ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

TOULOUSE LAUTREC

CREACIÓN DE UN ESPACIO EDUCATIVO Y EXPERIENCIAL PARA FOMENTAR HÁBITOS DE CONSUMO RESPONSABLE EN LOS CONSUMIDORES DEL EMPORIO COMERCIAL GAMARRA

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de Interiores

AUTORES:

ERIKA DAYANNA CARLOS IDROGO
(https://orcid.org/0000-0003-3879-040X)

PIERO ALESSANDRO RIVERA MURRUGARRA
(https://orcid.org/0009-0009-0418-8526)

Asesor

JEFFERSON ALEJANDRO AQUINO CASTILLO

(https://orcid.org/0009-0003-2278-8310)

Lima-Perú

2025

CARLOS IDROGO ERIKA DAYANNA 2019246710 - RIVERA MURRUGARRA PIERO ALESSANDRO 2021159498.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:473380653

Submission Date
Jul 12, 2025, 3:28 PM GMT-5

Download Date
Jul 12, 2025, 3:39 PM GMT-5

File Name
CARLOS IDROGO ERIKA DAYANNA 2019246710 - RIVERA MURRUGARRA PIERO ALESSANDRO 2021....pdf

File Size
9.2 MB

36 Pages

7,207 Words

41,809 Characters

15% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

12% Internet sources
2% Publications
9% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Resumen del Proyecto de Investigación

Este trabajo de investigación aborda la problemática de contaminación marina causada por microplásticos derivados de la industria textil en el emporio comercial de Gamarra, en Lima. Se alinea a la meta 14.1 del Objetivo de Desarrollo Sostenible número 14, la cual busca la conservación de la vida submarina. El contexto de Gamarra se caracteriza por una alta producción de prendas de vestir de todo tipo, y gran parte de ellas son elaboradas con tela del tipo sintética. Esta clase de tela al ser derivada del petróleo libera microplásticos que afectan a los ecosistemas marinos. Frente a este problema, el proyecto propone el diseño de un espacio educativo y experiencial dentro del emporio de Gamarra. Este espacio tiene el objetivo de informar, sensibilizar y generar participación de los consumidores mediante el intercambio de ropa, imágenes informativas y talleres creativos de upcycling. La población objetivo está principalmente conformada por consumidores de Gamarra que compran de forma impulsiva y no cuentan con conocimiento sobre el impacto que tienen sus decisiones de compra. El proyecto busca aportar a una cultura de consumo más consciente, generar hábitos de consumo responsable, disminuir la alta demanda de textiles contaminantes y proteger la vida marina.

Palabras claves: contaminación marina, microplásticos, consumo responsable, prendas de vestir, Gamarra.

Abstract

This research work addresses the problem of marine pollution caused by microplastics derived from the textile industry in the commercial emporium of Gamarra, in Lima. It is aligned with target 14.1 of Sustainable Development Goal 14, which seeks the conservation of underwater life. The context of Gamarra is characterized by a high production of garments of all kinds, and most of them are made with synthetic fabrics. This type of fabric, derived from petroleum, releases microplastics that affect marine ecosystems. In response to this problem, the project proposes the design of an educational and experiential space within the Gamarra emporium. This space aims to inform, raise awareness and generate consumer participation through the exchange of clothes, informative images and creative upcycling workshops. The target population is mainly made up of Gamarra consumers who buy impulsively and are unaware of the impact of their purchasing decisions. The project seeks to contribute to a more conscious consumption culture, generate responsible consumption habits, reduce the high demand for polluting textiles and protect marine life.

Key words: marine pollution, microplastics, responsible consumption, clothing, Gamarra.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Proyecto de Investigación 2

1. Contextualización del Problema 7

2. Justificación 9

3. Reto de innovación 10

4. Sustento Teórico 11

    4.1. Estudios previos 11

    4.2. Marco teórico 13

5. Beneficiarios 16

6. Propuesta de valor 20

    6.1. Propuesta de valor 20

    6.2. Segmento de clientes 20

    6.3. Canales 21

    6.4. Relación con los clientes 21

    6.5. Actividades clave 21

    6.6. Recursos clave 22

    6.7. Aliados clave 22

    6.8. Fuentes de ingresos 23

7. Resultados 25

8. Conclusiones 27

9. Bibliografía 30

10. Anexos 35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Presupuesto de Inversión inicial*..…… 22

Tabla 2. *Ingresos mensuales* ……. 23

Tabla 3. *Egresos mensuales* …….. 23

Tabla 4. *Viabilidad del proyecto* ……..……. 24

1. Contextualización del Problema

La industria textil y de la moda es uno de los sectores más contaminantes del mundo. Se estima que alrededor del 20% de la contaminación del agua en el mundo es causada por productos de teñido y acabado provenientes de producción textil (Residuos Profesional, 2023). La producción textil utiliza miles de productos químicos, muchos de ellos son nocivos y no solo afectan la salud humana, sino también los ecosistemas. El rubro de la moda produce más emisiones de carbono que todos los vuelos y envíos marítimos internacionales juntos, además cada año utiliza 93.000 millones de metros cúbicos de agua y tiran al mar medio millón de toneladas de microfibras, lo cual equivale a 3 millones de barriles de petróleo, Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2025). Alrededor del 60% del material con el que se confeccionan prendas de vestir es plástico, telas como el poliéster, y el nailon. Estos materiales sueltan microplásticos, los cuales son diminutos fragmentos de plástico de hasta 5 mm de longitud. Según un reporte de la ONU (2023), cada año, el lavado de ropa por sí solo provoca que lleguen a los mares unas 500.000 toneladas de microfibras de plástico. Estas fibras terminan en los sistemas de agua, afectando gravemente a ecosistemas marinos y, eventualmente, a la salud humana.

América Latina cuenta con dos de los 20 ríos más contaminados con plásticos del mundo, según un modelo global de entrada de plásticos. El río Amazonas, que atraviesa Brasil, Colombia, Ecuador y Perú, contribuye al océano con hasta 63.800 toneladas de residuos plásticos al año, y el río Magdalena, en Colombia, con hasta 29.500 toneladas. Esta acumulación incluye desechos en una amplia gama de tamaños: macro, meso, micro y nano (Fernandes et al., 2021).

En las últimas décadas, el Perú ha experimentado un rápido crecimiento del sector textil, impulsado tanto por la demanda local como la internacional. Esta situación ha generado una gran producción con materiales sintéticos de bajo costo y procesos que son poco regulados. Por ello, el país ha visto un gran aumento en la generación de residuos textiles y de contaminación asociada a microplásticos. Además, no existen hasta ahora mecanismos suficientemente efectivos para su control y disminución. Uno de los efectos más alarmantes de la liberación de microplásticos es que al ser arrastrados por las aguas residuales, acaban en ríos y mares, donde son ingeridos por los animales marinos. Un estudio reciente, publicado en la Revista de Investigaciones Veterinarias del Perú, confirmó la presencia de microplásticos en los organismos de peces comercializados y con importancia económica en el país. (Iannacone et al., 2021).

Si nos centramos en el Emporio comercial de Gamarra, ubicado en el distrito de La Victoria, este es un epicentro de la actividad textil nacional. Si bien ha sido un motor económico durante bastantes años, su producción basada en materiales sintéticos, procesos poco regulados y la alta rotación de prendas, han contribuido a un aumento en la generación de residuos como los microplásticos. A esto se le puede sumar el crecimiento del consumo constante y masivo de ropa al que se le puede llamar 'fast fashion', donde la renovación de prendas se ha vuelto una práctica común y constante, impulsando aún más la contaminación.

Es importante resaltar que este problema continúa existiendo no sólo por los procesos de producción poco regulados en el país, sino que también por la falta de hábitos de consumo responsables de los consumidores. La compra impulsiva y la preferencia por prendas de bajo costo y de rápido cambio normalizan un consumo que finalmente tiene

consecuencias ambientales. Esto convierte un acto tan cotidiano como el de adquirir ropa en un punto clave dentro del impacto ambiental.

2. Justificación

Se espera que la relevancia social de este proyecto sea visibilizar el impacto ambiental de los microplásticos en el océano, más específicamente los que han sido generados por la industria textil, en el emporio comercial de Gamarra, donde la producción y consumo de prendas sintéticas ha contribuido significativamente a la contaminación marina.

El proyecto busca beneficiar a los consumidores de Gamarra, ofreciéndoles un espacio experiencial que los invite a la reflexión sobre sus hábitos de compra y al mismo tiempo se logre promover una cultura de consumo más responsable con menor impacto ambiental.

Por el lado práctico, la propuesta plantea también dar una opción que permita a los consumidores tomar acciones más directas a través del intercambio de prendas y la opción de acceso a experiencias educativas. De esta manera, se busca reducir la presión sobre la demanda de nuevas prendas y así una disminución en la liberación de microfibras contaminantes hacia los ecosistemas marinos.

Se aplicaron herramientas como el mapa de actores, entrevistas a profundidad a actores clave, análisis de datos sobre consumo textil y contaminación a través del DPESTA, y el lienzo de problemas para identificar causas y consecuencias, el lienzo de propuesta de valor, con el cual se pudo identificar el valor agregado del producto. Estas metodologías permitirán diseñar un espacio impactante y alineado con los objetivos de desarrollo sostenible, especialmente el ODS 14: Vida submarina

3. Reto de innovación

Creación de un espacio educativo y experiencial que ayude a fomentar el consumo responsable y reducir la contaminación por microplásticos generada por la industria textil en el Emporio Comercial Gamarra, en el año 2025.

3.1. Preguntas

3.1.1. Pregunta general

¿De qué manera la creación de un espacio educativo y experiencial fomentará el consumo responsable y reducirá la contaminación por microplásticos en Gamarra?

3.1.2. Preguntas específicas

P1: ¿Cuál es el interés de los consumidores sobre involucrarse en iniciativas de consumo responsable?

P2: ¿Qué recursos o dinámicas deben incluirse en el espacio para fomentar hábitos de consumo responsable en los visitantes de Gamarra?

P3: ¿Cuál sería el impacto de la creación de un espacio educativo y experiencial que fomente el consumo responsable de moda en Gamarra?

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo general

Crear un espacio educativo y experiencial en el emporio comercial de Gamarra que fomente el consumo responsable y contribuya a la reducción de microplásticos en los ecosistemas marinos generados por la industria textil.

3.2.2. Objetivos específicos

O1: Conocer el interés de los consumidores sobre involucrarse en iniciativas de consumo responsable.

O2: Identificar los recursos y dinámicas que promuevan hábitos de consumo responsable dentro del espacio educativo experiencial.

O3: Determinar el impacto de la creación de un espacio educativo y experiencial que fomente el consumo responsable de moda en Gamarra.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Hromadíková, V. (2022) Realizó una investigación con el objetivo de crear un evento con impacto social y medioambiental. Este evento busca disminuir la contaminación del sector textil mediante el intercambio de prendas, accesorios y zapatos, apoyando la idea de reutilización y reciclaje. La metodología empleada fue variada, se usó metodología cualitativa exploratoria y metodología comparativa. Los resultados de la investigación fueron inciertos por el tema de la perdurabilidad, ya que para tener certeza de la funcionalidad del proyecto se consideró que sería necesaria la organización real del evento. Sin embargo, se obtuvieron respuestas positivas por posibles participantes y también aporte de ideas. Por último, esta investigación demuestra que existe interés y disposición por parte de consumidores hacia espacios participativos que fomenten el consumo responsable en contextos urbanos como lo es Gamarra. Acota además que una planificación cuidadosa es importante para garantizar el éxito de un evento así, lo que implica que es esencial considerar cada detalle logístico y organizativo.

García, G. y Jara, K. (2023) realizaron una investigación con el objetivo de contribuir a la gestión de desechos generados por la industria textil en Lima. La propuesta busca disminuir la contaminación proveniente de talleres en la zona de Gamarra mediante el upcycling. La metodología empleada fue Toulouse Thinking, aplicando investigación, generación de ideas, desarrollo y transferencia. Los resultados de la investigación fueron

positivos, ya que se contribuyó satisfactoriamente al entendimiento de la problemática de los residuos textiles y la investigación fue altamente valorada por los jóvenes participantes. Los hallazgos de la investigación respaldan la idea de reutilizar residuos textiles como materia prima para la creación de nuevos productos, amplía las posibilidades de reutilización de textiles, lo cuál puede ser aplicado para el espacio educativo en Gamarra.

Cárdenas, F. y Ortiz, X. (2023) realizaron una investigación con el objetivo de crear una plataforma web "Atemporal" la cual cuenta con tres características principales: trueques, upcycling y marcas sostenibles, buscando así motivar y concientizar a consumidores sobre las necesidades de prolongar la vida útil de sus prendas. La metodologías usadas fueron entrevistas, encuestas, observaciones de campo y talleres generativos. Los resultados fueron positivos ya que a través de las metodologías, se comprobó que la propuesta responde a una necesidad real en el mercado actual. La investigación demuestra la viabilidad de crear espacios virtuales o físicos que le facilite a las personas participar en intercambios y transformación de prendas, y esto puede se puede aplicar en el contexto de Gamarra.

Malaga, V. (2024) El objetivo de su investigación es evaluar la aplicabilidad del patchwork y el upcycling en el curso de Patronaje y Confección para fomentar la moda sostenible en los estudiantes de la Carrera de Diseño y Gestión en Moda. Busca proporcionar una visión más clara sobre la moda sostenible y como el patchwork y el upcycling, puede ayudar a mejorar procesos e incrementar los conocimientos y la creatividad. La metodología empleada ha sido cualitativa con diseño de investigación fenomenológica. Los resultados fueron positivos, ya que pudieron concluir que sobre todo el upcycling es una propuesta viable y su importancia resulta enriquecedora para los

alumnos. Los hallazgos de la investigación son importantes para el estudio ya que nos demuestra que es relevante y viable promover la moda sostenible o consumo más responsable mediante estrategias creativas como el upcycling.

Cordero et al. (2021) Presenta una investigación con el objetivo de desarrollar un proyecto de innovación basado en la economía circular, llamado Clothy. Busca fomentar la recirculación de prendas en buen estado mediante una plataforma web, con el fin de reducir la contaminación ambiental generada por el consumo excesivo de ropa. La metodología empleada fue la cuantitativa. Los resultados fueron favorables, la implementación de la plataforma es viable tanto desde un punto de vista estratégico como económico. Se identificó que hay una oportunidad clara en Ica, donde actualmente no existe un modelo de negocio similar. El proyecto Clothy es relevante para esta investigación porque valida la viabilidad de un modelo de negocio de reutilización de prendas basado en la economía circular. Además, nos indica que nuestra propuesta física en Gamarra también podría escalar hacia un formato online en el futuro.

4.2. Marco teórico

4.2.1 Microplásticos

Según Godoy-Balcarcel, et al. (2021) Se consideran microplásticos a pequeñas partículas y fibras de plástico, las cuales por lo general tienen un diámetro inferior a cinco milímetros.

En su investigación, Saez (2024) plantea que se ha observado que aproximadamente 700 especies marinas consumen microplásticos, provocando efectos negativos en los animales. Como estas especies forman parte de la alimentación humana, la presencia de microplásticos implica un riesgo para la salud, al ingresar al cuerpo humano a través de la cadena alimenticia.

4.2.2 Contaminación marina

Según La Real Academia Española (s.f.), la contaminación marina es la introducción de distintas sustancias o energías al entorno marino como consecuencia de la actividad humana.

Revista Ciencia (2022) señala que se ha estimado que un 80% de los residuos que se encuentran en los ecosistemas marinos provienen de actividades llevadas a cabo en tierra y el 35% de los microplásticos que contaminan el mar provienen de las prendas de vestir que usamos.

4.2.7 Contaminación textil en Gamarra

Según Huiman Cruz (2024), Gamarra genera entre dos y seis toneladas diarias de residuos textiles, los cuales son gestionados en su mayoría de manera informal, lo cual es un obstáculo para la sostenibilidad, afecta el medio ambiente y dificulta la implementación de prácticas sostenibles.

Asimismo, gran parte de estos residuos provienen de telas sintéticas, las cuales liberan microplásticos y perjudican tanto los suelos como el agua. La falta de infraestructuras orientadas a la recuperación de los productos textil y la mínima sensibilización ambiental en comerciantes y consumidores hacen que sea urgente la creación de nuevos modelos más circulares en Gamarra.

4.2.4 Consumo responsable

Según Palacios-González y Chamorro-Mera (2020), el consumo responsable es la manera de actuar de una persona que se caracteriza por pensar que sus decisiones de compra y uso de productos afectan de alguna manera a su entorno.

Por otro lado, Quezada y Chafla (2024) plantean que el consumo responsable tiene como objetivo reducir la compra excesiva y promover la adquisición de productos con

menor impacto ambiental, como por ejemplo impulsar acciones como el uso de ropa de segunda mano o la donación de objetos en buen estado, dándoles así una segunda oportunidad.

4.2.5 Intercambio de ropa

Según Baron (2020) Se considera intercambio de ropa a una forma sostenible de gestionar la ropa que ya no se desea seguir usando.

Asimismo, el intercambio de ropa, conocido también como *clothing swap*, ha ganado popularidad como una práctica sostenible que permite a las personas renovar su guardarropa sin necesidad de comprar prendas nuevas, fomentando así la reutilización y la reducción del consumo textil (Sturzenberger, 2022).

4.2.6 Upcycling

Según Céspedes (2023) El upcycling es un concepto que no solo contribuye a disminuir los residuos y el impacto ambiental, sino que también impulsa la innovación y la expresión creativa dentro del diseño de moda.

En la actualidad, la industria de la moda atraviesa un proceso de transformación en el que tanto los diseñadores como consumidores comienzan a desempeñar un rol activo en la búsqueda de alternativas más sostenibles. (Cárdenas y Hernández, 2021).

4.2.7 Espacio educativo y experiencial

Según Villasor (2024) Es un entorno diseñado para facilitar el aprendizaje activo, a través de la experiencia directa, la reflexión y la aplicación práctica. Este enfoque se fundamenta en la teoría del aprendizaje experiencial, que sostiene que el conocimiento se construye mediante la interacción con el entorno y la reflexión sobre las experiencias vividas.

Por otro lado, la arquitectura y el diseño de un espacio juega un papel crucial, ya que se busca crear un ambiente flexible y estimulante que promueva la curiosidad y la confianza de las personas.

5. Beneficiarios

Para esta investigación se llevaron a cabo entrevistas para identificar a los beneficiarios. Gracias a ellas, se estableció como arquetipo principal a Alejandra, una joven de 23 años, quien trabaja como diseñadora freelance y pertenece al nivel socioeconómico C/B. Alejandra representa a una consumidora impulsiva, amante de la moda, y ansiosa de conocer las últimas tendencias. Cuyo comportamiento de compra se genera más por el deseo que la necesidad, tomando siempre en cuenta cómo se ven las prendas y la versatilidad de estas mismas sobre cualquier otro factor. Ella frecuenta el emporio comercial de Gamarra ya que es un lugar con gran variedad de opciones y precios asequibles. Esto le permite renovar constantemente su clóset. Sin embargo, su conocimiento sobre el impacto ambiental de la industria textil es bajo y no muestra un interés por informarse o conocer sobre el tema. Lo que finalmente motiva a Alejandra es el deseo de verse bien y mostrar su estilo propio, a pesar de las acumulaciones de prendas que han generado un estado de insatisfacción. Por lo tanto, su entorno, que se caracteriza por el acceso inmediato a la moda rápida, la presión estética y la falta de alternativas sostenibles atractivas, influye en sus decisiones de consumo, generando una oportunidad para proponer nuevas formas de adquirir prendas sin renunciar a su estilo o generar sentimientos de arrepentimiento.

Para esta investigación, se identificaron distintos actores que se relacionan con el problema de la contaminación marina por microplásticos producida por telas sintéticas y

el desperdicio textil en Gamarra. Como actores centrales se encuentra a los consumidores finales, quienes son los principales responsables del consumo impulsivo y constante de prendas. Estos consumidores no solo compran en grandes cantidades o de manera constante, sino que desechan la ropa rápidamente, lo que genera un gran volumen de residuos textiles.

Entre los actores directos se encuentran las tiendas retail y comerciantes de Gamarra, los productores textiles, proveedores de insumos, recicladores informales, recicladores y personal de limpieza municipal, ONGs ambientales, medios de comunicación y los ecosistemas marinos, estos últimos afectados indirectamente por el vertimiento de microplásticos derivados de residuos textiles. Todos estos actores participan de la cadena de producción y venta de prendas o de gestión de residuos que provienen de dicha actividad. Esto repercute en la forma en que los consumidores acceden a la ropa y a la manera en que la ropa se convierte en residuo. También forman parte de este sistema las tiendas de moda rápida que se están asentando en Gamarra, para cubrir continuamente la demanda de prendas baratas y atractivas que se consumen en una cantidad importante por familias en condiciones muy precarias.

Por último, están los actores indirectos, donde encontramos a entidades públicas y organizaciones que influyen en la regulación, educación y fiscalización ambiental. Aquí se incluye a la Municipalidad de La Victoria, el Ministerio del Ambiente, centros de investigación, y organizaciones como Oceana Perú, Vida y Plastic Oceans Perú. También se consideran a SEDAPAL y las lavanderías, debido a su relación con el uso del agua y por ende la contaminación por microplásticos. Estos actores tienen el poder de intervenir en la generación de normativas y educación ambiental que podrían cambiar el comportamiento del consumidor a largo plazo o crear un cambio ambiental.

El arquetipo principal del proyecto experimenta una contradicción común de los consumidores de moda impulsiva: se ve frente a su armario repleto, siente que “tiene mucha ropa”, pero aún así desea adquirir más. Aunque reconoce que esto implica un gasto innecesario, se ve motivada por el deseo de novedad. Su proceso empieza realizando búsquedas en redes sociales sobre tiendas en Gamarra que frecuenta, busca inspiración de outfits y sigue cuentas de moda. Este comportamiento demuestra una necesidad emocional de pertenencia, influido por tendencias y hasta presión social. A la vez, también se presenta un conflicto interno entre el deseo de compra y la toma de consciencia del gasto innecesario, lo que marca el inicio de su proceso reflexivo.

En el transcurso de su búsqueda por redes sociales, Alejandra se encuentra con una publicación de una influencer que hace referencia a un nuevo espacio en Gamarra que promueve el intercambio de prendas. Tal propuesta le resulta interesante y atractiva, además le produce curiosidad, así que se dice: “¿y si me llevo algo bonito sin gastar nada?”. Con esta idea se motiva a asistir, para intercambiar prendas que ya no usa. Una vez en el lugar, la información sobre la contaminación del mar por microplásticos textiles la deja impactada, la expone a una nueva forma de concienciarse respecto al impacto ambiental de su consumo. Luego pasa a ser guiada por el grupo del proyecto, Alejandra clasifica su ropa, recibe puntos y los intercambia por otra prenda. El sistema le emite orden, claridad y entusiasmo. Encuentra una prenda que le gusta, se la lleva sin gastar dinero, queda sorprendida y satisfecha con la experiencia.

Alejandra regresa a casa y no solo carga las prendas que intercambió, sino también una sensación de haber hecho lo correcto. "Siento que tomé buenas decisiones", se dice a sí misma, y esa idea cambia su forma de pensar. Ahora mira su clóset con otros ojos: la ropa que no cambió ya no está arrinconada, sino esperando una nueva oportunidad en un

futuro intercambio. Además, decide volver a ese espacio para apuntarse a un taller y aprender a darle una segunda vida a otras prendas. Contenta, comparte su experiencia en redes sociales, con la esperanza de que más gente se una a esta movida. Ya no se trata solo de ropa; es un sentimiento de orgullo, de poder decidir y de querer seguir por este camino.

Es así como para personas como Alejandra que este proyecto cobra sentido. Son ellos, motivados por encontrar su propio estilo, quienes empiezan a preguntarse si comprar por impulso es la única opción. Este proyecto aterriza justo en medio de ese bullicio para ofrecerles una alternativa: una forma de disfrutar la moda que sea más consciente, que le dé una segunda vida a las prendas y que nos conecte más con el cuidado de nuestro entorno.

Entonces, se sabe que los principales beneficiarios que serán impactados por el reto de innovación pertenecen a la industria de la moda, específicamente al sector comercial textil del emporio de Gamarra, en Lima Metropolitana. Se trata principalmente de jóvenes y adultos consumidores interesados en la moda, que frecuentan esta zona, la cual recibe hasta 300,000 visitantes diarios (SNI, 2024) en busca de prendas accesibles y a la moda. Este grupo comienza a cuestionar sus hábitos ante nuevas propuestas que les ofrecen variedad sin recurrir al gasto impulsivo. El proyecto se coloca en este entorno para promover el consumo consciente, la circularidad textil y la sensibilización ambiental.

Se estima que el proyecto impactará directamente a más de 300 personas mensualmente a través de los talleres, y potencialmente a más de 2,000 personas mensualmente mediante redes sociales, difusión física y los eventos presenciales.

6. Propuesta de valor

6.1. Propuesta de valor

El proyecto busca fomentar hábitos de consumo más responsable entre los consumidores de Gamarra, a partir de un espacio educativo y experiencial. Este espacio propone tres componentes centrales: intercambio de prendas, talleres de upcycling e información sobre la contaminación por microplásticos de tipo fibra proveniente de las prendas de vestir. Esto plantea fomentar la vida útil de las prendas, una invitación a reducir el consumo de ropa nueva y una contribución a disminuir la contaminación por microplásticos en el mar generada por los textiles sintéticos. La propuesta está alineada con los principios de la sostenibilidad y la economía circular, sirve de alternativas accesibles y creativas al modelo de consumo textil.

6.2. Segmento de clientes

El proyecto está dirigido principalmente a consumidores que suelen recurrir a Gamarra, entre los 20 y 35 años de edad. Pertenecientes a los niveles socioeconómicos C y D. Dentro de este público objetivo se presentan tres perfiles principales: los consumidores impulsivos de moda, que realizan compras con frecuencia y que suelen ser motivadas por tendencias y el consumismo. Los consumidores conscientes, que buscan opciones más sostenibles, y por último, los consumidores ahorradores, quienes priorizan prendas a bajo costo y aprovechar recursos. Todos ellos comparten un gusto por la moda y una constante búsqueda de prendas novedosas a precios accesibles.

6.3. Canales

El proyecto usará canales, tanto en soporte físico como digital, para alcanzar el público objetivo. En el ámbito físico, se colocará un módulo en un lugar estratégico de Gamarra que permitirá interactuar con los consumidores, llevando a cabo el intercambio de prendas y los talleres de upcycling. En el ámbito digital, se utilizarán las redes sociales como Instagram, TikTok y WhatsApp, entre otras, para poder llegar al público joven. De esta manera se comunicará contenido educativo y se podrá promocionar las actividades del proyecto, creando así una comunidad activa.

6.4. Relación con los clientes

El proyecto busca tener una relación participativa, empática, cercana y comunitaria con los clientes. Las redes sociales desempeñan un rol fundamental, permitiendo una interacción constante y la construcción de una comunidad activa. A través de un sistema basado en puntos obtenidos por la entrega de prendas y la participación en talleres, se busca motivar la participación comprometida y constante.

6.5.Actividades clave

El proyecto necesita de una serie de actividades para garantizar su funcionamiento y sostenibilidad en el tiempo. En primer lugar, la operación logística y el diseño y armado del módulo físico, incluyendo su montaje y mantenimiento. También, la clasificación de ropa para asegurar la calidad de las prendas disponibles para los intercambios. La organización de talleres para promover la educación ambiental y la transformación de prendas. La creación y el mantenimiento activo de las redes sociales de la marca, junto con una estrategia

de marketing para atraer y formar comunidad con los consumidores. Por último, la gestión de las inscripciones, la búsqueda de alianzas estratégicas, la gestión del sistema de puntos y realizar el diseño y producción de material como merchandise, también son actividades clave importantes.

6.6. Recursos clave

El proyecto necesita diversos recursos esenciales. Por el lado financiero, es necesario contar con una capital inicial y un financiamiento sostenible. Los recursos humanos incluyen un administrador, facilitador para los talleres, un diseñador gráfico y creador de contenido, un publicista o marketero, y una persona de apoyo para el espacio. Asimismo, contar con el módulo físico desmontable y transportable, así como los insumos y herramientas para la realización de los talleres de upcycling. Finalmente, se necesita contar con una red de contactos y aliados estratégicos.

6.7. Aliados clave

El proyecto necesita de distintos aliados para lograr mayor alcance y legitimidad. Entre ellos, están los influencers micro y locales como Karla Canales, Jessie Alvarado y HolaSoyAle.pe, quienes facilitarían la difusión del espacio creado en redes sociales y crean cercanía con el público objetivo. Asimismo, tener colaboración y apoyo de una diseñadora de modas con conocimientos de costura, quien participará en los talleres como facilitadora. Las ONGs: La Marea ONG y Life Out Of Plastic, ya que brindan apoyo de información y redes de contacto. (Anexo 1)

6.8. Fuentes de ingresos

El proyecto cuenta con las siguientes fuentes de ingresos: cuota de participación en los talleres de upcycling, donde los asistentes aprenden a reutilizar sus prendas de forma creativa. Venta de productos educativos o merch, como kits de reparación, stickers con mensajes ambientales y bolsas de tocuyo.

6.9. Presupuestos

Tabla 1

Presupuesto de Inversión inicial

Recursos	**Detalle**	**Costo S/**	**Total**
Tangibles	Estructura	S/ 5,100	**S/ 6,960**
	Mesa	S/ 180	
	Laptop	S/ 1,200	
	Sillas	S/ 400	
	Racks	S/ 80	
Intangibles	Trámites de constitución de empresa	S/ 600	**S/ 980**
	Libros contables+legaliz	S/ 100	
	Boletas, facturas	S/ 80	
	Otros gastos pre-operativos	S/ 200	
Caja de inicio	Caja inicial	S/ 3,000	**S/ 3,000**
Total			**S/ 10,940**

Tabla 2

Ingresos mensuales

Detalle	Unidad	Precio unitario	Total 3 días	Total mensual
Participantes talleres	90	S/ 25	S/ 2,250	S/ 9,000
Packs de Stickers	30	S/ 10	S/ 300	S/ 1,200
Tote Bags	30	S/ 20	S/ 600	S/ 2,400
Kits de reparación	20	S/ 10	S/ 200	S/ 800
Total			S/ 3,350	**S/ 13,400**

Nota. Se considera como días de funcionamiento los fines de semana de cada mes (viernes, sábado, domingo).

Tabla 3

Egresos mensuales

Detalle	Unidad	Precio unitario	Total 3 días	Total mensual
Diseñadora de modas	1	S/ 405	S/ 405	S/ 1,620
Persona apoyo	1	S/ 300	S/ 300	S/ 1,200
Diseñadora gráfico	1	S/ 300	S/ 300	S/ 1,200
Publicidad/marketing	1	S/ 300	S/ 300	S/ 1,200
Administrador	1	S/ 400	S/ 400	S/ 1,600
Tote bags	30	S/ 10	S/ 300	S/ 1,200
Packs de Stickers	30	S/ 1.5	S/ 45	S/ 180
Kits de reparación	20	S/ 4	S/ 80	S/ 320
Alquiler deposito	1	S/ 300		S/ 300
Alquiler gamarra	1	S/ 500		S/ 500
Otros gastos		S/ 500		S/ 500
Impuesto 1.5%				S/ 201
Total			S/ 2,130	**S/ 10,021**

Tabla 4

Viabilidad del proyecto

Detalle	Total
Utilidad mensual	S/ 3,379
Meses para recuperar inversión inicial	3.2 meses

Nota. Al ser la inversión inicial del proyecto S/10,940 y el ingreso neto mensual S/3,379, se recuperará la inversión en 3.2 meses.

7. Resultados

Los resultados han sido obtenidos mediante distintas fases de validación. Estas validaciones estuvieron orientadas a comprobar el interés del público por el proyecto y el consumo responsable, los recursos necesarios a implementar en el espacio en Gamarra llamado “Te Lo Cambio” y el impacto que tendría.

Como primera parte de la validación, se crearon perfiles en Instagram, Tiktok y Facebook con el objetivo de generar interés en las personas y dar a conocer “Te Lo Cambio”. Se publicaron posts de intriga, información sobre talleres y detalles del intercambio de ropa. En el plazo de tres semanas, se alcanzaron 144 seguidores orgánicos. Además, uno de los reels publicados con el fin de encontrar participación para un intercambio de prendas, obtuvo 2,495 vistas y más de 100 interacciones entre me gustas, comentarios y compartidos, lo que evidenció un alto nivel de interés. Asimismo, se colocó una pauta pagada que duró tres días con un radio de segmentación de 3 km alrededor de Gamarra, la cual generó 32 interacciones de usuarios interesados en participar en un intercambio de ropa. También se recibieron gran cantidad de mensajes solicitando más información tanto sobre los talleres como sobre el funcionamiento del intercambio, lo que refuerza la relevancia de la propuesta y su potencial de impacto.

Además, al colocar en redes información sobre los talleres de upcycling, enfocados en enseñar a las personas cómo darle una segunda vida a sus prendas, se comunicó que el costo por taller sería de S/25, varias personas manifestaron su interés y 10 completaron un formulario de preinscripción. Esto demostró una disposición real a invertir en esta clase de experiencia. (Anexo 2)

La segunda validación consistió en un intercambio de ropa presencial realizado en el Parque El Emprendedor, ubicado en Gamarra. Participaron 10 personas interesadas,

quienes llevaron prendas en buen estado para intercambiar. Esta dinámica ayudó a comprobar la funcionalidad del sistema de puntos planteado para intercambiar prendas. Como resultado, se concretaron 8 intercambios, lo cual no sólo validó el funcionamiento del sistema, sino también el interés real de las personas por participar activamente en este tipo de actividades sostenibles. Además, durante el evento se dio información sobre los microplásticos generados por la ropa sintética, y se entregó un flyer con tips prácticos para cuidar mejor las prendas al lavarlas y así prolongar su vida útil, reforzando así el componente educativo del proyecto. (Anexo 3)

Finalmente, se promocionaron los productos de merchandise a través de las redes sociales, generando interés entre los seguidores. Las publicaciones recibieron interacciones positivas y mensajes con intención de compra. Además, durante el intercambio presencial se concretaron las primeras ventas de stickers, validando su potencial como una fuente de ingresos para el proyecto.

Los resultados obtenidos durante las fases de validación permitieron responder a nuestras preguntas y objetivos planteados. Se pudo reconocer que gran cantidad de personas mostraron interés en conocer más sobre este nuevo espacio en Gamarra. También se identificaron recursos clave necesarios como el intercambio de ropa, los talleres de upcycling y los productos de merchandise con mensaje, que despertaron curiosidad y motivaron la participación. Para finalizar, se resalta que tanto las interacciones en redes como la asistencia al intercambio presencial demostraron que un espacio educativo y experiencial en Gamarra sí puede ayudar a promover hábitos de consumo de moda más responsables ya que se le da a las personas la opción de alargar la vida útil de sus prendas y la información necesaria para que al lavar su ropa esto no sea tan dañino para los ecosistemas marinos.

8. Conclusiones

Este proyecto nace por la necesidad de crear un espacio educativo y experiencial que ayude a fomentar el consumo responsable y reducir la contaminación por microplásticos generada por la industria textil en el emporio comercial de Gamarra. Los resultados muestran que una propuesta basada en una participación activa, educación ambiental y una dinámica de intercambio puede conducir a los consumidores hacia hábitos más sostenibles relacionados a la moda.

Sobre los objetivos planteados: Primero, se logró identificar que gran parte de los consumidores desconocen la relación entre adquirir prendas de vestir de material sintético y la contaminación marina por microplásticos, pero al recibir información muestran apertura por cambiar y ser parte de iniciativas relacionadas a consumo responsable. Segundo, se validaron qué recursos clave son útiles, como el uso de un sistema de puntos para el intercambio de prendas, el upcycling como una opción creativa e innovadora y el contenido educativo como herramienta de fidelización. Y tercero, se comprobó que el impacto de este espacio no se limitó a las acciones, sino que genera reflexión y comunidad.

Entre los hallazgos más relevantes se puede rescatar que la combinación entre experiencia, información y gratificación aumentó la disposición a participar, incluso en consumidores indiferentes al impacto ambiental de sus decisiones. Además, la experiencia presencial reforzó el compromiso de los participantes con el proyecto, lo cuál motivó a futuras acciones como asistir a algún taller o compartir sobre su experiencia en redes sociales.

Estos resultados demuestran que es posible intervenir espacios populares como Gamarra con propuestas más sostenibles sin necesidad de muchos recursos, solo mediante

estrategias de diseño llamativas, centradas en los usuarios y el contexto. Además, demuestra que el consumo responsable no se impone en los usuarios, sino que se inspira a través de experiencias accesibles, informadas y atractivas.

Es importante acotar que la validación presencial se desarrolló en una etapa piloto con una muestra reducida de participantes, lo cual permitió obtener insights valiosos sobre el comportamiento del consumidor, aunque limita por ahora una proyección a gran escala. El módulo físico completo aún no fue implementado en su totalidad. Esto permite continuar ajustando aspectos operativos, de diseño y experiencia de usuario. También se dependió de recursos propios y voluntarios, lo que restringe la frecuencia y una mayor difusión.

Como recomendación para futuros proyectos desarrollados, se sugiere fortalecer alianzas institucionales que permitan estabilidad financiera y visibilidad.

Este proyecto demuestra que intervenir espacios comerciales cotidianos como Gamarra con propuestas educativas y accesibles permite transformar el consumo impulsivo en una oportunidad de reflexión y acción concreta. Al ofrecer experiencias tangibles, se logró activar la participación de consumidores que antes no cuestionaban sus decisiones de compra. Los resultados validan una propuesta viable para fomentar el consumo responsable, con potencial de escalamiento y un impacto ambiental y social positivo.

9. Bibliografía

Academia Mexicana de Ciencias. (2022). Contaminación por microplásticos. *Revista de la Academia Mexicana de Ciencias*. https://www.revistaciencia.amc.edu.mx/images/revista/73_2/PDF/Ciencia_73-2.pdf

Baron, R. (2021). *An interaction design approach to clothing swaps* (Tesis de maestría, Umeå University). DiVA Portal. https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1595027/FULLTEXT02.pdf

Cárdenas, F., & Ortiz, X. (2023). *Plataforma web atemporal, que busca alargar el tiempo de vida de prendas en desuso de mujeres en Lima Metropolitana* [Trabajo de Bachiller]. Repositorio Toulouse Lautrec. https://hdl.handle.net/20.500.12826/811

Cárdenas, S., & Hernández, E. (2021). El prototipo en la investigación a través del diseño: Una mirada desde el upcycling. *I+Diseño. Revista Científico-Académica Internacional De Innovación, Investigación Y Desarrollo En Diseño, 16,* 85–106. https://doi.org/10.24310/Idiseno.2021.v16i.11316

Céspedes, R. (2023). Prólogo. Upcycling. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, (203)*, 11-16. https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/9749/16441

Cordero D., Sanchez D., & Tataje, V. (2021). *Aplicativo para facilitar el intercambio de ropa o accesorios* [Proyecto de Bachiller]. Repositorio Zegel. https://repositorio.zegel.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13065/158/APLICATIVO%20PARA%20FACILITAR%20EL%20INTERCAMBIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

El impacto del sector textil y sus residuos en el medio ambiente. (2021, 5 de enero). *Residuos profesional.* https://www.residuosprofesional.com/impacto-sector-textil-sus-residuos/

Fernandes, A. N., Bertoldi, C., Lara, L. Z., Stival, J., Alves, N. M., Cabrera, P. M., & Grassi, M. T. (2022). Microplastics in Latin America Ecosystems: A Critical

Review of the Current Stage and Research Needs. *Journal of the Brazilian Chemical Society, 33*(4), 303-326. https://doi.org/10.21577/0103-5053.20220018

García, D., & Tiburcio, C. (2021). Consumismo de ropa y contaminación de la industria textil: una propuesta para revertirlo. *DIS, (9), 1–24*. https://doi.org/10.48102/dis.9.5.87

García G., & Jara, K. (2023). *La transformación de los desechos textiles a través del upcycling en Lima Metropolitana* [Trabajo de Bachiller]. Repositorio Toulouse Lautrec. https://hdl.handle.net/20.500.12826/725

Godoy-Balcarcel, B., Ponciano-Nuñez, M., Alpuche-Palma, A., Vera-Quiñones, F., & Mendiola-Campuzano, J. (2021). Identificación de microplástico en el contenido gastrointestinal de peces comerciales. *Revista Iberoamericana de Ciencias, 8* (3), 124-134. https://reibci.org/publicados/2021/dic/4400107.pdf

Hromadíková, V. (2022). *Proyecto de innovación de impacto: zona sin dinero* [Trabajo de Fin de Grado]. Universitat de les Illes Balears. https://dspace.uib.es/xmlui/handle/11201/160140

Huiman Cruz, A. (2024, 22 de noviembre). Gamarra y el manejo informal de sus residuos [Opinión]. *El Comercio*. https://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/gamarra-y-el-manejo-informal-de-sus-residuos-por-alberto-huaman-cruz-noticia/

Iannacone, J., Principe, F., Minaya, D., Panduro, G., Carhuapoma, M., & Alvariño, L. (2021). *Microplásticos en peces marinos de importancia económica en Lima, Perú. Revista de Investigaciones Veterinarias del Perú, 32*(2), e20038. https://doi.org/10.15381/rivep.v32i2.20038

Islas Cortes, A. M., & Montoya Vargas, Y. (2023). El impacto de la huella hídrica y el agua virtual en el sector textil. *Humanidades, Tecnología y Ciencia, del Instituto*

Politécnico Nacional, (29). https://revistaelectronica-ipn.org/ResourcesFiles/Contenido/30/TECNOLOGIA_30_001224.pdf

Teruel, D. & Tiburcio, C. (2021). Consumismo de ropa y contaminación de la industria textil: una propuesta para revertirlo. *DIS, (9), 1–24.* https://doi.org/10.48102/dis.9.5.87

Naciones Unidas [UN]. (2019, 12 de abril). *El costo ambiental de estar a la moda*. https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (2023, 25 de abril). *Todo lo que necesitas saber sobre la contaminación por plásticos*. https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/reportajes/todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-la-contaminacion-por-plasticos

Málaga, V. (2024). *La aplicabilidad del patchwork y el upcycling en el curso de patronaje y confección para fomentar la moda sostenible en los estudiantes de la carrera de Diseño y Gestión en Moda de la UPC* [Tesis de licenciatura]. Repositorio Académico UPC. http://hdl.handle.net/10757/671293

Mendoza, M., & del Callejo, M. (2022, 29 de abril). *¿Sabes qué tienen en común los peces de Mazatlán, una cerveza y probablemente tú?* Bioguia. https://www.bioguia.com/ambiente/sabes-que-tienen-en-comun-los-peces-de-mazatlan-una-cerveza-y-probablemente-tu-la-respuesta-es-microplasticos_103757727.html

Palacios-González, M., & Chamorro-Mera, A. (2020). El consumo socialmente responsable: Un estudio del consumidor español. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal, 38*, 105-121. https://doi.org/10.18089/DAMeJ.2020.38.5

Quezada, A., & Chafla, P. (2024). Consumo responsable y su relación con la economía circular: Perspectiva desde los hogares. *Cuestiones Económicas, 34*(1), 192-223. https://doi.org/10.47550/RCE/34.1.7

Real Academia Española. (s.f.). *Contaminación marina. En Diccionario panhispánico del español jurídico.* https://dpej.rae.es/lema/contaminaci%C3%B3n-marina

Sáez, A. (2024). *Microplásticos en productos de origen animal procedentes del mar* [Tesis trabajo fin de grado]. RIUCV Repositorio Institucional. http://hdl.handle.net/20.500.12466/4572

Sociedad Nacional de Industrias. (2025, 29 de abril). *En Gamarra, más de 20 entidades financieras ofrecerán facilidades de crédito y asesoría por el Día de las Mypes.* https://sni.org.pe/en-gamarra-mas-de-20-entidades-financieras-ofreceran-facilidades-de-credito-y-asesoria-por-el-dia-de-las-mypes/

SPDA Actualidad Ambiental. (2021, 24 de agosto). *Investigadores hallaron microplásticos en pescados que se consumen en Lima.* https://www.actualidadambiental.pe/investigadores-hallaron-microplasticos-en-pescados-que-se-consumen-en-lima/

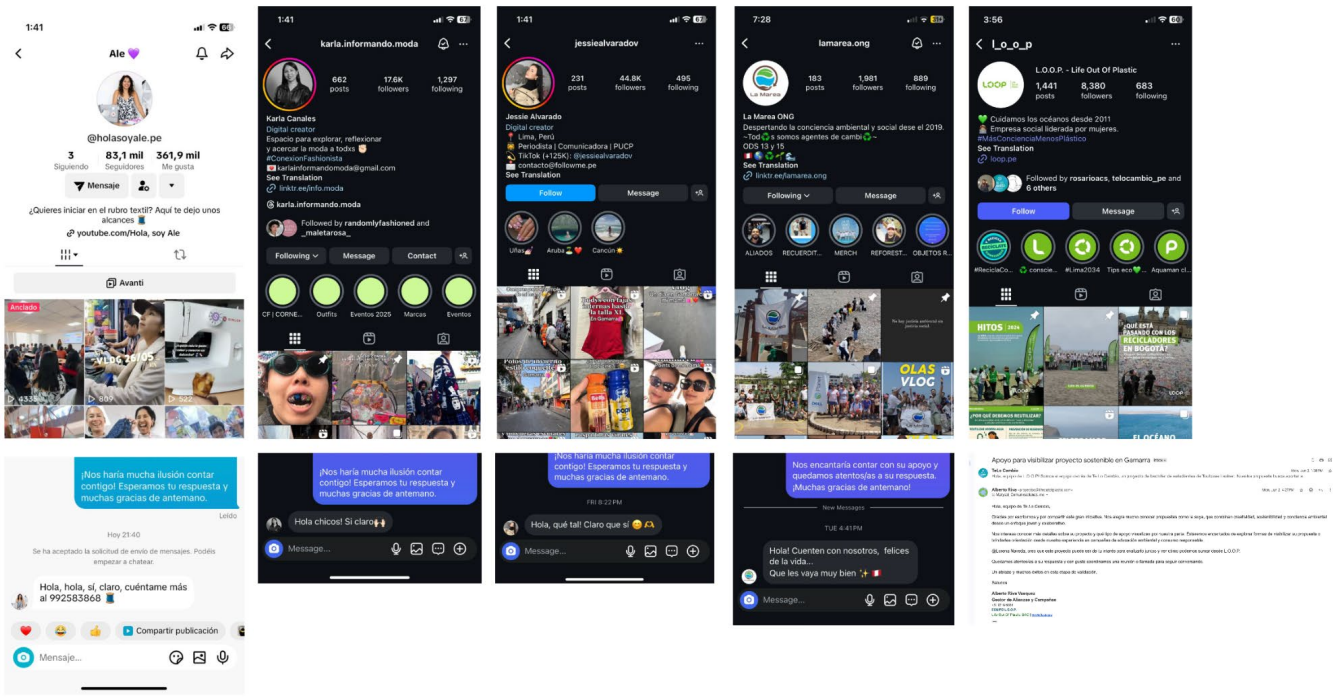
Sturzenberger, N. (2022, 19 de enero). *Why You Should Host an Eco-Friendly Clothing Swap.* Sustainable America. https://sustainableamerica.org/blog/why-you-should-host-an-eco-friendly-clothing-swap/

Villasor, E. (2024, 18 de febrero). *Pilares del aprendizaje experiencial.* Educa+. https://educamas.org/pilares-del-aprendizaje-experiencial/

10. Anexos

Anexo 1

Contacto con aliados clave



CARTA DE COMPROMISO

Yo, **Xiomena Alessandra Cáceres Castro**, identificada con DNI N.° **74704007**, declaro mi compromiso de colaborar con el proyecto "Te lo cambio" como *diseñadora de modas,* encargada de la realización de talleres de upcycling durante los eventos programados.

Me comprometo a participar en cada evento en la ciudad de Lima (Gamarra), brindando hasta tres (3) talleres por día, con una retribución acordada de S/ 135 (cien soles) por jornada.

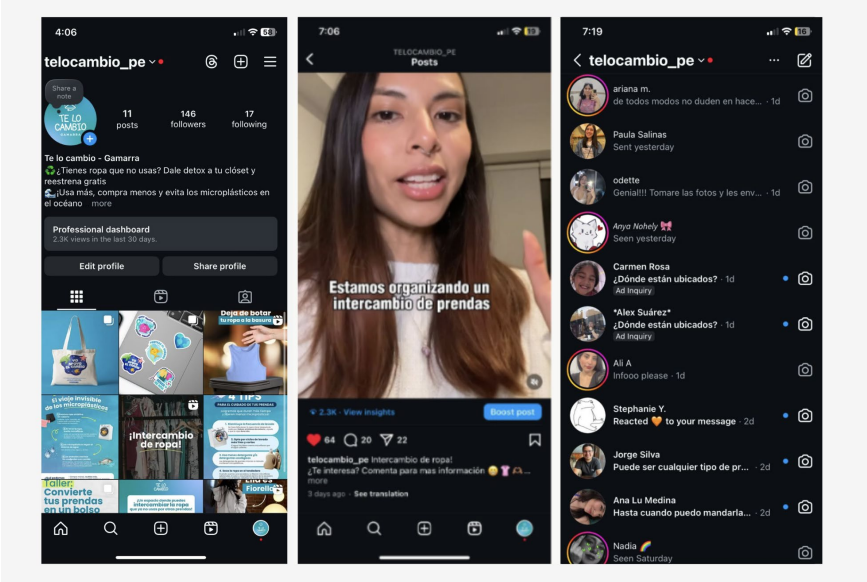
Estoy alineada con los objetivos del proyecto y dispuesta a aportar mi experiencia para promover el consumo responsable y la moda sostenible.

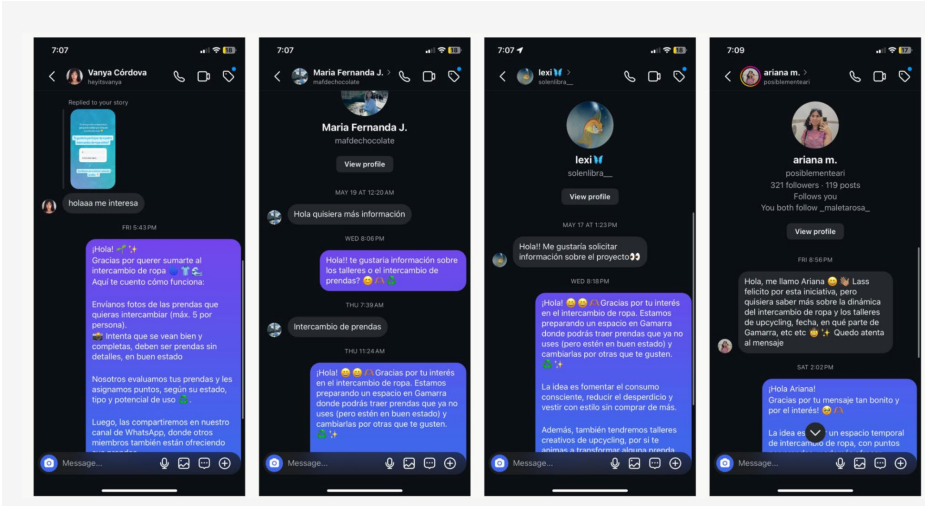
Declaro que esta participación es voluntaria y ha sido coordinada previamente con el

Anexo 1

Anexo 2

Redes sociales, interacciones, respuestas a talleres de upcycling







Anexo 3

Intercambio presencial

