de niños, ancianos y madres.

Interfaz de usuario de la pantalla táctil ubicada en buzones Cachineo.



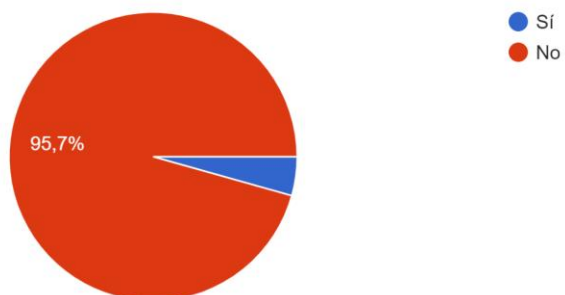
Prototipo de buzón y pantalla de donaciones Cachineo



Resultados de las validaciones Buzón Cachineo.

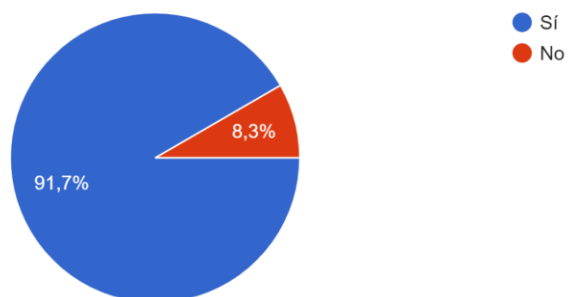
¿Has visto alguna vez, una propuesta así?

23 respuestas



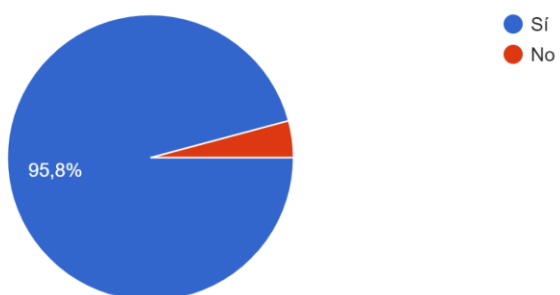
¿Usarías el buzón Cachineo para donar ropa?

24 respuestas



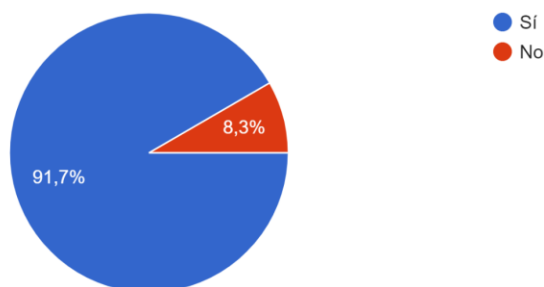
¿Consideras un buen incentivo los cupones de descuento que puedes usar en la App "Cachineo"?

24 respuestas



¿Crees que a raíz de esta propuesta, pueda ser visto de una manera más común la donación de ropa en Lima Metropolitana

24 respuestas

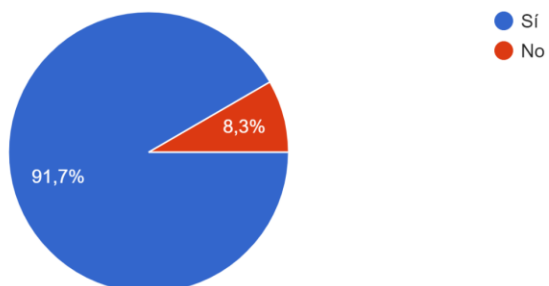


¿Qué otro incentivo para donar sugieres?
Sorteos, campaña de donaciones
juguetes
Algun premio por mayor ropa donada
Ya que los puntos de recolección serían en la línea 1, por cierta cantidad de ropa pueden ofrecer recargas gratis en las tarjetas del tren, lo que sería beneficioso para ustedes como para los usuarios de este transporte.
Cupones de descuento en comida
Comida pero para eso la respuesta tendría que ser más rápida ya que muchas veces tenemos vegetales y alimentos que no usamos y si la respuesta es rápida se puede entregar a vagabundos o personas que lo necesiten
Si
Podrían ser a cambio de productos orgánicos o alimenticios.
Ninguna
La idea me parece genial, siento que los cupones son una excelente motivación para seguir contribuyendo con el medio ambiente.
Descuentos en tiendas aparte
Descuentos en la app u de otros productos relacionados con el reciclaje.
Cada cierta cantidad o monto en compras al mes te hagan subir de nivel y eso te genere cupones de 10 20 y 30 por ciento
Vales de consumo
Redes sociales
Sorteos
que si lo compran pueden darle un plus personalizando su prenda por ejemplo con arianna

zegarra artist, y asi le den un toque cool a su prenda

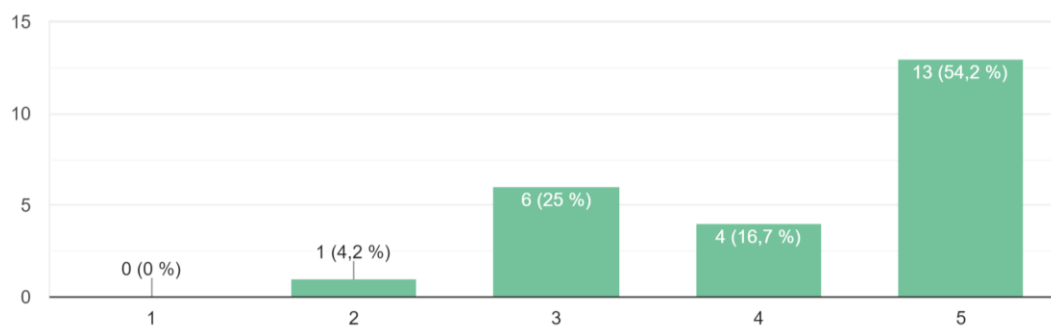
¿Crees que a raíz de esta propuesta, pueda ser visto de una manera más común la donación de ropa en Lima Metropolitana

24 respuestas



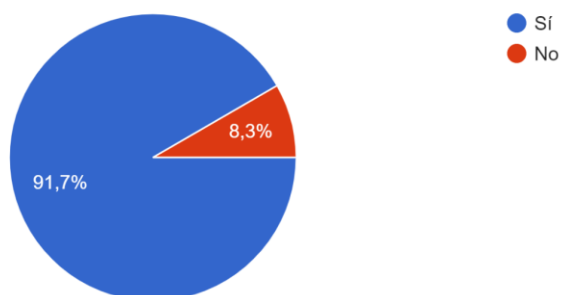
¿Que tanto usarías nuestros buzones "Cachineo"?

24 respuestas



¿Consideras que nuestros buzones "Cachineo" están en lugares estrategicos?

24 respuestas



¿Que otros puntos de la ciudad de Lima Metropolitana, crees que debe estar el buzón "Cachineo"?
Centro de lima
En todas las estaciones de los transportes publicos
Estaciones del metropolitano
En verano pueden ser en la playas, ya que hay mucha afluencia de personas.
En el metropolitano y centros comerciales.
Centros comerciales
Creo que debe de haber puntos para cada distrito y en zonas que la gente transita bastante
Si
Los centros comerciales o supermercados
Centros comerciales
Malls o centros comerciales, estaciones del metropolitano
En las iglesias o lugares donde la gente ayuda.
En lugares como terminales
No tengo un punto específico pero creo que el hecho de que se pueda encontrar con el celular es buenísimo.
Parques, centros comerciales y similares.
Estacion central del metropolitano
Podría ser Gamarra ya que hay alto movimiento en lo que es ropa de segunda o prendas que se quedan sin vender.
En mercados municipales
En todos los distritos de lima
Zona norte

¿Qué te pareció esta propuesta?
Buena
Super creativa y buena
Muy buena
Muy interesante, yo llevaría la ropa que tengo en casa para que sea donada y le den otra oportunidad.
Una gran idea para apoyar a los albergues
Innovador

La verdad que bien porque ya tengo ropa que necesito regalar o en este caso .. donar
Mal
Muy innovadora y sustentable para la actualidad e incentivar más a través de redes sociales.
Buena
Interesante
Me parece interesante la idea
Muy interesante 👍
Muy buena
Innovadora
Interesante, ya que acerca la donación de ropa a más personas.
Excelente propuesta y definitivamente voy a apoyar esta idea
Tienen una estrategia que funciona y sobre todo innovadora
Muy buena
Muy buena iniciativa
Buena
Buenasa

Por último, ¿Cuál es tu opinión respecto al diseño del buzón "Cachineo"?
Muy buena
Muy creativo
Muy buena pero necesita algunas instrucciones
Bonito, son colores llamativos. Con el tiempo se pueden añadir diseños que reflejen toda la cultura peruana.
Me parece llamativo y muy bonito el diseño.
Ecológico
Debería ser un poco más alto o largo porque puede ser que un vivo lo abra y saque la ropa x debería ser lo suficiente alto para que no lo puedan sacar
Ok
Bonito color y muy compacta
Innovadora
De la misma manera que lo pensé
Que tenga más indicaciones para entender el funcionamiento

Ame el diseño, muy creativo.
Ideal
Tiene los colores del reciclaje reutilizacion y renovación. Es innovadora y muy visual para poder encontrarla
Está muy bien diseñado!
Lindo, y reciclable.
Diseño llamativo a simple vista y muy bueno
Los colores bien escogidos y la estructura ayuda a que sea fácil de usar
Muy bonito diseño
Muy buen diseño y eco amigable como el proyecto
Lindo
Hermoso, innovador
puede ser algo mas creativo, llamativo quiza pero esta muy buena la idea

Link encuesta para validar el buzón “Cachineo”

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScSV_tYPOhK_O_vG2kXbofoaggExfz9zjwYQ0Uj4-2JCqxm6Q/viewform