ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

REVÍSTETE, “CREA TU CICLO”

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN DISEÑO Y GESTIÓN DE MODA

PRESENTADA POR

Fernanda Altamirano Salazar
DNI: 74140492, Perú

ASESOR

Martha Sofia Mercedes Millan Reyes
DNI: 76965994, Perú

JURADO

Miguel Ángel Fernández de la Cruz
Nieri Parodi Carlos Alberto
Rodriguez Jara Melva Elizabeth

Lima, Agosto 2025

correcio%CC%81n de proyecto- FERNANDA ALTAMIRANO.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:480085317

Submission Date
Aug 9, 2025, 12:20 AM GMT-5

Download Date
Aug 9, 2025, 9:55 AM GMT-5

File Name
correción de proyecto- FERNANDA ALTAMIRANO.docx

File Size
4.0 MB

54 Pages

10,216 Words

58,426 Characters

7% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Exclusions

- 1 Excluded Source
- 26 Excluded Matches

Top Sources

2% Internet sources
1% Publications
7% 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.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO **2**

ÍNDICE DE FIGURAS **4**

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL **5**

1.1. Título del Proyecto de Innovación 5

1.2. Resumen del Proyecto de Innovación 5

1.3. Contextualización del Proyecto de Innovación 5

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN **8**

2.1. Planteamiento del Problema 8

2.2. Población beneficiaria 11

2.3. Objetivos del proyecto 13

2.4. Marco referencial 14

2.5. Proceso creativo y experimentos 20

2.5.1. Información sobre el usuario(s) 21

2.5.2. Información sobre el mercado: 23

2.5.3. Concepto y Propuesta de Valor: 25

2.5.4. Diseño de producto/servicio: 27

2.5.5. Modelo de Negocio: 35

2.5.6. Resultados esperados: 40

2.5.7. Prototipos desarrollados: 43

2.5.8. Experimentos: 44

2.5.9. Resumen del Proyecto de Innovación: 48

CAPÍTULO III : ESTIMACIÓN DE COSTOS **51**

3.1 Presupuesto 51

CAPÍTULO IV : CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 53

4.1 Conclusiones 53

4.2 Recomendaciones 53

CAPÍTULO V: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 54

CAPÍTULO VI: ANEXOS 57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol de problemas 8

Figura 2: ODS 12 9

Figura 3: ODS 13 10

Figura 4: Herramienta mapa de actores 11

Figura 5: Herramienta mapa de empatía 21

Figura 6: Herramienta arquetipo de usuario 22

Figura 7: Herramienta tablero propuesta de valor 25

Figura 8: Herramienta tablero UX 27

Figura 9: Herramienta de prototipos 31

Figura 10: Herramienta tabla receptora 33

Figura 11: Herramienta recursos y presupuestos 37

Figura 12: Herramienta evaluación y aprendizaje continuo 40

Figura 13: Herramienta experimentación ágil 42

Figura 14: Herramienta de validación 43

Figura 15: Gráficos de encuestas 1 46

Figura 16: Gráficos de encuestas 2 46

Figura 17: Gráficos de encuestas 3 47

Figura 18: Gráficos de encuestas 4 47

Figura 19: Herramienta Business Model Canvas 48

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Título del Proyecto de Innovación

Revístete**,** "crea tu ciclo", es una propuesta de ciclo textil sustentable para un nuevo modelo de economía circular aplicado a la moda.

Este nombre refleja la esencia de la iniciativa: contrarrestar el problema de raíz (el consumo desmedido), y regenerar el sistema desde un enfoque circular, consciente, comunitario y sostenible.

1.2. Resumen del Proyecto de Innovación

Revístete es una propuesta de innovación social que busca transformar el modelo de consumo de moda en Perú mediante un enfoque sustentable y circular.

Frente al impacto ambiental y social generado por el fast fashion, este proyecto plantea el desarrollo de una app que promueva el intercambio, la donación y la reutilización de prendas, ampliando el ciclo de tiempo de uso. A través de un sistema colaborativo y educativo, se pretende fomentar hábitos de consumo más conscientes, generar comunidad y contribuir activamente a la sostenibilidad ambiental desde la moda cotidiana.

1.3. Contextualización del Proyecto de Innovación

En las últimas décadas, la industria de la moda se ha convertido en una de las más contaminantes a nivel global.

Dentro del contexto general de este mercado, la industria de la moda es una de las más contaminantes del mundo. Representa aproximadamente el 10% de las emisiones globales de carbono y es responsable del 20% de las aguas residuales del planeta (Ellen MacArthur Foundation, 2017). La industria de la moda produce entre 80 y 100 mil millones de prendas al año, y 92 millones de toneladas de estas terminan en los

vertederos, lo que evidencia un modelo insostenible de consumo y descarte (UNEP & Global Fashion Agenda, 2025). El lavado de tejidos sintéticos libera microfibras que se acumulan en los océanos, alcanzando más de medio millón de toneladas de microplásticos anuales, mientras que la producción textil impacta negativamente la salud y los ecosistemas cercanos (Parlamento Europeo, 2024).

A pesar de que el discurso sobre sostenibilidad ha comenzado a ganar terreno, la información no siempre llega de forma clara o accesible a toda la población, dificultando una transformación considerable en los patrones de compra. Muchas personas aún desconocen el verdadero impacto ambiental y social de la ropa que utilizan diariamente.

En Perú, esta realidad también se hace evidente, agravada por el auge de la moda rápida, que promueve un consumo acelerado y desechable de prendas, generando un uso excesivo de recursos, elevadas emisiones de carbono y grandes volúmenes de residuos textiles que profundizan la problemática ambiental

Frente a esta problemática, este proyecto de innovación propone una solución integral: el diseño de un sistema circular dentro del rubro textil que permita favorecer la reutilización prolongada de las prendas que ya existen, resignificar y darle a otro usuario la oportunidad de darles un uso responsable. Más allá del reciclaje, se busca instaurar un nuevo ciclo textil sustentable que transforme la relación entre las personas y su ropa, fomentando prácticas conscientes, sostenibles y comunitarias. En Perú muchas personas aún no son plenamente conscientes del impacto ambiental y social que genera la moda que consumen. Revístete, plantea un modelo basado en la economía circular y el desarrollo de herramientas educativas que impulsen la conciencia ambiental desde lo cotidiano.

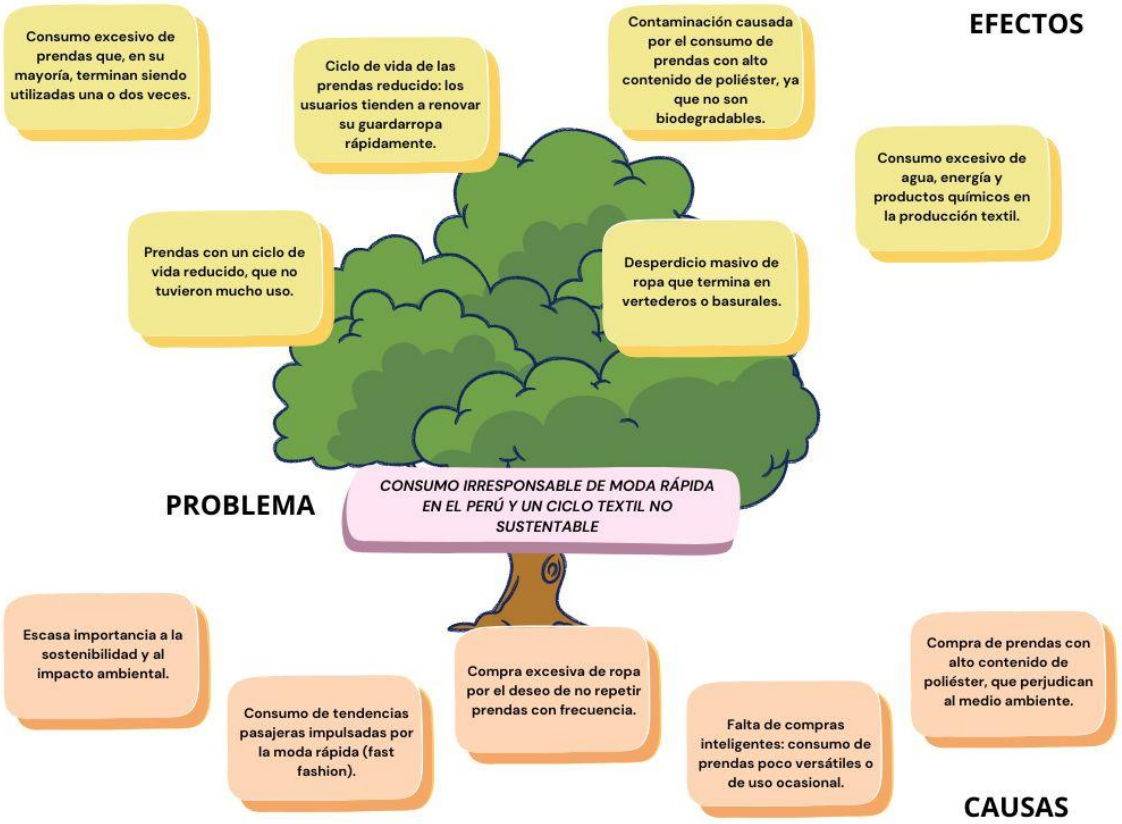
Esta propuesta apunta a reducir significativamente la huella ecológica de la moda en Perú e incentivar un cambio cultural profundo en favor del planeta. Recientemente, se ha incrementado el número de estudios centrados en la moda sostenible, lo que demuestra un crecimiento en la producción de saberes vinculados al tema y percepciones comunes sobre la sostenibilidad, entendidas dentro de un contexto de prácticas sociales que están en constante cambio (Martínez, 2020).

CAPITULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN

2.1. Planteamiento del Problema

Figura 1

Árbol de problemas



Nota. Elaboración propia

Este proyecto surge a partir de la identificación de una problemática estructural en los patrones actuales de consumo, donde la expansión acelerada de la moda rápida ha agravado las dinámicas sociales. Este fenómeno se traduce en prácticas de producción y consumo insostenibles, como el uso desmedido de recursos naturales y el incremento de residuos textiles y químicos. A pesar de la creciente conciencia sobre la sostenibilidad, las opciones disponibles para el consumidor común aún resultan limitadas, inaccesibles o poco atractivas, perpetuando así el ciclo de sobreconsumo.

Entre los factores que originan esta problemática se encuentran:

La falta de conciencia ambiental en la población, el impulso de la moda rápida o fast fashion que es la producción masiva de prendas con un ciclo de vida corto, se caracteriza por seguir tendencias y microtendencias efímeras. Como resultado, gran parte de las prendas son utilizadas solo durante períodos breves y luego descartadas, sin considerar el impacto ambiental ni las consecuencias sociales que su producción implica. La proliferación de tintes contaminantes, el desprendimiento de microplásticos, el uso intensivo de recursos naturales y las prácticas laborales injustas conforman un escenario crítico que demanda nuevas soluciones sostenibles dentro de la industria textil. Como consecuencia genera uso excesivo de agua, energía y productos químicos, contaminación por tintes y microplásticos.

ODS relacionados con Revístete:

12: Producción y Consumo Responsables: Promueve reducir el desperdicio, alargar el ciclo de vida de los productos y fomentar prácticas de consumo más sostenibles. Revístete, “crea tu ciclo”, se impulsa la reducción del desperdicio textil, la extensión del ciclo de vida de las prendas y la promoción de prácticas de consumo más conscientes y responsables.

Figura 2

ODS 12



Nota. Tomado de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), por Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), s. f., https://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible/objetivos-desarrollo-sostenible-ods. © Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

13: Acción por el Clima: Este objetivo busca reducir la generación de gases responsables del efecto invernadero, lo cual se promueve mediante la disminución de la producción de nuevas prendas y del uso intensivo de recursos. A través del intercambio y la reutilización de ropa, prendas que ya no eran utilizadas por una persona pueden ser aprovechadas por otra, contribuyendo así a un menor impacto ambiental.

Figura 3

ODS 13

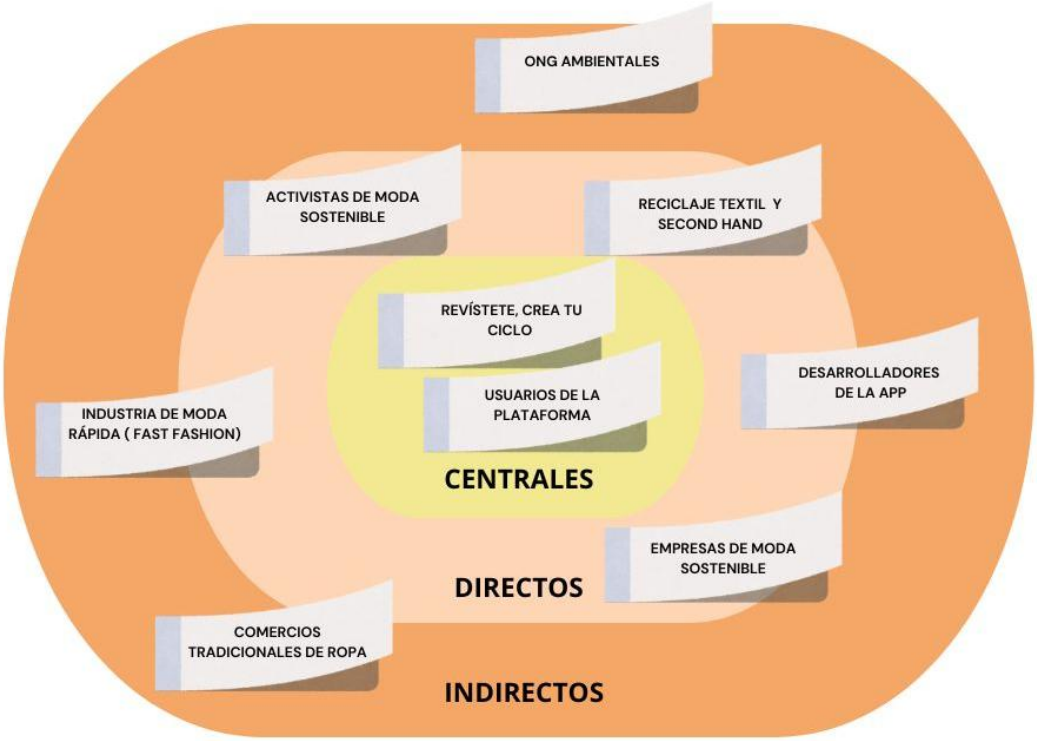


Nota. Tomado de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), por Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), s. f., https://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible/objetivos-desarrollo-sostenible-ods. © Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

2.2. Población beneficiaria

Figura 4

Herramienta mapa de actores



Nota. Elaboración propia

En el desarrollo del proyecto **Revístete "crea tu ciclo"**, se identifican distintos actores que participan o influyen en el sistema propuesto para fomentar un ciclo textil sostenible. Estos actores se agrupan en tres categorías: centrales, directos e indirectos, según su nivel de involucramiento e impacto en el proyecto.

Actores Centrales: Su participación es fundamental para el funcionamiento de la aplicación, este proyecto busca su interacción constante y rol activo.

Revístete: La app promueve el intercambio, donación y reutilización de prendas, fomentando un consumo más consciente y sostenible.

Usuarios de la App: Personas que intercambian, donan o adquieren prendas a través del sistema. Son el motor principal que permite el funcionamiento del ciclo textil sostenible.

Actores Directos:Si bien no se consideran usuarios internos, tienen un vínculo cercano y contribuyen de manera directa al progreso del proyecto.

Marcas de moda sostenible: Negocios que promueven la producción ética y ecológica de prendas, socios estratégicos potenciales para reforzar la propuesta. **Activistas de moda sostenible:** Personas o colectivos que promueven prácticas de consumo responsable en el sector textil y pueden amplificar la visibilidad de la plataforma, actualmente existen influencers o creadores de contenido que promueven y dan visibilidad a comprar de segunda mano o *second hand.* **Reciclaje textil y second hand:** Empresas o iniciativas de segunda mano y reciclaje de ropa que contribuyen a la prolongación de la vida útil de las prendas.

Actores Indirectos: Estos actores pueden influir o verse involucrados, ya sea a nivel social, cultural y económico ambiental. **ONG ambientales:** Organizaciones que trabajan en temas de sostenibilidad y medio ambiente, cuyos objetivos se alinean con la propuesta del proyecto. **Industria del fast fashion:** Aunque la industria del fast fashion es reconocida por su impacto ambiental negativo, dentro de la plataforma "Revístete, crea tu ciclo", las prendas provenientes de este sector encuentran una nueva oportunidad de uso. A través del intercambio, la donación o la reutilización, se busca extender el ciclo de vida de las prendas, reduciendo así el desperdicio textil y fomentando un consumo más responsable. De este modo, el fast fashion actúa como un actor indirecto y pasivo: sus productos, que de otro modo podrían terminar en vertederos, son resignificados al ser reincorporados en un modelo circular más sostenible. **Comercios tradicionales de ropa local:** Estas marcas, aunque no siempre estén alineadas con prácticas sostenibles, forman

parte del ecosistema textil local. A través de la plataforma, sus prendas, especialmente aquellas que no han tenido un uso intensivo también pueden circular nuevamente, evitando el desperdicio y prolongando su utilidad al proveer artículos que, si bien no fueron creados bajo una lógica circular, pueden integrarse a este nuevo sistema regenerativo de consumo. Así, se promueve una economía local más consciente y se da valor a prendas que podrían haber sido descartadas cuando aún eran útiles.

2.3. Objetivos del proyecto

Objetivos general: El proyecto busca desarrollar en un plazo de 10 meses una aplicación móvil para promover el consumo responsable de ropa, esta app busca facilitar el intercambio de prendas nuevas o en buen estado, contribuyendo a la moda sustentable y reduciendo el impacto ambiental del fast fashion.

Objetivo específico: Diseñar y lanzar un MVP funcional de la app en un plazo de 4-6 meses, con funciones básicas que permita a los usuarios subir, buscar e intercambiar ropa de forma confiable. Incentivar una comunidad activa de usuarios con interés común en la moda ecológica y en prácticas de consumo más conscientes. Reducir la cantidad de ropa nueva comprada mediante la reutilización de prendas en perfecto estado en al menos un 20% durante el primer año(medido por encuestas o datos). Educar sobre el impacto ambiental de la industria textil a través de contenido semanal dentro de la app (tips, noticias, estadísticas). Facilitar la trazabilidad y transparencia del estado de las prendas y el historial de intercambios en los primeros 4 meses. Establecer alianzas con marcas dentro del primer año, tiendas o diseñadores que promuevan la economía circular y quieran participar en el proyecto.

2.4. Marco referencial

Antecedentes: La industria de la moda es reconocida por su significativo impacto ambiental, siendo responsable de una considerable generación de residuos textiles y un elevado consumo de recursos naturales. En respuesta a estos desafíos, ha emergido el concepto de moda circular, que propone un modelo de producción y consumo basado en la reutilización, el reciclaje y la prolongación del tiempo que una prenda puede ser aprovechada. Este enfoque busca minimizar el desperdicio y fomentar prácticas más sostenibles en el sector textil. Desde el punto de vista teórico, el concepto de economía circular y el enfoque de diseño sostenible han sido fundamentales para repensar los procesos de producción y consumo textil.

La economía circular plantea un modelo regenerativo en el que los productos y materiales se mantienen en uso el mayor tiempo posible, reduciendo los desechos y el impacto ambiental. En el contexto peruano, la moda sostenible ha ganado relevancia en los últimos años. Iniciativas como la apertura de tiendas de segunda mano en centros comerciales. Estas acciones no solo buscan reducir el impacto ambiental, sino también fomentar un consumo más consciente y responsable. El enfoque del diseño sostenible considera la creación de prendas todo su ciclo de vida, desde la elección de materiales hasta su disposición final, buscando minimizar su huella ecológica.

A nivel global han aparecido distintas plataformas digitales con el objetivo de facilitar el intercambio y la venta de ropa de segunda mano. Aplicaciones como Vinted, ThredUp que permiten a los usuarios comprar y vender prendas usadas, promoviendo así la reutilización y reduciendo la demanda de nuevas producciones textiles. En el ámbito local, empresas como Resikla han desarrollado plataformas virtuales que fomentan la adquisición y venta de artículos de segunda mano, incluyendo ropa. Estas iniciativas

demuestran un creciente interés por adoptar modelos de negocio sostenibles y alineados con los principios de la economía circular. Diversos casos demuestran que las soluciones basadas en la economía circular en la industria de la moda no solo son necesarias, sino también viables, impulsando nuevos hábitos de consumo consciente. La creación de plataformas que faciliten el intercambio de ropa, la extensión del ciclo de vida de las prendas y la disminución del desperdicio textil. En América Latina, aunque estas prácticas comienzan a crecer, todavía existe un amplio potencial de expansión, especialmente con propuestas que fomenten el consumo responsable a nivel local y regional. Este marco evidencia que existe una creciente necesidad de transformar los patrones de consumo de moda actuales, y ofrece bases sólidas para sustentar la viabilidad y relevancia de la innovación propuesta. El proyecto de aplicación móvil propuesto se enmarca en esta tendencia global y local hacia la sostenibilidad en la moda. Su propósito es facilitar el intercambio, la compra y la venta de ropa, promoviendo un consumo más consciente y responsable. Además, la aplicación tendrá secciones educativas con consejos y noticias relacionadas con la moda sostenible, con el fin de sensibilizar a los usuarios sobre la importancia de adoptar prácticas de consumo más sostenibles.

Consideraciones teóricas:

Economía circular: La economía circular propone un modelo alternativo al sistema tradicional de producción y consumo, buscando extender el ciclo de vida de los productos**,** reducir los residuos y reutilizar los recursos ya existentes (Ellen MacArthur Foundation, 2013). En el contexto de la moda, esta visión sugiere fomentar la reutilización de prendas para disminuir el impacto ambiental del fast fashion.

Modas sostenibles: La moda sostenible promueve una industria textil que considera aspectos ambientales, sociales y éticos a lo largo del ciclo de vida de las prendas.

Según Fletcher (2008), esta práctica implica reflexionar no solo sobre cómo se fabrica la ropa, sino también sobre cómo se utiliza, se cuida y se desecha, impulsando así un cambio de comportamiento en los consumidores.

Consumo colaborativo: Botsman y Rogers (2010) definen el consumo colaborativo como un sistema económico emergente en el que los bienes se comparten, se intercambian o se reutilizan mediante plataformas digitales, promoviendo el acceso en lugar de poseerlos. Este modelo permite maximizar el uso de recursos subutilizados, como la ropa que permanece sin uso en los armarios.

Plataformas digitales y confianza en el entorno P2P: En el entorno digital peer-to-peer (P2P), la confianza es un componente esencial para el éxito de las plataformas de intercambio. Estas plataformas permiten redefinir las relaciones entre consumidores y promueven una lógica de "compartir como forma de consumo"**,** en contraste con los modelos tradicionales.

Consumidor consciente y comportamiento ético: El comportamiento del consumidor ha evolucionado hacia una mayor conciencia sobre el impacto de sus decisiones. Según Shaw et al. (2005), los consumidores éticos no solo consideran el precio o la calidad, sino también el impacto social y ambiental de sus elecciones, lo cual es clave en la adopción de soluciones como el intercambio de ropa. Según Chan (2021), la moda sostenible no tiene una única definición universal, ya que abarca múltiples prácticas y enfoques que buscan reducir el impacto ambiental y social de la industria. Su comprensión depende del contexto cultural, económico y del nivel de compromiso de las marcas y consumidores.

Casos o experiencias previas en el país y el mundo:

ThredUp: Es una empresa estadounidense que opera una plataforma de reventa en línea utilizando IA, enfocada en la venta de prendas de vestir, calzado y accesorios de segunda

mano. La compañía permite a los usuarios enviar su ropa usada o nueva para ser vendida en la plataforma, existe una enorme demanda y oportunidad para desbloquear la oferta de segunda mano y aumentar la vida útil de las prendas existentes, ofreciendo una opción conveniente y ecológica para deshacerse de ropa en desuso. De esta forma, los vendedores pueden aprovechar al máximo sus armarios, aprovechar la reventa como solución al desperdicio de moda y generar ingresos para renovar sus armarios. La encuesta de Global Data (abril, 2020) revela que apenas el 18 % de los consumidores ha revendido ropa, aunque una gran mayoría (81 %) de quienes aún no lo hacen estaría dispuesta a hacerlo en el futuro. ThredUp busca inspirar a los nuevos consumidores a pensar primero en la segunda mano. Esto permite a una generación de nuevos compradores encontrar fácilmente artículos de segunda mano de alta calidad de marcas que les encantan a precios atractivos. También permite a una generación de nuevos vendedores participar en la economía de la reventa, ayudándolos a vaciar sus armarios fácilmente. Además, permite a las marcas y minoristas ofrecer experiencias de reventa modernas que ayuden a sus consumidores a comprar de forma más sostenible con el medio ambiente.

El modelo de negocio de ThreUp se basa en que los usuarios envían su ropa usada en bolsas provistas por ThredUp. ThredUp se encarga de **seleccionar, fotografiar, publicar, vender y enviar** las prendas. El dueño original recibe una comisión por cada prenda vendida (consignación). Ofrece una tienda online muy bien organizada, enfocada en marcas reconocidas, con filtros y descripciones claras. Otras marcas pueden integrar su reventa dentro de ThredUp. Comunican fuertemente los beneficios ambientales de comprar ropa de segunda mano. En este contexto este modelo de negocio tiene éxito porque hay una conveniencia total para el vendedor y el comprador. Al ser una página

seria mantiene una alta confianza del consumidor, porque la misma empresa realiza un control de calidad del producto, en su mayoría son marcas de un segmento b, b+ o a, lo que hace que los consumidores estén más interesados y valoren más el producto, otro punto que hace exitosa a la página es que tiene aliados estratégicos con marcas grandes y fomenta la tendencia creciente hacia la moda sostenible. ("¿Cómo funciona ThredUp y genera ingresos? Modelo de negocio", 2023)

Vinted: Es un entorno en línea europeo-especializada en la compraventa de artículos de segunda mano. En la actualidad, la plataforma cuenta con más de 2 millones de usuarios activos mensuales y está presente en diversos países de la Unión Europea, además del Reino Unido y EE. UU.

El modelo de negocio de Vinted se basa en un sistema sencillo, donde los propios usuarios publican imágenes de sus prendas usadas, establecen un precio y gestionan la venta directamente con otros compradores dentro de la plataforma.: Vinted cobra a los compradores una pequeña comisión de "protección al comprador" por cada compra. Además, la plataforma brinda servicios de promoción pagos para los vendedores, como la posibilidad de destacar ciertos productos.

El envío es simplificado, integra acuerdos con empresas de mensajería para ofrecer tarifas de envío competitivas. Según Wauters (2015), "posteriormente, en enero de 2013, Vinted recaudó 5,2 millones de euros en una ronda liderada por Accel Partners para expandirse a nuevos mercados y desarrollar aún más el producto" (párr. 20). Los vendedores imprimen una etiqueta y despachan ellos mismos. Vinted no filtra por marcas premium como ThredUp. Se trata de un enfoque más inclusivo e informal, orientado a usuarios cotidianos y centrado en una moda accesible y de estilo casual. Sobre la comunidad, es una app móvil con experiencia social: valoraciones, seguidores, chats. Este

modelo de negocio ha logrado posicionarse con éxito gracias a su forma fácil, rápida y descentralizada, sin necesidad de almacenes ni procesos logísticos propios. Una buena experiencia del usuario en la app móvil. Vinted ofrece precios asequibles, lo que refuerza su atractivo para jóvenes interesados en renovar su guardarropa de forma económica.

Modelo de sostenibilidad económica:

Estos modelos de negocio pueden ser adaptados al mercado peruano como una versión más ligera y local, comenzar como una app de intercambio o compra- venta, sin logística propia.

Luego escalar a un modelo mixto (Revístete), con recogida y entrega selectiva. Aliarse con marcas locales, marcas peruanas con iniciativa o política ecológica que pueden ofrecer descuentos a quienes donan o intercambian ropa. La app ofrecería una sección con noticias relacionadas a la moda circular, contaminación por fast fashion y educación ambiental relacionada al consumismo masivo de ropa. En Perú todavía hay un estigma asociado a la ropa usada, una campaña de concientización sería clave. El foco de segmentación serían jóvenes de 20 a 30 años de edad, usuarios con conciencia ambiental, sostenibilidad y que buscan ahorrar, dándole una nueva oportunidad a lo second hand.

Fase inicial, el financiamiento de la app puede ser mediante fondos como las StartUp que ofrecen capital para emprendimientos innovadores, otra opción serían aliados estratégicos como universidades, ONGs o marcas locales que apuesten por economía circular. Se realizaría el diseño y desarrollo de la app MVP, branding, redes sociales y campañas piloto, también validación del modelo con usuarios reales.

Segunda fase, enfocada en el crecimiento y la expansión, podrían incorporarse inversores interesados en startups de impacto, a su vez escalar con estrategias de marketing digital.

Fase tres, monetización y autosostenibilidad, ya con usuarios activos, se puede comenzar a financiar con ingresos propios. Las fuentes de ingreso pueden incluir tarifas por servicio al comprador, publicaciones promocionadas, membresías premium con beneficios como descuentos en envíos y recompensas para usuarios destacados.

2.5. Proceso creativo y experimentos

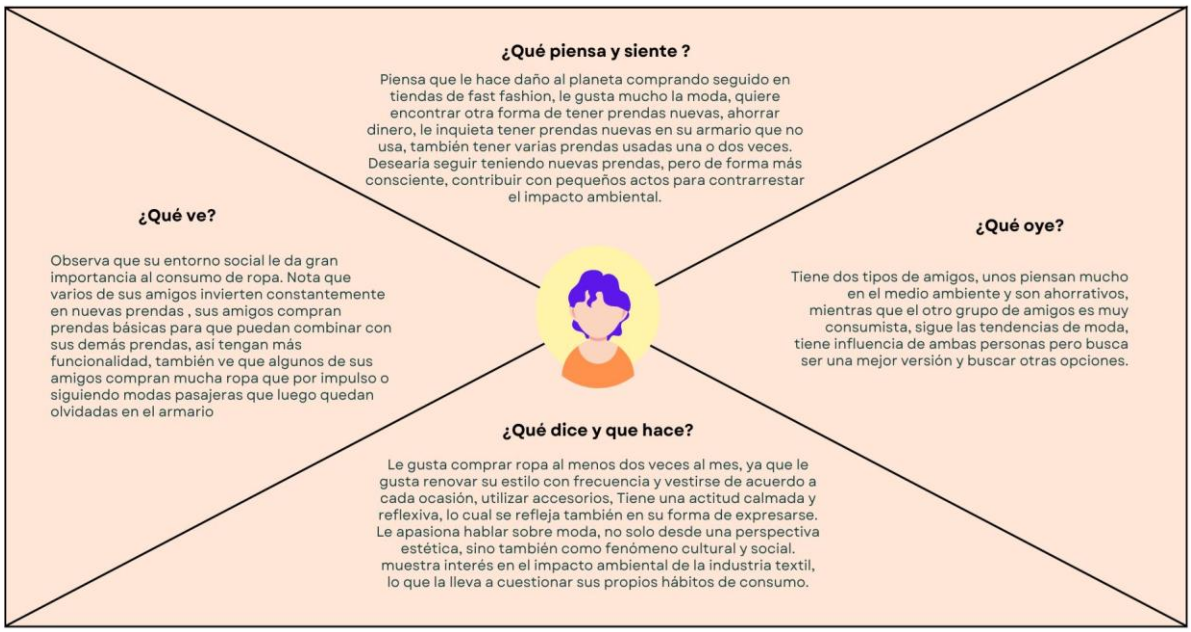
El desarrollo de la aplicación surgió a partir de una necesidad observada: reducir el consumo impulsivo de ropa y fomentar prácticas de consumo más sostenibles. En la etapa inicial, se revisaron ejemplos exitosos como Vinted, ThredUp y Resikla para detectar qué aspectos son clave en la experiencia del usuario. Se realizaron lluvias de ideas, análisis de usuarios potenciales y moodboards visuales para definir el diseño y funcionalidad de la app.

Estas pruebas permitieron ajustar la idea inicial, añadiendo secciones de educación ambiental, tips de moda sostenible y un sistema sencillo para publicar prendas, comprar o intercambiar. El proceso fue iterativo, guiado tanto por referentes internacionales como por retroalimentación local.

2.5.1. Información sobre el usuario(s)

Figura 5

Herramienta mapa de empatía



Nota. Elaboración propia

El usuario representado en este mapa de empatía corresponde a una persona joven, interesada en la moda y con una creciente preocupación por el impacto ambiental de sus hábitos de consumo. Aunque valora el estilo personal y la renovación frecuente de su vestuario, también es consciente del impacto del consumismo en la industria de la moda. Se trata de alguien que se encuentra en un proceso de transición hacia prácticas más sostenibles, influenciado tanto por amistades con hábitos consumistas como por personas con mentalidad ecológica. Gracias a estas pruebas, se pudo mejorar la propuesta inicial, incorporando secciones con información sobre cuidado ambiental, consejos de moda sostenible y un sistema fácil para subir, comprar o intercambiar ropa.

Esta representación permite comprender mejor sus motivaciones, miedos, contradicciones y oportunidades de cambio, lo cual es clave para diseñar soluciones alineadas con sus necesidades reales.

Figura 6

Herramienta arquetipo de usuario



Nota. Elaboración propia

El arquetipo está interesado en reducir su impacto ambiental y busca alternativas éticas al consumo tradicional de moda. Valora las plataformas que fomentan la economía circular y diversidad de estilos. Le molesta la sobreproducción y el desperdicio textil, encuentra difícil acceder a opciones sostenibles que también sean accesibles y con estilo, ya que quiere constantemente prendas nuevas, al mismo tiene una conciencia creciente sobre las problemáticas asociadas a la industria de la moda, especialmente en torno a la sobreproducción y el desperdicio textil.

Busca opciones más conscientes que vayan más allá del consumo tradicional, como intercambiar, reutilizar o reciclar prendas. Valora la autenticidad en el estilo

personal y se aleja del consumo masivo guiado por tendencias efímeras. No le interesa solo "vestirse bien", sino hacerlo de una forma que refleje sus valores. Sin embargo, enfrenta un pensamiento interno: por un lado, desea mantenerse actualizada en términos de moda y renovar su guardarropa; por el otro, quiere hacerlo de manera consciente y sostenible. Le resulta difícil encontrar opciones que sean a la vez accesibles, estéticas y éticas. Siente frustración cuando las alternativas sustentables son costosas, limitadas o poco atractivas visualmente. Este arquetipo se siente atraído por plataformas que no solo ofrecen soluciones prácticas para intercambiar ropa, sino que también construyen comunidad, educación ambiental y una narrativa en la que ser sostenible no es sinónimo de renuncia, sino de creatividad, identidad y acción colectiva.

2.5.2. Información sobre el mercado:

Dentro del mercado existen varios puntos que se deben tomar en cuenta dependiendo del contexto.

Contexto general del sector de la moda en el Perú: En los últimos años, La moda sostenible ha surgido como una solución clave frente al impacto ambiental del sector textil, catalogada entre las más perjudiciales para el ambiente a nivel global. En el caso de Perú, esta corriente viene cobrando impulso a través de propuestas como las tiendas de segunda mano y la apuesta por la economía circular en espacios comerciales reconocidos, como el Jockey Plaza.

Eventos como ORÍGENES 2024, organizados por la Asociación de Moda Sostenible del Perú (AMSP), han consolidado espacios donde diseñadores, marcas y expertos del sector se reúnen para mostrar el futuro de la industria textil comprometida con un estilo de vida consciente.

Plataformas Existentes en Perú: En el ámbito digital, existen algunas plataformas que promueven la economía circular y la moda sostenible:

Las Traperas: Tienda de segunda mano que permite a los usuarios enviar sus prendas, las cuales son seleccionadas y valorizadas por el personal. A cambio, los usuarios reciben puntos que pueden usar para adquirir otras prendas, fomentando así la economía circular. La plataforma es una página web y también cuentan con un perfil de Instagram donde responden preguntas mediante historias, Las Traperas cuentan con tres tiendas ubicadas en Mall Plaza Bellavista, Jockey Plaza y Barranco. Además realizan closet sales con influencers o famosos que deseen vender su guardarropa en buen estado.

Be More: Es una plataforma de intercambio y venta de ropa que promueve la reutilización de prendas. Los usuarios pueden registrarse o escribirle a su página de Instagram y participar en la compra de prendas, luego envías la dirección para programar la entrega de tu prenda o coordinar el recojo en almacén. Por último, se hace el pago total de la compra y solo queda esperar la llegada del pedido circular, listo para darle una nueva oportunidad. Sin embargo, aún hay espacio para innovar en aplicaciones que faciliten el intercambio directo de ropa entre usuarios, con una interfaz amigable y enfoque en la sostenibilidad.

Perfil del consumidor Peruano: El consumidor peruano, especialmente en áreas urbanas como Lima, muestra un creciente interés por prácticas sostenibles. La conciencia sobre el impacto ambiental de la moda rápida ha llevado a una mayor aceptación de la moda de segunda mano y el intercambio de prendas. Además, eventos y ferias han educado al público sobre la importancia de la economía circular en la industria textil.

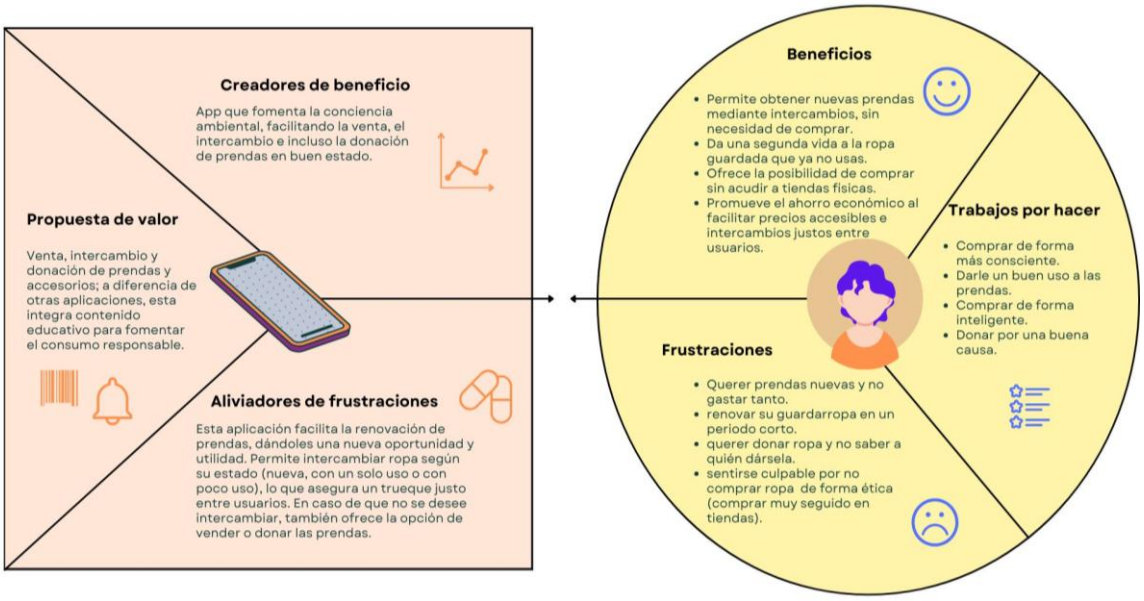
Oportunidades:

Educación y Conciencia: Integrar contenido educativo sobre moda sostenible y economía circular puede atraer a usuarios interesados en aprender y participar activamente en prácticas responsables. **Comunidad y Redes Sociales**: Fomentar una comunidad donde los usuarios puedan compartir sus experiencias, estilos y consejos puede aumentar el compromiso y la retención de usuarios. **Gamificación**: Implementar sistemas de recompensas o desafíos puede incentivar la participación activa y el intercambio frecuente de prendas. **Colaboraciones Locales**: Establecer alianzas con marcas locales de moda sostenible, diseñadores y eventos puede ampliar la visibilidad de la app y ofrecer beneficios adicionales a los usuarios.

2.5.3. Concepto y Propuesta de Valor:

Figura 7

Herramienta tablero propuesta de valor



Nota. Elaboración propia

Concepto: **Revístete** es una plataforma digital de moda circular que permite a los usuarios renovar su estilo de manera sostenible, económica y segura, a través del intercambio, la

venta o la donación de prendas y accesorios, integrando contenido educativo, opciones de búsqueda precisas y un sistema de incentivos y valoraciones que fomentan la confianza y el consumo consciente.

Propuesta de Valor: Valorar y extender el uso de las prendas mediante la reutilización con un propósito ambiental y social responsable, facilitando la adquisición desde la comodidad de tu casa.

Clasificación y categoría: Aplicación móvil de consumo sostenible en el sector moda (estilo de vida consciente). La app ofrece una experiencia práctica y accesible, permitiendo renovar el guardarropa desde casa.

Contexto: Surge como respuesta a la creciente preocupación por el impacto ambiental de la industria textil y el consumo desmedido de ropa. En un contexto global donde la moda rápida genera diariamente grandes volúmenes de desechos se busca facilitar la venta, el intercambio y la donación de prendas y accesorios en buen estado. A través de un sistema de clasificación de estado de uso (nueva, un solo uso, poco uso), lo que permite trueques justos y renovación accesible del vestuario, sin necesidad de acudir a tiendas.

La plataforma cuenta con filtros detallados por tallas, categorías (mujer, hombre, polos, pantalones, carteras, entre otros) y marcas, desde opciones económicas hasta artículos de marcas más exclusivas, a precios significativamente más bajos que en tiendas. A diferencia de otras aplicaciones, Revístete también incorpora contenido educativo que promueve la conciencia ambiental, las noticias se actualizan de 3 a 4 veces por semana en la pantalla inicial de la app, informando a los usuarios con contenido de valor, noticias sobre moda sostenible peruana, tips para el cuidado de las prendas e ideas innovadoras para aprovechar al máximo el ciclo de una prenda.

La app premia a quienes donan ropa con puntos acumulables que pueden convertirse en descuentos especiales. También cuenta con un sistema de calificación entre usuarios de cinco estrellas, siendo una estrella la calificación menor y cinco estrellas la más alta, promoviendo la transparencia y la certeza de cada transacción. Este enfoque no solo facilita una forma más económica y consciente de vestir, sino que también promueve una comunidad comprometida con el impacto ambiental y social de sus decisiones de consumo.

2.5.4. Diseño de producto/servicio:

Figura 8

Herramienta tablero UX



Nota. Elaboración propia

En el Perú, el consumo irresponsable de moda rápida (fast fashion) se ha convertido en una práctica común, caracterizada por la compra frecuente de prendas a bajo costo y de duración reducida. Esta práctica de consumo acelerado se ve también en

otras marcas de mayor precio, dándole un uso limitado ya sea por una compra de impulso o deseo pasajero. Esta tendencia impide que las prendas de vestir cumplan con un ciclo de vida recomendado, generando un impacto negativo tanto en el medio ambiente como en la economía circular de la moda. El ritmo acelerado de la renovación de prendas, motivada por la moda pasajera y el exceso de producción, incrementa los desechos textiles y provoca un uso ineficiente de los recursos disponibles.

Problema: **Acumulación de prendas y deseo constante de renovación en corto tiempo.** Las estrategias del fast fashion fomentan compras impulsivas y la percepción de que la ropa pierde valor rápidamente, lo que lleva a la acumulación innecesaria de prendas aún en buen estado. Como consecuencia, se generan altos niveles de desperdicio textil y se reduce significativamente la vida útil de las prendas.

Solución propuesta: **Aplicativo móvil para el intercambio responsable de ropa.** Se plantea una app móvil para comprar, vender, donar e intercambiar ropa y accesorios en excelente estado. La app ofrece una alternativa práctica y colaborativa que impulsa la economía circular y promueve un consumo textil más consciente.

Desenlace: **Intercambio beneficioso y sostenible entre usuarios.** A través de la aplicación, los usuarios podrán intercambiar prendas nuevas o en buen estado que ya no deseen por otras que se ajusten a sus gustos y necesidades. Este sistema no solo permite renovar el guardarropa sin recurrir al consumo excesivo, sino que también promueve la reutilización, la reducción de residuos textiles y la creación de una comunidad alineada con los valores de la moda sostenible. Además de obtener la prenda escogida a un precio accesible.

Inicio: **Exploración inicial del usuario en la app.** Al abrir la aplicación, el usuario accede a una interfaz intuitiva que le permite buscar fácilmente la prenda o accesorio que

desea. Desde el inicio, puede navegar por categorías, filtrar por talla, estilo o estado de la prenda, y visualizar opciones disponibles para compra, donación, venta o intercambio, facilitando así una experiencia personalizada y eficiente. La app cuenta con noticias ecológicas relacionadas a la moda en el sector peruano, incluidos tips y consejos para el cuidado de las prendas y así alargar su ciclo de vida.

Durante: **Filtrado de productos según el interés del usuario.** El usuario se dirige a la categoría de "Polos" dentro de la aplicación, donde explora diversas opciones disponibles. Utiliza filtros como talla, estado y estilo para refinar su búsqueda, y revisa las imágenes, descripciones y condiciones de cada prenda. La organización visual de la app facilita al usuario encontrar rápidamente prendas según sus preferencias.

Cada publicación incluye información del vendedor, como su historial de ventas, compras, intercambios y donaciones. Una puntuación de 1 a 5 estrellas que refleja qué tan responsable y confiable ha sido el usuario al tratar con otros usuarios, la app cuenta con la opción de enviar mensajes directos al vendedor, para resolver cualquier duda o pregunta acerca de la prenda en cuestión.

Fin: **Adquisición o intercambio exitoso de la prenda.** Una vez que el usuario encuentra la prenda de su agrado, procede a concretar la compra directamente desde la app o, si la prenda está en la categoría de intercambio, tiene la opción de ofrecer una prenda de su propiedad como trueque. El dinero se mantiene en el saldo del vendedor en Revístete hasta que el pedido se completa. Luego de la confirmación del pedido, el vendedor envía el artículo y el comprador recibe y confirma que todo está bien, el pedido se marca como completado. El siguiente paso consiste en transferir los fondos al vendedor: el monto pasa del saldo de Revístete a su cuenta personal o puede mantenerse como crédito para futuras compras dentro de la app. El usuario vendedor puede transferir sus ganancias del saldo a

su cuenta bancaria en cualquier momento. La comisión de Revístete es mínima, solo el 3.5% del valor de venta, la transferencia de fondos es en moneda nacional (PEN). Los gastos de envío son cubiertos por el comprador.

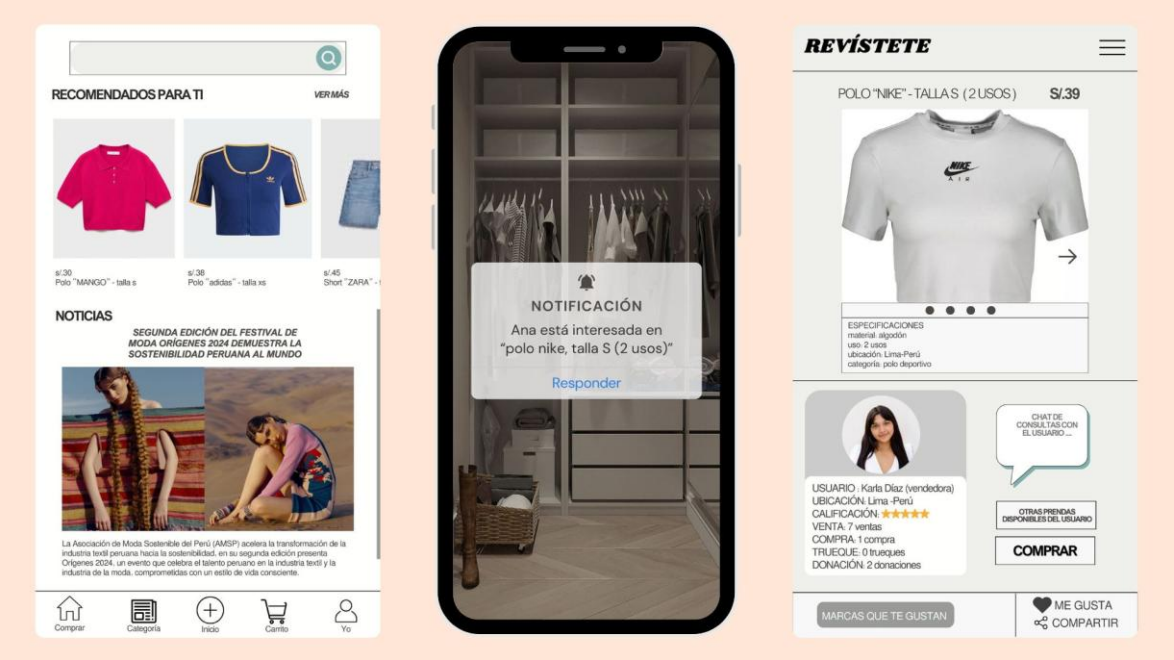
Tras finalizar la transacción, el usuario recibe una confirmación y queda a la espera del envío o coordinación de entrega. Este proceso fomenta una experiencia de consumo responsable, accesible y sostenible, alargando la vida útil de las prendas mediante la reutilización y el intercambio.

Éxito: **Experiencia satisfactoria y sostenible de la usuaria.** Realizando exitosamente una transacción práctica y accesible, renovando su guardarropa sin gastos excesivos. Al dar una segunda vida a una prenda, contribuyó a la sostenibilidad y reafirmó su compromiso con el consumo responsable.

Triple Balance (económico, social y ambiental): En el caso de Revístete, este proyecto cuenta con un enfoque de viabilidad económica sustentable, permitiendo su crecimiento y su permanencia a largo plazo a través de comisiones, publicidad y membresías premium. El bienestar social promueve prácticas laborales justas, incentivar el sentido de comunidad entre los usuarios. La sostenibilidad ambiental busca impulsar acciones, la reducción de residuos y el consumo responsable.

Figura 9

Herramienta de prototipos



Nota. Elaboración propia

Características físicas del servicio (interfaz visual del prototipo): Usa una paleta de colores neutros con detalles suaves para facilitar la navegación y generar confianza visual. Se busca resaltar las prendas y accesorios y no verse recargado. Elementos destacados como la búsqueda personalizada de prendas (barra superior), secciones de recomendaciones, noticias y categorías visuales, notificaciones emergentes con diseño minimalista y fácil de responder. Cada prenda cuenta con especificaciones claras sobre la marca, talla, material, categoría, ubicación y estado de la prenda, imágenes en carrusel de distintos ángulos y vistas, como detalles, costuras, etiqueta, etc. Perfil visible del usuario vendedor/comprador (incluye calificación, ubicación y actividad). En la parte inferior, la app incluye accesos directos a inicio, categorías, compras, carrito y perfil del usuario.

Características digitales del servicio: Compra y venta de ropa, donaciones y trueques. Chat directo entre usuarios para consultas, sistema de notificaciones en tiempo real (interés, mensajes, actualizaciones). **Perfiles de usuario** con historial de transacciones, calificación, ubicación y acciones (ventas, compras, donaciones, trueques).

Sistema de búsqueda avanzada con filtros por talla, marca, estado de uso, tipo de prenda, ubicación, entre otros. Recomendaciones adaptadas al perfil y el historial de actividad del usuario.

Mecánica del servicio (cómo funciona paso a paso):

Exploración inicial, el usuario accede a la app y navega por las prendas recomendadas o categorías en búsqueda de la prenda o accesorio deseado. **Búsqueda y selección,** selecciona una prenda, revisa sus características, ubicación, estado y condiciones de intercambio o compra. **Interacción,** puede dar "me gusta", compartir, iniciar chat o hacer una oferta de trueque, dependiendo si la prenda está dispuesta a ello. **Transacción,** compra directa o propuesta de intercambio. **Seguimiento,** notificaciones de estado (interés, aceptación, envío). **Entrega / Intercambio,** Los usuarios coordinan entre sí la modalidad de envío o una entrega presencial. **Retroalimentación,** tras la transacción, los usuarios califican su experiencia, fortaleciendo la confianza dentro de la comunidad.

Funcionalidades clave destacadas:

Trueque digital, ofrece la posibilidad de intercambiar prendas sin necesidad de pago. **Donación simplificada,** se puede donar fácilmente desde el perfil. La persona que esté dispuesta a recibir la donación ya sea por fines benéficos o propios, será la que realice el pago del envío correspondiente. **Visibilidad de uso previo**, indicar si la prenda es nueva, con un solo uso, en caso sea mayor a tres, colocarse como “poco uso” para fomentar la transparencia. Para la sección de venta se aceptan prendas hasta con un uso medio (siendo

un aprox de 10 a 15 usos) si la prenda cuenta con más usos, se recomienda realizar un trueque con una prenda de igual estado o darle una nueva oportunidad designada como donativo. **Soporte a la sostenibilidad,** sección de noticias que educa sobre moda sostenible y eventos relacionados en el Perú. **Lista de marcas favoritas,** para filtrar según valores personales o éticos.

Figura 10

Herramienta tabla receptora



Nota. Elaboración propia

Síntesis de retroalimentación del prototipo **"Revístete".** Durante la observación y prueba del prototipo, usuarios proporcionaron comentarios valiosos que fueron organizados en cuatro categorías clave para mejorar el servicio y afinar la propuesta. A continuación, se detalla la retroalimentación obtenida. **Lo que funciona,** se destacaron aspectos positivos del prototipo que facilitan y enriquecen la experiencia. La aplicación facilita la búsqueda de prendas a través de una navegación intuitiva con categorías organizadas por tipo. Las fotos claras de las prendas permiten conocer su estado antes de

tomar una decisión, se destaca también la sección de intercambio activa donde los usuarios valoran poder acceder directamente a prendas disponibles para trueque. Donar ropa no solo contribuye al cuidado del medio ambiente, sino que también permite acumular puntos y obtener descuentos como parte del sistema de recompensas, los usuarios encuentran prendas de marcas reconocidas a precios accesibles, fomentando el consumo sostenible.

Críticas, se identificaron puntos débiles que afectan la confianza o experiencia general. Se percibe la necesidad de implementar filtros más rigurosos para asegurar la fiabilidad de los usuarios. En ciertos casos, las publicaciones carecen de imágenes claras, lo que dificulta evaluar con precisión la calidad de la prenda, incluso si se incluye una descripción. Se sugiere permitir más opciones de pago para mayor accesibilidad. Acerca del tiempo de respuesta, algunos vendedores pueden tardar en responder, lo que retrasa las transacciones. **Dudas,** los usuarios plantearon interrogantes que revelan aspectos del servicio aún no del todo claros.

- ¿Cuánto tiempo demorará la entrega de una prenda?
- ¿Existe un filtro para aceptar o rechazar prendas propuestas?
- ¿Qué tan confiable es el sistema de envío?
- ¿Los usuarios realmente son confiables?
- ¿Se podrán realizar envíos a nivel nacional?

Estas dudas indican la necesidad de comunicar mejor los procesos logísticos, los criterios de calidad y la validación de los usuarios.

Nuevas ideas, a partir de la interacción con el prototipo, se generaron nuevas propuestas para optimizar la aplicación. Sistema de valoración: se implementa una calificación de 1 a 5 estrellas para evaluar la reputación de cada usuario, diversificación

de pagos, aceptar métodos locales como tarjetas de crédito o códigos de verificación mediante yape. Sistema de avisos: El usuario será informado en tiempo real si hay cambios en sus publicaciones o si recibe nuevos mensajes dentro de la app. Cada publicación debe incluir fotos claras que muestren la parte frontal, trasera, costuras y acabados, junto con una descripción completa del artículo. Premios por confiabilidad, los usuarios con calificación alta podrían ganar puntos y mayor visibilidad. Filtrado por reputación, limitar la visibilidad o interacción de usuarios con baja calificación para fomentar la confianza. Esta retroalimentación es clave para continuar ajustando el diseño y funcionamiento de Revístete. Muestra que los usuarios están dispuestos a adoptar un consumo más responsable, siempre que la plataforma les ofrezca confianza, transparencia y un proceso ágil.

2.5.5. Modelo de Negocio:

El modelo de negocio de la aplicación **Revístete** se basa en una economía circular digital que promueve el consumo responsable de moda, facilitando el intercambio, venta, compra y donación de prendas en buen estado. El objetivo es extender el ciclo de vida de las prendas y reducir el daño ambiental generado por el fast fashion.

Segmento de clientes: Jóvenes entre 20 y 30 años interesados en la moda sostenible, personas que desean renovar su guardarropa de forma económica. Usuarios comprometidos con el consumo consciente y la reutilización de prendas.

Propuesta de valor: Plataforma práctica y confiable para intercambiar ropa de forma segura y accesible. La aplicación brinda ventajas, como puntos acumulables y descuentos, a quienes donan ropa o mantienen un buen historial como usuarios confiables.

Fuentes de ingreso: Se aplicará una comisión del 3. 5 % sobre el valor de cada prenda vendida a través del aplicativo. Publicidad de marcas sostenibles o productos alineados con la moda consciente. Membresías premium con beneficios adicionales (envíos gratis, más visibilidad en publicaciones, filtros avanzados). Venta de paquetes de puntos para mejorar la visibilidad.

Canales: Aplicación móvil (principal canal). Redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook) para difusión y posicionamiento. Campañas de marketing en línea junto con la difusión de contenido educativo.

Relación con los clientes: Atención al cliente vía chat dentro de la app, sistema de calificaciones y reputación para fomentar la confianza, notificaciones automáticas para seguimiento de productos y pedidos. Recomendaciones personalizadas según intereses y búsquedas previas.

Recursos clave: Desarrollo y mantenimiento de la app, base de datos de usuarios y prendas, alianzas con empresas de delivery y pagos digitales. Estrategias de marketing digital y contenido educativo.

Actividades clave: Control de calidad de publicaciones, garantizar la seguridad en las transacciones, incentivar la participación y donaciones e innovar contantemente en funcionalidades de la app.

Socios clave: Pasarelas de pago (yape, plin, tarjetas), empresas de logística para envíos, ONGs o iniciativas de reciclaje textil. Marcas locales sostenibles que deseen promocionarse.

Estructura de costos: Desarrollo y actualizaciones de la app, costos de servidores, almacenamiento y mantenimiento tecnológico, marketing digital, atención al cliente o soporte técnico.

Figura 11

Herramienta recursos y presupuestos

Gastos Administrativos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Desarrollo de la app	3000	3000	3000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Actualizaciones	0	0	0	500	0	0	500	0	0	500	0	0
mantenimiento tecnológico	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
marketing digital	400	400	400	500	500	600	600	600	700	700	700	700
Total de Gastos Administrativos	3600	3600	3600	1200	700	800	1300	800	900	1400	900	900
Gastos de Venta	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Página web	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Hosting (servidores)	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total de Gastos de Venta	**180**	**180**	**180**	**180**	**180**	**180**	**180**	**180**	**180**	**180**	**180**	**180**
TOTAL DE GASTOS	3780	3780	3780	1380	880	980	1480	980	1080	1580	1080	1080

Nota. Elaboración propia

Gastos administrativos: Son los costos fijos relacionados con el desarrollo y funcionamiento interno de la app, el desarrollo de la app inicia con la programación y construcción con s/.3,000 mensuales por tres meses. Las actualizaciones, mejoras o ajustes de la app son de s/.500 cada dos a tres meses. El mantenimiento tecnológico, como servidores, correcciones y soporte técnico son s/.200 mensuales. El presupuesto destinado al marketing digital, tanto para campañas orgánicas como pagadas, oscilaría entre S/ 400 y S/ 700 mensuales, con la posibilidad de aumentar progresivamente conforme crezca la estrategia. Total estimado administrativo: Desde S/3,600 a S/1,400 mensuales, bajando después del desarrollo inicial.

Gastos de venta: Relacionados con vender, promocionar y operar digitalmente el servicio, página web, si la app va acompañada con una web informativa o de registro el costo estimado sería de s/.100 mensuales. El hosting, almacenamiento online para la web o base de datos, serían s/.80 mensuales. Total de venta: S/180 mensuales aproximadamente.

Los aliados clave serían cuerdos con ONGs, marcas sostenibles o universidades para co-financiar eventos, campañas o desafíos dentro de la app. Las actividades claves para la aplicación y proyecto se centran en el desarrollo tecnológico de la aplicación, la

captación y fidelización de usuarios, y la gestión de una comunidad activa en torno a la moda circular. Estas incluyen:

- Diseño, programación y mantenimiento de la app móvil/web.
- Campañas de marketing digital orientadas a jóvenes con conciencia ambiental.
- Moderación de intercambios, soporte al usuario y generación de contenido educativo.

Los recursos clave para el desarrollo y funcionamiento de *Revístete* incluyen elementos humanos, tecnológicos, financieros e intelectuales. Entre ellos destacan:

- Un equipo multidisciplinario compuesto por desarrolladores, diseñadores, expertos en marketing digital y gestores de comunidad.
- La infraestructura tecnológica necesaria para operar la app (servidores, plataformas de desarrollo y análisis de datos).
- Recursos financieros iniciales para el desarrollo del MVP (Producto Mínimo Viable), campañas de adquisición de usuarios y estrategias de crecimiento.

A través de una comunidad comprometida, permite a las personas renovar su clóset sin necesidad de comprar a un precio elevado, promoviendo el consumo responsable y reduciendo el impacto ambiental. La propuesta de valor apunta a ofrecer una experiencia accesible y sostenible, que permita a los usuarios mantener su estilo personal mientras participan en una comunidad consciente y colaborativa.

<u>En relación con los clientes:</u>

Canales: Revístete conectará con su público objetivo mediante su app móvil, presencia activa en redes sociales y colaboraciones con organizaciones alineadas con los valores de

la sostenibilidad. La interacción con la usuaria se dará dentro de la app, y se reforzará mediante contenido educativo en redes y notificaciones personalizadas.

Relación con las usuarias: Se busca construir una comunidad comprometida mediante una relación cercana y dinámica. Esto abarca un soporte técnico accesible, contenidos educativos continuos sobre moda circular y dinámicas de gamificación que motiven el intercambio consciente. Además, se promoverá el sentido de pertenencia mediante reconocimientos dentro de la plataforma. Revístete plantea un modelo de ingresos diversificado, orientado a garantizar la sostenibilidad económica del proyecto sin perder su enfoque social y ambiental. Los principales flujos de ingreso previstos son:

- **Membresías premium**, que ofrecen beneficios exclusivos a las usuarias más activas.
- **Comisiones por trueques**, aplicadas a cada transacción realizada dentro de la plataforma.
- **Venta de créditos virtuales**, utilizados como medio de intercambio dentro del sistema gamificado.
- **Publicidad responsable**, proveniente de marcas alineadas con la moda sostenible.
- **Alianzas estratégicas**, con empresas, ONGs o instituciones interesadas en apoyar la economía circular.

Este modelo permite escalar el proyecto manteniendo una base gratuita inclusiva y fomentando al mismo tiempo un consumo más consciente.

El segmento está dirigido principalmente a jóvenes de entre 19 a 32 años en zonas urbanas del Perú, especialmente estudiantes, recién egresados y personas interesadas en la moda sostenible. Este público comparte una preocupación creciente por el impacto

ambiental del consumo, pero también busca expresarse a través de su vestimenta sin gastar en exceso. El proyecto también apunta a personas digitalmente activas y comprometidas con el cambio, capaces de impulsar el crecimiento de la comunidad mediante el intercambio responsable y la participación en eventos o campañas.

2.5.6. Resultados esperados:

Figura 12

Herramienta evaluación y aprendizaje continuo

El usuario se siente a gusto con la propuesta y el mecanismo de la app, ya que es de fácil acceso y manejo. Además, contiene información educativa de valor sobre la conciencia ambiental. La única mejora que podría realizarse es en relación a la confianza con el usuario vendedor: las fotos de las prendas deben tener una buena resolución para evitar disconformidades al momento de recibir la prenda.

0									10	Mejoras: ¿Qué le falta para llegar a 10?
									X	Solo permitir usuarios que coloquen distintas imágenes detalladas(costuras, tela de cerca,bastas, etiquetas, mangas, delantero y espalda)
							X			Tener un rastreo del pedido , seguimiento del estado del envío (enviado, en camino, entregado)
							X			Dar de baja a usuarios que tengan de calificación de 3 estrellas a menos

Nota. Elaboración propia

El usuario manifiesta sentirse a gusto con la propuesta y el funcionamiento general de la aplicación, destacando su accesibilidad, facilidad de uso y el valor educativo que ofrece en torno a la conciencia ambiental. Considera que estos aspectos fortalecen su experiencia como usuario.

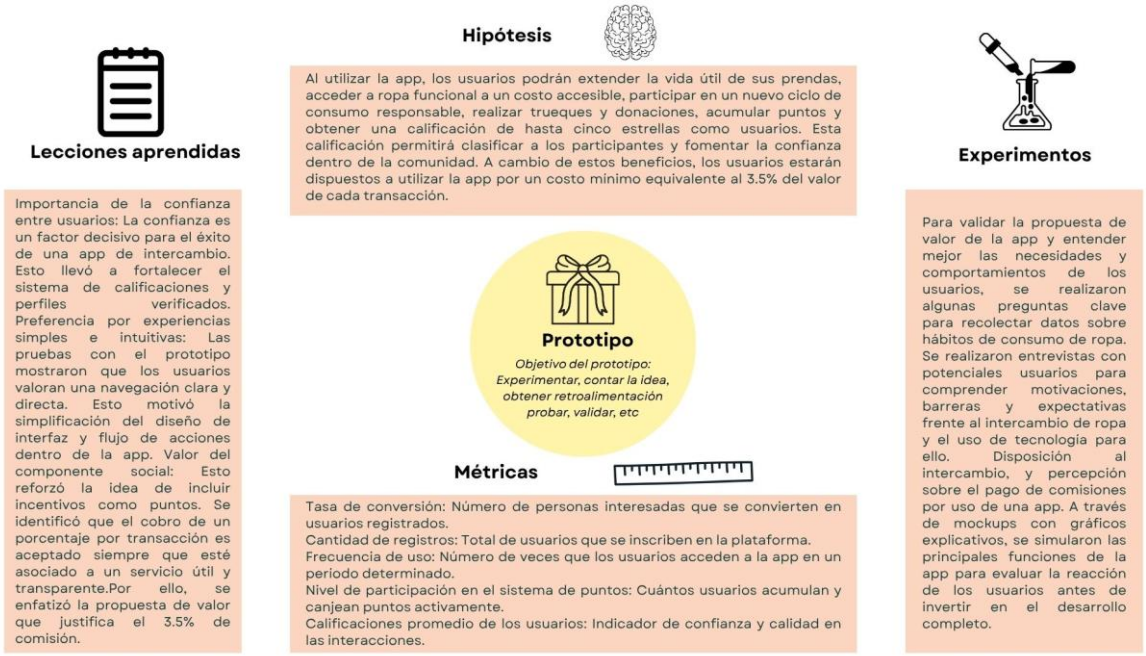
Sin embargo, sugiere una mejora importante relacionada con la confianza en el intercambio con el usuario vendedor. Específicamente, recomienda que las fotos de las

prendas tengan una resolución adecuada y muestren detalles claros, con el fin de evitar disconformidades al momento de recibir el producto y asegurar una experiencia más clara y gratificante.

Si bien desde el diseño inicial del servicio y la interfaz ya se contemplaba un filtro para aprobar qué prendas serían publicadas, gracias a la herramienta de aprendizaje continuo identificamos aspectos a fortalecer. Una de ellas es establecer un requisito mínimo de imágenes por prenda, que incluyan distintos ángulos, detalles de costuras y acabados. Esto permitirá aplicar un filtro más riguroso y asegurar que solo se acepten aquellas prendas que cumplan con todos los criterios visuales exigidos, fortaleciendo así la confianza y satisfacción del usuario. Otra mejora identificada es la puesta en marcha de un mecanismo basado en la calificación de los usuarios. se sugiere suspender temporal o definitivamente a los usuarios que mantengan una calificación promedio igual o inferior a tres estrellas. Esta medida busca incentivar un comportamiento responsable dentro de la comunidad, fomentar una experiencia segura y confiable, y motivar a los usuarios a cuidar su reputación manteniendo buenas prácticas en los intercambios.

Figura 13

Herramienta experimentación ágil



Nota. Elaboración propia

En este caso, la hipótesis es que los usuarios valorarán una app que les permita extender la vida útil de sus prendas, ahorrar dinero, participar en economía circular (trueques y donaciones), y ganar beneficios (puntos y calificaciones). También se plantea que estarán dispuestos a pagar una comisión del 3. 5% si el servicio lo justifica. En base a los experimentos se tomaron en cuenta:

- Entrevistas con usuarios potenciales.
- Preguntas clave sobre hábitos de consumo de ropa, disposición a hacer trueques, pagar comisiones y usar tecnología.
- Simulaciones con **mockups** (diseños visuales de cómo se vería la app) para observar las reacciones de los usuarios.

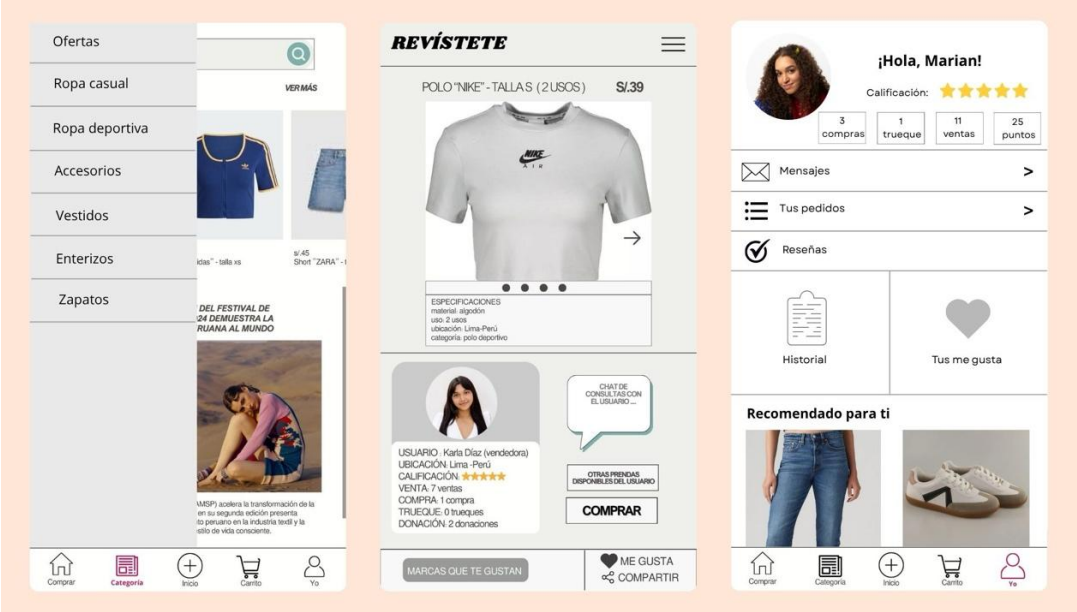
Las métricas permiten medir el impacto y aceptación del prototipo, se incluyen la tasa de conversión, cuántos interesados se registran, la frecuencia del uso, participación

en el sistema de puntos y calificaciones promedio de usuarios (que indican confianza y calidad del intercambio). Después de realizar los experimentos y medir resultados, se sacan conclusiones clave, como la confianza entre usuarios es vital, por eso se fortaleció el sistema de calificaciones y perfiles verificados. Los usuarios prefieren interfaces simples, lo que llevó a un diseño minimalista. Se valoró el componente social y se validó el cobro de comisión si es transparente. Esta herramienta permite probar la propuesta con usuarios reales, recoger evidencia antes de invertir, mejorar el diseño y funcionalidades y validad si realmente hay interés y aceptación del servicio.

2.5.7. Prototipos desarrollados:

Figura 14

Herramienta de validación



Nota. Elaboración propia

Para validar la propuesta, se ha planteado el desarrollo de un prototipo de baja fidelidad mediante mockups (pantallas simuladas) que permiten visualizar el flujo básico

de la aplicación. Este prototipo simula las funciones principales mediante pantallas estáticas que simulan la experiencia del usuario desde el inicio de su navegación hasta acciones específicas como explorar categorías, visualizar prendas, consultar perfiles y administrar su comportamiento dentro de la plataforma. El objetivo es testear la experiencia de uso y recibir retroalimentación de los usuarios potenciales a través de simulaciones de flujo en plataformas como Canva. De esta forma, es posible identificar oportunidades de mejora en la navegación y el diseño, antes de invertir en el desarrollo técnico. Este prototipo incluye elementos clave como: Menús intuitivos y de fácil acceso en la parte inferior (navegación principal) y lateral (categorías), facilitando la exploración.

Visualización clara del producto, incluyendo fotos, especificaciones, precio y estado de uso. **Perfil de usuario detallado**, que incluye su historial de actividad (compras, ventas e intercambios), calificaciones obtenidas y herramientas de interacción como mensajes directos o reseñas. **Interacción básica simulada**, como botones de compra, “me gusta” y acceso al chat, que permiten imaginar cómo sería el flujo real sin necesidad de tener una app funcional.

El objetivo de este prototipo es servir como una herramienta de comunicación visual para explicar la propuesta de valor y permitir la validación temprana con usuarios.

2.5.8. Experimentos:

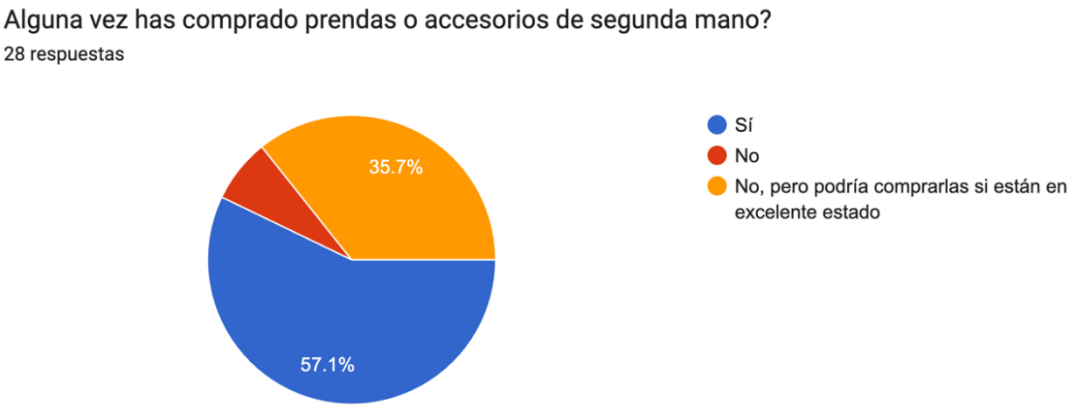
Se llevó a cabo una prueba de usabilidad empleando un prototipo de fidelidad intermedia. Se validó la propuesta de valor a través de encuestas realizadas a usuarios potenciales. El 57.1% de los encuestados a realizado compras de prendas o accesorios de segunda mano, el 35.7% no las ha realizado, pero tienen el interés de poder adquirirlas,

mientras que solo un 7.1% no piensa comprar prendas de segunda mano, más no descarta ser el usuario vendedor de estas. El objetivo fue verificar si los usuarios valoran la app de moda circular y si la usasen, el resultado obtenido fue que el 53.6% utilizaría la app para ganar dinero vendiendo ropa o accesorios que no utilizan y están en perfecto estado, el 25% prefiere comprar en la app porque ahorra dinero en ropa, el 10.7% compraría en la aplicación Revístete porque desea contribuir al cuidado del medio ambiente y el otro 10.7% busca donar ropa que ya no utiliza. Generar confianza entre los usuarios es clave para garantizar una buena experiencia en la app, por lo que se planteó fortalecer la revisión de prendas y la visibilidad de las calificaciones.

Los resultados de las encuestas en base a barreras que podría impedir utilizar la app se dividen en un 46.4% representando la desconfianza de los encuestados en el estado de las prendas, seguido de un 28.6% que representa a los usuarios que confían al realizar compras digitalmente, el 17.9% no confía tratar con desconocidos y el 7.1% piensa que un impedimento para utilizar la aplicación sería imágenes poco claras. Gracias al sistema de evaluación y mejora continua, se optimizaron los filtros de calidad para asegurar que los usuarios comprendieran correctamente cómo clasificar sus prendas. Todas las prendas cuentan con un indicativo del nivel de uso. La claridad visual es clave para generar confianza, los usuarios valoran el sistema de calificación, pero necesitan entender cómo influye en su reputación. La personalización de los filtros mejora la experiencia y es necesario dar de baja a usuarios con calificaciones muy bajas para mantener una comunidad segura.

Figura 15

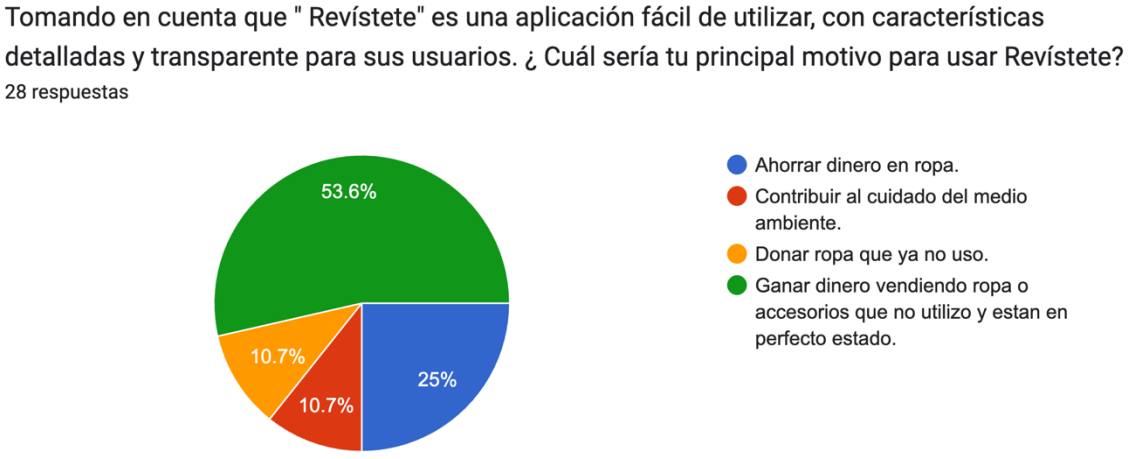
Gráficos de encuestas 1



Nota. Elaboración propia

Figura 16

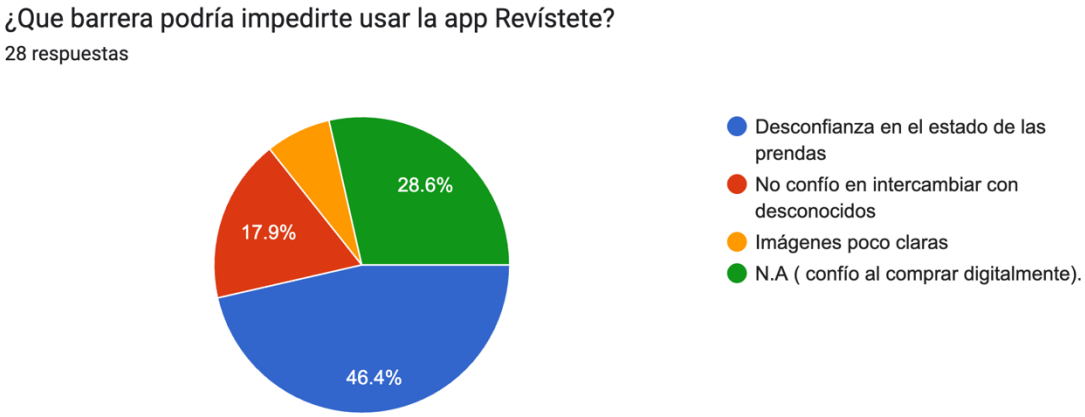
Gráficos de encuestas 2



Nota. Elaboración propia

Figura 17

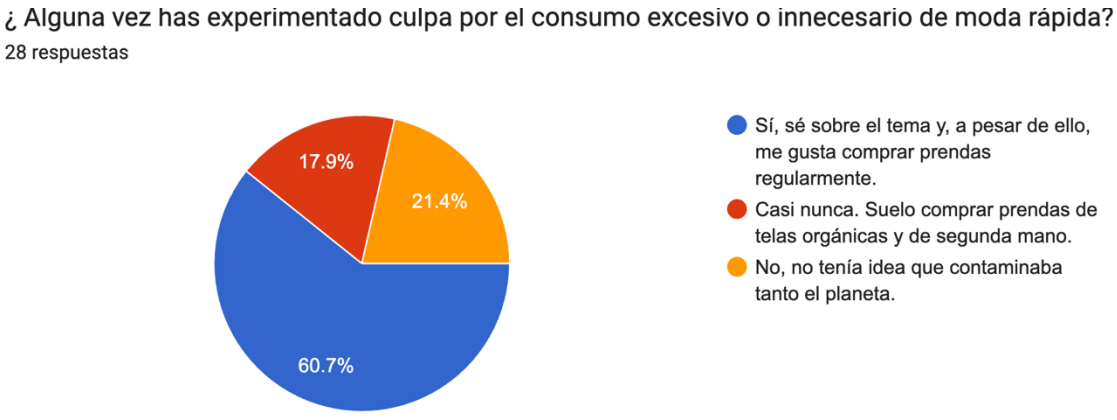
Gráficos de encuestas 3



Nota. Elaboración propia

Figura 18

Gráficos de encuestas 4

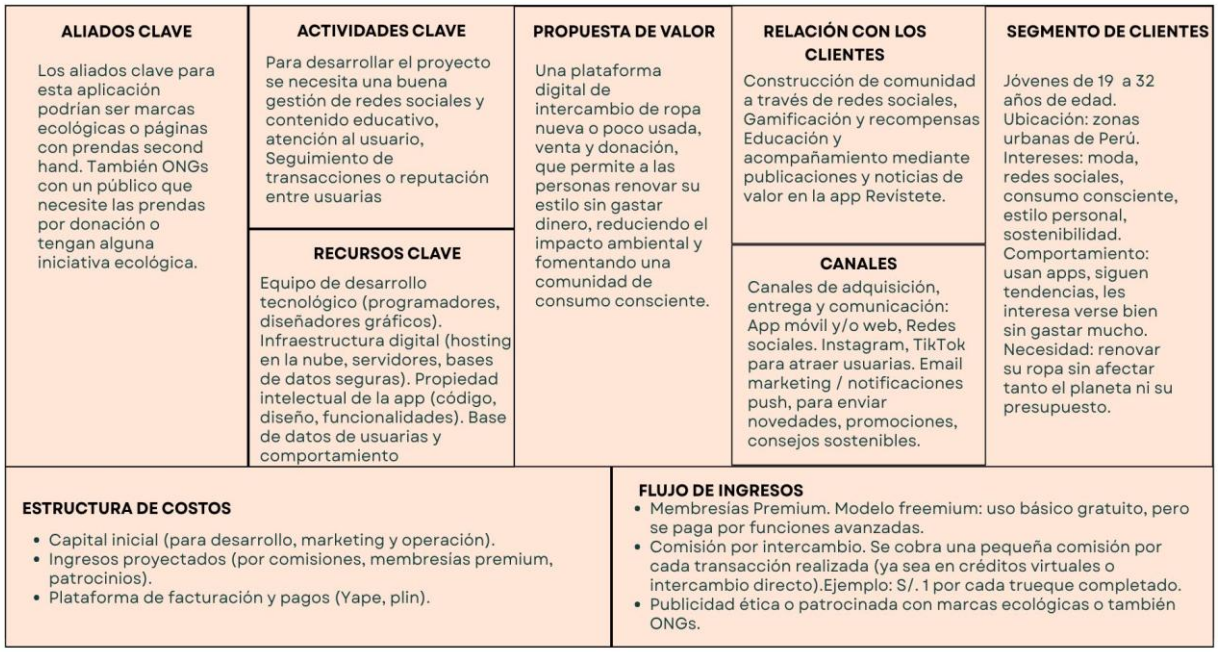


Nota. Elaboración propia

2.5.9. Resumen del Proyecto de Innovación:

Figura 19

Herramienta Business Model Canvas



Nota. Elaboración propia

Revístete es una app de intercambio de ropa para fomentar la moda sostenible en Perú, es un proyecto de innovación que propone la elaboración de una herramienta digital móvil centrada en el intercambio de ropa nueva o en excelente estado, como alternativa al consumo excesivo impulsado por la moda rápida (fast fashion). La iniciativa busca reducir el impacto ambiental generado por la industria textil y promover hábitos de consumo más conscientes entre mujeres jóvenes, especialmente en contextos urbanos de Perú. A través del diseño de una plataforma intuitiva, con filtros de calidad, sistema de reputación de usuarios y aprendizaje continuo, se busca facilitar un modelo de economía circular accesible y atractivo. La investigación considera tanto factores tecnológicos como socioculturales, permitiendo identificar las necesidades del público objetivo y

analizar indicadores como el interés generado, la frecuencia de uso y las conductas sostenibles incentivadas.

Nuestro objetivo es maximizar la vida útil de las prendas mediante su reutilización, promoviendo un enfoque ambiental y socialmente responsable. Facilitamos que los consumidores accedan a estas prendas desde la comodidad de su hogar, fomentando un consumo sostenible y consciente.

El modelo de negocio de la aplicación **Revístete** se basa en una economía circular. Acerca del modelo de negocio se aplicará una comisión del 3. 5 % sobre el valor de cada prenda vendida a través del aplicativo. Publicidad de marcas sostenibles o productos alineados con la moda consciente. Membresías premium con beneficios adicionales.

Dentro del plan de actividades a realizar se debe desarrollar y lanzar un prototipo mínimo viable (MVP) de la app en un plazo de entre 4 y 6 meses. Este MVP incluirá funciones esenciales que permitan a los usuarios subir prendas, buscar opciones disponibles e intercambiarlas de manera segura. Además, el proyecto fomentará una comunidad activa interesada en la moda ecológica y el consumo consciente. El plan es reducir al menos un 20 % la compra de ropa nueva durante el primer año gracias al uso de prendas entre usuarios (esto se medirá mediante encuestas o datos de uso). La app también ofrecerá contenido educativo semanal —como consejos, noticias y estadísticas— sobre el impacto ambiental de la industria textil. En los primeros 4 meses, se incorporará un sistema transparente que muestre el estado de las prendas y su historial de intercambios. Asimismo, se establecerán alianzas con marcas, tiendas o diseñadores comprometidos con la economía circular durante el primer año.

Las actividades claves para la aplicación y proyecto se centran en el desarrollo tecnológico de la aplicación, la captación y fidelización de usuarios, y la gestión de una comunidad activa en torno a la moda circular.

CAPÍTULO III : ESTIMACIÓN DE COSTOS

3.1 Presupuesto

Costos de desarrollo:

Diseño UX/UI, ambos son importantes para el desarrollo, el UX (user experience) es todo lo relacionado con la facilidad, fluidez y lógica de uso enfocado en el usuario. El UI (user interface) realizaría la parte visual, enfocado en el diseño a través de colores, botones, tipografías, íconos, imágenes, etc.

Costos administrativos:

Son aquellos gastos fijos y necesarios para mantener el funcionamiento interno del proyecto**. Programación y construcción inicial:** S/ 3,000 mensuales por 3 meses (fase de desarrollo).

Actualizaciones o mejoras: S/ 500 cada 2-3 meses.

Soporte técnico y mantenimiento de servidores: S/ 200 mensuales.

Servicios básicos digitales: Hosting s/ 80 mensuales.

Marketing digital: S/ 400 a S/ 700 mensuales.

El presupuesto mensual estimado (durante desarrollo inicial): siendo el mínimo: S/ 3,680 y máximo: S/ 3,980. Mientras que el total mensual estimado (después del desarrollo, sin los s/.3,000): Tendrían como mínimo s/.680 y máximo s/.980.

La estimación de costos presentada en este capítulo permite visualizar de manera realista los recursos económicos necesarios para el desarrollo, implementación y funcionamiento de *Revístete*. Se han considerado tanto los gastos administrativos como los relacionados con la operación digital, el mantenimiento técnico, el marketing y posibles servicios complementarios.

Durante la etapa inicial, los costos se concentran principalmente en el desarrollo tecnológico de la app, mientras que en la fase operativa se estabilizan, priorizando el mantenimiento, las mejoras continuas y la difusión de la plataforma. Esta planificación financiera no solo busca optimizar los recursos, sino también garantizar la sostenibilidad del proyecto a corto y mediano plazo, permitiendo una gestión eficiente y una mejor toma de decisiones en cada etapa del crecimiento de *Revístete*.

CAPÍTULO IV : CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Se concluye que *Revístete* responde a una necesidad real del mercado de moda sostenible en el Perú, ofreciendo una alternativa digital basada en el intercambio, compra, venta y donación de prendas, como alternativa al consumo tradicional. El modelo propuesto no solo busca prolongar la vida útil de las prendas, sino también fomentar una comunidad consciente, promoviendo hábitos de consumo responsables. La validación realizada mediante encuestas demostró que existe un interés real por parte de los usuarios en soluciones digitales que combinen moda, sostenibilidad y economía colaborativa.

La estimación de costos reveló que, si bien el desarrollo inicial de la plataforma requiere una inversión significativa, los gastos operativos posteriores son sostenibles y escalables conforme crece la comunidad de usuarios.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda continuar con pruebas piloto controladas que permitan recoger datos reales de comportamiento de los usuarios y ajustar la plataforma antes de su lanzamiento público para validar la usabilidad de la app y realizar campañas de sensibilización sobre consumo responsable, aprovechando alianzas con marcas o influencers comprometidos con la sostenibilidad. Para asegurar la mejora continua del proyecto, se propone implementar revisiones trimestrales de objetivos y ajustes estratégicos según los resultados obtenidos.

Otra estrategia serían los espacios de retroalimentación activa, como formularios dentro de la app.

CAPÍTULO V: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ellen MacArthur Foundation. (2013). *Hacia la economía circular: Razonamiento económico y empresarial para una transición acelerada*. https://ellenmacarthurfoundation.org/es

United Nations Environment Programme (UNEP). (2025). *La moda sostenible cobrará protagonismo en el día Cero Residuos*. Global Fashion Agenda. Recuperado de https://www.unep.org/technical-highlight/sustainable-fashion-take-centre-stage-zero-waste-day

Parlamento Europeo. (2024, abril 22). *El impacto de la producción textil y de los residuos en el medio ambiente*. https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20201208STO93327/el-impacto-de-la-produccion-textil-y-de-los-residuos-en-el-medio-ambiente

Martínez, B. A. (2020, febrero). *Moda sostenible más allá del prejuicio científico: Un campo de investigación de prácticas sociales*. https://www.redalyc.org/journal/996/99665044003/html/

Nota. Tomado de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), por Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), s. f., https://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible/objetivos-desarrollo-sostenible-ods. © Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Fletcher, K. (2008). *Moda y textiles sostenibles: Viajes de diseño* [Traducción propia]. Earthscan.

Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *Lo mío es tuyo: El auge del consumo colaborativo*. HarperBusiness.

Shaw, D., Shiu, E., & Clarke, I. (2005). An investigation of consumers' ethical concerns for clothing purchase decisions. *Journal of Consumer Behaviour, 4*(3), 185–200. https://doi.org/10.1002/cb.169

Ellen Macarthur foundation. (2021, 18 de junio). *Mantener la ropa en uso para reducir el desperdicio.*https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/ejemplos-circulares/mantener-la-ropa-en-uso-para-reducir-el-desperdicio-ThredUp

¿Cómo funciona ThredUp y genera ingresos? Modelo de negocio. (2023, 17 de enero). *The Strategy Story*. https://thestrategystory.com/2023/01/17/how-does-ThredUp-work-make-money-business-model/

Wauters, R. (2015, 15 de enero). *La historia detrás del mercado online de segunda mano Vinted, una de las startups estrella de Lituania*. Tech.eu. https://tech.eu/2015/01/15/vinted-profile/

Chan, E. (2021, 28 de abril). *La guía definitiva para no perderte en el mundo de la moda sostenible*. *Vogue España*. https://www.vogue.es/moda/articulos/moda-sostenible-que-significa-guia-consejos-marcas