ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

EL UPCYCLING Y LAACUMULACIÓN DE RESIDUOS TEXTILES EN LIMA METROPOLITANA

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTOR:
GERALDINE NATTY ESCOBAR CABRERA
(Orcid: 0000-0001-8043-7621)

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño Gráfico

AUTOR:
VALERIA ALEJANDRA PRIETO GAVIDIA
(Orcid: 0000-0003-2656-1781)

ASESOR
ALICIA ROXANA CHÁVEZ SOMOZA
(Orcid: 0000-0002-6248-3779)

Lima, Perú

Noviembre 2021

Resumen del Trabajo de Investigación

INV_GERALDINEESCOBAR.pdf

ENVIO 56

ENVIO 56

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:468426018

Fecha de entrega
20 jun 2025, 6:29 a.m. GMT+2

Fecha de descarga
20 jun 2025, 6:34 a.m. GMT+2

Nombre de archivo
INV_GERALDINEESCOBAR.pdf

Tamaño de archivo
1.1 MB

28 Páginas

6495 Palabras

34.850 Caracteres

18% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Fuentes principales

17% Fuentes de Internet
5% Publicaciones
12% 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.

El proyecto de innovación Killakuna busca resolver la acumulación de residuos textiles en Lima Metropolitana, teniendo como población beneficiaria a los habitantes de Lima que son afectados por la contaminación a causa de este problema, y a los emprendedores que trabajan en talleres de confección.

La propuesta de valor consiste en reutilizar y transformar residuos textiles en nuevos artículos de decoración para el hogar y moda, además de ofrecer una experiencia divertida y de aprendizaje donde los clientes personalizan alguna ropa vieja o artículo pequeño hecho de retazos textiles junto a un artista que los guiará en el proceso. Mediante el upcycling, se evita que más residuos textiles se acumulen en vertederos informales.

Para la experimentación se tomaron imágenes de cojines y elementos de decoración tales como retazos y parches de tela trabajados en Photoshop, también se mostraron artículos de decoración del hogar donde los residuos textiles eran el material principal, todas estas piezas se colocaron en un Miro público. De esta manera, los usuarios pudieron experimentar virtualmente cómo sería una visita al taller de Killakuna, se les invitó a personalizar un cojín, y luego pasaron a la sección de decoración de hogar donde votaron por las cosas que comprarían. La respuesta fue muy positiva y se pudo validar que la experiencia les parece innovadora y entretenida, y que estarían dispuestos a ir con amigos y familiares para adquirir esos productos y servicios.

Se concluye que la solución implementada cumple con evitar el desperdicio de residuos textiles beneficiando a varios actores principales porque ofrece una mejora en las condiciones laborales, además evita que los rellenos sanitarios se llenen de más residuos haciendo que los usuarios se motiven transformando estos materiales en algo personalizado, asimismo cumple con brindarles la satisfacción que buscan: Sentirse bien consigo mismos haciendo una buena acción.

Palabras claves: Upcycling, residuos textiles, reciclador, transformar, decoración de hogar 1

Abstract

The innovation project, Killakuna, seeks to solve the accumulation of textile waste in Lima Metropolitana, having the citizens of Lima that are affected because of the pollution of this

problem and entrepreneurs that work in dressmaking workshops as the main beneficiary population.

The value proposition consists of reusing and transforming textile waste in new home decoration and fashion items while offering a fun learning experience where the clients can customize an old piece of clothing or another little item made of clothing with the help of some artists to guide them in the process of making this. While upcycling it helps to prevent the accumulation of textile waste on informal dumping sites.

For the testing, there were a lot of images of cushions, pieces of clothing and patches made in Photoshop, there were also some home decoration items made mainly of textile waste, all these pieces were in a public Miro. In this way, the users could have a virtual experience of Killakuna's workshop. They had to customize a cushion and then they went to the home decoration section in which they voted for the items they would definitely buy. There was a positive response and they said it was a fun and innovative experience, and that they would go to the workshop with their friends and families to get these products and services.

In light of the outcome, it can be concluded that the solution can accomplish the goal of reducing the accumulation of textile waste and it also benefits a lot of the main actors because it offers a better work condition and it also helps preventing the dumping sites to keep getting full of this waste while encouraging the clients to transform all of this into something customized by them, and it also gives them the satisfaction they are looking for: Feeling good about themselves by doing a good action.

Keywords: Upcycling, textile waste, recycler, transform, home decoration 2

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del proyecto de innovación

1. Contextualización del problema…….4
2. Justificación……....5
3. Reto de Innovación…….5 4.

Sustento teórico……..……..…..6
4.1 Estudios previos…….…...6 4.2
Marco teórico……....8 5.
Beneficiarios……...……....10 6.
Propuesta de valor……..……..11 6.1
Propuesta de valor……...……11 6.2
Segmento de clientes……...……11 6.3
Canales…….....12 6.4
Relación con los clientes……...12 6.5
Actividades clave……..12 6.6
Recursos clave……...13 6.7
Aliados clave…….13 6.8
Fuentes de ingreso…….14 6.9
Presupuesto…….....14 7.
Resultados……....14 8.
Conclusiones…….…...16 9.
Bibliografía…….……...17
10. Anexos…….21

1. Contextualización del problema:

La industria textil es considerada una de las más contaminantes y perjudiciales para el medio ambiente, y esto es debido a que dentro de este sector se dan diversas actividades en el que se consume mucha agua, energía y reactivos químicos, pero el problema no solo se centra en la producción, sino también en el proceso de venta y desecho de estas prendas y sus componentes. (Bráñez et al, 2018)

A medida que la población mundial ha ido incrementando, la producción de prendas ha crecido de forma paralela, esto se debe a que las personas compran cada vez más ropa; sin

embargo, el uso que le dan a estas prendas es cada vez menor. Lamentablemente, esta situación no es diferente en nuestro país, según el Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA) en el Perú se generan más de 2,952 000 toneladas de residuos sólidos, de los cuales 47,527 son residuos textiles que son generados principalmente en Lima Metropolitana, ya que es ahí donde se encuentra la mayor cantidad de población. Estos números se han ido incrementando y se espera que se dupliquen en unos años a medida que la población siga creciendo. (Alcada et al, 2019)

Por otro lado, la producción textil y de confección en el Perú es uno de los sectores más importantes, ya que genera alrededor de 412 mil puestos de trabajo y representa un 9% de la población que es económicamente activa, esta industria ha ido creciendo en el país, sobre todo en Lima donde hay muchas marcas nacionales y es a la vez, el lugar en el que se ha consolidado un gran centro comercial e industrial textil llamado Gamarra (Flores y Gutierrez, 2020). Sin embargo, los talleres de costura ubicados en este departamento son los que más generan residuos textiles diariamente. (Bráñez et al, 2018)

A pesar de que en el país no se generan tantos residuos textiles en comparación con otros países de Latinoamérica, el gran problema es el tratamiento y el destino final de estos, ya que no hay muchos rellenos sanitarios en Lima y la mayoría de estos desechos terminan en botaderos informales y también en los ríos y el mar. (Herrera et al, 2016)

Según el Grupo de Investigación de Economía Ecológica de La Universidad Nacional de Mar de la Plata (2016) la mala gestión de estos residuos tiene efectos perjudiciales para la salud pública, por la contaminación ambiental y por la posible transmisión de enfermedades

infecciosas vehiculizadas por los roedores que los habitan, y también ocasiona la degradación del medio ambiente en general, además de impactos paisajísticos. Asimismo, la degradación ambiental conlleva costos sociales y económicos tales como la devaluación de propiedades, pérdida de la calidad ambiental y sus efectos en el turismo.

En base a lo mencionado, en la presente investigación se abordará la problemática de la acumulación de residuos textiles reutilizables tomando como referencia principal a Lima Metropolitana.

2. Justificación:

Esta investigación beneficiará principal y directamente a la población limeña, ya que se busca proteger su bienestar con respecto a los daños que ocasiona la contaminación en su salud y hábitat a causa de la acumulación de residuos textiles.

Es debido a esto que se considera importante realizar esta investigación, ya que aquí se busca hallar cuáles son los elementos que contribuyen a este problema, qué soluciones existen y qué se puede mejorar para contribuir a disminuir la acumulación de los residuos textiles en las calles y vertederos de la ciudad de Lima en los últimos años que es una de las causas de contaminación en el ambiente, y que hasta el día de hoy no ha visto un descenso, para que de esta forma también se pueda demostrar a las personas el rango de posibilidades que tienen estos residuos antes de darlos por perdidos.

3. Reto de innovación

En esta investigación se planteó el siguiente reto de innovación: ¿Cómo podríamos evitar que los residuos textiles reutilizables se conviertan en basura acumulada?

Se realizaron encuestas y entrevistas a los consumidores de moda, así como también a personas que trabajan en el rubro textil, y aunque se pudo notar un interés por apoyar a resolver este problema, no cuentan con la información ni recursos suficientes para lograrlo. Además, aún falta un largo camino por recorrer para que más personas se interesen en contribuir a que cada vez haya menos acumulación de residuos textiles en las calles, que

entiendan realmente lo grave que puede llegar a ser la contaminación a causa de este problema y que no contribuyan con esto solo porque sea una tendencia pasajera, sino que lo vean como un hábito.

En base a lo anterior, el objetivo general de este proyecto es crear un producto o servicio que funcione como una opción innovadora para el usuario y que resuelva gran parte de este problema. Esta propuesta busca promover la sostenibilidad, que sea de fácil acceso, que promueva el trabajo en equipo y la creación de una comunidad, y que sobretodo, sea llamativa para que más personas se sientan motivadas o atraídas a apoyar directa o indirectamente a reducir la acumulación de residuos textiles en las calles y rellenos sanitarios de Lima.

4. Sustento teórico

4.1 Estudios Previos

En el estudio de (Martinéz et al 2015) titulado *"Planeamiento Estratégico para el Sector Textil y de Confecciones de Perú con Economía Circular",* cuyo objetivo es contribuir con el desarrollo y la competitividad del sector textil y de confecciones peruanas promoviendo la integración de la economía circular y la gestión de residuos dentro de los procesos de las empresas textiles. Ahora, de acuerdo a la siguiente investigación, proponen como solución la mejora continua de procesos a través de la inversión tecnológica y la aplicación de técnicas de producción sostenibles teniendo a la nanotecnología como alternativa de diferenciación frente a mercados desarrollados. El siguiente estudio tiene relación con este problema de investigación en cuanto a la reutilización de desechos textiles, dándole un segundo uso, promoviendo y desarrollando a su vez la economía circular dentro del Perú, que abarca muchas industrias textiles y el desarrollo a partir de sus desechos.

Por otro lado el estudio de (Alcala et al 2019) titulado *"Aprovechamiento de los Residuos Textiles para la Elaboración de Placas Rígidas Ecotex"*, tiene como objetivo general elaborar placas de yeso a base de residuos textiles, reduciendo el impacto ambiental en 3.28% utilizando 1560 Tn/año, reduciendo así la contaminación ambiental de manera significativa. Y como parte de la solución del problema es la creación de una empresa productora y comercializadora de placas rígidas, que fomentaría el aumento de empleo, utilidades para los inversionistas y plantearía una solución sostenible que satisfaga las

necesidades de la presente generación sin afectar la capacidad de las futuras generaciones. Esta segunda investigación brinda una idea de cómo partir para la creación de una solución física relacionada al problema, además permite conocer cómo se pueden usar los desechos textiles para creaciones de productos y también cómo se pueden analizar los sectores en donde se estaría realizando.

Como tercer punto, el estudio de (Herrera, Lazo, Mollo, Vera, 2016) titulado *"Planeamiento Estratégico de Gestión de Residuos en el Sector Textil",* se planteó como visión, que para el 2026 sea reconocida como líder en la región por la gestión de residuos con uso de nuevas tecnologías y economía circular, así como también la reducción del volumen y la carga contaminante de los vertimientos generados por los procesos productivos de la industria textil. Se implementaron 18 estrategias de las cuales 10 fueron retenidas en primer orden, y las demás quedaron como estrategias de contingencia. Ellos concluyeron que es necesario la creación de la Dirección Estratégica Nacional de Residuos como uno de los órganos del Ministerio del

Medio Ambiente, con la finalidad de lograr la visión propuesta. Este estudio permite considerar la importancia de la relación con los actores involucrados para obtener una participación directa en la implementación del planeamiento estratégico de la solución al problema de esta investigación.

Por otra parte, en el estudio de (Cornejo, 2020) titulado "*Gestión de desechos sólidos en una empresa textil alpaquera para reducir el impacto ambiental, Arequipa 2018-2019*" se hace un análisis descriptivo de la forma en la que una empresa textil alpaquera administra los desechos textiles, además debido a que se destaca por su buena gestión y políticas eco amigables sirve como ejemplo del manejo y disposición de estos residuos para saber cómo se puede encontrar un equilibrio entre la generación del desperdicio, el reciclaje y la reutilización del mismo. Al final, el autor concluyó que esta empresa realmente hace una gestión eficiente de los desechos textiles sólidos y que de esta manera contribuye a reducir el impacto ambiental, también señaló que saben reutilizar de forma ingeniosa los residuos que generan basados en la economía circular. Esta investigación es un gran referente, ya que ayuda a conocer un caso de éxito en el que realmente se gestionan y reutilizan de forma correcta los residuos textiles. Además, mencionan varios aspectos que esta empresa hizo bien al momento de generar más productos para no desperdiciar estos residuos, esto es un gran referente que se puede tomar en cuenta al momento de generar la solución a este reto de innovación.

Por último, está la investigación realizada por (Flores y Gutiérrez, 2020) llamada "*La gestión de las empresas de moda sostenible en el Perú: Una revisión bajo los modelos de sostenibilidad en la etapa de diseño de producto*", el objetivo principal de los autores fue construir un modelo de sostenibilidad que se aplique a la etapa de diseño de un producto en el rubro de la moda. Finalmente, se concluyó que en el país existen pocas organizaciones de moda sostenible y que aún están en una etapa inicial de desarrollo por lo que poseen diferentes perspectivas de sostenibilidad en el diseño de sus productos. Esta investigación permite conocer un panorama amplio de los emprendimientos que buscan promover la sostenibilidad en nuestro país y poder reconocer los aciertos y dificultades por los que se podría atravesar en el proceso del diseño del servicio o producto creado para la solución de este problema.

4.2 Marco teórico

En primer lugar, uno de los términos más importantes para nuestra investigación es el término upcycling. (Bonifacio et al, 2018) lo define como el concepto de reutilizar materiales que se pueden modificar para volver a hacerlos útiles o darles una segunda vida, y por tanto

utilidad.

Por otro lado, otro concepto que es crucial para el problema de la investigación es el de la industria textil. (Yagual, 2018) define a la industria textil como una actividad económica en la que se producen telas, hilos, fibras, etc., los cuales con el pasar del tiempo se van perfeccionando en sus procesos de producción implementando nuevas maquinarias tecnológicas, de esta forma se llevan a cabo las distintas formas de tejidos, teñidos, fibras naturales y artificiales hasta llegar al producto final, es decir hasta la prenda confeccionada.

Para continuar, un concepto que se considera de suma importancia para esta investigación es de sostenibilidad (Reyna, 2018) Reconoce el término como la referencia a la búsqueda de un avance social y económico que asegure a los seres humanos una vida sana y productiva, pero que no comprometa la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades.

También como parte fundamental y es unos de los elementos donde se comienza a abarcar esta investigación es el del reciclaje. (Castells, 2012) describe el reciclaje como la operación compleja que permite la recuperación, transformación y elaboración de un material a partir de residuos, ya sea total o parcial en la composición definitiva. Por lo tanto, el reciclaje y los residuos, responden a diversas actividades que pueden llevarse a cabo sobre los diferentes flujos de residuos para aprovecharse, desde el mismo uso hasta otra aplicación.

Además, otro concepto clave es el de desecho sólido, que es una parte del problema de esta investigación, (Cáceres, 2020) lo define como desechos no degradables que no se transforman en basura degradada y tardan en eliminarse y transformarse en compuestos naturales.

Continuando con la definición, otro concepto que tiene un vínculo con nuestro problema es el de residuo. (La Junta de Andalucía, 2021) define este término como cualquier sustancia u objeto que su poseedor deseche o tenga la intención o la obligación de desechar.

Es necesario saber también, que como solución al problema de la acumulación de residuos textiles en Lima Metropolitana se debe abordar la propuesta del concepto de “sustentabilidad ambiental” como una alternativa existente y que posibilita el bienestar social

y el equilibrio ecológico. A su vez, cabe mencionar que la sustentabilidad sigue siendo una de las demandas más repetidas por organizaciones de la sociedad civil, y hasta existen iniciativas empresariales que invocan ese compromiso ambiental. En las universidades se ofrecen cursos, seminarios, y hasta postgrados sobre esta temática, este éxito va de la mano con una enorme proliferación de los contenidos otorgados a la idea de un desarrollo sostenible (Gudynas, 2011).

También, uno de los términos más importantes para nuestra investigación es el de la contaminación. (Rubio, 2019) la define como los componentes físicos, químicos o biológicos presentes en el medio ambiente, estos contaminantes son principalmente producidos por el humano a través de la actividad y trabajo en fábricas, mineras, petroleras, que contaminan el aire, agua y tierra, que a corto o largo plazo resulta nocivo para la salud, llevando a desequilibrios físicos y químicos y que tiene como consecuencia la generación de

enfermedades desde la concepción causando malformaciones congénitas que se expresan genotípica y fenotípicamente.

Finalmente, el concepto que hasta la actualidad suma un problema importante en el país, es el de la acumulación de basura en las calles. (Vela, 2019) describe como un problema serio en Lima, atentando contra la salud y el bienestar de la población. En algunos distritos, la acumulación de basura es tal que dificulta el tránsito adecuado, e incluso ha llevado a los vecinos a tomar cartas en el asunto quemando los montículos de basura acumulados. El problema de los residuos o de la basura en general tiene varias aristas, pues por un lado las autoridades están haciendo una mala gestión, tanto de recolección de residuos como de desecho de los mismo; y, por otro lado, la falta de educación cívica de los ciudadanos fomenta la acumulación de la basura en los espacios públicos.

5. Beneficiarios

Nuestra beneficiaria principal se llama Daniela Ramos, tiene 21 años y está acabando la carrera de relaciones públicas, le gusta mucho la moda y siempre está en busca de nuevas experiencias, le gusta conocer nuevos lugares y es muy activa en las redes sociales. Lo que conoce de los problemas del medio ambiente lo aprendió en la escuela y en las redes sociales.

En la mañana, Daniela se levanta y entra a Instagram mientras toma el desayuno. En su

feed ve las actualizaciones de las celebridades e influencers que sigue, y se informa sobre las nuevas tendencias de moda. Además, mientras sigue explorando en esta red social, se encuentra con tutoriales de upcycling que le resultan muy interesantes; sin embargo, no se considera tan buena haciendo ese tipo de manualidades, así que solo los observa y los guarda esperando realizarlos algún día por su cuenta.

En la tarde, habiendo revisado en un post las ofertas de una de sus tiendas favoritas decide comprar un par de nuevas prendas, pero al ver que su ropero ya no da más cabida se decide por deshacerse de algunas piezas que está segura, ya no va a usar más; las prendas que considera que están en buen estado las dona, y las que queda solo las tira a la basura.

Los beneficiarios del reto de innovación vendrían a ser los consumidores comunes de ropa y artículos de decoración para el hogar, los pobladores que viven en las zonas afectadas a causa de la contaminación generada por la acumulación de residuos textiles, los recicladores y también los emprendedores que trabajan en talleres de confección y costura.

6. Propuesta de Valor

6. 1 Propuesta de Valor

Nuestra propuesta de valor es la creación de un taller que fomente la creación y personalización de artículos con base en el upcycling de residuos textiles. Lo que se busca principalmente es trabajar en conjunto con talleres de costura y recicladores, para poder ofrecer al usuario una experiencia única e innovadora donde no solo aprenda sobre distintas técnicas de upcycling, sino que también pase un buen momento con amigos o familiares y se lleve un recuerdo de esta experiencia. Los consumidores le dan un nuevo valor a algo que pensaban que era un simple desecho, y de esta forma, ayudan a reducir la acumulación de residuos textiles en Lima Metropolitana.

6. 2 Segmentos de Clientes

Nuestros clientes directos son hombres y mujeres que fluctúan entre los 18 y 30 años

de edad, que sean del NSE B y C, que principalmente busquen nuevas experiencias y actividades para compartir con amigos y familiares, y que además tengan la iniciativa de aprender nuevas formas de upcycling.

Nuestros clientes indirectos son las personas interesadas en las artes manuales, así como también en la moda y el diseño. Por otro lado, también se encuentran aquellos que deseen utilizar los residuos textiles de nuestro taller para poder arreglar algún objeto en mal estado que tengan en casa. Por último, dentro de nuestros clientes indirectos también están las escuelas que promuevan el cuidado del medio ambiente y que quieran organizar salidas con sus alumnos para que conozcan y experimenten el proceso de upcycling.

6. 3 Canales

Nuestro canal de comunicación principal con nuestros clientes será en nuestra tienda física ubicada en el centro de Lima. Por otro lado, también estaremos en contacto mediante nuestras redes sociales donde publicaremos actualizaciones de las novedades que estaremos ofreciendo al público, además de contenido extra para poder llegar a más personas. Además, con la ayuda de nuestra página web facilitaremos el proceso de compra de nuestros productos y servicios.

6. 4 Relación con los Clientes

Entablamos una relación más directa con el cliente a través de los asesoramientos que se darán en la misma tienda contando con las herramientas y el apoyo de nuestro personal para la elaboración de su propio producto usando principalmente residuos textiles. Realizaremos videos tutoriales para que los usuarios aprendan de manera fácil cómo poder transformar o elaborar algún producto desde casa usando prendas viejas o retazos de telas que tengan a su alcance en donde además responderemos las dudas que tengan en la sección de comentarios. Por otro lado, se busca formar una comunidad mediante las redes sociales para que los usuarios puedan brindar ayuda o nuevas ideas de personalización de prendas u otros artículos a otras personas, de esta forma, se fomenta la creatividad y un hábito de consumo sostenible.

6. 5 Actividades Clave

Con la ayuda de recicladores de la zona se recolectarán los residuos textiles de talleres de costura y confección seleccionados del centro comercial de Gamarra. Una parte de estos residuos se ofrecerán a nuestros clientes como relleno de artículos tales como peluches o almohadas que podrán adquirir en el mismo lugar. Además, a partir de otro grupo de residuos se crearán prendas nuevas e interesantes que estarán disponibles en la tienda para su compra y personalización.

Como actividad principal se ofrecerán talleres de personalización y upcycling que nuestros clientes podrán disfrutar en compañía de amigos o familiares, enseñando a través de

la experimentación y el juego. Finalmente se ofrecerá la opción de compra de una foto de recuerdo que retratará la experiencia.

6. 6 Recursos Clave

Recursos Humanos: Trabajaremos con recicladores y un chofer para el recojo y transporte de residuos textiles, además se contará con un personal dentro del almacén para la distribución y separación de los retazos de tela. Por otro lado, los costureros forman parte de un recurso humano importante, debido a que son ellos los que elaboran los modelos de los productos que se ponen en venta en nuestro taller, y por último, están los artistas, quienes son los que van a guiar a los usuarios para que su experiencia creativa de upcycling sea exitosa y agradable.

Recursos Físicos: Trabajaremos con retazos de tela, y ropa usada y desechada. También se necesitarán cubículos para almacenar los residuos textiles de los talleres de costura con los que trabajaremos en conjunto. También será necesaria una van para el transporte de estos materiales. Por último, contaremos con cámaras fotográficas, televisores y computadoras dentro del taller para poder brindar los distintos servicios que ofrecemos en nuestro taller.

6. 7 Aliados Clave

Nuestros aliados clave son los talleres textiles especializados en la realización de productos y prendas, ya que son ellos los que nos brindarán los materiales principales para la venta de nuestros productos y servicios.

Además, trabajaremos en conjunto con los recicladores que son los que nos facilitarán el recojo de los residuos textiles, también habrá un chofer que apoyará en la movilización de estos residuos. Por otro lado, también están los costureros, las empresas que transforman retazos de telas en prendas básicas y los artistas, todos estos nos ayudarán con la elaboración y personalización de prendas u otros artículos. Por último, están los comunicadores, que son los que transmitirán el mensaje de nuestra marca y nos ayudarán a llegar a más personas a través de redes sociales y los hará partícipes de las actividades interactivas que realizaremos.

6. 8 Fuentes de Ingresos

Como principal fuente de ingresos tenemos la venta de nuestro taller de upcycling en el que se enseñará y ayudará al usuario a personalizar alguna prenda vieja o usada con el diseño o estilo que más le guste. También está la venta de los mismos productos hechos con residuos textiles, así como los materiales para que el consumidor pueda personalizarlo de acuerdo a la temática que más le agrade. Además, se generarán ingresos mediante las fotografías que retratan la experiencia del usuario y también con las ventas de materiales para que las personas puedan realizar sus propias transformaciones en casa. Y por último, se generarán ingresos con la publicidad que se encuentre dentro de la página web de nuestra marca.

6.9 Presupuesto

El presupuesto se muestra a detalle en el anexo 1.

7. Resultados

A raíz de nuestra propuesta, nace Killakuna, que significa “ciclo” en quechua, lo cual representa muy bien el negocio circular que queremos crear a base del upcycling y reutilización de telas.

El blueprint comienza con la recolección de residuos textiles por parte de algunos recicladores de Lima, nos asociamos con algunos talleres textiles que nos proveerán estos residuos. Los recicladores irán a los mismos talleres y a los cubículos cercanos para hacer la recolección de estos materiales. Posteriormente, los llevan a nuestro almacén, donde el personal encargado divide estos materiales y los clasifica de acuerdo al tipo de tela y tamaño de los mismos. Una parte de estos residuos se van directamente al taller, y la otra pasa por un proceso

de transformación para convertir estas en telas nuevas y crear los productos que Killakuna pondrá en venta, como pueden ser prendas de vestir, objetos para decoración del hogar y muebles. Ver Anexo 2

Después de todo este proceso, los clientes tienen la posibilidad de adquirir nuestros productos a través de la página web o comprarlos directamente en nuestro local físico donde

además podrán participar de una clase para poder crear y personalizar distintos artículos de su agrado. Durante la visita de los clientes, el personal de Killakuna los guía en un recorrido para que puedan observar los distintos objetos de decoración para el hogar donde prima el uso de telas recicladas. Además, dentro del taller las personas cuentan con la ayuda de artistas que los ayudan en su proceso creativo de personalización, mientras que al mismo tiempo, el equipo de fotografía retrata la experiencia de cada participante.

Al finalizar, los clientes tienen la opción de compra de las fotos para que las tengan como recuerdo y luego pasan a caja donde se realiza el pago del servicio del taller o la compra de los productos de Killakuna que posteriormente son envueltos en empaques compostables.

Para ver posibles resultados de nuestra solución de negocio sostenible de venta de muebles y ropa upcycled, además de talleres de diseño y personalización a partir del upcycling, creamos un prototipo de experimentación de estos últimos, donde a través de la plataforma Miro se creó una simulación digital de taller donde los visitantes podrían diseñar y personalizar cojines con residuos textiles u objetos hechos a partir de estos mismos; como parches de ropa, retazos de tela de algodón o jean. Los participantes rondaban entre los 20 a 30 años y al terminar con la actividad, se les pidió participar en una encuesta para rescatar la opinión general de las personas hacia los productos y servicios que nuestra solución ofrece. De este último, obtuvimos que el 100% de los participantes se siente muy interesado por la propuesta de talleres de diseño y personalización como con la muestra de productos presentados. Ver Anexo 3

Más del 70% no conocían sobre el upcycling; sin embargo, luego de esta experiencia el 100% de ellos dijo estar interesado en saber más del tema debido a que les pareció una actividad divertida para hacer con amigos y familiares. Muchos de ellos incluso comentaron que les gustaría poder llevarse los cojines que crearon y que definitivamente recomendarían a más personas a realizar una actividad como esa. Esto también aumentó la expectativa de poder realizarlo en un taller de forma presencial. Ver Anexo 4

Por otro lado, con respecto a la muestra de productos que venderemos, el 100% de los participantes afirmó que compraría al menos uno de ellos, siendo el puff, la alfombra y los

muebles los más elegidos como favoritos. Los diseños fueron recibidos como innovadores y divertidos. La respuesta general fue muy positiva.

Al finalizar, los participantes comentaron individualmente que les gustaría aprender a hacer más cosas usando telas recicladas para decorar sus casas o su ropa, y que también les gustaría saber cómo es que ellos están ayudando a resolver el problema.

8. Conclusiones

En base a la investigación realizada junto a entrevistas y encuestas, se puede llegar a las siguientes conclusiones en base al problema:

1. Se cumplió con el reto de innovación de "¿Cómo podríamos evitar que los residuos textiles reutilizables se conviertan en basura acumulada?" debido a los resultados positivos que se obtuvieron en la validación, además de ser un negocio factible y donde se cumple con no solo atraer la atención del público, sino también enseñar sobre la problemática. Más del 70% de los encuestados y de los participantes en la validación de la propuesta, aseguró que no sabía mucho sobre el manejo de residuos textiles en nuestro país, y tampoco sabían el significado del concepto del upcycling hasta ese momento.

2. Por otro lado, la mayor parte de los participantes aseguró que nunca había comprado prendas hechas con materiales sostenibles pero que la razón principal era que no conocían ninguna tienda que venda algo parecido, lo que da una gran oportunidad a Killakuna para que se haga notar y se presente como un emprendimiento innovador.

3. Según los estudios relacionados a este tema, así como las entrevistas realizadas a nuestros actores principales, la alianza con talleres de producción textil y recicladores es necesaria para poder trabajar de la forma más eficaz y contribuir no solo a disminuir la contaminación, sino también a mejorar la calidad laboral de estos actores. Es por eso que en nuestra propuesta consideramos que un elemento clave es poder aliviar sus dolores y ayudarlos, y de esa forma hay un gran beneficio para cada una de las partes involucradas en este proceso.

4. Al realizar la validación de la propuesta de valor, los participantes se mostraron muy entusiastas y todos aseguraron haberse divertido, además el 100% de ellos dijo que si hubiera un taller físico donde pudieran transformar cosas con residuos textiles, irían con amigos y familiares, y que definitivamente recomendaría el lugar a más personas. Lo que más les gustó fue el mismo hecho de hacer algo que vaya con su estilo y que sea totalmente personalizado por ellos. Esto sirve como evidencia de que la experiencia que queremos brindar en Killakuna les resulta entretenida y llamativa.

5. Además, al momento de mostrarles a los participantes nuestra sección de productos de decoración de hogar, todos mostraron gran interés e incluso preguntaron si realmente podrían adquirirlos en el futuro, siendo los puff, los sillones y las alfombras las elegidas principalmente como favoritas. Muchos de ellos no sabían que se podía utilizar residuos textiles para hacer cosas como esas, y por eso les resulta bastante innovador y despierta su interés a conocer más sobre el upcycling.

6. Por último, luego de dar a conocer el significado del upcycling a algunos de nuestros actores, todos mostraron interés por saber más acerca de esta tema, y en la validación, así como en las encuestas, declararon que les gustaría que se informará sobre cómo es que ellos están contribuyendo a solucionar este problema, lo que al mismo tiempo valida otra de las encuestas realizadas a nuestro público objetivo, ya que allí ellos mencionan que algo que les agrada al momento de reciclar o hacer uso de un producto hecho con materiales sostenibles es que se sienten bien consigo mismos debido a que saben que están haciendo una buena acción.

9. Bibliografía

Alcala, M., Asto, J., Cristobal, L. Gamarra, J. y Ruiz, F. (2019). Aprovechamiento de los residuos textiles para la elaboración de placas rígidas (Tesis de bachiller). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima - Perú. Recuperado de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/10110/1/2019_Alcala%20Delgado.pdf

Asociación UNASEM por el Desarrollo Sostenible, Grupo RPP, & PUCP. (2019). Lima Cómo Vamos (Lima y Callao según sus ciudadanos ed., Vol. 10). Recuperado de https://www.limacomovamos.org/wp-content/uploads/2019/11/Encuesta-2019_.pdf

Briceño, A. (8 de enero de 2018). Los puntos críticos de acumulación de basura en Lima y Callao. El Comercio. Recuperado de https://elcomercio.pe/lima/sucesos/puntos-criticos-acumulacion-basura-lima-callao noticia-487212-noticia/

Diestra, N. D. (2018, 22 junio). La contaminación ambiental y su influencia en la salud de la población del distrito de Trujillo- la Libertad. Recuperado de https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/1881

Flores, J., & Gutiérrez, D. (2020, enero). La gestión de las empresas de moda sostenible en el Perú: Una revisión bajo los modelos de sostenibilidad en la etapa de diseño de producto (Trabajo de Bachiller). Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/19391/FLORES_DE_LA_CRUZ_GUTI%c3%89RREZ_S%c3%81ENZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Freire-Vinueza, C., Meneses, K., & Cuesta, G. (2021). América Latina: ¿Un paraíso de la contaminación ambiental? Revista de Ciencias Ambientales, 55(2), 1–18. https://doi.org/10.15359/rca.55-2.1

Gálvez, A., Rivera, J., & Zavalaga, F. (2018, abril). Moda desde las Cárceles de Lima: El Branding de una organización peruana de moda sostenible en la decisión de compra de sus clientes. (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12207/G%C3%A1lvez%20Santa%20Mar%C3%ADa_Rivera%20Alberca_Zavalaga%20Z%C3%BA%C3%B1iga_Moda_c%C3%A1rceles_Lima.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Gestión, R. (2019, 16 septiembre). ¿Qué país tiene las ciudades con el aire más contaminado, Perú o Chile? Gestión. Recuperado de https://gestion.pe

Herrera, A., Lazo, A., Mollo, G. y Vera, M. (2020). Planeamiento estratégico de gestión de residuos en el sector textil peruano (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Santiago de Surco. Recuperado de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/853

Iglesias, J. I. P. (2020, 9 septiembre). El precio ambiental de la moda rápida. Recuperado de https://theconversation.com/el-precio-ambiental-de-la-moda-rapida-144956 Medina, S. (2020). Gestión de desechos sólidos en una empresa textil alpaquera para reducir el impacto ambiental - Arequipa 2018-2019 (Tesis de pregrado). Universidad Continental, Arequipa. Recuperado de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8081/3/IV_FIN_108_TI_Cornejo_Medina_2020.pd

Ministerio del Ambiente. (2018). En el Perú solo se recicla el 1.9% del total de residuos sólidos reaprovechables. Recuperado de https://www.minam.gob.pe/notas-de-prensa/en-el-peru-solo-se-recicla-el-1-9-del-tot al-de-residuos-solidos-reaprovechables/

Ministerio del Ambiente. (2021). La ciudadanía tiene un rol fundamental para impulsar el consumo responsable y reducir la generación de residuos sólidos en el país. Recuperado de https://www.gob.pe/institucion/minam/noticias/493241-la-ciudadania-tiene-un-rol-fu ndamental-para-impulsar-el-consumo-responsable-y-reducir-la-generacion-de-residu os-solidos-en-el-pais

News UN (2021, 11 octubre). El costo ambiental de estar a la moda. Recuperado de https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161

Oblitas, L. S. (2018, 23 abril). Así han impactado las «fast fashion» desde su llegada al Perú. El Comercio Perú. Recuperado de https://elcomercio.pe

Redacción, R. P. P. (2019, diciembre 19). ¿Dónde acaba la basura que botas?. Recuperado de

https://rpp.pe/peru/actualidad/donde-acaba-la-basura-que-botas-ciudades-con-futuro noticia-1235619?ref=rpp

Sanmartín Ramón, G.S., Zhigue Luna, R.A., & Alaña Castillo, T. P. (2017). El reciclaje: un nicho de innovación y emprendimiento con enfoque ambientalista. Universidad y Sociedad [seriada en línea], 9 (1), pp. 36-40. Recuperado de http://rus.ucf.edu.cu/

Vargas, A. (2017). Upcycling: tendencia eco amigable como estrategia para procesos productivos sustentables en las empresas. En Economia Social y Solidaria (6.a ed., pp. 94–114). Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Gonzalo-Ortega-3/publication/340559996_Distintas_perspectivas_de_la_economia_Modelo_de_comuna_en_la_especializacion_del_cafe/links/5e90a1e7299bf130798dea99/Distintas-perspectivas-de-la-economia-Modelo-de-comuna-en-la-especializacion-del-cafe.pdf#page=94

Xicota, E. (2018, junio 7). Impactos del fast fashion en el desarrollo del Perú. Ester Xicota Consultora. Recuperado de https://www.esterxicota.com/impactos-fast-fashion-peru/

Xicota, E. (2021, enero 2021). ¿El COVID ha impulsado la moda sostenible?. Ester Xicota Consultora. Recuperado de https://www.esterxicota.com/covid-positivo-moda-sostenible/

10. Anexos

Anexo 1 - Presupuesto

Director de Tienda - (Geraldine)	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (mensual)	S/. 5,500.00	S/. 5,500.00	S/. 5,500.00	S/. 5,500.00	S/. 5,500.00	S/. 5,500.00	S/. 5,500.00	S/. 5,500.00	S/. 5,500.00	S/. 5,500.00	S/. 5,500.00	S/. 5,500.00
Total (Sueldo + Gratificacion + CTS Anual)	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00
Total Mes	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00	S/. 6,875.00

Encargado de Área de Producto - (Valeria)	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (mensual)	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00
Total (Sueldo + Gratificacion + CTS Anual)	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00
Total Mes	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00	S/. 6,250.00

Gerente de Marketing - (Alexandra)	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (mensual)	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00
Total (Sueldo + Gratificacion + CTS Anual)	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00
Total Mes	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00

Gerente de Finanzas - (Jesus)	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de Personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (Mensual)	S/. 4,500.00	S/. 4,500.00	S/. 4,500.00	S/. 4,500.00	S/. 4,500.00	S/. 4,500.00	S/. 4,500.00	S/. 4,500.00	S/. 4,500.00	S/. 4,500.00	S/. 4,500.00	S/. 4,500.00
Total (Sueldo + Gratificacion + CTS Anual)	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00
Total Mes	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00	S/. 5,625.00

Chefes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (Mensual)	S/. 1,188.00	S/. 1,188.00	S/. 1,188.00	S/. 1,188.00	S/. 1,188.00	S/. 1,188.00	S/. 1,188.00	S/. 1,188.00	S/. 1,188.00	S/. 1,188.00	S/. 1,188.00	S/. 1,188.00
Total (Sueldo + Gratificacion + CTS Anual) x	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00
Total Mes	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00	S/. 1,485.00

Almacén	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Sueldo (Mensual)	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00
Total (Sueldo + Gratificacion + CTS Anual) x	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Total Mes	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00

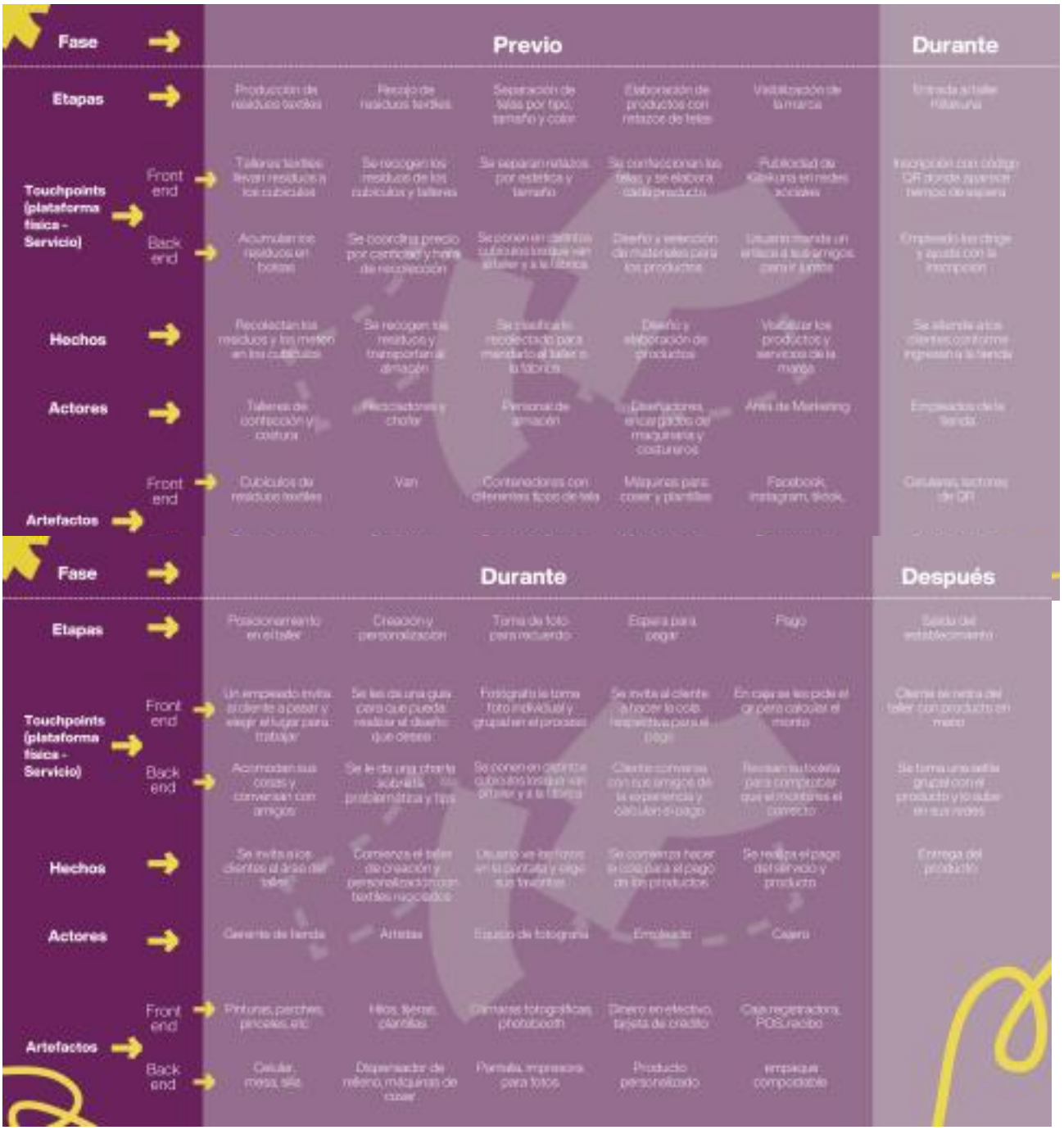
Asistente	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Sueldo (Mensual)	S/. 930.00	S/. 930.00	S/. 930.00	S/. 930.00	S/. 930.00	S/. 930.00	S/. 930.00	S/. 930.00	S/. 930.00	S/. 930.00	S/. 930.00	S/. 930.00
Total (Sueldo + Gratificacion + CTS Anual) x	S/. 1,162.50	S/. 1,162.50	S/. 1,162.50	S/. 1,162.50	S/. 1,162.50	S/. 1,162.50	S/. 1,162.50	S/. 1,162.50	S/. 1,162.50	S/. 1,162.50	S/. 1,162.50	S/. 1,162.50
Total Mes	S/. 3,487.50	S/. 3,487.50	S/. 3,487.50	S/. 3,487.50	S/. 3,487.50	S/. 3,487.50	S/. 3,487.50	S/. 3,487.50	S/. 3,487.50	S/. 3,487.50	S/. 3,487.50	S/. 3,487.50

Supervisor	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (Mensual)	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00
Total (Sueldo + Gratificacion + CTS Anual) x	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00
Total Mes	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00

TOTAL SALARIOS ADMINISTRATIVOS	37,222.50	37,222.50	37,222.50	37,222.50	37,222.50	37,222.50	37,222.50	37,222.50	37,222.50	37,222.50	37,222.50	37,222.50

RESULTADOS												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	S/. 92,015.0(	S/. 90,945.0(	S/. 84,220.0(	S/. 84,700.0(	S/. 91,570.0(	S/. 86,220.0(	S/. 95,275.0(	S/. 86,795.0(	S/. 86,950.0(	S/. 93,695.0(	S/. 94,760.0(	S/. 108,140.(
Costos Fijos	S/. 47,275.4(	S/. 47,275.4(	S/. 47,275.4(	S/. 47,275.4(	S/. 47,275.4(	S/. 47,275.4(	S/. 47,275.4(	S/. 47,275.4(	S/. 47,275.4(	S/. 47,275.4(	S/. 47,275.4(	S/. 57,275.4(
Costos Variables	S/. 18,573.1(	S/. 18,079.1(	S/. 18,439.1(	S/. 18,213.1(	S/. 18,439.1(	S/. 18,079.1(	S/. 18,573.1(	S/. 18,079.1(	S/. 18,439.1(	S/. 18,213.1(	S/. 18,439.1(	S/. 17,360.1(
Utilidad	**S/. 26,166.5(**	**S/. 25,590.5(**	**S/. 18,505.5(**	**S/. 19,211.5(**	**S/. 25,855.5(**	**S/. 20,865.5(**	**S/. 29,426.5(**	**S/. 21,440.5(**	**S/. 21,235.5(**	**S/. 28,206.5(**	**S/. 29,045.5(**	**S/. 33,504.5(**
Margen	28%	28%	22%	23%	28%	24%	31%	25%	24%	30%	31%	31%

Anexo 2 - Blueprint



Fase		Previo					Durante
Etapas		Producción de residuos textiles	Recojo de residuos textiles	Separación de telas por tipo, tamaño y color	Elaboración de productos con retazos de telas	Visibilización de la marca	Entrada al taller Kitakuna
Touchpoints (plataforma física - Servicio)	Front end	Talleres textiles llevan residuos a los cubículos	Se recogen los residuos de los cubículos y talleres	Se separan retazos por estética y tamaño	Se confeccionan las telas y se elabora cada producto	Publicidad de Kitakuna en redes sociales	Inscripción con código QR donde aparece tiempo de espera
	Back end	Acumulan los residuos en bolsas	Se coordina precio por cantidad y hora de recolección	Se ponen en distintos cubículos los que van al taller y a la fábrica	Diseño y selección de materiales para los productos	Usuario manda un enlace a sus amigos para ir juntos	Empleado los dirige y ajusta con la inscripción
Hechos		Recolectan los residuos y los meten en los cubículos	Se recogen los residuos y transportan al almacén	Se clasifica lo recolectado para mandarlo al taller o la fábrica	Diseño y elaboración de productos	Visibilizar los productos y servicios de la marca	Se atiende a los clientes conforme ingresan a la tienda
Actores		Talleres de confección y costura	Recicladores y chofer	Personal de almacén	Diseñadores, encargados de maquinaria y costureros	Área de Marketing	Empleados de la tienda
Artefactos	Front end	Cubículos de residuos textiles	Van	Contenedores con diferentes tipos de tela	Máquinas para coser y plantillas	Facebook, Instagram, tiktok,	Celulares, lectores de QR

Fase		Durante					Después
Etapas		Posicionamiento en el taller	Creación y personalización	Toma de foto para recuerdo	Espera para pagar	Pago	Salida del establecimiento
Touchpoints (plataforma física - Servicio)	Front end	Un empleado invita al cliente a pasar y elegir el lugar para trabajar	Se les da una guía para que pueda realizar el diseño que desee	Fotógrafo le toma foto individual y grupal en el proceso	Se invita al cliente a hacer la cola respectiva para el pago	En caja se les pide el qr para calcular el monto	Cliente se retira del taller con producto en mano
	Back end	Acomodan sus cosas y conversan con amigos	Se le da una charla sobre la problemática y tips	Se ponen en distintos cubículos los que van al taller y a la fábrica	Cliente conversa con sus amigos de la experiencia y calculan el pago	Revisan su boleta para comprobar que el monto es el correcto	Se toma una selfie grupal con el producto y lo sube en sus redes
Hechos		Se invita a los clientes al área del taller	Comienza el taller de creación y personalización con textiles reciclados	Usuario ve los fotos en la pantalla y elige sus favoritos	Se comienza hacer la cola para el pago de los productos	Se realiza el pago del servicio y producto	Entrega del producto
Actores		Gerente de tienda	Artistas	Equipo de fotografía	Empleado	Cajero	
Artefactos	Front end	Pinturas, perchas, pinceles, etc	Hilos, tijeras, plantillas	Cámaras fotográficas, photobooth	Dinero en efectivo, tarjeta de crédito	Caja registradora, POS, recibo	
	Back end	Celular, mesa, silla	Dispensador de relleno, máquinas de coser	Pantalla, impresora para fotos	Producto personalizado	empaque compostable	



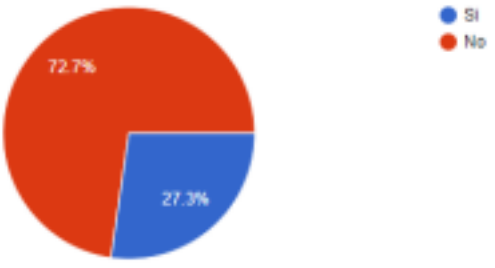
Anexo 3 - Validación del proyecto





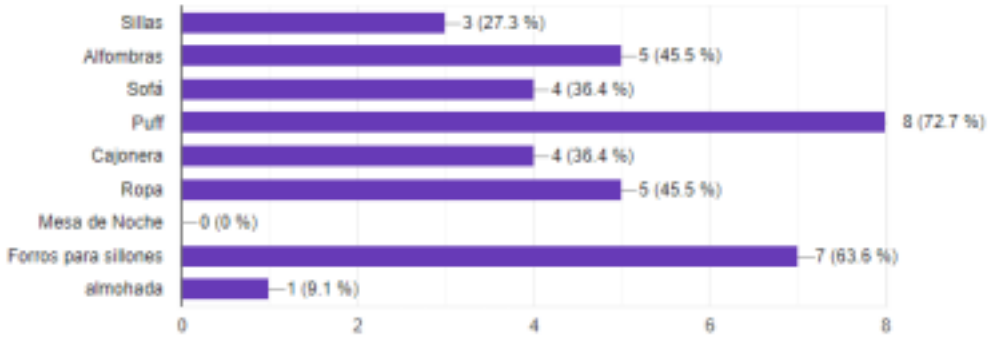
¿Sabias sobre el upcycling?

11 respuestas



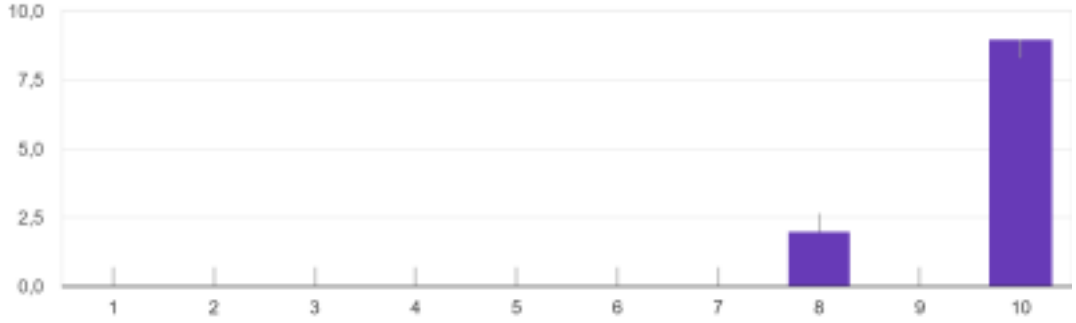
¿Qué mueble u objeto hecho con esta técnica te interesó/agradó más?

11 respuestas



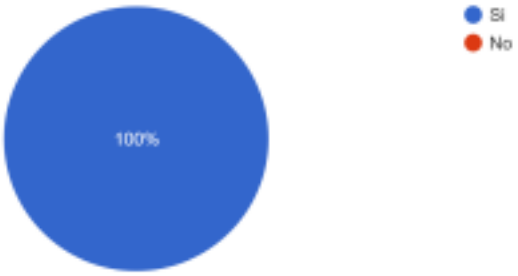
Del 1 - 10 ¿Qué tan probable sea que recomiendes esta experiencia a alguien?

11 respuestas



De existir algún lugar físico donde puedas recibir este y más talleres, ¿Asistirías?

11 respuestas



Anexo 4 - Evidencias de comentarios

}