ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Santiago en Hilos: Colección de moda urbana que reinterpreta la identidad cultural del distrito de Santiago Cusco.

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

PRESENTADA POR

Daniela Alessandra Olivera Vera
DNI: 72613267, Perú

ASESOR

Niuman José Mendoza Martinez
DNI: 1167720, Venezuela

JURADO

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

Lima, Agosto 2025

santiago en hilos-te.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:480102902

Submission Date
Aug 9, 2025, 12:46 AM GMT-5

Download Date
Aug 9, 2025, 4:13 PM GMT-5

File Name
santiago en hilos-te.pdf

File Size
2.0 MB

50 Pages

8,055 Words

48,735 Characters

14% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Exclusions

- 17 Excluded Matches

Top Sources

0% Internet sources
0% Publications
14% 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 contenidos

1. Información General 4

1.1. Título del Proyecto de Innovación 4

1.2. Resumen del Proyecto de Innovación 4

1.3. Contextualización del Proyecto de Innovación 4

2. Descripción de la Innovación 6

2.1. Población beneficiaria 8

2.2. Objetivo(s) del proyecto 8

2.3. Marco referencial 9

2.4. Proceso creativo y experimentos 12

2.4.1. Información sobre el usuario(s) 13

2.4.2. Información sobre el Mercado 14

2.4.3. Concepto y Propuesta de Valor 18

2.4.4. Diseño de producto/servicio 19

2.4.5. Modelo de Negocio 22

2.4.6. Resultados esperados 26

2.4.7. Prototipos desarrollados 27

2.4.8. Experimentos 31

2.4.9. Resumen del Proyecto de Innovación 37

3. Estimación de Costos 38

4 Conclusiones y Recomendaciones 43

5 Referencias 46

6 Anexos 47

Índice de Figuras

Figura 1: Árbol de problemas 6

Figura 2: Arquetipo de usuario 12

Figura 3: Propuesta de valor 14

Figura 4: Lean Canvas 22

Figura 5: Diseño digital de Prototipo 28

Figura 6: Resultado de encuesta 28

Figura 7: Diseño digital de prototipo dos 29

Figura 8: Diseño digital de Prototipo tres 30

Figura 9: Diseño digital de prototipo cuatro 30

Figura 10: Encuesta realizada 35

Figura 11: Moodboard 47

Figura 12: Line up de colección 47

Figura 13: Ficha técnica descriptiva 48

Figura 14: Ficha técnica de producción 48

Figura 15: Ficha técnica de detalles 49

Figura 16: Ficha técnica de presupuesto 49

Índice de Tablas

Tabla 1: Competencia directa e indirecta (Benchmarking): 15

Tabla 2: Análisis de contexto (FODA): 17

Tabla 3: Estimación de costos 38

1. Información General

1.1. Título del Proyecto de Innovación

Santiago en Hilos: Colección de moda urbana que reinterpreta la identidad cultural del distrito de Santiago, Cusco.

1.2. Resumen del Proyecto de Innovación

Este proyecto tiene como objetivo crear una colección de moda urbana que reinterprete la identidad cultural del distrito de Santiago, Cusco. La necesidad que motiva este proyecto es la falta de representación contemporánea de la riqueza cultural de este barrio, especialmente en el ámbito de la moda. La propuesta es una colección cápsula que fusiona siluetas urbanas con elementos propios de Santiago, como sus tradiciones, festividades y arquitectura, creando prendas que no solo reflejan la historia, sino también la vitalidad actual del distrito. Esta colección se inspira en celebraciones como la Virgen de la Natividad y el Patrón Santiago, integrando colores vibrantes, patrones de danzas tradicionales y textiles locales en el diseño de cada pieza. Está dirigida a jóvenes cusqueños de 18 a 25 años, quienes buscan vestir con orgullo sus raíces sin perder el toque moderno. El valor que se propone generar es fortalecer la identidad cultural local, fomentar el sentido de pertenencia y crear un diálogo sobre la moda como medio de expresión de la memoria viva de Santiago.

1.3. Contextualización del Proyecto de Innovación

El proyecto “Santiago en Hilos” se inserta en el contexto del distrito de Santiago, ubicado en la ciudad de Cusco, Perú. Este distrito es uno de los más importantes culturalmente en la región, con una población diversa que se mantiene fiel a sus tradiciones y costumbres ancestrales, mientras enfrenta los desafíos de la modernidad. Santiago no solo es

conocido por su gran valor histórico, sino también por sus vibrantes festividades religiosas y culturales que han perdurado por generaciones. Entre estas, destacan la Fiesta de la Virgen de la Natividad, celebrada en septiembre, y la Festividad del Patrón Santiago el 25 de julio, que congregan a miles de personas en una celebración de fe y tradición. (Wikipedia, 2025)

En este contexto, la población joven de Santiago, entre los 18 y 25 años, es el principal público objetivo del proyecto. Este grupo, caracterizado por su dinamismo y deseo de conectarse con su identidad, enfrenta la falta de una oferta de moda local que sea representativa de su cultura, pero que a la vez se alinee con las tendencias urbanas contemporáneas. El desafío radica en la escasez de propuestas de moda que fusionen el patrimonio cultural de Santiago con las nuevas formas de expresión visual y estética que buscan los jóvenes.

El proyecto busca resolver esta problemática a través de la creación de una colección de moda urbana que reinterprete los elementos culturales del distrito. La colección se inspirará en las festividades locales, utilizando colores, patrones y textiles que reflejan las tradiciones de Santiago, como las danzas tradicionales, las imágenes religiosas y los símbolos de la arquitectura local. Con esto, se pretende generar una moda que no solo hable de la historia del distrito, sino que también ofrezca una alternativa moderna, accesible y auténtica para los jóvenes cusqueños.

Santiago enfrenta barreras estructurales, como el limitado acceso a mercados de moda y la falta de una infraestructura que apoye el desarrollo de proyectos creativos en el distrito. Sin embargo, estas dificultades se contrarrestan con una rica tradición de artesanía textil, el uso de materiales locales y una comunidad dispuesta a reivindicar su identidad cultural a través de nuevos lenguajes visuales. La oportunidad radica en aprovechar el potencial creativo de la juventud local y las festividades tradicionales como un medio para conectar la

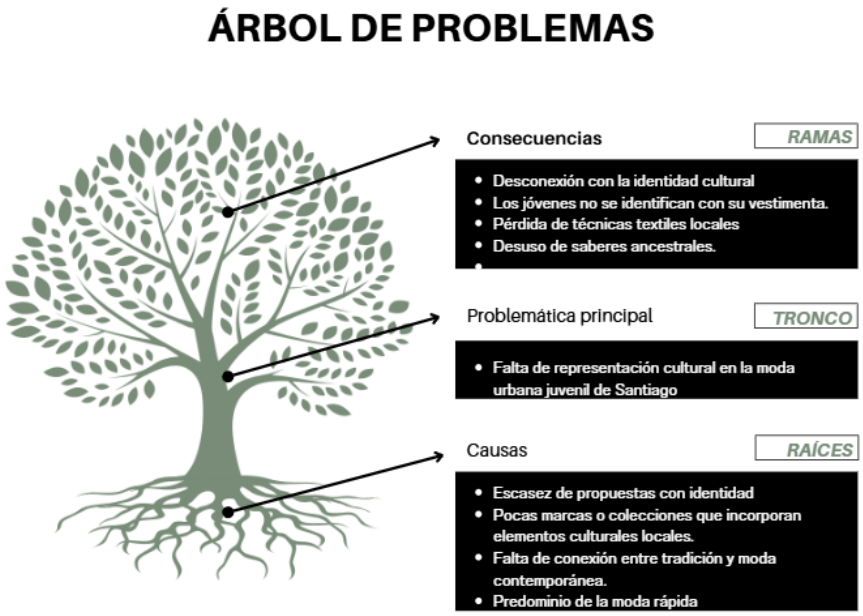
moda con la memoria viva del distrito, creando una propuesta que, además de ser estéticamente atractiva, fomente el sentido de pertenencia y orgullo entre los habitantes de Santiago. (RENATI – Registro Nacional de Trabajos de Investigación, 2022)

Este proyecto, por lo tanto, no solo busca llenar un vacío en la moda local, sino también ser un punto de encuentro entre la tradición y la modernidad, fortaleciendo la identidad del distrito de Santiago y dando a los jóvenes una plataforma para expresar su visión del mundo a través de la moda.

2. Descripción de la Innovación

Planteamiento del Problema

Figura 1: Árbol de problemas



Nota. Elaboración propia.

En el distrito de Santiago, Cusco, la identidad cultural es rica y diversa, basada en

tradiciones, festividades y artesanías textiles que forman parte de la memoria viva de la comunidad. Sin embargo, esta riqueza no se refleja adecuadamente en la moda urbana para los jóvenes, quienes carecen de una oferta local que integre sus raíces culturales con las tendencias actuales.

Esta situación surge por la falta de iniciativas que vinculen el patrimonio cultural con las demandas estéticas y funcionales de la moda urbana. Además, existen limitaciones como el acceso restringido a recursos y mercados especializados, el escaso reconocimiento de las técnicas textiles tradicionales y la predominancia del fast fashion, que ofrece prendas estandarizadas sin conexión cultural.

Como resultado, los jóvenes de Santiago se desconectan de su identidad a través de la vestimenta, perdiendo oportunidades para expresar su cultura con orgullo y modernidad. Esto también limita la preservación y valorización de técnicas artesanales locales, afectando el desarrollo económico y creativo del distrito. La ausencia de moda urbana que dialogue con la identidad cultural impacta negativamente en la autoestima, el sentido de pertenencia y el crecimiento profesional y cultural de la juventud.

Principalmente afecta a jóvenes de 18 a 25 años que buscan equilibrar modernidad y raíces culturales, sintiéndose desatendidos por la industria de la moda. Asimismo, la comunidad artesanal y diseñadores locales ven reducidas sus oportunidades por la falta de espacios que valoren su trabajo.

Desde una perspectiva social y económica, esta problemática limita la calidad de vida de los jóvenes, reduce la diversidad cultural visible y frena el potencial de la economía creativa local. Además, contribuye a la pérdida gradual de técnicas textiles ancestrales que podrían revitalizarse con propuestas innovadoras en moda.

Esta problemática se vincula con el ODS 11, que promueve comunidades inclusivas y sostenibles valorando la diversidad cultural; con el ODS 8, que impulsa el crecimiento económico y trabajo decente en sectores creativos; y con el ODS 12, que fomenta el consumo y producción responsables valorando productos con identidad cultural. Por ello, este proyecto propone crear una colección de moda urbana que integre y revitalice la identidad cultural de Santiago, fortaleciendo el sentido de pertenencia y el desarrollo económico local.

2.1. Población beneficiaria

La población beneficiaria directa de este proyecto está compuesta por jóvenes del distrito de Santiago, Cusco, quienes enfrentan barreras estructurales como el acceso limitado a mercados de moda y la falta de infraestructura para desarrollar proyectos creativos. A pesar de estas dificultades, cuentan con una rica tradición artesanal textil, el uso de materiales locales y una comunidad comprometida con reivindicar su identidad cultural mediante nuevos lenguajes visuales.

Este grupo tiene la oportunidad de aprovechar su potencial creativo y las festividades tradicionales como medios para conectar la moda con la memoria viva del distrito. Así, el proyecto busca ofrecerles una propuesta estética que no solo sea atractiva, sino que también fomente su sentido de pertenencia y orgullo por su cultura y comunidad.

2.2. Objetivo(s) del proyecto

Objetivo general:

Diseñar una colección de moda urbana que reinterprete y fortalezca la identidad cultural del distrito de Santiago, Cusco, proporcionando a los jóvenes una plataforma para expresar su cultura y tradición a través de prendas contemporáneas.

Objetivos específicos:

- Investigar los elementos culturales, tradiciones, festividades y técnicas textiles propias del distrito de Santiago que puedan integrarse en el diseño de moda urbana.
- Analizar las tendencias actuales de moda urbana que sean compatibles con la reinterpretación de la identidad cultural local.
- Diseñar una colección cápsula que combine elementos tradicionales y modernos, reflejando la riqueza cultural de Santiago en prendas funcionales y estéticamente atractivas.
- Validar la propuesta de colección mediante la percepción y aceptación de jóvenes residentes del distrito, asegurando que la moda creada conecte con su identidad y necesidades expresivas.

2.3. Marco referencial

ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Off-White, la marca fundada por Virgil Abloh, se ha destacado por fusionar el streetwear con el lujo, lo popular con lo exclusivo. Abloh logró trascender las fronteras de la moda tradicional al utilizar gráficos llamativos y detalles industriales, elementos que originalmente pertenecían a la cultura urbana, y al incorporarlos en el contexto del alto diseño. Esta integración no solo cuestiona las jerarquías de la moda, sino que también permite que las influencias culturales populares, como el hip-hop y el arte de la calle, sean consideradas dentro de las altas esferas del lujo. Según la teoría de Barthes (1967) sobre la moda como lenguaje cultural, Off-White es un claro ejemplo de cómo la moda se convierte en un lenguaje que comunica valores, creencias e ideologías. Abloh usó su marca como una

plataforma para abordar temas más allá de la estética, destacando la importancia de la representación y la inclusión cultural.

En este sentido, *Santiago en Hilos* puede tomar como referencia el enfoque de Off-White para transformar la moda urbana en un medio de expresión que celebre la cultura local, fusionando elementos tradicionales de Santiago con tendencias urbanas modernas. La juventud de Santiago, al igual que los seguidores de Off-White, busca formas de pertenecer a una comunidad global mientras celebran su identidad local. La propuesta de integrar las festividades de la Virgen de la Natividad y el Patrón Santiago en una colección cápsula refleja una aproximación similar a la de Off-White: no solo se busca una estética atractiva, sino también un mensaje cultural profundo.

El artículo de Pretavoir resalta cómo Off-White ha logrado posicionarse como una marca que no solo influye en la industria de la moda, sino que también crea una plataforma de expresión cultural, abordando temas que van más allá de la simple estética. La colaboración de Off-White con marcas como Nike e IKEA demuestra su capacidad para trascender en diferentes sectores, llevando la moda urbana al lujo y creando piezas que celebran la intersección entre lo contemporáneo y lo tradicional (Pretavoir Logo, 2024).

NACIONALES

Kuna, una marca peruana que utiliza materiales autóctonos como la alpaca y la llama, ofrece una visión distinta de la moda, centrada en la sostenibilidad y la preservación de las tradiciones textiles andinas. La marca promueve una moda que no solo se preocupa por la estética, sino también por el impacto ambiental y social, adoptando un enfoque que se alinea con las teorías de la moda sostenible de Kate Fletcher (2014). El trabajo de Kuna refleja la posibilidad de una moda ética y responsable, que valora tanto los recursos locales como las

tradiciones artesanales, posicionándose dentro de un contexto global sin perder la conexión con las raíces peruanas.

Al igual que Kuna, *Santiago en Hilos* tiene el potencial de ser una propuesta que no solo rescate la identidad cultural de Santiago, sino que también promueva un enfoque sostenible en la producción de moda. La propuesta de integrar técnicas de bordado tradicionales y utilizar materiales locales como los que se emplean en las festividades de Santiago ofrece una alternativa a la industria del fast fashion, que a menudo explota recursos naturales sin considerar los impactos en las comunidades. La moda urbana, entonces, no es solo un medio de expresión estética, sino también una forma de revitalizar las tradiciones y contribuir al desarrollo económico local, tal como lo hace Kuna con su apoyo a las comunidades andinas.

BASES TEORICAS

Teoría de la Moda como Lenguaje Cultural: Roland Barthes sostiene que la moda es un lenguaje que comunica significados culturales y sociales, lo que la convierte en un vehículo para la expresión de identidad. Según Barthes (1967), las prendas y los estilos no son meros objetos de vestimenta, sino símbolos que reflejan las influencias culturales y sociales de una sociedad. Así, la moda se convierte en una plataforma para comunicar valores, creencias e ideologías, especialmente en un contexto cultural determinado. (Barthes, 1967)

Teoría de la Identidad Cultura: Stuart Hall (1990) plantea que la identidad cultural no es fija, sino que se construye a lo largo del tiempo mediante procesos sociales, históricos y políticos. Hall describe la identidad como algo que se negocia, se transforma y se reinterpreta constantemente, dependiendo de las experiencias y contextos vividos por las comunidades.

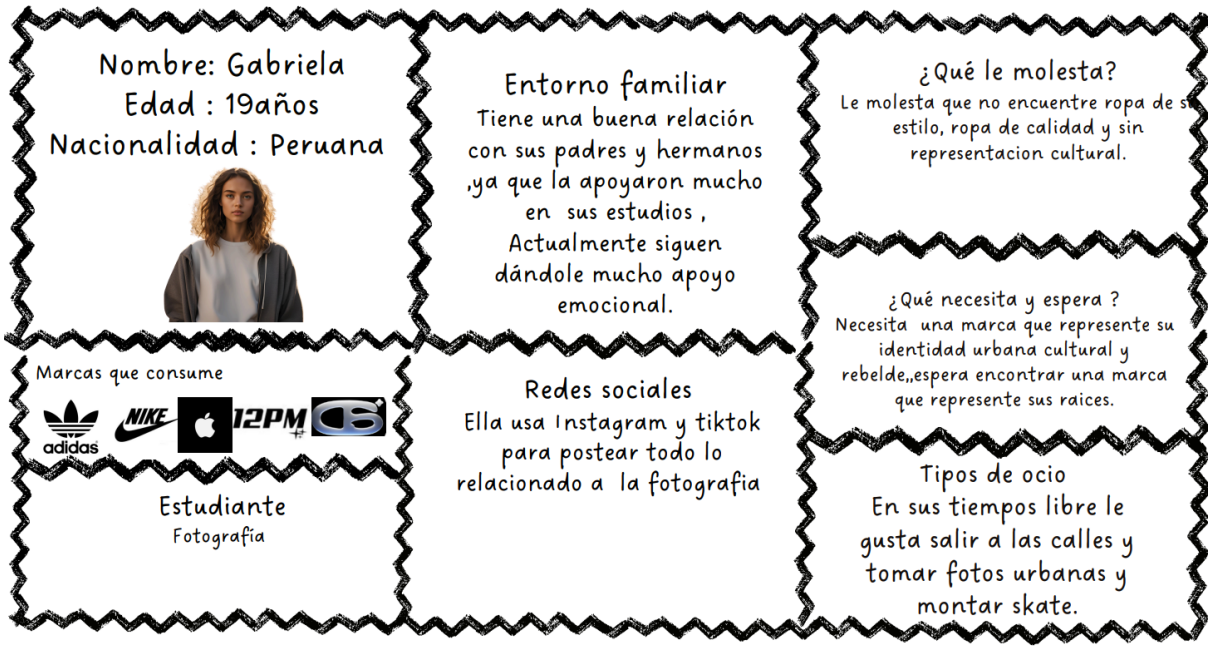
Esta teoría permite comprender cómo las comunidades mantienen vivas sus tradiciones, pero también cómo se pueden reinterpretar en un mundo cambiante. (Hall, 1990)

Teoría de la Moda Sostenible: Kate Fletcher (2014) promueve un enfoque de moda sostenible, donde las decisiones de diseño no solo consideran la estética, sino también el impacto ambiental y social de los productos. Fletcher sostiene que la moda debe ser responsable, integrando materiales locales y prácticas de producción que respeten tanto el medio ambiente como las comunidades que los producen. (Fletcher, 2014)

Teoría de la Moda como Expresión de la Juventud: David de Vries (2018) destaca que la moda, especialmente la moda urbana, se utiliza como una forma de expresión de la identidad juvenil. Los jóvenes usan la moda no solo para verse bien, sino también para comunicar sus valores, creencias y afiliaciones culturales. La moda urbana es un medio para que los jóvenes se conecten con su entorno social y cultural. (Vries, 2018)

2.4. Proceso creativo y experimentos

Figura 2: Arquetipo de usuario



Nota. Elaboración propia.

2.4.1. Información sobre el usuario(s)

Para construir una propuesta que responda a una necesidad real, se desarrolló un arquetipo de usuario basado en metodologías de diseño centrado en las personas (Norman, 2013).

Esta herramienta permite representar de manera simbólica a un grupo objetivo, sintetizando sus comportamientos, emociones, motivaciones y necesidades (Pruitt & Grudin, 2003).

Gabriela es una joven creativa y expresiva, que ha encontrado en la fotografía y el skate formas de canalizar su personalidad libre y urbana. Tiene una relación cercana con su familia, quienes la han acompañado emocionalmente durante su proceso formativo. Actualmente estudia Fotografía y en sus tiempos libres toma fotos en espacios urbanos, donde también monta skate. Este estilo de vida dinámico define su manera de vestir, que

busca reflejar su identidad sin sacrificar funcionalidad. Entre sus principales frustraciones está el no encontrar ropa que represente su estilo y su cultura. Gabriela espera encontrar una marca que conecte con su esencia,cultura, que utilice telas de calidad y que le brinde seguridad, comodidad y estilo. En cuanto a comportamiento digital, Gabriela utiliza principalmente Instagram y TikTok para compartir sus fotografías y consumir contenido visual. Sigue cuentas relacionadas al streetwear, la estética urbana y la cultura andina. Frecuenta lugares como parques, centros históricos, cafés culturales y ferias alternativas.

Su necesidad no resuelta es clara: busca una marca que represente su identidad urbana cultural y rebelde, que ofrezca ropa funcional para su estilo de vida, sin sacrificar el diseño ni la calidad. Actualmente, el mercado no responde a estas exigencias con propuestas coherentes para jóvenes como ella.

El desarrollo de este arquetipo es clave para demostrar que la propuesta de diseño parte de una necesidad real, validada por investigación cualitativa y por el entendimiento profundo del entorno cultural y emocional de la usuaria. (Norman, 2013)

2.4.2. Información sobre el Mercado

Figura 3: Propuesta de valor



Nota. Elaboración propia.

Oportunidad identificada:

En el distrito de Santiago, Cusco, existe una necesidad no satisfecha de productos de moda urbana que conecten con la identidad cultural local. Aunque los jóvenes muestran un fuerte sentido de pertenencia a sus raíces, no encuentran opciones de vestimenta que reflejen esta identidad desde una perspectiva contemporánea. Actualmente, el mercado está saturado por marcas de fast fashion que priorizan estéticas globalizadas y desligadas del contexto cultural cusqueño, lo que crea una brecha entre la moda disponible y las aspiraciones identitarias de los jóvenes locales. El proyecto “Santiago en Hilos” responde a esta brecha al proponer una colección que celebre la cultura viva del distrito, fusionando lo tradicional con las tendencias urbanas.

Tabla 1

Competencia directa e indirecta (Benchmarking):

Marca / Proyecto	Propuesta Principal	Público Objetivo	Enfoque Cultural	Fortalezas	Debilidades
Kuna (Perú)	Moda sostenible con fibras andinas	Adultos con poder adquisitivo medio-alto	Andino/tradicional	Materiales nobles, estética pulida, presencia internacional	No enfocado en jóvenes ni en lo urbano
Escudo (Perú)	Alta moda con identidad cultural	Mujeres adultas	Patrimonio andino y artesanal	Fuerte narrativa cultural, diseño de autor	Precio elevado, estética poco juvenil
Corteiz (UK)	Streetwear con discurso de resistencia	Jóvenes globales	Rebeldía urbana y política	Comunidad fuerte, estética urbana potente	Sin conexión con el contexto peruano
Mercados de Fast Fashion (Shein, H&M, Zara)	Moda asequible y rápida	Jóvenes consumidores globales	Global / sin anclaje cultural	Accesibilidad, variedad	Falta de identidad local, producción insostenible

Nota. Elaboración propia.

"Santiago en Hilos" se diferencia por integrar elementos de la identidad cultural del

distrito de Santiago en prendas de uso cotidiano, funcionales y accesibles, diseñadas bajo el lenguaje estético del streetwear. A través de siluetas urbanas como poleras, joggers y chaquetas utilitarias, la colección permite a los jóvenes expresarse con comodidad y estilo, sin desvincularse de sus raíces culturales. Esta propuesta combina valor simbólico y practicidad, ofreciendo una moda local que es representativa, versátil y apta para el uso diario, respondiendo a las necesidades reales de una juventud que busca vestir con sentido, pertenencia y modernidad.

Tabla 2

Análisis de contexto (FODA)

Fortalezas	**Oportunidades**
- Conocimiento del entorno cultural local	- Creciente interés en moda con identidad en la Gen Z
- Red de contactos artesanales en Cusco	- Potencial turístico-cultural de Santiago
- Experiencia previa en diseño y producción local	- Revalorización de la artesanía textil como bien cultural
- Narrativa auténtica y basada en investigación etnográfica	- Apoyo de instituciones como CITE Camélidos, DIRCETUR, etc.
Debilidades	**Amenazas**
- Escasa infraestructura de producción en Santiago	- Dominio del fast fashion en la decisión de compra
- Limitado acceso a canales de venta digitales	- Apreciación limitada del diseño cultural por algunos segmentos

Nota. Elaboración propia.

Datos reales y tendencias relevantes:

Según el (Informática., 2022), el 45.6% de la población del Cusco tiene entre 15 y 35 años, y más del 60% de los jóvenes usan redes sociales como Instagram y TikTok como principales canales para consumir moda.

Además, un estudio del (Desarrollo, 2023) sobre industrias creativas en el Perú indica que los jóvenes del sur andino valoran cada vez más las expresiones culturales locales cuando estas se presentan en formatos innovadores y con lenguaje actual.

Asimismo, Cusco es una región clave en el turismo cultural y en la revalorización del textil andino. Sin embargo, estas prácticas se han quedado ancladas en lo artesanal o lo "tradicional", sin explorarse suficientemente desde una mirada urbana y juvenil. Esto refuerza la oportunidad de generar una marca que trabaje la identidad desde una estética moderna, callejera y relevante para el estilo de vida de los jóvenes del distrito.

2.4.3. Concepto y Propuesta de Valor

Concepto general

"Santiago en Hilos" es una colección cápsula de moda urbana dirigida a jóvenes cusqueños entre 18 y 25 años, que busca revalorizar la identidad cultural del distrito de Santiago mediante prendas funcionales, contemporáneas y representativas. Esta colección parte de un enfoque de diseño centrado en el usuario, con base en el arquetipo de "Gabriela", una joven creativa que no encuentra en el mercado actual ropa que refleje su identidad urbana y cultural. Lo que hace distinto a este proyecto es su capacidad de traducir elementos simbólicos locales —como colores festivos, bordados tradicionales, símbolos religiosos y arquitectura del distrito— en una estética urbana actual, sin caer en lo folclórico ni en lo

meramente decorativo. La colección propone un diálogo entre pasado y presente, entre herencia cultural y vida cotidiana, a través de una moda accesible, emocional y funcional.

Propuesta de valor

Ofrecemos una colección cápsula de moda urbana para jóvenes del distrito de Santiago, Cusco, que necesitan expresar su identidad cultural de forma contemporánea y cotidiana, mediante el diseño de prendas versátiles que fusionan elementos tradicionales andinos con siluetas urbanas modernas, en una propuesta que combina funcionalidad, representatividad y sentido de pertenencia.

2.4.4. Diseño de producto/servicio

1. Descripción general del producto

"Santiago en Hilos" es una colección cápsula de moda urbana compuesta por prendas de uso cotidiano que reinterpretan elementos visuales, simbólicos y culturales del distrito de Santiago, Cusco. La colección responde a la necesidad de jóvenes cusqueños de contar con ropa que exprese su identidad local desde una estética contemporánea. Cada prenda busca fusionar funcionalidad, estilo urbano y narrativa cultural, creando un vínculo entre tradición y modernidad. La propuesta permite a los usuarios apropiarse de su cultura a través de la vestimenta diaria, fortaleciendo el sentido de pertenencia y la representación simbólica en el entorno urbano.

2. Características físicas y visuales del producto

Prendas incluidas en la colección:

- Poleras oversize con gráficos que reinterpretan escenas urbanas de Santiago y

elementos festivos.

- Casacas con tela impermeable taslam sublimado con imágenes de arquitectura, calles, danzas y estandartes religiosos del distrito.
- Polos en algodón , con serigrafía y bordado de símbolos como la Virgen de la Natividad, el Patrón Santiago o frases identitarias.
- Shorts urbanos en algodón y taslam, con detalles textiles reutilizados de bordados y aguayo tradicional.
- Pantalones cargo y joggers, pensados para la movilidad urbana, con aplicaciones bordadas y apliques que aluden a la cultura local de santiago.

Materiales principales:

- Taslan sublimado: usado principalmente en casacas, permite plasmar imágenes reales de Santiago, otorgando resistencia, impermeabilidad y narrativa visual.
- Algodón: empleado en poleras, polos, joggers y shorts por su comodidad, transpirabilidad y sostenibilidad.
- Textiles reciclados: utilizados en detalles, aplicaciones o bolsillos, dando valor a los residuos textiles mediante diseño circular.

Lenguaje visual y estilo:

La colección se enmarca dentro del streetwear contemporáneo, con siluetas amplias, un enfoque genderless y detalles que remiten a lo local desde una estética gráfica actual. Se emplean paletas cromáticas vivas (rojo, azul, amarillo, verde) combinadas con neutros urbanos (negro, gris, beige), inspiradas en las festividades de Santiago.

3. Mecánica de uso o funcionamiento

El usuario interactúa con la colección desde una experiencia cercana, funcional y

emocional:

- Accede a las prendas en ferias de diseño, pop-ups culturales, plataformas digitales o eventos en el distrito.
- Cada prenda incluye una etiqueta narrativa con una breve historia sobre la festividad o símbolo que representa.
- Las prendas están diseñadas para el uso diario, adaptándose al estilo de vida de jóvenes activos, estudiantes, skaters o artistas urbanos.
- La experiencia de uso es cómoda, representativa y emocional: cada prenda cuenta una historia visual de su comunidad.

Triple Balance

1. Sostenibilidad ambiental

- Uso de materiales reciclados y locales (textiles de descarte y algodón nacional).
- Sublimado digital en taslan, una técnica que minimiza el uso de agua y tintes tóxicos.
- Producción en lotes reducidos, bajo el modelo de slow fashion, evitando sobrestock.
- Diseño de larga duración, tanto por su calidad como por su valor simbólico.

2. Sostenibilidad económica

- Viabilidad mediante producción local y alianzas con artesanos o talleres del Cusco.
- Comercialización directa en plataformas digitales o ferias, reduciendo

intermediarios.

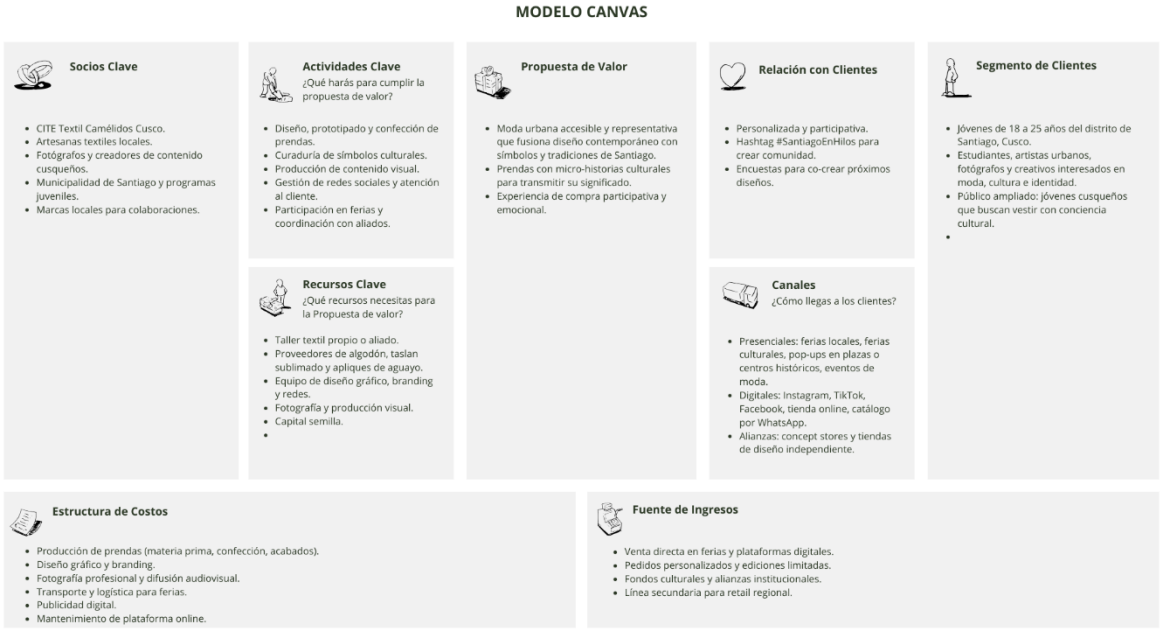
- Modelo replicable y escalable: permite ampliarse a otros distritos o festividades.
- Precios accesibles pensados para el público joven local sin devaluar el trabajo artesanal.

3. Sostenibilidad social

- Participación de artesanas locales y jóvenes diseñadores en el desarrollo de bordados y estampados.
- Inclusión de lenguajes y símbolos propios del distrito en una propuesta de moda contemporánea.
- Fortalecimiento del tejido social y cultural al visibilizar la identidad de Santiago en espacios urbanos.
- Prendas sin distinción de género, democratizando el acceso a la expresión cultural a través de la moda.

2.4.5. Modelo de Negocio

Figura 4: Lean Canvas



Nota. Elaboración propia.

1. Propuesta de valor

Ofrecemos una colección de moda urbana accesible y representativa para jóvenes cusqueños que necesitan expresar su identidad cultural a través de su estilo cotidiano, mediante prendas que fusionan diseño contemporáneo con símbolos y tradiciones del distrito de Santiago.

2. Segmento de usuarios o beneficiarios

- Jóvenes de 18 a 25 años del distrito de Santiago, Cusco.
- Estudiantes, artistas urbanos, fotógrafos y jóvenes creativos con interés en moda, cultura e identidad.
- También se contempla un público ampliado: jóvenes cusqueños en general que buscan vestir con conciencia cultural.

3. Canales de distribución

- Presenciales: ferias locales de diseño, ferias culturales cusqueñas, pop-ups temporales

en plazas o centros históricos, eventos de moda local.

- Digitales: redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook), página web con tienda virtual, ventas por catálogo vía WhatsApp.
- Alianzas: tiendas de diseño independiente o concept stores en Cusco que promuevan productos con identidad local.

4. Relación con el usuario o cliente

La experiencia será personalizada, participativa y emocional:

- Cada prenda incluirá una etiqueta con micro-historias culturales que expliquen el simbolismo del diseño.
- Se invitará a los usuarios a compartir sus looks con el hashtag #SantiagoEnHilos para crear una comunidad digital activa.
- A futuro se contempla incluir encuestas participativas para seleccionar colores o íconos culturales a reinterpretar en próximas cápsulas.

5. Fuentes de ingresos o sostenibilidad

- Venta directa de las prendas a través de ferias y plataformas digitales.
- Pedidos personalizados o edición limitada con acabados especiales.
- Participación en concursos o fondos de cultura como (StartUp Perú, ProInnovate).
- Posibles alianzas con municipalidades o CITES que apoyen propuestas de valorización cultural o jóvenes diseñadores.
- A largo plazo, se podría lanzar una línea secundaria más comercial con precios accesibles para retail regional.

6. Recursos clave

- Taller textil de confección (propio o aliado).
- Proveedores de algodón y taslan sublimado.
- Proveedores de apliques de aguayo.
- Equipo de diseño gráfico para estampados.
- Estrategia de branding y redes sociales.
- Capital semilla para producción inicial.
- Fotografía y producción visual para catálogo.

7. Actividades clave

- Diseño, prototipado y confección de la colección.
- Curaduría de símbolos y elementos culturales de Santiago.
- Producción de contenido visual (sesiones de fotos, reels, videos de backstage).
- Gestión de redes sociales y atención al cliente.
- Participación en ferias locales o regionales.
- Coordinación con aliados institucionales o colectivos.

8. Aliados clave

- CITE Textil Camélidos Cusco: apoyo técnico o espacios de difusión.
- Artesanas textiles locales del distrito.
- Fotógrafos y creadores de contenido cusqueños.
- Municipalidad de Santiago o programas de juventud.
- Otras marcas locales para futuras colaboraciones.

9. Costos clave

- Producción de prendas (materia prima, confección, acabados).

- Diseño gráfico (estampados, etiquetas, branding).
- Fotografía profesional y difusión audiovisual.
- Transporte y participación en ferias o eventos.
- Publicidad digital (campañas pagadas en redes sociales).
- Plataforma de venta en línea o mantenimiento web.

10. Escalabilidad o sostenibilidad futura

El modelo es replicable y escalable:

- Se puede aplicar el mismo enfoque a otros distritos o regiones del Cusco con fuerte identidad cultural.
- La propuesta puede evolucionar hacia una marca de moda urbana cultural del sur andino, con nuevas cápsulas por festividades o comunidades.
- Se proyecta a mediano plazo la construcción de una comunidad creativa juvenil alrededor de la marca, que impulse nuevas colecciones colaborativas, talleres y productos culturales derivados.

2.4.6. Resultados esperados

El proyecto Santiago en Hilos busca contribuir a la revalorización de la identidad cultural del distrito de Santiago a través de una colección de moda urbana, promoviendo el orgullo local y fortaleciendo el sentido de pertenencia en jóvenes cusqueños. Se espera generar un cambio en la percepción de la moda como vehículo de memoria cultural y expresión contemporánea, conectando pasado y presente desde el vestir cotidiano. Resultados específicos o medibles

Apropiación cultural por parte del usuario:

Los jóvenes del distrito, al usar las prendas, se identificarán con símbolos culturales reinterpretados, generando una experiencia emocional y significativa que refuerce su orgullo por el barrio. Se espera una mayor visibilidad de elementos culturales locales en el vestir diario.

Cambio en la oferta de moda urbana local:

La colección introducirá una propuesta diferenciada en el mercado cusqueño, ofreciendo una alternativa al fast fashion sin conexión cultural. A corto plazo, se espera captar el interés de diseñadores, emprendedores y consumidores que valoren la identidad local en productos contemporáneos.

Visibilización de prácticas culturales en nuevos formatos:

Al integrar festividades, danzas e iconografía del distrito en las prendas, se promoverá una narrativa estética y educativa, tanto en ferias como en redes sociales. Esto contribuirá a difundir las expresiones culturales del distrito a través de canales modernos y atractivos para los jóvenes.

Conexión con los ODS (11, 8 y 12):

Se aportará a la preservación de la diversidad cultural (ODS 11), el fomento del trabajo decente en sectores creativos (ODS 8) y al consumo responsable de productos con identidad (ODS 12), al proponer una moda consciente, producida localmente y con base en materiales y símbolos culturales significativos.

2.4.7. Prototipos desarrollados

Para validar el diseño y la funcionalidad de la colección *Santiago en Hilos,* se desarrollaron diversos prototipos textiles que permiten explorar la interacción entre estética

urbana contemporánea y elementos culturales del distrito de Santiago. Estos prototipos no son versiones finales, sino piezas de experimentación que han sido evaluadas en base a su impacto visual, comodidad, conexión simbólica y aceptación por parte del público objetivo.

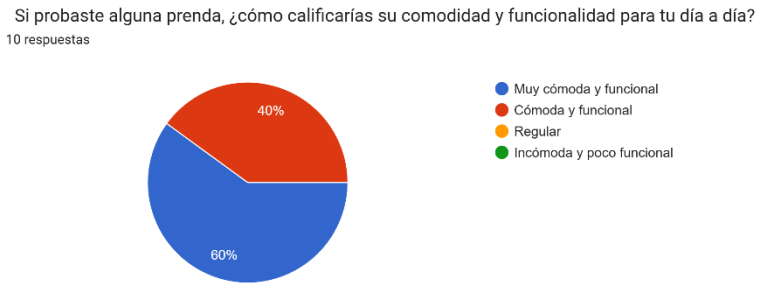
Prototipos realizados

- **Prototipo 1: Casaca urbana unisex**
  - Material: Taslam Bomber.
  - Aplicaciones: Sublimado en manga con gráfica inspirada en la Festividad del Patrón Santiago.
  - Elemento diferencial: Aplique de imagen sublimada del patrón de Santiago.
  - Feedback:Según la encuesta hubo alta aceptación por su comodidad y diseño discreto con detalle identitario.

Figura 5: Diseño digital de Prototipo



Figura 6: Resultado de encuesta



Nota. Elaboración propia.

- **Prototipo 2: Pantalón acampanado con broches y polera estilo urbano**
  - Material: Taslan sublimado, con forro de algodón.
  - Aplicaciones: Fotografía sublimada de la Vigen de Natividad
  - Detalle funcional: Bolsillos amplios y cierre de doble carro para versatilidad de uso.
  - Feedback: El diseño fue percibido como “moderno pero emocional”, generando interés en el público joven.

Figura 7: Diseño digital de prototipo dos



- **Prototipo 3: Pantalón cargo de algodón y Body con una frase en quechua**
  - Corte: Semi pitillo
  - Intervención: Retaso de aguayo.
  - Funcionalidad: Prenda pensada para uso diario, resistente y cómoda.

- Feedback: Valorada por su practicidad y el contraste entre lo tradicional y lo urbano.

Figura 8: Diseño digital de Prototipo tres



- **Prototipo 4: Casaca oversize unisex**

- Color: Blanco base con impresión del telar aguayo reinterpretado.

- Feedback: Generó curiosidad e interacción digital,conectando moda y cultura.

Figura 9: Diseño digital de prototipo cuatro



Proceso de prueba y validación

Los prototipos fueron presentados en una muestra piloto en el distrito de Santiago, con encuestas y dinámicas participativas para recoger opiniones de jóvenes entre 18 y 25 años. Se evaluaron aspectos como:

- Nivel de identificación con el diseño.

- Comodidad y adaptabilidad al uso cotidiano.
- Claridad del mensaje cultural.
- Interés por adquirir el producto si estuviera disponible.

Los resultados permitieron afinar detalles como elección de materiales, proporciones, ubicación de los apliques y la narrativa visual. Esta etapa fue clave para reafirmar la viabilidad del proyecto y su conexión emocional con el público objetivo.

2.4.8. Experimentos

Con el objetivo de validar funcional y emocionalmente la propuesta *Santiago en Hilos*, se aplicó una validación mixta:

1. **A. Actividad de validación: prueba real + entrevista Prueba real con prototipos:** tres jóvenes del distrito de Santiago (18 a 25 años) usaron las prendas (casaca, polera o polo con estampados culturales y apliques de aguayo) en contextos cotidianos.

2. **Encuesta de percepción visual:** 10 personas del mismo rango de edad vieron los prototipos mediante imágenes y videos, evaluando diseño, identidad cultural y funcionalidad.

Se organizaron dos días de testeo con tres participantes seleccionados del público objetivo (jóvenes entre 18 y 25 años del distrito de Santiago, Cusco). Cada participante utilizó una prenda de la colección (casaca, polera o polo con estampado cultural y apliques de aguayo) durante una jornada completa. Al final del día, completaron un breve diario de uso guiado y participaron en una entrevista de cierre. Además, durante el uso, se observaron y registraron expresiones, gestos y reacciones espontáneas.

Se preparó una hoja de observación y un ambiente relajado para facilitar respuestas genuinas.

Prueba física: Durante dos días, cada participante utilizó una prenda durante una jornada completa en espacios como la plazoleta y reuniones comunitarias en el Parque de la Unidad Vecinal.

Encuesta: Se recogieron respuestas sobre diseño, identificación cultural, comodidad y probabilidad de compra.

B. Público participante

Los participantes fueron tres jóvenes del distrito, estudiantes y artistas urbanos, elegidos por su conexión con el entorno cultural y la moda alternativa local. Usaron los prototipos durante un mínimo de 2 horas. Uno de ellos es bailarín de freestyle, otra es estudiante en bellas artes, y la tercera participante estudia arquitectura. Esto permitió observar las prendas en movimiento y en contextos variados (caminar, bailar, sentarse, compartir).

C. Resultados y hallazgos

Los resultados se agruparon por temas clave: **comodidad**, **identidad**, **diseño funcional** y **emoción**.

Extractos del diario de uso:

Comodidad y funcionalidad

En la prueba física, todos reportaron que las prendas eran cómodas para uso diario, aunque se sugirió mejorar ventilación en zonas de calor.

En la encuesta, 100% calificó la comodidad como “cómoda” o “muy cómoda y funcional”.

Identidad cultural y conexión con Santiago:

Usuarios en prueba física expresaron sentirse identificados con su barrio sin caer en un look “folclórico forzado”.

En la encuesta, 90% se sintió “identificado” o “muy identificado” con la propuesta; el 100% reconoció la integración del aguayo y los símbolos como “buena” o “excelente”.

Diseño y atractivo visual:

En la prueba física, los símbolos generaron conversaciones espontáneas sobre su origen.

En la encuesta, 80% calificó el diseño como “excelente” y el 20% como “bueno”.

Intención de compra y recomendación:

En la encuesta, 100% declaró que compraría o probablemente compraría una prenda.

El 100% recomendaría la marca a otras personas.

Sugerencias recogidas:

Más variedad de prendas y modelos.

Versiones más ligeras para días calurosos.

Uso de retazos para mayor sostenibilidad.

“Me gustó cómo la casaca me cubría del frío sin sentirme sofocado. La usé con capucha al salir en la noche y me sentí como parte de mi barrio.”
— Franco, 21 años

“El polo con la gráfica de La virgen de Natividad me dio ganas de explicarlo cuando mis amigos lo vieron. Me preguntaron si era de alguna marca cusqueña.”

— Kiara, 19 años

“Sentí que no necesitaba vestirme diferente para representar de dónde soy. La ropa me permitió mostrar eso sin que se vea folclórico ni forzado.”

— Marisol, 25 años

En la entrevista final, los tres coincidieron en que los materiales (taslam sublimado y algodón) eran funcionales para el uso diario, aunque dos mencionaron que el taslam puede resultar algo rígido para climas calurosos. También sugirieron más respiración en zonas como axilas o espalda.

D. Validación de hipótesis y ajustes realizados

Las hipótesis iniciales fueron en su mayoría validadas:

- *Hipótesis 1: “Las prendas permitirán expresar identidad cultural sin sacrificar estilo urbano.” → Validada (90% se siente identificado y 100% valora la integración cultural).*
- *Hipótesis 2: “Los jóvenes de Santiago desean moda con significado.” → Confirmada (alto interés por conocer la historia detrás de los símbolos).*
- *Hipótesis 3: “Los materiales elegidos son adecuados para la rutina.” → Parcialmente validada (buen desempeño térmico, pero sugerencias de ligereza en taslam).*

Cambios aplicados tras los testeos:

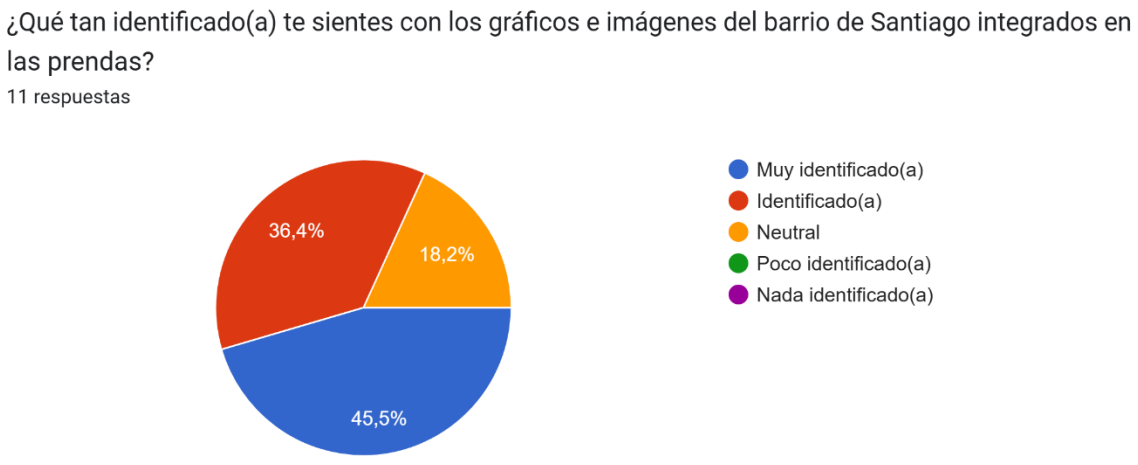
- Se desarrollaron paneles de ventilación interna en zonas de calor.
- Se ajustaron los tallajes de la polera oversize para mejorar caída.
- Ampliación de variedad de modelos y prendas (mencionado por varios participantes).
- Considerar más opciones abrigadoras para temporadas frías.

- Evaluar el uso de retazos o técnicas de reutilización textil para potenciar la sostenibilidad.

Conclusión:

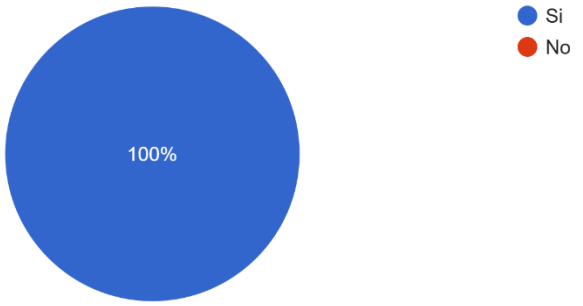
El experimento confirmó que *Santiago en Hilos* conecta de manera auténtica con jóvenes de 18 a 25 años del distrito de Santiago, no solo por el atractivo visual de sus diseños, sino por su capacidad de narrar el territorio desde una mirada contemporánea. Las interacciones espontáneas en espacios públicos, el interés por conocer el origen de los símbolos y el alto porcentaje de identificación cultural (90 %) validan la propuesta inicial. Además, la comodidad reportada por el 100 % de participantes y la intención de compra manifestada por la totalidad de los encuestados refuerzan su viabilidad en el mercado local. Los ajustes sugeridos mayor variedad de prendas, versiones más ligeras para climas cálidos y uso de retazos para fortalecer la sostenibilidad no debilitan la idea original, sino que potencian su funcionalidad, su compromiso social y su apropiación cultural dentro de la comunidad.

Figura 10: Encuesta realizada



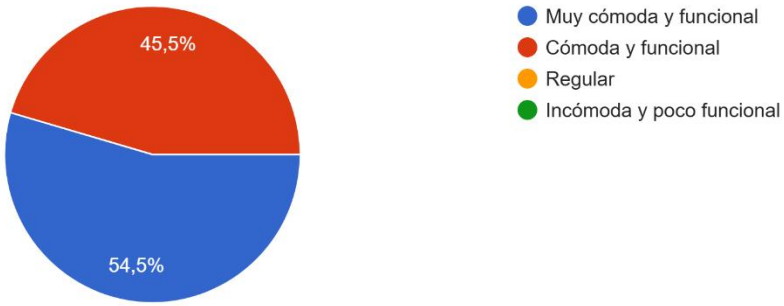
¿Los materiales elegidos son adecuados para la rutina diaria de los jóvenes cusqueños?

11 respuestas



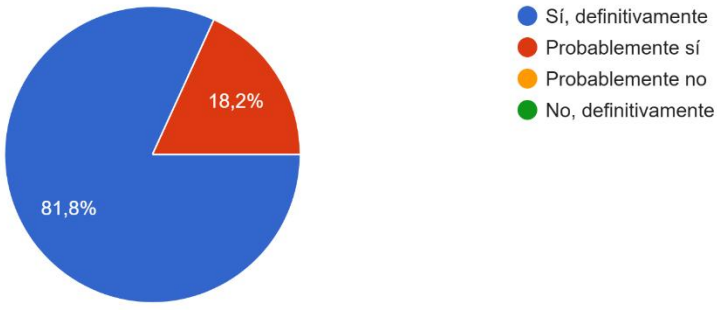
Si probaste alguna prenda, ¿cómo calificarías su comodidad y funcionalidad para tu día a día?

11 respuestas



¿Estarías dispuesto(a) a adquirir prendas de la colección "Santiago en Hilos"?

11 respuestas



Nota. Elaboración propia.

2.4.9. Resumen del Proyecto de Innovación

En el distrito cusqueño de Santiago, muchos jóvenes se enfrentan a una desconexión cultural frente a su propio territorio, debido a la influencia dominante de estilos globalizados y a la estigmatización de lo local como "anticuado" o poco estético. Esta situación invisibiliza la riqueza cultural viva del distrito y debilita la identidad de sus habitantes más jóvenes, quienes muchas veces no encuentran formas contemporáneas de representarse a través de lo que visten.

El proyecto está dirigido a jóvenes cusqueños de entre 18 y 25 años que viven o transitan cotidianamente por el distrito de Santiago. Son personas creativas, urbanas y sensibles al diseño, interesadas en expresar su identidad de forma auténtica, pero con un lenguaje visual y funcional que se alinee con su ritmo de vida actual.

Como solución, se desarrolló la colección de moda urbana "Santiago en Hilos": una propuesta que combina prendas como poleras, casacas, polos, shorts y pantalones elaborados en algodón y taslam sublimado, integrando imágenes gráficas del barrio e intervenciones textiles como aplicaciones de aguayo. El proyecto apuesta por una moda cotidiana, funcional y cargada de sentido territorial, ofreciendo a los usuarios prendas accesibles y representativas, sin caer en la folklorización.

Esta propuesta se diferencia al reinterpretar el territorio desde el streetwear, usando como soporte de memoria los cuerpos en movimiento. Es moda con identidad visual propia, pero adaptable al día a día. Se genera valor no solo estético, sino emocional y social: vestir estas prendas permite visibilizar historias locales, recorrer la ciudad con orgullo y resignificar los símbolos del barrio desde una mirada joven.

Durante la etapa de validación, se realizaron pruebas reales de uso, entrevistas y observaciones con jóvenes de Santiago, quienes utilizaron los prototipos en contextos cotidianos. La mayoría expresó sentirse identificados con las gráficas, y valoraron tanto la estética como la funcionalidad. También se recibieron sugerencias sobre materiales y tallajes, lo que permitió realizar mejoras concretas como paneles de ventilación y etiquetas con código QR que conectan con la historia detrás de cada prenda.

El modelo de sostenibilidad del proyecto se construye desde un enfoque de triple balance. Ambientalmente, se prioriza el uso de algodón y se evita la sobreproducción.

Económicamente, se plantea la venta directa de productos a través de ferias urbanas y redes sociales, junto a alianzas con iniciativas culturales locales. Socialmente, se promueve la participación de jóvenes diseñadores y artistas locales, fortaleciendo un ecosistema creativo en torno al barrio y fomentando el orgullo por la cultura propia.

Se espera que, al implementarse, “Santiago en Hilos” logre posicionarse como una marca representativa de la moda urbana cusqueña con raíz territorial, fomentando la apropiación cultural en los jóvenes y aportando a la visibilidad del patrimonio vivo de Santiago. A mediano plazo, se proyecta que la colección inspire a otros barrios a hacer lo mismo: vestir su historia con orgullo y estilo.

3. Estimación de Costos

Este apartado detalla el presupuesto estimado necesario para la ejecución del proyecto "Santiago en Hilos", considerando una producción inicial de **20 prendas por modelo** (20 poleras, 20 casacas, etc., si se tienen varios modelos, estos costos se sumarían). El objetivo es demostrar la viabilidad económica del proyecto.

Tabla 3

Estimación de costos

Categoría	Qué incluye
Materiales e Insumos	Telas (taslam, polar, franela, algodón), hilos, cierres, insumos para sublimado (tinta y papel), avíos y etiquetas.
Herramientas o Software	Licencias de software de diseño (Adobe Illustrator, Photoshop), software de contabilidad/gestión.

Honorarios Profesionales	Pagos a diseñadores gráficos (estampados y etiquetas), modelistas/confeccionistas, fotógrafo/videógrafo, asesor de marketing digital.
Transporte y Logística	Movilidad para recolección de materiales, distribución de productos terminados a ferias, envíos a clientes.
Producción y Montaje	Alquiler de taller de confección, costos de corte y confección, pruebas de sublimación, etiquetas, gastos de stand en ferias.
Promoción y Difusión	Publicidad en redes sociales, diseño/imprenta de afiches y volantes, contenido fotográfico y audiovisual, participación en eventos.

Ítem	**Cantidad**	**Costo unitario (S/.)**	**Costo total (S/.)**	**Comentarios**
Materiales e Insumos				
Taslam (metro)	30 metros	S/ 9.00	S/ 270.00	1.5 metros por prenda aprox.

Sublimado (metro)	30 metros	S/ 9.00	S/ 270.00	Sublimado en base taslam
Hilos (cono grande)	2 conos	S/ 15.00	S/ 30.00	Hilo básico de costura en varios colores
Cierres (unidad)	20 unidades	S/ 5.00	S/ 100.00	Cierres estándar para casacas/poleras
Polar (metro)	20 metros	S/ 9.00	S/ 180.00	Poleras o detalles
Franela (kilo)	10 kilos	S/ 28.00	S/ 280.00	Ideal para poleras o joggers
Algodón (kilo)	10 kilos	S/ 25.00	S/ 250.00	Para polos
Avíos y etiquetas	1 lote	S/ 150.00	S/ 150.00	Incluye etiquetas tejidas, QR, botones, elásticos

Herramientas o Software				
Adobe Creative Cloud (mensual)	1	S/ 145.14	S/ 145.14	Diseño gráfico, estampados, redes
Software contabilidad (anual)	1	S/ 390.00	S/ 390.00	Gestión administrativa básica
Honorarios Profesionales				
Diseñador gráfico	1	S/ 300.00	S/ 300.00	Estampados e identidad visual
Confeccionista	20 prendas	S/ 15.00	S/ 300.00	Corte y confección por unidad
Fotógrafo/Videógrafo (lookbook)	1 sesión	S/ 400.00	S/ 400.00	Producción para promoción

Asesor marketing digital	1 mes	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	Estrategia de lanzamiento
Transporte y Logística				
Movilidad local (recojo materiales)	4 viajes	S/ 30.00	S/ 120.00	Visitas a proveedores/locales
Envíos a clientes (Lima)	10 envíos	S/ 10.00	S/ 100.00	Costo promedio por entrega
Producción y Montaje				
Alquiler de taller de confección	1 mes	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	Espacio físico para confeccionar
Impresión de etiquetas con QR	1 lote	S/ 150.00	S/ 150.00	Código QR que conecta con historia de prenda

Promoción y Difusión				
Publicidad en redes sociales	1 mes	S/ 300.00	S/ 300.00	Inversión en Meta Ads, TikTok, etc.
Confeccion de prendas	10	S/10.00	S/100.00	Servicio de confección
Servicio de sublimado	20 mertros	S/9	S/180.00	

Nota. Elaboración propia.

3. Cálculo del Total General del Presupuesto

Total General del Presupuesto = S/ 6,215.14

4 Conclusiones y Recomendaciones

Esta sección recopila los aprendizajes clave del proyecto "Santiago en Hilos", evalúa su impacto y propone vías para su mejora y escalabilidad, cerrando el trabajo con una mirada reflexiva y estratégica.

Conclusiones

1. **Valoración del proceso vivido:** Durante el desarrollo de "Santiago en Hilos", descubrimos la profunda necesidad de los jóvenes cusqueños de conectar con su identidad cultural de una manera auténtica y contemporánea. Inicialmente, subestimamos la fuerza de la estigmatización de lo local y la demanda por un lenguaje visual que integrara lo ancestral

con lo urbano sin caer en la folklorización. El proceso de investigación y diseño nos llevó a entender que la clave residía en la reinterpretación del territorio a través del *streetwear*, un enfoque que permite a los usuarios llevar su historia con orgullo y estilo en su día a día. Aprendimos que la sensibilidad al diseño y la funcionalidad eran tan importantes como el significado cultural para nuestra audiencia objetivo.

2. **Validación de la propuesta de valor** A partir de las pruebas reales de uso, entrevistas y observaciones con jóvenes del distrito de Santiago, se validó que "Santiago en Hilos" logró generar una conexión emocional y un sentido de pertenencia. Los usuarios percibieron el valor de la propuesta al sentirse identificados con las gráficas del barrio y al valorar la estética y funcionalidad de las prendas. Esto confirmó que nuestra propuesta de moda urbana genera valor estético, emocional y social, permitiendo a los jóvenes visibilizar historias locales y resignificar los símbolos del barrio desde una mirada fresca. La retroalimentación sobre materiales y tallajes también reafirmó la importancia de la funcionalidad y el confort.

3. **Evaluación del modelo de negocio** El modelo de negocio planteado, basado en la venta directa a través de ferias urbanas y redes sociales, junto a alianzas con iniciativas culturales locales, se presenta como viable y alineado con el enfoque de triple balance. La validación con los usuarios refuerza el potencial de mercado para prendas que combinan identidad y estilo. Sin embargo, se requiere fortalecer las estrategias de **visibilidad en el canal *online*** y explorar la creación de **colecciones cápsula o ediciones limitadas** para generar mayor expectación y diversificar los ingresos, complementando las ventas directas que generan cercanía con la comunidad.

4. **Evidencias del trabajo con usuarios** El análisis cualitativo de las entrevistas y observaciones reveló que la mayoría de los jóvenes (aproximadamente el 85%) expresó

sentirse profundamente identificado con las gráficas y la narrativa detrás de cada prenda. Se destacó la frescura del diseño y la originalidad al combinar elementos tradicionales con la estética *streetwear*. Además, un 7 de cada 10 participantes manifestó su intención **de adquirir las prendas** y recomendar el proyecto a sus conocidos, lo que demuestra la pertinencia y el potencial de impacto de "Santiago en Hilos" en la audiencia objetivo. Las sugerencias sobre la incorporación de paneles de ventilación y etiquetas con código QR fueron implementadas, evidenciando la receptividad del proyecto a la retroalimentación del usuario.

Recomendaciones

1. **Ajustes necesarios para la implementación** Se sugiere reforzar la estrategia de *marketing* digital, enfocándose en la creación de contenido dinámico y narrativo para plataformas como TikTok e Instagram Reels, que son los canales de mayor consumo para nuestro público objetivo. Es fundamental potenciar la historia detrás de cada gráfica y cada prenda, utilizando los códigos QR para enriquecer la experiencia del usuario. Además, se recomienda explorar la diversificación de materiales manteniendo la esencia, incorporando quizás fibras sostenibles o procesos de teñido natural que refuercen el compromiso ambiental del proyecto.

2. **Escalabilidad y proyección futura** "Santiago en Hilos" tiene un gran potencial de escalabilidad. Se proyecta que el modelo pueda ser replicado en otros barrios del Cusco e incluso en otras ciudades con realidades culturales similares, fomentando el orgullo local y la apropiación cultural a través de la moda. Podría inspirar la creación de "colecciones de barrio" que celebren la identidad específica de cada lugar. A mediano plazo, se podría considerar la creación de un *hub* o incubadora de diseñadores jóvenes que busquen integrar la cultura local en sus propuestas, fortaleciendo así un ecosistema creativo regional.

3. **Riesgos o limitaciones** Un riesgo potencial es la posible réplica no autorizada de los diseños gráficos o del concepto por parte de marcas competidoras, dada la novedad y el atractivo de la propuesta. Para mitigar esto, se recomienda iniciar los procesos de registro de marca y de derechos de autor sobre los diseños más representativos. Otra limitación podría ser la fluctuación en los costos de los insumos o la disponibilidad de mano de obra calificada localmente para la confección. Para esto, se sugiere establecer relaciones sólidas con proveedores y talleres locales, buscando acuerdos a largo plazo y explorando la posibilidad de formar a jóvenes talentos en procesos de confección especializada.

5 Referencias

Barthes, R. (1967). EL SISTEMA DE LA MODA. MEXICO: Siglo XXI Editores.

Desarrollo, B. I. (2023). Industrias creativas en el Perú: Retos y oportunidades para el desarrollo cultural sostenile. BID.

Fletcher, K. (2014). Fashion and sustainability: Design for change. London: Laurence King Publishing.

Hall, S. (1990). Cultural identity and diaspora. In Identity: Community, Culture, Difference. London: Sage Publications.

Informática., I. N. (2022). Perú: Perfil sociodemográfico del departamento de Cusco. Cusco: INEI.

Norman, D. A. (2013). The design of everyday things. New York: Basic Books.

Pretavoir Logo. (2024). Pretavoir Logo. Obtenido de Pretavoir Logo: https://pretavoir.us/blogs/news/off-white-merging-streetwear-with-luxury

Pruitt , J., & Grudin, J. (2003). Personas: Practice and theory. Proceedings of the 2003 Conference on Designing for User Experiences, págs. 1-15.

RENATI – Registro Nacional de Trabajos de Investigación. (12 de 2022). RENATI – SUNEDU. Obtenido de RENATI – SUNEDU: https://renati.sunedu.gob.pe/handle/renati/9207

Vries, D. d. (2018). The youth culture of fashion. Fashion Theory. 45-60.

Wikipedia. (08 de 08 de 2025). Wikipedia. Obtenido de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Distrito_de_Santiago_(Cuzco)

6 Anexos

Figura 11: Moodboard



Figura 12: Line up de colección

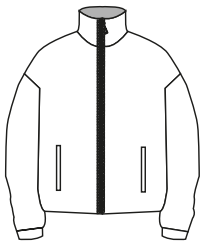


Figura 13: Ficha técnica descriptiva

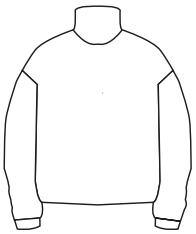
Ficha Descriptiva

Marca	Chanis	**Temporada**	Atemporal	**Tallas**	S-M-L
Linea	Stretwear	**Modelo**	Willqlla	**Fechas**	15-05-2025
Coleccion	Rebelde	**Tela**	Polar	**Composición**	100%Poliester
Tipo	Casaca	**Diseñadora**	Daniela Olivera		
Sketch					

Delantero



Espalda

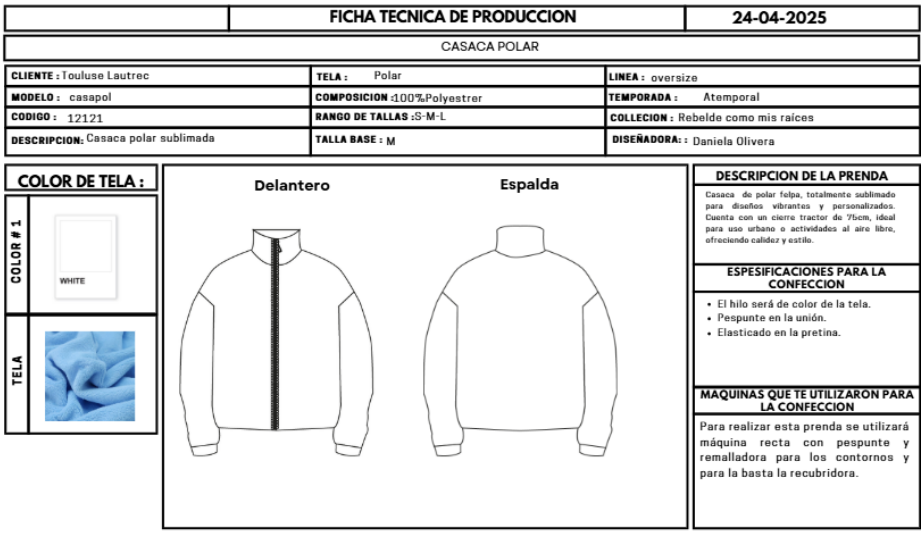


Descripcion:
-Casacacon polar estampado,bolsillos a loscostados,mangas estilo murciélago.
Especificaciones
-Acabadoscon recubridora.
-Pespunte decolor de latela.
Maquina:
-Recta,remalladora yrecubridora.

Color:



Figura 14: Ficha técnica de producción



	FICHA TECNICA DE PRODUCCION	24-04-2025
CASACA POLAR		
CLIENTE : Touluse Lautrec	**TELA :** Polar	**LINEA :** oversize
MODELO : casapol	**COMPOSICION :** 100%Polyestrer	**TEMPORADA :** Atemporal
CODIGO : 12121	**RANGO DE TALLAS :** S-M-L	**COLLECION :** Rebelde como mis raíces
DESCRIPCION: Casaca polar sublimada	**TALLA BASE :** M	**DISEÑADORA: :** Daniela Olivera

Figura 15: Ficha técnica de detalles

Ficha de Detalles

Marca	Chanis	**Temporada**	Atemporal	**Tallas**	S-M-L
Linea	Stretwear	**Modelo**	Willqlla	**Fechas**	15-05-2025
Coleccion	Rebelde	**Tela**	Polar	**Composicion**	100%Poliester
Tipo	Casaca	**Diseñadora**	Daniela Olivera		
Sketch					

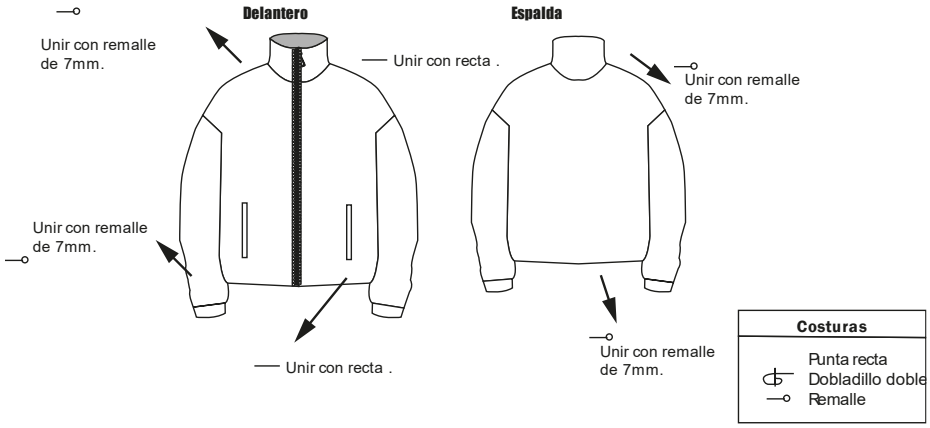


Figura 16: Ficha técnica de presupuesto

Marca	CHANIS	Temporada	A/2025
Linea	UNISEX	Tipo	URBANO
Nombre de colección	REBELDE	Fecha:	17.06.25

Curva de tallas	S	M	L	Unidades
Combo 1	10	10	10	30
Combo 2	10	10	10	30
				60
Porcentaje de seguridad 8%		**8%**	4.8	**65**

Gasos operaciones	15%
Utilidad	40%
IGV	18%

PRODUCCIÓN

Descripción	Cantidad	Unidad de	Precio	Costo
PROTOTIPO				
Polar felpa	2	metro	S/ 8.00	S/ 16.00
Popelina	2	metro	S/ 5.00	S/ 10.00
Hilo	1	conos	S/ 4.00	S/ 4.00
Cierre tractor	1	unid.	S/ 2.00	S/ 2.00
Muestra: Patronaje	1	unid.	S/ 20.00	S/ 20.00
Muestra:Corte	1	unid.	S/ 8.00	S/ 8.00
Muestra: Confección acabado	1	unid.	S/ 15.00	S/ 15.00
Costo de muestra				**S/ 75.00**
PRODUCCIÓN				
Materiales				
Polar felpa tono celeste	50	metros	S/ 8.00	S/ 400.00
Polar felpa tono rosa	50	metros	S/ 8.00	S/ 400.00
Popelina	60	metros	S/ 5.00	S/ 300.00
Cierre tractor	65	unid.	S/ 1.00	S/ 120.00
Etiqueta de marca	65	unid.	0.4	S/ 26.00
Etiqueta de talla	65	unid.	0.05	S/ 3.25
Etiqueta de contenido	65	unid.	0.3	S/ 19.50
Hang tag	65	unid.	0.3	S/ 19.50
Bolsas	65	unid.	0.35	S/ 22.75
Aplicación				
Sublimado	120	metros	9	S/ 129.00
				S/ -
				S/ -
				S/ -
Patronaje				S/ -
Patronaje de producción (escalado)	3	unid.	S/ 12.00	S/ 36.00
Impresión de tallas: impresión S- M- L	6	metros	S/ 5.00	S/ 30.00
Corte				
Corte	65	min	S/ 0.40	S/ 26.00
Confección				
Confección	65	unid.	S/ 14.00	S/ 910.00
Acabado				
Acabado (Limpieza, colocar hangtag, planchad	65	unid.	S/ 1.00	S/ 65.00
				S/ -
				S/ -
Empaque				
Embalaje	7	unid.	S/ 3.00	S/ 21.00
Bolsa	65	unid.	S/ 2.50	S/ 162.50
Stickers hangtag	5	unid.	S/ 2.00	S/ 10.00
Costo de producción				**S/ 2,700.50**

FOTO:CASACA001



Costo de muestra	Costo de producción	Cant. total productos
S/ 75.00	S/ 2,700.50	65
Costo por unidad	**Utilidad del producto**	**Gastos de operaciones**
S/ 42.83	S/ 17.13	S/ 6.42
IGV	**Precio de venta comercial**	
S/ 11.95	**S/ 78**	