ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

SECONDEVIÉ

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

AUTOR:
LESLY FIORELLA ROJAS YZAGUIRRE

ASESOR:
JUAN PABLO ARENAS VARGAS
https://orcid.org/0009-0006-3325-3938

Lima - Perú
2021

ENVIO 52 - REPOSITORIO

ENVIO 52 - REPOSITORIO

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::11391:467003825

Fecha de entrega

14 jun 2025, 5:24 p.m. GMT+2

Fecha de descarga

14 jun 2025, 5:33 p.m. GMT+2

Nombre de archivo

SECONDEVIÉ - Proyecto de innovacion.2_compressed.pdf

Tamaño de archivo

8.7 MB

21 Páginas

491 Palabras

2733 Caracteres

24% 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 25 palabras)

Fuentes principales

24%	Fuentes de Internet
0%	Publicaciones
10%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

Texto oculto
19 caracteres sospechosos en N.º de páginas
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

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.

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

El proyecto de innovación Secondevié se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Tecnología ambiental sostenible y la actividad económica de Comercio y busca resolver la contaminación ambiental causados por la acumulación de los desechos textiles debido al consumo excesivo de prendas Fast Fashion, disminuir el aumento de prendas en desuso y la sensación de frustración por adquirir cantidad y no calidad, teniendo como población beneficiaria a mujeres jóvenes que comprenden edades de 21 a 35 años de nivel socioeconómico A, B y C de Lima Metropolitana.

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

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en brindar una experiencia de consumo exclusivo y de lujo, volviendo alcanzable prendas de alta gama a través del alquiler con precios accesibles, se trata de una tienda diseñada bajo el concepto de la sostenibilidad y la elegancia, procurando realizar el menor impacto ambiental en todas sus facetas en las que se desarrolla, ayuda a reinsertar nuevamente al mercado las prendas en desuso generando una economía circular, y procurando dar el mejor ambiente laboral para el buen desempeño de sus trabajadores, cumpliendo así con el triple balance.

Para la experimentación se diseñaron prototipo(s) como renders de la tienda Secondevié, donde se presentará 4 displays de diferentes estilos de prenda; asimismo un catálogo virtual para que visualicen las prendas y pack que ofrecemos; se realizaron entrevista a profundidad vía zoom a 60 mujeres de 25 a 35 años de edad para conocer sus necesidades

y comportamiento durante y post consumo de prendas; se crearon cuentas de Instagram y Tiktok para poder promocionar y reclutar el público objetivo; se creó un landing page para darnos a conocer como marca y recopilar las posibles informaciones de nuestros clientes y de tal manera que se pueda evaluar qué tan aceptada podría ser nuestro proyecto. Todo ello trajo como resultado mediante una escala de Likert que después de ver la identidad e imagen que proyecta Secondevié, tanto en el diseño de sus productos como en el de sus servicios, las respuestas positivas fueron un 70% “totalmente de acuerdo” y 30% como “tal vez”, aseverando el uso del servicio de Secondevié. Por ello, se concluye que a través de un buen diseño de marca se logró redefinir el concepto establecido sobre las prendas second-hand y sus servicios.

Se concluye que la solución propuesta tiene una gran acogida por nuestra muestra selecto público objetivo, ya que nunca habían visto en Lima sobre el alquiler de prendas por packs, una tienda física que realice esta modalidad de venta y que les brinde la oportunidad de tener la facilidad de usar prendas de alta y mediana gama que no son fácilmente accesibles económicamente para ellas, y que, sobretodo van a poder lucir únicas y magníficas no sólo para una ocasión formal, sino que podrán llevar el outfit para el día a día, y se recomienda realizar una app para trackear las prendas disponibles en tienda y ver quién es la persona que las ha alquilado, crear una tienda on line para mayor difusión de la marca y facilidad de acceso a los productos.