ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Desarrollo de Marca de moda Streetwear con diseño transformable modular como estrategia sostenible frente a los desperdicios generados por el Emporio Comercial de Gamarra.

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN DISEÑO Y GESTIÓN DE LA MODA
PRESENTADA POR:

Andrea Hurtado Del Aguila
DNI:76168162, Perú

ASESOR

Silvana Tabata Espinoza Gomez
DNI: 75537883, Perú
ORCID: 0009-0000-1441-7470

JURADO

Mateo Nuñez Hayashi Rafael
Asmat Ballen Vanessa
Pérez Ortiz Johan Alexander

Lima, diciembre 2025

_Informe 0000018077-HURTADO II.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:546521372

Fecha de entrega
15 ene 2026, 2:30 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
15 ene 2026, 2:32 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
_Informe 0000018077-HURTADO II.pdf

Tamaño del archivo
15.5 MB

75 páginas

9459 palabras

53.230 caracteres

15% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

8%	Fuentes de Internet
2%	Publicaciones
14%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.° de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a mi familia, quienes me han acompañado y apoyado en cada paso de este camino, cada uno me ayudó en el desarrollo de este y más proyectos.

Gracias, de corazón.

Agradecimiento

Doy gracias a mi familia por cada día confiar en mí , a mi hermana Gabriela que fue una de las personas que más me demostró su apoyo, amor y ayuda en todo, además le doy las gracias a mis profesores, quienes me instruyeron en este arduo camino.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general 10

1.1 Título del Proyecto de Innovación 10

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 10

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 13

II. Descripción de la innovación 13

2.1 Planteamiento del Problema 13

2.2 Población beneficiaria 15

2.3 Objetivo(s) del proyecto 16

2.3.1 Objetivo General 16

2.3.2 Objetivo Específico 17

2.4 Marco referencial 17

2.4.2 Antecedentes 17

2.5 Proceso creativo y experimentos 21

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 21

2.5.1.1 Arquetipo 22

2.5.2 Hallazgos e Insights 24

2.5.3 Información sobre el Mercado 25

2.5.3.1 Oportunidad de Mercado 25

2.5.3.2 Competencia 25

2.5.4 Barreras de entrada 26

2.5.5 Alcance esperado 26

2.5.6 Mercado Objetivo del Producto 27

2.5.6.1 Demanda potencial en el Mercado/Segmento 27

2.5.7 Concepto y Propuesta de Valor 28

2.5.7.1 Scamper 29

2.5.7.2 Conceptualización 31

2.5.7.3 Propuesta de Valor 32

2.5.8 Diseño de producto/servicio 32

2.5.8.1 Concepto de Marca y colección 32

2.5.8.2 Caracteristicas Físicas 33

2.5.9 Modelo de Negocio 35

2.5.10 Resultados esperados 39

2.5.11 Prototipos desarrollados 40

2.5.12 Experimentos 42

2.5.12.1 Metricas y Hallazgos 44

2.5.12.2 Focus Group 45

III. Estimación de costos 53

3.1 Presupuesto 53

3.1.1 Costos operativos mensuales de Colección 54

3.1.2 Rango de precios 54

3.1.3 Inversión Inicial 54

IV. Conclusiones y recomendaciones 55

4.1 Conclusiones 55

4.2 Recomendaciones 55

V. Referencias Bibliográficas 57

VI. Anexos 61

6.1 Informe de Turnitin 61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Costos operativos mensuales de Colección 53

Tabla 2 Rango de precios 54

Tabla 3 Inversión Inicial 54

Tabla 4 Plan de actividades 73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol de problemas 15

Figura 2-Mapa de actores 16

Figura 3-Infinity 19

Figura 4 -DelosSantos 19

Figura 5-patchwork 20

Figura 6 Arquetipo 23

Figura 7 Mapa de empatía 23

Figura 8- RANK 29

Figura 9-Propuesta de Valor 32

Figura 10 Moodboard y Marca 33

Figura 11 Bocetos 34

Figura 12 moodboard de ideas 35

Figura 13 Modelo de Negocios 38

Figura 14 Prototipos iniciales 40

Figura 15 Checklist de Prototipado 42

Figura 16 Prototipos 45

Figura 17 Fichas técnicas 46

Figura 18 tabla UX 52

Figura 19 Tabla Receptora 52

Figura 20 Encuestas 70

Figura 21 Encuestas Focus Group 71

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Desarrollo de Diseño Transformable Y Modular Como Estrategia Sostenible De La Moda Urbana con Streetwear Adaptable.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación “Desarrollo de Diseño Transformable Y Modular Como Estrategia Sostenible De La Moda Urbana con Streetwear Adaptable” se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de tecnología de materiales y la actividad económica de industrias manufactureras, busca resolver la problemática de sobreproducción y los desechos textiles generados en el emporio de Gamarra en Lima Perú, teniendo como población beneficiaria los jóvenes activos de Lima metropolitana con edades de 16 a 30 años, con preferencia por la moda streetwear e interés en la sostenibilidad , funcionalidad y versatilidad. Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación. La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en el desarrollo de una marca de ropa modular/transformable creados a partir del modelo de upcycling, se trata de una colección inspirada en la estética de los años noventa, en esta colección se diseñaron 6 prendas modulares-transformables, que se adaptan mediante el uso de piezas desmontables

con ajustes como cierres, botones, broches,etc .Cada diseño permite el intercambio de mangas bolsillos u otros módulos, enfocándose en la estética, funcionalidad y facilidad de uso, este proyecto integra una visión de sostenibilidad al utilizar como recurso principal prendas/textiles próximos a ser descartados, proveniente de talleres con deadstock en talleres/tiendas de Gamarra, además con una estrategia de trade-in (intercambio). Esto con el fin de dar una nueva vida a materiales que serán desechados, transformándolos en piezas únicas. Se plantea que a modo de servicio la marca contará con un sitio web, contenido informativo, promociones(trade-in), y una comunidad en la plataformas de instagram,tiktok, pinterest, además se plantea realizar un evento piloto pop up, orientado a fomentar el vínculo emocional entre usuario y producto, ofrecer premios, difusión de el problema ambiental y promover el canje de prendas mediante dinámicas en redes sociales. Para la experimentación se diseñaron 6 prototipos digitales ilustrados con fichas técnicas, que demuestran el funcionamiento y diseño de cada prenda. En la etapa inicial se hizo una encuesta a 30 personas, conformada por 12 preguntas relacionadas con el diseño, funcionamiento y sostenibilidad, los resultado fueron positivos, generando interés por la estética, la utilidad de las prendas y un rango de precios, así mismo valorando el modelo sostenible upcycling, trade in y ferias Pop Up, a partir de los resultados, se identificaron dudas, críticas y oportunidades de mejora. En cuanto a la segunda etapa de prototipo de alta fidelidad, se realizó una prueba Focus Group a 10 personas, conformado por 10 preguntas con el fin de obtener una evaluación final sobre el proyecto y verificar si la propuesta cumple con los criterios identificados de la primera encuesta, los resultados mostraron respuestas positivas frente a la propuesta,además de mostrar un panorama viable comercialmente, funcional y acorde con el concepto de sostenibilidad, validando el proyecto. Se concluye que la solución propuesta demuestra ser viable, por la utilidad, diseño y sostenibilidad. El sistema modular aporta a reducir la sobreproducción al permitir múltiples usos en una prenda, además de proponer que

la producción sea de baja demanda y bajo el modelo upcycling, en cuanto a la parte comercial la propuesta plantea una posición rentable y dentro de la moda sostenible, lo se recomienda es la perfección de los mecanismos de transformación-modularidad, optimización de producción y ampliación de variedad de diseño.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

En tiempos modernos, la moda ha pasado por un cambio que incita la necesidad de responder ante la problemática ambiental y social que proviene por una excesiva sobreproducción. Es ampliamente conocido que una de las industrias más contaminantes es la textil, debido a la explotación intensiva de recursos, fabricación masiva derivada a la acumulación de desechos en vertederos. En ese sentido, Perú no es ajeno a esta realidad, particularmente, el emporio textil de Gamarra ubicado en la ciudad de Lima, que es parte de este problema, ya que diariamente se registra una producción a gran escala, albergando a 40,000 microempresas y produciendo s/5,200 millones en 2025 en ventas (PerúInforma, 2025) esto en base a el modelo FAST FASHION, que motiva la compra inmediata y desmedida, muchas veces desechando prendas/textiles que aún son óptimas tras un corto tiempo.

Frente a ello, este proyecto propone una colección innovadora inspirada en la estética Streetwear de los años noventas, prendas con diseños que buscan priorizar funcionalidad, sostenibilidad y la moda circular, esto mediante la utilización de tejidos destinados a ser desechados, para la creación de piezas versátiles. Incorporar prendas transformables dentro de este contexto permite extender la vida útil de la ropa, ofreciendo al usuario una alternativa adaptable, una misma pieza con diferentes usos y estilos . Así, la propuesta de un streetwear sostenible y transformable inspirado en los años noventas no

sólo rememora la nostalgia y estética urbana, sino también responde a una problemática global como lo es el impacto que genera la moda en relación al ambiente y la responsabilidad de consumir conscientemente.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

La moda como industria es proclamada como una de las más contaminantes globalmente, se sabe que, se generan toneladas de residuos cada año, todo esto debido a la sobreproducción y al desperdicio de mermas textiles durante el proceso de pre y post -fabricación.

Desde la perspectiva empresarial prevalece la razón de producción masiva. lo que genera una sobreoferta en tiendas y muchas veces esta no se llega a vender, terminan acumuladas o siendo incineradas, liberando gases que contribuyen a la huella ambiental de la moda.

Según Greenpeace (2021) “Se estima que el 73% de la ropa producida anualmente termina incinerada o en basureros, lo que contribuye a la contaminación terrestre y atmosférica. Además de estos microplásticos, la fabricación de ropa involucra el uso de químicos altamente dañinos para la salud humana, que se liberan en ríos y otros cuerpos de agua”.

En el contexto Peruano, esta problemática se evidencia en el emporio textil de Gamarra, ubicado en Lima, el cual abarca 40.000 establecimientos del sector textil y produce entre 2 a 6 toneladas de residuos diarios , cifra que hace ver el problema ambiental asociado al modelo Fast fashion, así como las deficiencias en la gestión de residuos, que se dan bajo esquemas informales (El Comercio,2024). Esta situación demuestra la necesidad

de diseñar e integrar estrategias que integren la formalización de los procesos de manejo de residuos y sistemas de reciclaje textil.

Así mismo, el modelo que predomina en este emporio, es conocido como Fast Fashion que limita a el diseño original ya que se enfoca únicamente en tendencias del momento, dejando de lado la durabilidad y versatilidad de la prenda.

La moda de consumo rápido prioriza los ciclos de producción acelerado a un bajo costo, lo que promueve prendas de corta vida útil y fomenta el consumo constante, mientras que los modelos más sostenibles, como el slow fashion, buscan que los consumidores inviertan en calidad y prolonguen el uso de prendas (Pontificia Universidad Católica del Perú,2024). En consecuencia la ropa deja de ser una adquisición, y se transforma en un producto de corta duración.

Sin embargo esta no es solo una problemática que involucre únicamente a las empresas sino a los consumidores en cuanto a sus hábitos de compra y post-compra. Delgado et al.,(2024) , en un estudio realizado en Lima Perú, sobre hábitos de consumo y disposición de prendas de vestir, encuestaron a un grupo de 250 mujeres, los resultados evidenciaron que el 25% de los usuarios prefieren desechar sus prendas y el 56,88% de los usuarios conservan la ropa obsoleta guardada en sus hogares, en lugar de desecharla u ofrecer a procesos de reciclaje o reutilización.

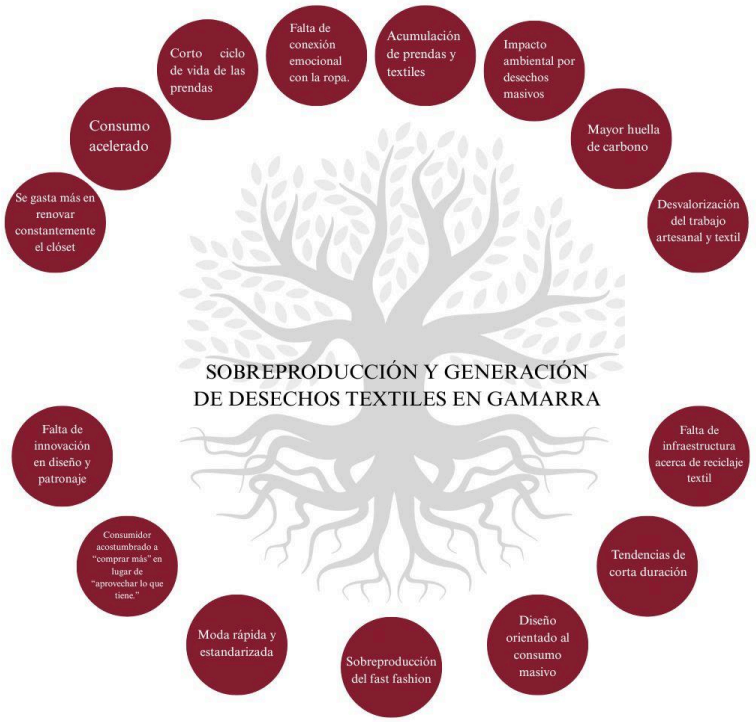
Aunque muchos usuarios opten por guardar ropa obsoleta en sus hogares, esta práctica no quita el problema de residuos, sino que lo posterga y que eventualmente termina en el sistema de desechos, contribuyendo a la saturación ambiental, evidenciando, la necesidad de brindar una propuesta de diseño sostenible y funcional.

Este panorama no solo nos muestra la dimensión del problema ambiental de la moda, sino también una crisis cultural y de consumo, en el que las prendas pierden la utilidad y significado a largo plazo.

Frente a ello se necesita buscar alternativas sostenibles que incluyan el aprovechamiento de mermas de tela y el diseño transformable (moda modular). En ese sentido, Jess Peter (2016) plantea que las empresas textiles jamás fabricarían prendas que incentivaran a los consumidores a comprar menos, sin embargo usar estrategias para la oposición del consumo irresponsable en relación al ambiente debe ser considerado como un avance auténtico. Así prolongar la vida útil de las prendas, reducirían las problemáticas mencionadas.

Este trabajo busca dar una solución, alineada a la ODS 12: Producción y consumo responsable.

Figura 1: Árbol de problemas



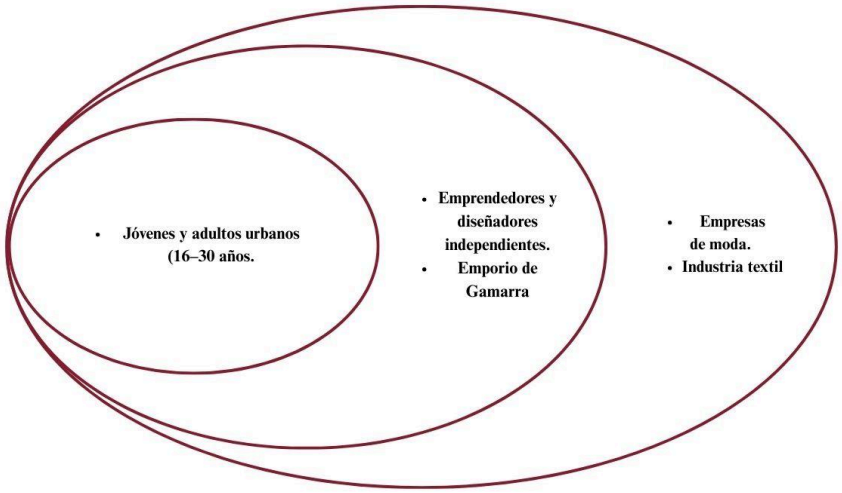
2.2 Población beneficiaria

El público objetivo se dirige a los jóvenes-adultos de 16-30 años, interesados en ropa que combine, estética, comodidad y funcionalidad, pero al mismo tiempo tenga un impacto de sostenibilidad.

Este grupo valora el slow fashion, la exclusividad de prendas, cuya expectativa es transformar vestimentas según necesidades, adaptándolas a diferentes contextos y estilos. De manera indirecta afecta a la sociedad y medio ambiente, al contrarrestar desperdicios, promoviendo un consumo más responsable.

Figura 2-Mapa de actores

MAPA DE ACTORES



2.3 Objetivo(s) del proyecto

2.3.1 Objetivos general

Diseñar un portafolio de colección cápsula de moda sostenible, estilo streetwear inspirado en los años noventas , con la incorporación de prendas transformables y

modulares, aprovechando el uso de residuos textiles, con la finalidad de proponer una alternativa viable y creativa frente al problema de impacto ambiental y sobreproducción generada por el modelo Fast Fashion en Gamarra.

2.3.2 Objetivos específicos

Indagar referentes previos referentes a la estética y cultura del streetwear de los años noventas, además investigar trabajos de moda modular-transformable a fin de sentar las bases de lo visual, conceptual y funcional de la colección.

Comprender los principios de la sostenibilidad con el objetivo de incorporar criterios de moda circular y el aprovechamiento de residuos textiles en la propuesta.

Crear un portafolio digital formado por 6 diseños de prendas, con propuestas versátiles, con el fin de evidenciar la viabilidad de la colección en cuanto a estética y funcionalidad.

Examinar la propuesta a través de encuestas a 20-30 participantes, con el propósito de medir las métricas y optimizar el trabajo en relación con la sostenibilidad y diseño.

2.4 Marco referencial

Siendo los desperdicios masivos, una problemática global, se han buscado y planteado propuestas de solución.

2.4.1 Antecedentes

En un contexto nacional la moda circular plantea un modelo económico de moda sostenible a comparación del tradicional. Este enfoque impulsa la creación de ropa que pueda tener múltiples vidas útiles, ya sea mediante su transformación, recuperación de

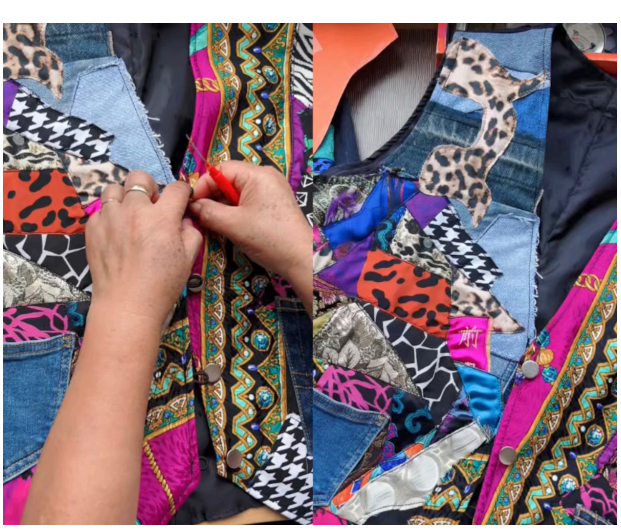
materiales o retorno seguro al medio ambiente. (Universidad Europea, 2024). De acuerdo con el enfoque mencionado, el upcycling es presentado como una estrategia clave dentro de la moda circular que tiene un enfoque de reciclaje, en donde los desechos que usualmente terminan en vertederos o incineración, se convierten productos nuevos, que pueden tener un valor de venta más elevado tras ser usados (Aus et al ,2021, como se cita en Dávila, 2023).

Cruz y Lucero (2019) para obtener el grado bachiller en Diseño y Gestión de moda en la universidad Peruana de Ciencias UPC, desarrollaron un trabajo de investigación analizando el uso del upcycling como estrategia para promover el slow fashion-moda sostenible en la región lima Perú. Los autores señalan que la industria textil tiene impactos negativos en el medio ambiente por medio del uso constante de recursos no renovables y la acumulación de residuos. El estudio identifica a diversos diseñadores de latinoamérica que adoptan prácticas de upcycling como técnica para crear nuevas propuestas de diseño, con mayor valor y menos impacto en la huella de carbono.

También menciona los retos que existen, como la desinformación, el consumismo como práctica cotidiana, y la falta de inversión en maquinarias especializadas.Así mismo, propone que el upcycling es una vía para impulsar cambios en los procesos de producción, actitudes del consumidor hacia un consumo más responsable.

En ese contexto, (El Comercio,2025) señala que un claro ejemplo es Infiniti, una marca peruana que aplica este principio al darle una nueva vida a la ropa que está por ser desechada, confeccionado con la técnica de patchwork, señalando que es una de las formas de combatir la sobreproducción en la industria de la moda.

Figura 3-Infinity





Así mismo, DelosSantos una marca de moda artesanal de lujo, presentó su colección “Cachiche”, en el cual explora técnicas como el patchwork con productos recuperados de tiendas de segunda mano, además de usar botones recuperados, evidenciando que el upcycling puede incorporarse en propuestas de diseño exclusivas (FashionUnited,2021).

Figura 4 -DelosSantos



En un contexto internacional una de las prácticas textiles que reducen el desperdicio y fomenta la moda circular, es el patchwork. En ese sentido, Avendaño y Lucia (2024) en su proyecto por el título profesional de diseño y gestión de Moda en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, desarrollan un análisis acerca de esta técnica, que se considera un método de antigüedad, que ha ido evolucionando y consiste en unir piezas pequeñas de tela para crear piezas más grandes y funcionales.

Las autoras afirman que esta técnica está alineada al concepto de upgrade, que consiste en tomar un componente desechado y transformarlo a un producto de mayor valor, que a su vez está relacionado con término upcycling que tiene como propósito, valorarlos materiales reutilizados, impulsando la creatividad e innovación, además de reducir la contaminación y el impacto ambiental.

Figura 5-patchwork





Según Cuore (2025) “la moda modular, más allá de ser una tendencia, es una forma de responder a varias necesidades, siendo una opción sostenible al ofrecer ropa más versátil,

compras menos pero la usas más, lo que ayuda a reducir el consumo innecesario y alarga la vida de cada prenda".

Dentro de este concepto se encuentra el diseño transformable, definido como aquellas prendas creadas para múltiples usos, adecuados a diferentes circunstancias.
Haddad (2024) propone un proyecto de diseño urbano que permite convertir un pantalón en bolso, esta propuesta busca integrarse en el diseño de moda para prolongar la vida útil de este artículo, fomentando un enfoque sostenible minimizando los desechos y promoviendo una conexión emocional con el producto.

Así mismo, frente a la problemática Alvira(2020) desarrolló una idea para adquirir la titulación profesional en diseño de moda dentro de la Corporación Unificada Nacional De Educación Superior (CUN). En su investigación plantea que existe una falta de propuestas innovadoras y funcionales en el mercado streetwear-sportswear en Colombia. Por ello, propone un diseño que fusiona tecnología, funcionalidad y diseño modular, contemplando las exigencias de compradores que resaltan la innovación y practicidad en prendas urbanas y deportivas. Para respaldar su propuesta, realizó entrevistas a grupo de 69 personas, concluyendo que, en una era digital y de innovación, las persona en Bogotá sienten el vacío de nuevas propuestas que trascienden el concepto básico de las prendas convencionales deportivas-urbanas, además la autora reconoce que existe una oportunidad de negocio en la ropa modular transformable, resaltando la creación de nuevas prácticas y vínculos entre los consumidores y sus productos.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

A partir de esta investigación, se identifica a los principales usuarios, como jóvenes-adultos activos de Lima metropolitana con edades de 16 a 30 años, con preferencia por la moda streetwear e interés en la sostenibilidad , funcionalidad y versatilidad, Así mismo este público , hace uso de las redes sociales y une la compra de productos en plataformas online como en tiendas físicas.

En latinoamérica los jóvenes optan por guardarropas con prendas como joggers, hoodies, chaquetas amplias, ropa urbana cómoda que prioriza la originalidad, personalización, además de reflejar un estilo cultural, que da vida a piezas únicas, Dominguez (2025).

En el caso de Perú, las nuevas generaciones tienen preferencia hacia la compra de productos duraderos creados bajo criterios éticos, influenciados por redes sociales, principalmente Tiktok e Instagram, que impulsan una imagen de moda nacional como la internacional. En Lima, particularmente por distritos como Barranco, San Isidro y Miraflores, destaca un estilo relajado compuesto por casacas grandes, pantalones anchos, zapatillas retro, y una presencia notable de la sostenibilidad, estos factores se hacen presente en empresas emprendedoras, marcas independientes y ferias urbanas (Diario Cusco, 2025) .

Además se señala que en Perú, que los jóvenes de entre 12 y 34 años, un 39% realizan adquisiciones vía online por medio de su celular, a la par, el 36% son compras de accesorios y moda. (Payares, 2022, como se cita en Ibope Media, 2021).

Este comportamiento confirma una oportunidad de ofrecer al público juvenil de Lima propuestas de moda con innovación y sostenibilidad.

2.5.1.1 Arquetipo:

A partir de este análisis se establece que los principales usuarios, son los jóvenes-adultos , de manera más específica, se identifica que:

Figura 6 Arquetipo



NOMBRE: ALEJANDRA
EDAD: 23AÑOS
CLASE SOCIAL: MEDIA
UBICACIÓN: MIRAFLORES

MARCAS QUE CONSUME:
Principalmente va a ferias independientes.

PROFESIÓN:
Diseñadora gráfica

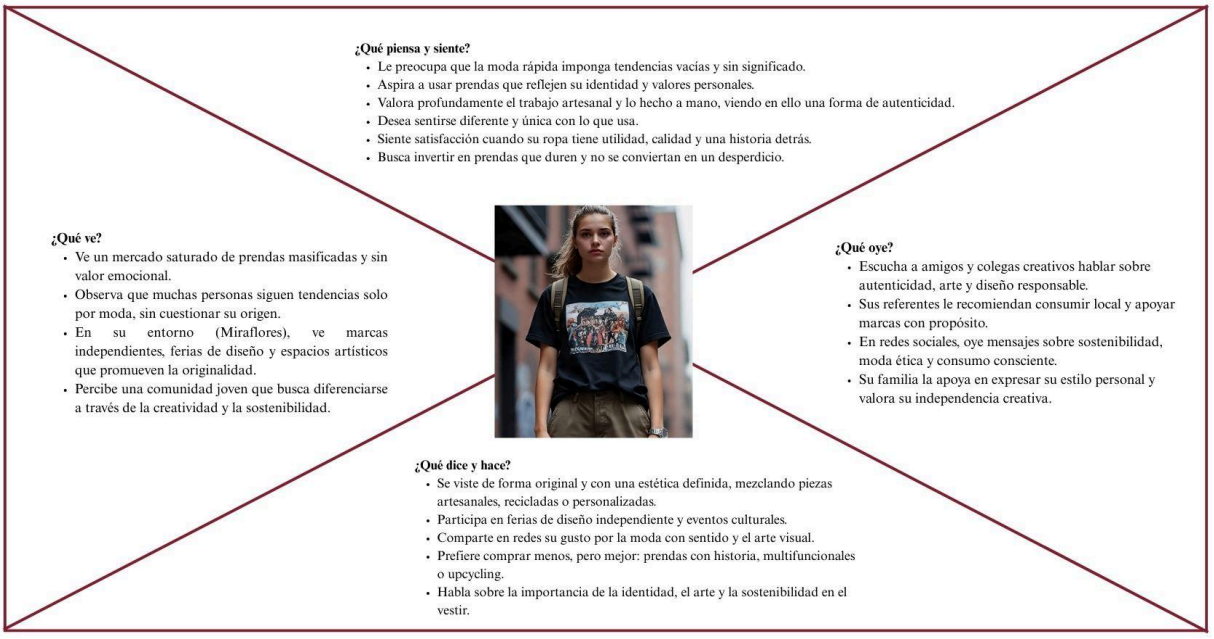
RELACIÓN CON FAMILIA:
Mantiene una buena relación con su familia, quienes valoran que elija un camino distinto en su forma de vestir. Sus amistades son jóvenes creativos y artistas que buscan autenticidad; con ellos comparte conversaciones sobre música y arte

EN SU TIEMPO LIBRE:
Disfruta ir a exposiciones de arte, eventos , lanzamientos de moda, cenas temáticas, viajes culturales, le gusta ir a Ferias a buscar nuevas prendas de vestir.

QUE LE MOLESTA:
- Que la moda rápida imponga tendencias vacías y superficiales.
- Sentir que muchas prendas no representan su identidad
- La poca valoración del trabajo artesanal y hecho a mano frente a lo industrial.
- No saber que hacer con la ropa que tiene en casa y ya no usa.

QUE NECESITA:
- Prendas con estetica definida
- Prendas upcycling que se acoplen a diferentes situaciones y pueda cambiar de diseño con un solo movimiento
- Ropa de utilidad que no sea unicamente para un solo uso.
- sentir que esta haciendo una inversión y no un desperdicio.
- Servicio de personalizacion para diferenciarse de otras prendas

Figura 7 Mapa de empatía



2.5.2 Hallazgos e insights:

1. La sostenibilidad se percibe como algo costoso en comparación a la moda rápida

A pesar del interés por la sostenibilidad, muchos usuarios asocian las prendas sostenibles con precios elevados, sin embargo, si se analiza la durabilidad, calidad y posibilidad de transformación, estas prendas son una inversión a largo plazo con un impacto positivo.

INSIGHT: INVERTIR EN PRENDAS SOSTENIBLES SIGNIFICA APOSTAR POR UNA INVERSIÓN A LARGO PLAZO, MENOS COMPRAS, MÁS PERTENENCIA.

2. La cultura urbana valora la autoexpresión y la personalización

Los usuarios muestran preferencias por la personalización de prendas, para diferenciarse. El diseño modular/transformable, facilita esa necesidad , permitiendo combinar piezas y descubrir nuevos estilos.

INSIGHT: VESTIRSE ES DAR VIDA A TU IDENTIDAD, EL DISEÑO MODULAR/TRANSFORMABLE AYUDA A VER NUEVAS PERSPECTIVAS DE UNO MISMO.

3. Los usuarios con un estilo urbano streetwear, buscan prendas versátiles y funcionales.

Se indica que el público juvenil prefiere buscar prendas que se adapten a diferentes ocasiones, sin perder la comodidad ni autenticidad.

Existe una tendencia hacia la funcionalidad.

INSIGHT: EL USUARIO URBANO, NO BUSCA ROPA, BUSCA PRODUCTOS QUE SE TRANSFORMEN CON EL.

2.5.3 Información sobre el Mercado:

2.5.3.1 Oportunidad de Mercado:

En nuestro país los residuos textiles ocupan más de 47,500 toneladas, siendo la capital Lima, la principal fuente del 60%, proviene en masa de talleres de manufactura y prendas obsoletas (La República,2022).

De acuerdo con el Ministerio de Ambiente (2021) la moda sostenible gana más fuerza en nuestro País, promoviendo un sistema circular productivo, saludable en relación al medio ambiente. Asimismo, el Ministerio de la República (2023) resalta el interés de la industria textil en integrar tecnologías que reutilicen residuos textiles, contribuyendo a la generación de economía circular.

En ese contexto es evidente que en la actualidad, hay una oportunidad consolidada para el upcycling en el Perú, rescatando materia prima en desuso y transformándola en piezas con un nuevo valor, originalidad y personalización, este proyecto se sitúa hacia un público creciente interesado en la moda urbana con conciencia, integrando funcionalidad, diseño modular/transformable y una estética nostálgica.

2.5.3.2 Competencia:

A nivel Nacional, existen ferias y eventos independientes que re venden ropa de 2da mano con el propósito de reutilizar, y en el sector privado marcas de Ropa streetwear que practican upcycling o moda circular, PerroLoco, Rome store, Infinity, REWEAR.

A nivel internacional se presentan diferentes marcas como ISH upcycled Wear, PLNGNS, Saint muse, marcas que combinan el estilo streetwear con prácticas upcycling.

2.5.4 Barreras de entrada:

A pesar del crecimiento de conciencia ambiental, existen obstáculos importantes como:

1. la posible percepción limitada del consumidor frente al uso de materiales reciclados, asociándolo con una baja calidad o poco valor estético.
2. Otro obstáculo es la competencia con la moda rápida (fast fashion) que ofrece precios bajos y propone ofertas en el mercado, lo que dificulta el posicionamiento de un emprendimiento sostenible.
3. La falta de infraestructura tecnológica y proveedores especializados en clasificación y reacondicionamiento de residuos textiles, que agrega costos de producción artesanal.

2.5.5 Alcance esperado:

Se tiene la expectativa de que lo planteado reduzca los niveles de residuos textiles en el emporio Textil Gamarra, impulsando una transformación en los hábitos de diseño de moda, impacto ambiental y ética, relacionadas con una producción sostenible y consciente.

En Lima, Perú, se fija que el 36,5% es población joven-adulta de entre 15 a 39 años, cuyo valor representa el total de la población nacional (Ministerio de la república, 2025), con este dato se estima que en la población haya 1,5 millones de jóvenes, siendo este un segmento con mayor interés por la innovación y conciencia en la moda, por ello se espera que la propuesta se posicione como un referente de diseño streetwear para esta generación, aportando al desarrollo de una cultura de moda consciente.

2.5.6 Mercado Objetivo del producto:

El mercado objetivo de la propuesta se conforma por jóvenes de 16 a 30 años, residentes en Lima Metropolitana, con un grado socioeconómico B - A, con acceso a internet, en plataformas como instagram, tiktok, whatsapp, pinterest.

Este nicho muestra un interés por la moda streetwear inspirado en la moda retro de los años noventa, valorando la originalidad, autenticidad y versatilidad que pueda adaptarse a distintos contextos, además, mostrando preocupación por el impacto ambiental inclinado al uso de productos hecho con materiales reciclados y procesos sostenibles, consumidores conscientes con aprecio por el trabajo artesanal, historia y valor, mostrando disposición para pagar un precio justo por artículos de calidad, en ese sentido este proyecto se dirige a un grupo que combina, conciencia, exclusividad, versatilidad y estilo, representando expansión dentro de la moda peruana.

2.5.6.1 Demanda potencial en el mercado/segmento:

Se conoce que la gente en nuestro país gastan un 5% de su salario en artículos de moda, indicadores que destacan a Perú como el país con mayor gasto en moda por encima de países como Colombia, Ecuador y Venezuela, además, se reporta que los peruanos destinan el 75,26% del gasto en prendas de vestir más que el calzado (González, 2023).

En ese sentido, se identifica una demanda potencial en el segmento de jóvenes, con mayor disposición de inversión en moda sostenible. Se estima que el gasto medio mensual en moda para este público radica entre los 200-300 soles por persona considerando su nivel socioeconómico y afinidad con la propuesta.

Asimismo, se afirmó que en el público joven y adulto joven predominan las compras en línea, dentro de este el 21, 84% invierte desde 200 hasta 500 soles y el 16,56% invierte desde 500 hasta 750 soles en productos y servicios, destacando la categoría de moda y accesorios concentrada en un 50,60% (El comercio, 2023).

Este panel nos refuerza la existencia de demanda para proyectos de moda urbana sostenible, integrando la innovación modular y la conciencia ambiental con una propuesta de valor diferencial dentro del mercado peruano.

2.5.7 Concepto y Propuesta de Valor:

Edificando este concepto y propuesta de valor, iniciamos del empleo del pensamiento divergente, usando una lluvia de ideas poco convencionales e inspeccionando diferentes soluciones viables. El procedimiento concedió ampliar diferentes posibilidades para decidir cual corresponde apropiadamente a este problema.

El principal objetivo es disminuir los residuos textiles, para ello se generó diversas ideas, como son:

➔ Marca-Colección de ropa modular/transformable con diseños alineados a una estética streetwear de los noventas a base de técnicas upcycling.

➔ Talleres de confección y costura para enseñar a los usuarios como hacer ropa a partir de la técnica upcycling

➔ Charlas informativas acerca de la influencia ambiental en relación a la industria de la moda

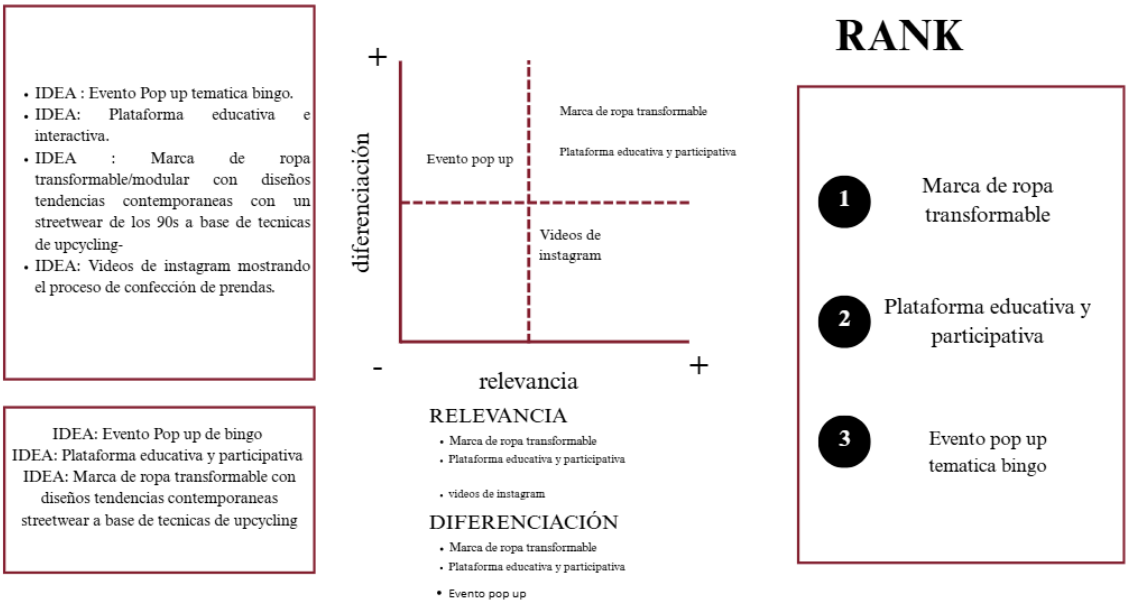
➔ Plataforma educativa e interactiva en donde se venda ropa upcycling , además de información y sugerencias de estilos enfocadas en streetwear

➔ Participar en eventos Pop Up con temática Bingo para ganarse prendas upcycling.

➔ Videos en Instagram mostrando procesos de confección de prendas.

A partir de estas ideas, se evaluaron las propuestas de acuerdo a la deseabilidad, viabilidad y factibilidad, escogiendo 4 ideas que filtramos de acuerdo a su diferenciación y relevancia.

Figura 8- RANK



2.5.7.1 SCAMPER

Para mejorar nuestra propuesta , nos planteamos diversas ideas para potenciar la innovación y sostenibilidad, A parte del método SCAMPER cada punto nos permitió explorar nuevas formas de ir mejorando los procesos, materiales y experiencias que brinda el proyecto.

En la etapa Sustituir, planteamos reemplazar el uso de materiales naturales por prendas/textiles destinados al desecho, extendiendo su ciclo de vida y reduciendo residuos textiles.

En la etapa Combinar, proponemos unir las ideas de una marca de ropa modular/ transformable con una plataforma digital interactiva. Esta web permitirá al usuario comprar prendas y explorar combinaciones de estilo, además de conocer el proceso de fabricación, generando una experiencia educativa e interactiva.

En la etapa Adaptar, buscamos que las prendas se acoplen a distintos estilos y situaciones de uso, como piezas versátiles que se transformen.

En la etapa Modificar, se plantea la posibilidad de reducir la sobreproducción a través de un sistema pre-order o fabricación controlada, evitando desperdicios.

En la etapa Poner otro uso, proponemos usar las plataformas como herramienta educativa, a través de campañas, se busca informar a la población joven sobre el impacto ambiental e impacto de sobreconsumo, apuntando a destacar el tiempo de vida de prendas en la moda.

Etapa Eliminar, buscamos retirar componentes innecesarios como la cantidad de empaques desmedidos, producción en masa o diseños repetitivos. La marca se centrará en prendas atemporales, con durabilidad y sostenibles, fortaleciendo lo auténtico y el valor del artículo.

Finalmente la etapa Reordenar, planteamos invertir el proceso normal de venta, nuestra estrategia es generar conciencia a través de redes sociales, para luego lanzar la colección en pre-venta exclusiva y finalizar con la producción necesaria. Este planteamiento favorece la idea de sostenibilidad y conexión con el público.

2.5.7.2 Conceptualización:

La marca RAW 90 propone una opción de moda sostenible, que reinterpreta el estilo streetwear de los años noventa, presentando prendas modulares/transformables funcionales creadas a partir de ropa/ textiles reciclados. Esto a través del modelo moda circular-upcycling en donde las piezas adquieren una nueva vida, fusionando conceptos como comodidad, estilo y conciencia ambiental. Este proyecto busca conectar al usuario con la ropa desde el punto de nostalgia y versatilidad, sumando una plataforma web interactiva que informa y educa acerca de los procesos de confección sostenible, visionamos adicionar experiencias pop up para fortalecer el vínculo de producto- usuario y expandir la visibilidad de la propuesta. Nuestro diferencial se encuentra en la originalidad funcional y el enfoque de concientización que transforma cada prenda en una pieza adaptable y duradera.

2.5.7.3 Propuesta de Valor:

Figura 9-Propuesta de Valor



Según lo analizado, la propuesta está enfocada en brindar una opción de sostenibilidad con diseños streetwear transformable, hechos a partir de materiales reutilizados. Cada prenda busca reducir el impacto ambiental impulsando la moda funcional, versátil y consciente para jóvenes.

2.5.8 Diseño de producto/servicio

2.5.8.1 Concepto de Marca y colección:

RAW 90 es una marca que nace de la fuerza de las subculturas urbanas que dominaron los años noventa, el hip-hop y el skate. La marca es una declaración de libertad, comodidad y autoexpresión, inspirada por una era donde la ropa era una forma de resistencia y pertenencia. Cuya esencia representa un espíritu rebelde y contracultural, referentes visuales del rap y el graffiti, y un enfoque en la comodidad: siluetas oversize,

textiles densos pero ligeros como el drill, el taslan y el denim, además de inspirarse en una estética nostálgica adaptada a las nuevas generaciones.

BACK TO BLOCK es una colección cápsula de 6 diseños streetwear, diseños modulares transformables que regresa al origen: la calle como lienzo, como pista de skate, como escenario de freestyle y como pasarela de quienes nunca siguieron las reglas. No se busca revivir una época, sino rendir tributo al espíritu fundador del streetwear, una cultura visual y con actitud nacida del hip-hop, el graffiti, el breakdance y el skate.

Figura 10 Moodboard y Marca





2.5.8.2 Características físicas

En esta colección cada prenda está hecha con el propósito de acoplarse a diferentes usos, ofreciendo posibilidades multifuncionales, adaptando mangas, bolsillos o partes desmontables entre distintos modelos, con sistemas de cierre, botones, broches, velcros, cremalleras, que garantizan la funcionalidad y facilidad de uso.

Así mismo, esta propuesta se centra en la sostenibilidad, haciendo uso de prendas/textiles próximos a ser descartados, proveniente de talleres con deadstock en talleres/tiendas de

Gamarra, canjes con el modelo trade-in, esto con el propósito de dar una nueva vida a materiales descartados convirtiéndolos en piezas únicas.

A modo de servicio, la marca contará con un sitio web, en donde se pueda obtener la ropa, además de acceder a un foro informativo sobre el sobreconsumismo y desechos textiles en Perú-Gamarra, además de conocer los procesos de confección de la marca, el contenido integrará una sección de eventos y promociones de la marca.

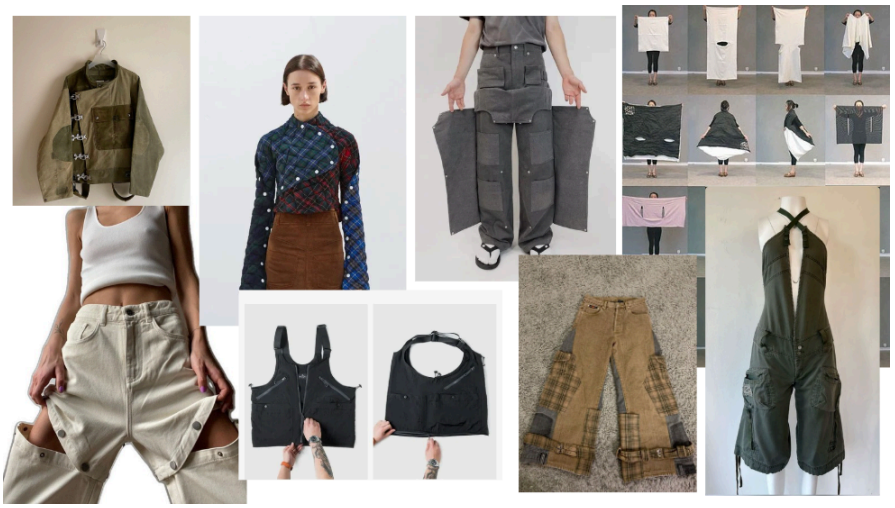
La comunidad online se enfocará principalmente en Instagram, TikTok (la red de entretenimiento más usada actualmente), pinterest, y whatsapp/ correo para brindar un servicio de inspiración y soporte.

A mediano largo plazo, proyectamos hacer un evento de difusión para la marca mediante un evento pop up, esta dinámica consiste en fomentar emocionalmente el vínculo usuario-producto, además proporcionando información acerca de la problemática ambiental y las oportunidades de intercambio de ropa por descuentos o prendas en venta(trade-in), a través de nuestras redes sociales.

Figura 11 Bocetos:



Figura 12 moodboard de ideas:



2.5.9 Modelo de negocio:

Esta propuesta se asenta en la producción de una marca de ropa modular/transformable dirigida a los jóvenes-adultos de 16 a 30 años, que viven en Lima y muestra interés por la moda sostenible, valorando prendas funcionales, versátiles únicas y con identidad, así mismo buscan productos artesanales, sostenibles con estilo streetwear.

La propuesta de valor se basa en dos enfoques: Para el cliente, el proyecto ofrece prendas modulares y transformables que permitan la variación de usos de una misma prenda, facilitando la adaptación a diferentes situaciones. Estas prendas están hechas bajo el modelo upcycling, lo que afirma una moda sostenible artesanal. La prenda modular ofrece versatilidad y ahorro económico al permitir varios estilos de una única prenda. Así mismo, a futuro se integra la posibilidad de intercambio trade-in, donde el cliente puede intercambiar prendas (de 3 a 10 prendas con filtros como la limpieza y buen estado) a cambio de descuentos o prendas ya hechas.

Para el host, la propuesta busca una producción controlada con baja demanda de inventario, reduciendo la acumulación de stock. La combinación de sostenibilidad, estética definida y ropa modular permite destacar frente a la competencia.

La difusión y comercialización se realizará mediante tres canales principales: Instagram y tiktok como plataformas centrales de difusión. Página web, con catálogos e información de procesos y módulos. Y a futuro un evento piloto de Ferias de moda(Hola fest,etc), en donde se expondrán actividades, presenciales como el trade up y experiencias de marca (pop up).

La relación con los clientes, se construye por medio de la atención por redes sociales para gestionar ventas. Se ofrece un servicio post venta basado en ajustes y reparaciones con un plazo de dos semanas. La marca busca una comunidad mediante contenido transparente relacionado con sostenibilidad y estilo.

En cuanto a la fuente de ingresos se contempla las ventas realizadas a través de la página web , venta de módulos individuales, pre ventas drops limitados, trade-in en el intercambio de ropa por materia prima, ventas en pop up (en etapa futura).

La actividades necesarias para el proyecto, en cuanto al desarrollo de colección, incluye la experiencia de diseño y desarrollo de prendas modulares/transformables, la recolección, selección, desensamble y limpieza de prendas, de igual forma el proceso de corte, confección y testeo de las prendas. Además es necesaria las actividades digitales: creación de contenido en redes sociales, venta directa y atención al cliente. En cuanto a la marca, se propone un cronograma de actividades clave para el crecimiento y desarrollo de esta propuesta, en un periodo de 12 meses ***(tabla 4 plan de actividades pág. 71)***

Los recursos clave para este proyecto incluye personal con experiencia en diseño y confección, el uso de máquinas de coser industrial y remalladora, el acceso a textiles provenientes de prendas/textiles próximos a ser descartados, proveniente de talleres con deadstock en talleres/tiendas de Gamarra. También se consideran los insumos para la modularidad, como broches, cierres y velcro. Se cuenta con un taller, junto con la identidad visual y redes sociales de la marca.

En cuanto a los aliados, se cuentan con proveedores de ropa de segunda/ saldos textiles de Gamarra (convenio con talleres), sumando los futuros intercambios a través del trade-in, proveedores de avíos, compañía de entregas Shalom, Fotografías, modelos y colaboración con creadores de contenido de moda (a futuro), plataformas digitales como página web, instagram y tiktok.

Finalmente la estructura de coste se organiza en diferentes categorías:

Primero se contempla la materia prima, incluyendo prendas y saldos, se estima un costo mensual de 300-900 soles, sin contar las prendas de trade-in que se incluirán después de un periodo de 6 meses desde la existencia de la marca.

Insumos de Avíos: broches, cierres, elásticos, velcro, hilos, agujas, que se estima un costo de 90 a 240 soles.

La mano de obra considera el tiempo destinado al desarmado, limpieza, preparación de módulos, confección, ensamblaje y las pruebas de función. Se contemplan 3 operarios responsables de las labores de Marca. Se contempla una remuneración de 3000-3600.

En cuanto a los costos digitales y marketing, se contempla un presupuesto de 200-600 soles por la producción de contenido y publicidad propia.

Logística se trabajará en colaboración con la compañía de entregas Shalom con un presupuesto de 200-450, por los empaques y transporte.

Para la Página web de la marca, el dominio-se considera un costo anual de 100-300.

En cuanto a el Pop up (a futuro) se ha categorizado como un gasto operativo diferido, ya que se requiere principalmente de el alquiler de stand que en su totalidad se estiman 700 a 2500, sin embargo se estima una provisión mensual acumulativa de 116-416, esta estrategia permite consolidar el capital necesario en un periodo de 6 meses.

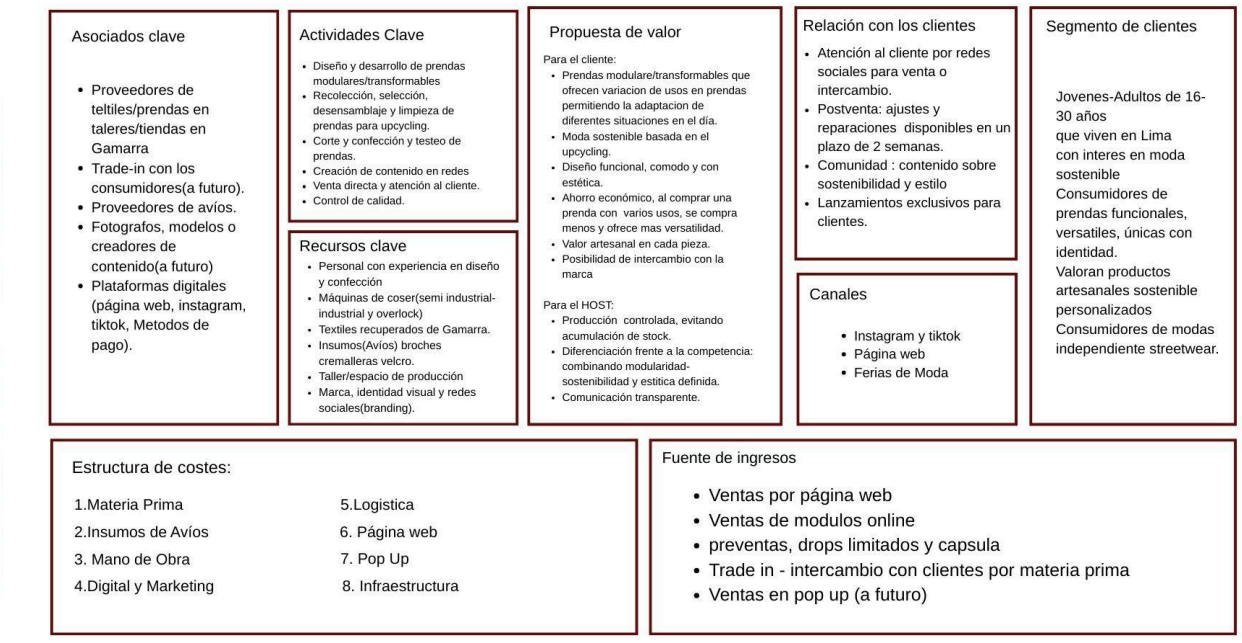
La infraestructura de la marca considera tres aspectos importantes, un taller presencial, y también las facturas de luz y mantenimiento, para lo cual se estima un costo de

1000-2000 soles . Entre otros aspectos se considera el costo de herramientas y mantenimiento, imprevistos y packaging/merchandising personalizado (hecho a partir de las mermas textiles), en el cual se saca un costo de 70 -150 soles.

El total estimado de costos mensuales son de 5,076 - 8,656 soles, esto implica un punto de equilibrio en la marca al vender un estimado de 21-36 prendas mensuales, se observa que a partir de las 40 prendas vendidas las ganancias son más visibles, se pretende producir un estimado de 30-45 prendas al mes, considerando los rangos de precios ***(tabla 2 rangos de precios, pág. 54)*** .

(INDECOPI), RUC, constitución de empresa, y materiales iniciales, son gastos iniciales que son necesarios para el comienzo de la marca***(tabla de inversión inicial, pág 54).***

Figura 13 Modelo de Negocio



2.5.10 Resultados esperados

En el momento que la idea ingrese en el comercio y tenga interacción con los consumidores, generará un proceso de validación que permitirá examinar la funcionalidad, aceptación y viabilidad comercial. En esta etapa , el público podrá evaluar los beneficios de las prendas modulares/transformables, así como el valor añadido de upcycling.

El usuario podrá poner a prueba la conveniencia del sistema modular en su vida cotidiana: la facilidad de uso, la durabilidad, la ergonomía, y la versatilidad-originalidad de las prendas recuperadas. Esta interacción es clave para ajustar procesos, reforzar estructuras o diversificar mecanismos de la prenda según la retroalimentación por medio de encuestas. La propuesta será evaluada por su estética, por su capacidad y utilidad de resolver necesidades del consumidor con puntos de mejora.

Con respecto al modelo trade-in, el contacto con el mercado podrá comprobar si los clientes están dispuestos a intercambiar su ropa por descuentos o prendas confeccionadas . Esto ayudará a afinar los filtros de recepción de ropa, porcentajes de descuento y gestión de materia prima. El trade-in funcionará como herramienta a futuro para sensibilizar al consumidor sobre la problemática de residuos textiles en Perú.

Del mismo modo, la difusión en redes y la feria piloto permitirá observar cómo la comunidad reacciona al concepto de marca, los diseños únicos, el propósito sostenible, y la moda independiente.

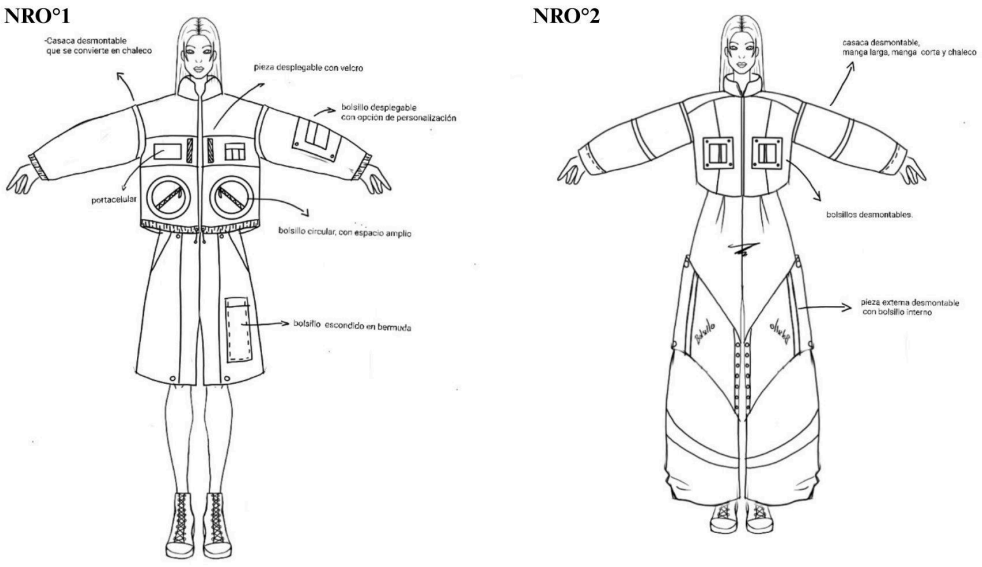
En general, el enlace con el mercado podrá rectificar el arquetipo de negocio planteado, identificando puntos de mejora, ajuste de precios, optimización de producción y consolidación de marca.

Este proceso será importante para determinar el potencial de la propuesta y su capacidad de escala a futuro mediante colecciones cápsula, eventos, colaboraciones o ampliación de módulos.

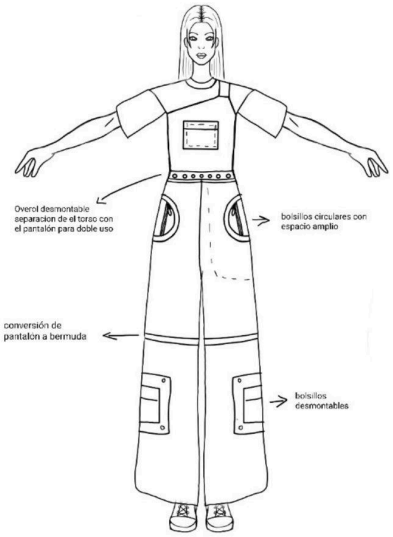
2.5.11 Prototipos desarrollados

Para este proyecto, los prototipos diseñados pertenecen a una etapa inicial y se consideran de baja fidelidad. Estos se desarrollaron para presentar los diseños al público y conocer su percepción, con el objetivo de obtener información que permita tomar decisiones y mejoras.

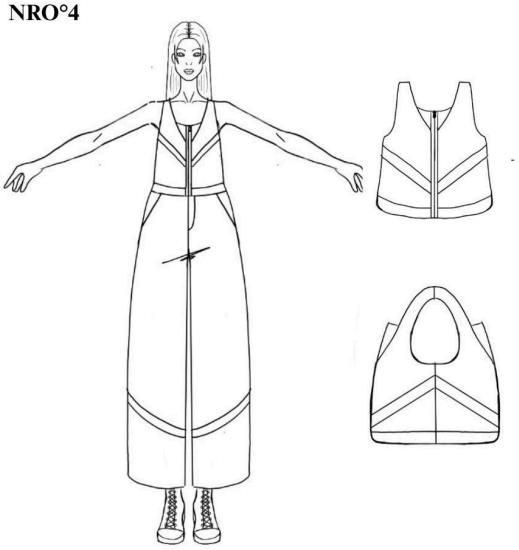
Figura 14 Prototipos iniciales



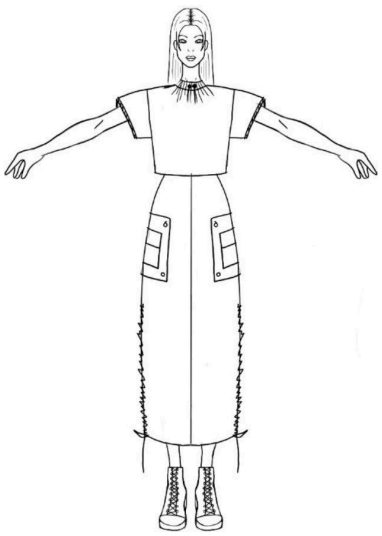
NRO°3

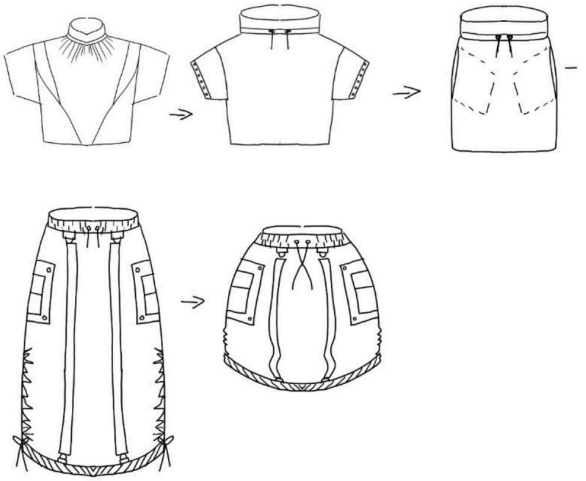


NRO°4



NRO°5





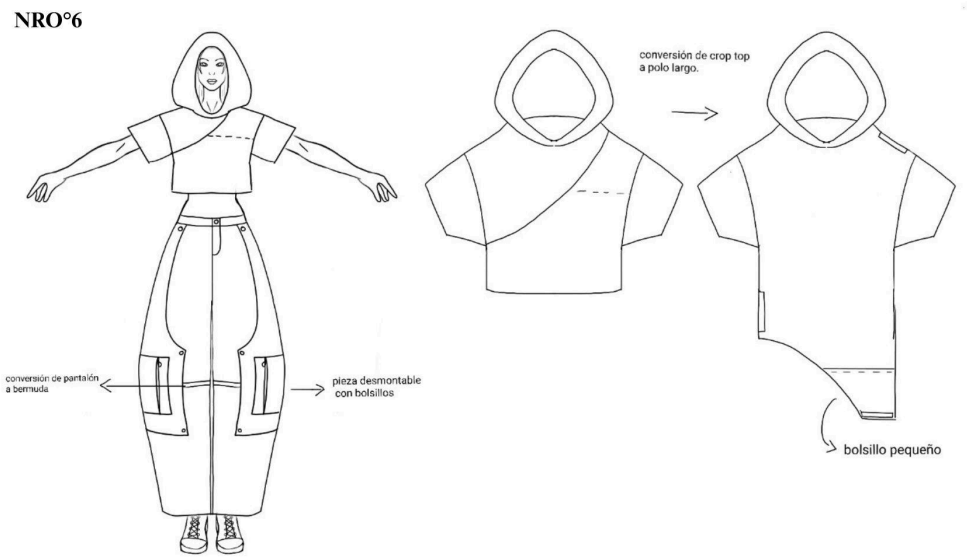


Figura 15 Checklist de Prototipado



2.5.12 Experimentos

Se realizó un proceso de prueba mediante una encuesta conformada por 12 preguntas, con el propósito de validar las características de funcionalidad, aceptación y viabilidad comercial de la propuesta ***(Figura 19 Encuestas-Anexos)***. A través de esta encuesta, el usuario pudo evaluar los beneficios de las prendas modulares/transformables, también conociendo el valor añadido del modelo upcycling. Esta fase de experimentación permitió conocer información de los posibles compradores y recopilar observaciones de relevancia para mejorar el prototipo.

Para esta encuesta se le explicó al usuario el funcionamiento de esta propuesta, nombre y propósito de la marca junto a prototipos dibujados y explicados según su función.

Las preguntas realizadas fueron las siguientes:

1.- ¿Te parecen útiles las prendas transformables que cambian de forma y función con simples ajustes?

2.- ¿Consideras que este tipo de prenda se adapta al estilo de vida diario?

3.- ¿Te gusta la inspiración en la estética de los años 90 reinterpretada de forma actual en el diseño?

4.- ¿Comprarías una prenda transformable de esta colección?

5.- ¿Estarías dispuesto(a) a pagar un precio más alto que el de una prenda tradicional por sus funciones adicionales?

6.- Hipotéticamente ¿Qué cantidad estarías dispuesto(a) a dar por una prenda de esta colección?

7.- ¿Reemplazarias algunas de tus prendas actuales por un descuento o prenda nueva transformable de esta colección?

8.- ¿Crees que estas prendas aportan a un consumo más sostenible?

9.- ¿Te sentirías cómodo usando una prenda con múltiples formas y estilos?

10.- ¿Asistirás a un pop-up para ver y probar estas prendas en persona?

11.- ¿Recomendarías este tipo de prenda a otras personas?

12.- ¿Tienes alguna recomendación?

2.5.12.1 Métricas y hallazgos:

La encuesta fue llevada a cabo por un total de 30 participantes con el rango de edad asignado (16- 30 años), quienes evaluaron las propuestas, a partir de sus respuestas se encontró varios hallazgos en cuatro categorías: lo que funcionó, críticas, dudas y nuevas ideas.

Lo que funcionó:

Los resultados mostraron una perspectiva positiva. El diseño reinterpretado de los años noventa generó interés, además los usuarios consideran que las prendas presentadas son útiles y aplicables en su vida cotidiana. La mayor parte de usuarios manifestó que si invertirán en prendas de la colección valoradas entre 100 a 280 soles . También valoran el modelo de Trade-in, así como la idea de un consumo más sostenible. Así mismo, los encuestados demostraron interés en asistir a ferias pop up para probar las prendas e indicaron que recomendaría esta marca a otras personas.

Críticas:

Las observaciones más recurrentes de los usuarios, indican la necesidad de incluir tallas en la demostración. También mencionaron el interes por ver una paleta de colores, especialmente incluyendo el color negro. Otros usuarios destacaron el deseo de ver más variedad de estilos en prendas y utilizar materiales ligeros pero cómodos.

Dudas:

Durante el testeo del prototipo inicial, el usuario mostro interes por saber si la prendas trendría una versión unisex, y si existieran mas estilos inspirados en diferentes epocas, asi mismo algunos se preguntaron como es el uso y el funcionamiento de ciertas prendas.

Nuevas ideas:

A partir de los hallazgos, se identificaron oportunidades como, la exploración de nuevas ideas unisex para ampliar a el publico, ademas establecer tallas en función a la cantidad de materia prima disponible y también buscar nuevos estilos y diseños que aumenten la versatilidad de la colección.

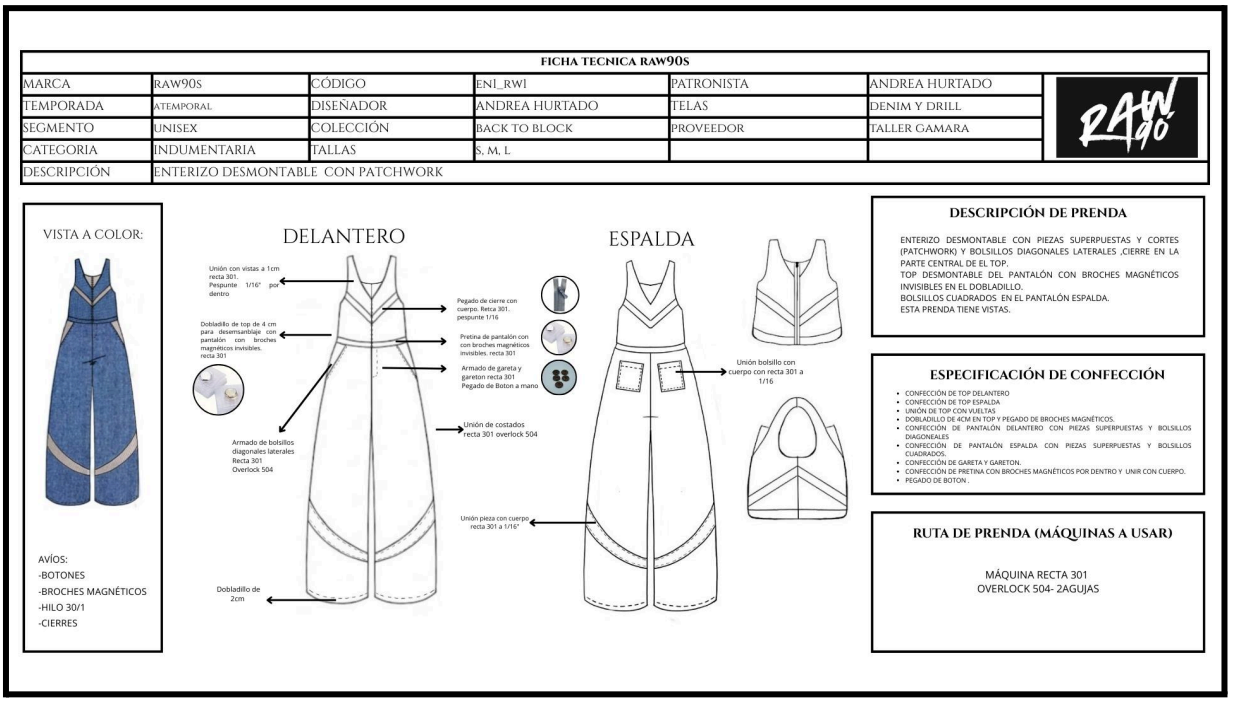
1.5.12.2 FOCUS GROUP

Figura 16 Prototipos





Figura 17 Fichas técnicas:



FICHA TECNICA RAW90S					
MARCA	RAW90S	CÓDIGO	OVI_RW2	PATRONISTA	ANDREA HURTADO
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	DENIM, DRILL, RIB
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L		
DESCRIPCIÓN	ENTERIZO MODULAR				

VISTA A COLOR:



AVÍOS:
-BOTONES
-BROCHES MAGNÉTICOS
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-HEBILLAS
-CIERRES

DELANTERO



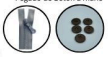
Colocación de botón y hebilla de overol Con máquina troqueladora

Pegado de bolsillo cuadradocentral recta 301 pespunte 1/16"

Unión bolsillo rib con cierre en cuerpo con recta 301 a 1/16



Armado de gareta y gareton recta 301
Pegado de Boton a mano



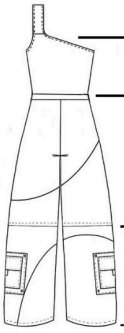
Unión de cortes recta 301 Overlock 504

Armado de bolsillo intercambiable recta 301 pespunte 1/16

Unión con cuerpo con broches a presión



ESPALDA



Dobladillo de bordes a 1cm recta 301 pespunte ¼

Dobladillo 4cm de top para desemsanblaje con pantalón con botones imantados



Unión de cierre interior en rodilla recta 301



Dobladillo de 2cm Overlock 504 y recta 301

DESCRIPCIÓN DE PRENDA

OVEROL MODULAR CON CORTES(PATCHWORK).
TOP DESMONTABLE DEL PANTALÓN POR MEDIO DE CIERRES IMANTADOS.
BOLSILLOS LATERALES SEMICIRCULAR DELANTERO HECHO CON RIB Y CIERRE.
PANTALÓN DESMONTABLE, CONVERSIÓN A BERMUDA POR MEDIO DE CIERRE EN RODILLA.
BOLSILLOSDESMONTABLE E INTERCAMBIABLE EN LA PARTE BAJA DE EL PANTALON.
ESTA PRENDA TIENE VISTAS

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

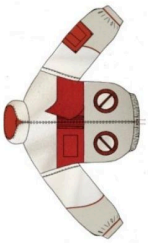
- CONFECCIÓN DE TOP DELANTERO- PEGADO DE BOLSILLO CENTRAL
- CONFECCIÓN TOP ESPALDA
- UNIÓN DE TOP CON VISTAS.
- DOBLLADILLO DE 4CM EN TOP, MAS PEGADO DE BOTONES IMANTADOS.
- CONFECCIÓN DE PANTALÓN DELANTERO CON BOLSILLOS SEMICIRCULAR.
- CONFECCIÓN DE PANTALÓN ESPALDA.
- ARMADO DE BOLSILLOS INTERCAMBIABLES Y UNIÓN A CUERPO CON CBROCHES A PRESIÓN
- CONFECCIÓN DE PRETINA CON BOTONES IMANTADOS POR DENTRO Y UNIR CON CUERPO.

RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA

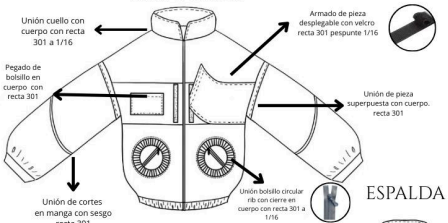
FICHA TECNICA RAW90S					
MARCA	RAW90S	CÓDIGO	CAI_RW2	PATRONISTA	ANDREA HURTADO
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	DENIM, DRILL, RIB
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L		
DESCRIPCIÓN	ENTERIZO MODULAR				

VISTA A COLOR:

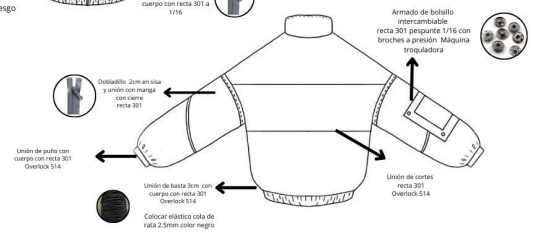


AVÍOS:
-VELCRO
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-CIERRES
-SESGO

DELANTERO



ESPALDA



DESCRIPCIÓN DE PRENDA

CASACA TRANSFORMABLE, CON CUELLO ALTO Y AJUSTE EN LA PRETINA CORTES (PATCHWORK).
CON PIEZA DESPLEGABLE EN LA PARTE DERECHA DEL PECHO.
BOLSILLOS CIRCULARES CON CIERRE Y RIBETE EN DELANTERO.
SE PUEDE DESMONTAR LA SISA, CONVERSIÓN A CHALECO.
INCORPORA LA POSIBILIDAD DE AGREGAR UN BOLSILLO INTERCAMBIABLE EN LA MANGA DERECHA CON BROCHES A PRESIÓN.
ESTA PRENDA TIENE FORRO.

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

- CONFECCIÓN DE DELANTERO-ARMADO DE BOLSILLOS CIRCULARES Y PIEZA SUPERPUESTA DESPLEGABLE CON BOLSILLO EN PECHO.
- CONFECCIÓN ESPALDA
- UNIÓN DE MANGAS CON SISA, DOBLADILLO DE 2CM Y CIERRE PARA TRANSFORMACIÓN.
- UNIÓN DE CUELLO CON CUERPO
- ARMADO DE BOLSILLOS INTERCAMBIABLES Y UNIÓN CON CUERPO CON BROCHES A PRESIÓN.
- UNIÓN BASTA Y ELASTICO CON CUERPO.

RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2 AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA

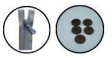
FICHA TECNICA RAW90S					
MARCA	RAW90S	CÓDIGO	SH2_RW2	PATRONISTA	ANDREA HURTADO
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	DENIM, DRILL, RIB
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L		
DESCRIPCIÓN	BERMUDA MODULAR DESMONTABLE				

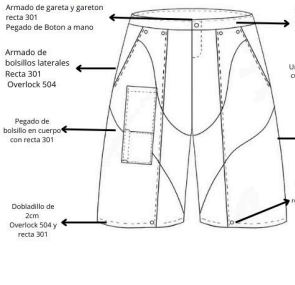
VISTA A COLOR:



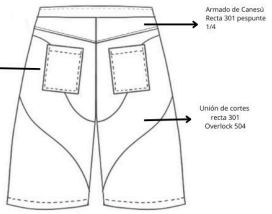
AVÍOS:
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-CIERRES

DELANTERO





ESPALDA





DESCRIPCIÓN DE PRENDA

BERMUDA MODULAR CON CORTES (PATCHWORK), CON PIEZAS DESMONTABLES POR MEDIO DE BROCHES A PRESIÓN , BOLSILLOS LATERALES Y BOLSILLOS PEGADOS EN EL LADO DERECHO DEL SHORT.
ESPALDA CON CANESÚ Y BOLSILLOS CUADRADOS.
DOBLADILLO DE 2CM.

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

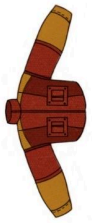
- CONFECCIÓN DE SHORT DELANTERO CON BOLSILLOS LATERALES Y BOTONES A PRESIÓN.
- UNIÓN DE PIEZAS DESMONTABLES POR LOS LATERALES
- ARMADO DE ESPALDA CON CANESÚ Y BOLSILLOS CUADRADOS
- UNIÓN DELANTERO Y ESPALDA.
- DOBLADILLO DE 2CM.

RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2 AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA

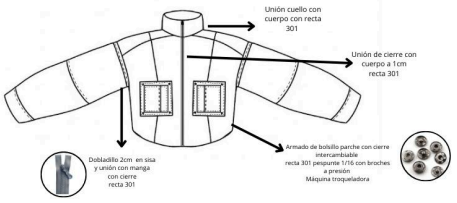
FICHA TECNICA RAW90S					
MARCA	RAW90S	CÓDIGO	CAL_RW4	PATRONISTA	ANDREA HURTADO
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	DENIM, DRILL, TELA MOJADA, NYLON
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L		
DESCRIPCIÓN	CASACA TRANSFORMABLE MANGA CORTA Y CHALECO				

VISTA A COLOR:

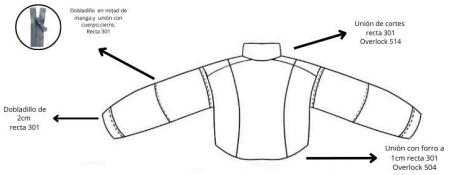


AVÍOS:
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-CIERRES

DELANTERO



ESPALDA



DESCRIPCIÓN DE PRENDA

CASACA TRANSFORMABLE CON CORTES (PATCHWORK) Y CUELLO ALTO, MANGA LARGA.
SE PUEDE DESMONTAR PARA CONVERSIÓN A MANGA CORTA O CHALECO.
INCORPORA PIEZAS CON BOLSILLOS PARCHE CON CIERRE, DESMONTABLE E INTERCAMBIABLE.
ESTA PIEZA TIENE FORRO.

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

- ARMADO DE DELANTERO
- ARMADO DE ESPALDA
- ARMADO DE MANGA CON CIERRES.
- UNIÓN DE MANGAS CON CUERPO DOBLADILLO 2CM CON CIERRE PARA TRANSFORMACIÓN..
- UNIÓN DE CUELLO CON CUERPO
- ARMADO DE BOLSILLOS INTERCAMBIABLES Y UNIÓN CON CUERPO CON BROCHES A PRESIÓN.

RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2 AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA

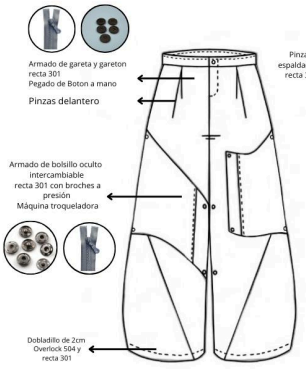
FICHA TECNICA RAW90S						
MARCA	RAW90S	CÓDIGO	PA2_RW4	PATRONISTA	ANDREA HURTADO	
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	DENIM, DRILL, TASLAN	
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA	
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L			
DESCRIPCIÓN	PANTALÓN BAGGY CON PINZAS					

VISTA A COLOR:

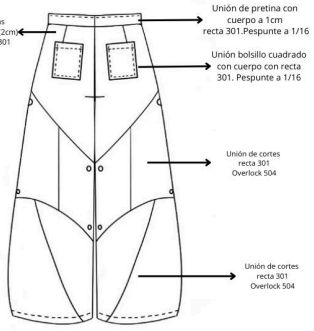


AVÍOS:
-BOTONES
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-CIERRES

DELANTERO



ESPALDA



DESCRIPCIÓN DE PRENDA

PANTALÓN BAGGY CON PINZAS Y CORTES (PATCHWORK)
ESPALDA CON PINZAS Y BOLSILLOS CUADRADOS.
PIEZAS CON BOLSILLOS CON CIERRE OCULTO DESMONTABLE E INTERCAMBIABLE.
DOBLADILLO DE 2CM.

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

- ARMADO DE DELANTERO CON CORTES.
- ARMADO DE ESPALDA CON BOLSILLOS CUADRADOS.
- UNIÓN DELANTERO Y ESPALDA
- ARMADO DE PIEZAS CON BOLSILLO OCULTO Y CIERRE.
- APLIQUE DE BROCHES A PRESIÓN.
- DOBLADILLO DE 2CM

RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2 AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA

FICHA TECNICA RAW90S						
MARCA	RAW90S	CÓDIGO	POL_RW5	PATRONISTA	ANDREA HURTADO	
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	ALGODON, POLIESTER	
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA	
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L			
DESCRIPCIÓN	POLO CON CAPUCHAS DESMONTABLE					

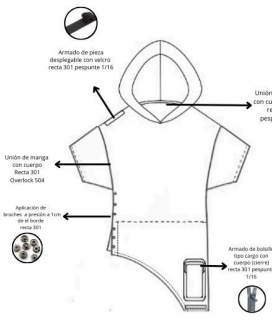
VISTA A COLOR:



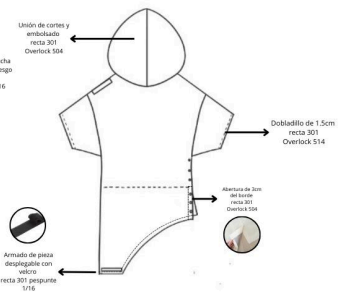


AVÍOS:
-BOTONES
-VELCRO
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-CIERRES
-SESGO

DELANTERO



ESPALDA



DESCRIPCIÓN DE PRENDA

POLO ASIMETRICO CON CAPUCHA Y CORTES (PATCHWORK) DESMONTABLE, TRANSFORMACIÓN DE CROP TOP A POLO LARGO.
BOLSILLO TIPO CARGO EN LA PARTE BAJA DERECHA DEL POLO.
EN EL LADO IZQUIERDO DE EL POLO SE SITUA UNA ABERTURA CON EL SISTEMA DE BROCHES DE PRESIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN.
CAPUCHA CON CORTE CENTRAL(EMBOLSADO).
DOBLADILLO DE 1.5CM.

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

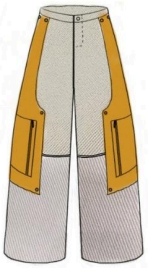
- ARMADO DE DELANTERO
- ARMADO DE ESPALDA
- UNIÓN DE DELANTERO Y ESPALDA CON ABERTURA EN EL BORDE INFERIOR DERECHO.
- ARMADO DE BOLSILLO TIPO CARGO EN DELANTERO.
- UNIÓN DE MANGAS CON CUERPO.
- ARMADO DE CAPUCHA (EMBOLSADO)
- UNIÓN DE CAPUCHA CON CUERPO Y SESGO.
- DOBLADILLO DE 1.5CM

RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2 AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA

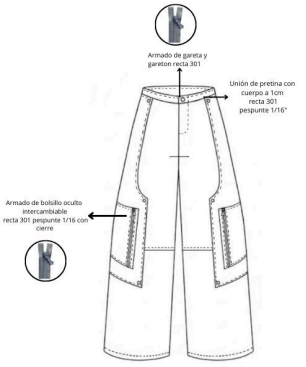
FICHA TECNICA RAW90S					
MARCA	RAW90S	CÓDIGO	PA2_RW5	PATRONISTA	ANDREA HURTADO
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	DRILL, TELA MOJADA, POLIESTER
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L		
DESCRIPCIÓN	PANTALÓN BAGGY DESMONTABLE				

VISTA A COLOR:



AVÍOS:
-BOTONES
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-CIERRES

DELANTERO



ESPALDA



DESCRIPCIÓN DE PRENDA

PANTALÓN BAGGY DESMONTABLE CON CORTES (PATCHWORK), TRANSFORMACIÓN A BERMUDA CON CIERRE EN RODILLA.
PIEZAS CON BOLSILLOS PARCHE Y CIERRE DESMONTABLE E INTERCAMBIABLE.
ESPALDA CON CANESÚ Y BOLSILLOS CUADRADO.
DOBLADILLO DE 2CM

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

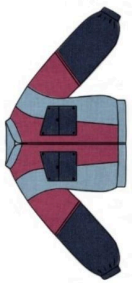
- ARMADO DE DELANTERO
- ARMADO DE ESPALDA CON BOLSILLOS CUADRADOS Y CANESÚ.
- UNIÓN DE PIEZAS DE PANTALON CON DOBLADILLO DE 2CM Y CIERRE PARA TRANSFORMACIÓN A LA ALTURA DE LA RODILLA.
- ARMADO DE PIEZAS CON BOLSILLO PARCHE Y CIERRE (INTERCAMBIALE).
- APLIQUE DE BROCHES.
- DOBLADILLO DE 2CM.

RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2 AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA

FICHA TECNICA RAW90S					
MARCA	RAW90S	CÓDIGO	CAI_RW6	PATRONISTA	ANDREA HURTADO
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	DENIM, ALGODON,POLIESTER,RIB
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L		
DESCRIPCIÓN	CASACA BOMBER TRANSFORMABLE				

VISTA A COLOR:

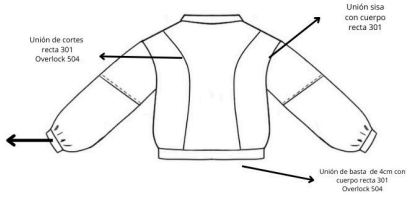


AVÍOS:
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-CIERRES

DELANTERO



ESPALDA



DESCRIPCIÓN DE PRENDA

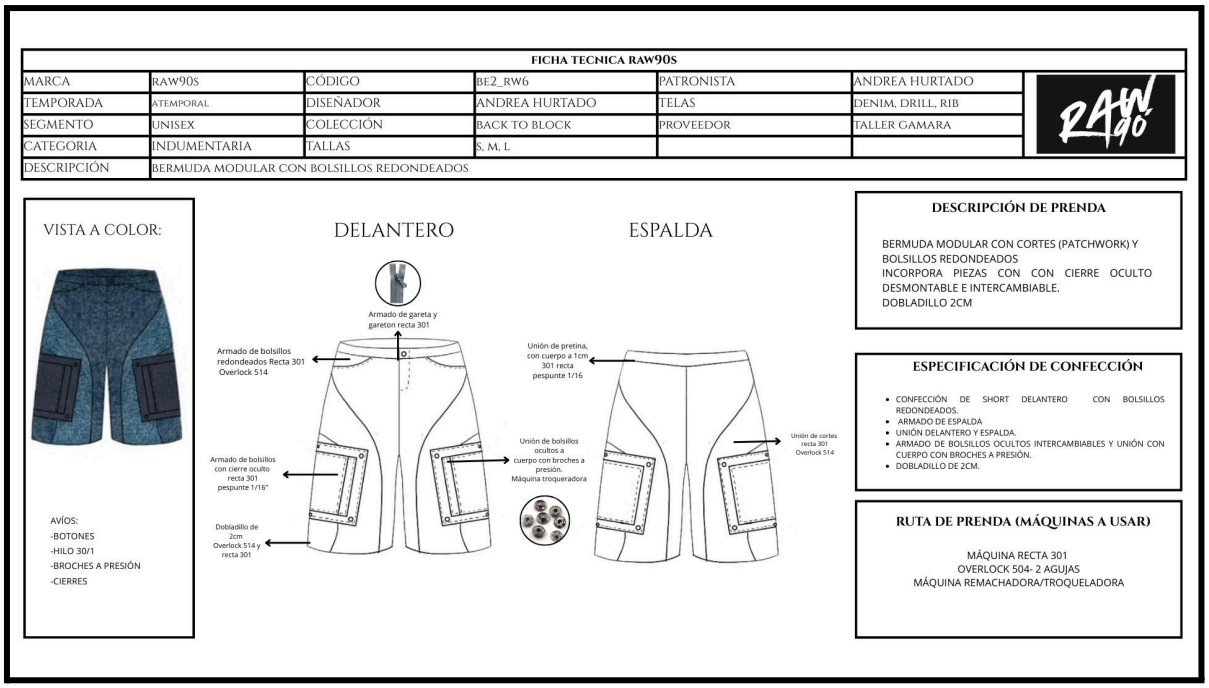
CASACA BOMBER CON CORTES (PATCHWORK) TRANSFORMABLE.
BOLSILLOS ASIMETRICOS CON SOLAPA EN EL PECHO DESMONTABLE E INTERCAMBIABLE.
SE PUEDE DESMONTAR LA MANGA PARA CONVERSIÓN A MANGA CORTA.
BASTA DE 4CM.
ESTA PIEZA TIENE FORRO.

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

- ARMADO DE DELANTERO-
- ARMADO DE ESPALDA
- UNIÓN DE MANGAS, DOBLADILLO 2CM Y CIERRE PARA TRANSFORMACIÓN.
- UNIÓN DE CUELLO CON CUERPO
- ARMADO DE BOLSILLOS ASIMETRICOS INTERCAMBIABLES Y UNIÓN CON CUERPO CON BROCHES A PRESIÓN.

RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2 AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA



Se desarrollaron prototipos de alta fidelidad con fichas técnicas, y se presentó una encuesta de 10 preguntas a un grupo pequeño de personas, con el fin de obtener una evaluación final sobre el proyecto y verificar si la propuesta cumple con los criterios identificados de la primera encuesta.***(Figura 21 Encuestas Focus Group-Anexos)***

Los resultados mostraron aceptación hacia la propuesta de prendas transformables-modulares. La mayor parte de usuarios manifestaron el interés en adquirir esta colección, además de reconocer que el concepto de modularidad-transformación es una influencia positiva en su decisión de compra. Los encuestados dieron a conocer su disposición de pagar un rango de 50-300 soles, resaltando el interés de ampliar estilos y paleta de color. En conclusión, los hallazgos confirmaron que la propuesta es percibida como una opción comercial, funcional y alineada al concepto de sostenibilidad, validando el potencial del proyecto.

Figura 18 tabla UX:



Figura 19 Tabla Receptora:



III. Estimación de costos

3.1 Presupuestos:

3.1.1 Costos operativos mensuales de Colección: Costos Variables (tabla 1)

Categoría	Descripción	Costo mensual (S/)
Materia prima	Prendas base, saldos, trade-in	300-900
Avíos	Cierres, broches, velcro, elásticos, hilos, agujas	90 – 240
Mano de obra	Personal (3)	3000-3,600
Marketing digital	Contenido + publicidad	200-600
Logística	Empaques y envíos	200-450
Página web	Dominio + hosting(anual)	100-300
Pop-up (gasto operativo eventual)	Para alquiler de stand	116-416 (700-2,500)
Infraestructura	Luz, mantenimiento del taller	1000-2000
Herramientas y mantenimiento	Repuestos, aceites, herramientas	20 – 40
Imprevistos	Emergencias pequeñas	30 – 60

Packaging	Etiquetas, tarjetas, stickers	20 – 50
TOTAL ESTIMADO	—	5,076 - 8,656

3.1.2 Rango de precios: (*tabla 2)*

Básica	S/ 85-S/ 110
Media,S/ 150-S/ 210	S/ 150-S/ 210
Premium,S/ 250-S/ 280 a más.	S/ 250-S/ 280 a más.

3.1.3 Inversión Inicial: (*tabla 3)*

Concepto / Trámite	Detalle	Costo estimado (S/)
Licencia municipal	Licencia de funcionamiento del local	150 – 500
Constitucion de empresa	IRL limitada	350 aprox.
RUC	trámite	Gratuito
Registro de marca (INDECOPI)	Protección de nombre y logo de marca, opcional pero recomendable	535

Materiales iniciales	Telas, cierres, hilos, entretelas, etiquetas	500 – 1,000
Herramientas y maquinaria	Uso de tus máquinas de coser existentes, tijeras, reglas, accesorios	6,200-8,500
Otros gastos operativos iniciales	Marketing de lanzamiento, packaging inicial	200 – 500
Total		11,050

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

El proyecto de colección ropa modular-transformable, demostró ser una propuesta viable, que responde a las necesidades que corresponden a sostenibilidad, consumo responsable y diseño. A partir del testeo de prototipos y la retroalimentación obtenida mediante encuestas, se confirma que los usuarios valoran la capacidad de una prenda que se adapta, a estilos y situaciones, así como la estética definida inspirada en los años noventa. Además el público muestra interés por versiones diversas en cuanto a diseño, lo que da paso a nuevas oportunidades de ampliar la línea en un futuro.

Desde la perspectiva de sostenibilidad, el proyecto propone una alternativa concreta frente a la sobreproducción textil, promoviendo el uso de una sola pieza mediantes módulos intercambiables y ajustables, esto reduce la necesidad de adquirir múltiples prendas y fomenta a un modelo de consumo más efectivo, coherente con las tendencias actuales de moda responsable. De igual forma, la fabricación en baja demanda que propone el proyecto

y el uso de confección como patchwork contribuye a minimizar residuos y evitar el desecho e incineración de prendas.

En cuanto al lado comercial, se concluye que los rangos de precios propuestos permiten generar una rentabilidad estable de producción, demostrando que las prendas tienen un valor funcional, posicionando la marca en un segmento de moda práctica y sostenible.

En general, los hallazgos ratifican el potencial de la propuesta tanto a nivel funcional como comercial y sostenible.

4.2 Recomendaciones

Para esta propuesta, se propone ampliar progresivamente la variedad de diseños, versiones e interpretaciones estéticas, con el objetivo de atender a perfiles de usuario y afianzar el modelo de negocio en el mercado.

Además se propone evolucionar el sistema de intercambio para incluir experiencias, en la que clientes puedan participar en el proceso creativo de el upcycling, aumentando el valor y la fidelidad hacia la marca.

Se proyecta la obtención de sellos de sostenibilidad para validar el impacto ambiental ante mercados internacionales.

V. Referencias Bibliográficas

Álvarez Palencia, P. (2025, 10 de marzo) Moda modular o la tendencia de la ropa que se transforma y te hace la vida más fácil. Cuore-El periodico https://www.elperiodico.com/cuore/cuore_fashion/moda-modular-tendencia-ropa-convertible-115103890

Blaazer, E. (2024). ¿Qué es el fast fashion? (El término puede significar producción rápida y consumo rápido). FashionUnited. https://fashionunited.es/noticias/contexto/que-es-el-fast-fashion-el-termino-puede-significar-produccion-rapida-o-consumo-rapido/2024062843492

Beltrán Martín, S. (2024). Sostenibilidad en la industria de la moda: propuesta de consumo ético [Trabajo fin de grado en Administración y Dirección de Empresas, Universidad Pontificia Comillas] . Repositorio Universidad Pontificia Comillas. http://hdl.handle.net/11531/78695

Cruz Roldán, G. L. (2019). Upcycling en las colecciones de Moda Sostenible contemporáneas de América Latina [Trabajo de investigación para optar al grado de Bachiller en Diseño y Gestión en Moda, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. http://hdl.handle.net/10757/658097

Centro de Innovación Textil y de Confecciones – CITEccal. (2023,noviembre). Biodegradabilidad y nuevos materiales textiles. Boletín 002-2023. Ministerio de la Producción https://www.gob.pe/institucion/citeccal/informes-publicaciones/4814334-boletin-002-2023-biodegradabilidad-y-nuevos-materiales-textiles

Cámara de Comercio de Lima. (2023). ¿Peruanos gastan más de S/ 1 000 mensual en compras online? .La Cámara

https://lacamara.pe/el-16-de-peruanos-gasta-mas-de-s-1-000-mensual-en-compras-online/?print=print

Delgado, I. J., Damián, N.S., & Lama, J.C. (2024). *Camino al upcycling: conociendo el comportamiento de consumidoras acerca del descarte de prendas de vestir en Lima Centro, Perú.* [tesis de licenciatura Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. https://laccei.org/LACCEI2024-CostaRica/papers/Contribution_822_final_a.pdf http://hdl.handle.net/10757/676309

Domínguez Prieto, A. (2025, 19 de agosto). La moda urbana que viste a la Generación Z. Street Art Latam https://streetartlatam.com/articulo/la-moda-urbana-que-viste-a-la-generacion-z/1092

Davila Carranza, A. A. (2023). El slow fashion como nueva forma de sostenibilidad y responsabilidad socioambiental, mediante las prácticas del upcycling y thrift shopping en Lima Metropolitana: caso @SHOPFROMMARS [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación, Universidad de Lima]. Repositorio Institucional de la Universidad de Lima. https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/19798

Flores de la Cruz, J. A., Gutiérrez Sáenz, D. L. (2021). La gestión de las empresas de moda sostenible en el Perú: Una revisión bajo los modelos de sostenibilidad en la etapa de diseño de producto [Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Gestión, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú http://hdl.handle.net/20.500.12404/19391

Gonzalez Litman, T. (2023, 12 de septiembre). Los peruanos gastan más en moda que los demás países de la región Andina. Fashion Network Perú. https://pe.fashionnetwork.com/news/Los-peruanos-gastan-mas-en-moda-que-los-demas-paises-de-la-region-andina,1555080.html

Grupo la República. (2022, septiembre). Break the Pattern: primera colección de alta costura de prendas recicladas del desierto de Atacama. La República.

https://especial.larepublica.pe/la-republica-sostenible/2022/09/26/break-the-pattern-primera-coleccion-de-alta-costura-de-prendas-recicladas-del-desierto-de-atacama-350?utm_source

Greenpeace México. (2021, 29 de enero). Fast fashion: de tu armario al vertedero. https://www.greenpeace.org/mexico/blog/9514/fast-fashion/

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

Haddad Casamayor, A. (2024). Prenda transformable: innovación y sostenibilidad en la moda urbana :estimulando nuevas experiencias de interacción y afecto mediante la transformación y resignificación de prendas de vestir cuyo ciclo de vida ha llegado a su fin [Tesis para optar el Título Profesional de para optar al tÌtulo de Diseñadora Industrial, Universidad de Chile]. Repositorio Académico de la Universidad de Chile. https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/203327

Jerí, J. (2023, 24 de enero). Senaju: la población joven representa el 23,8 % de la ciudadanía en Perú. El Comercio. https://elcomercio.pe/lima/sucesos/peru-la-poblacion-joven-representa-el-238-de-la-ciudadania-senaju-noticia/

Jerí, J. (2023, 14 de julio). Cyber Days: 25,91 % de compradores en línea gasta más de S/1 000 por mes. El Comercio. https://elcomercio.pe/economia/negocios/cyber-days-2591-de-compradores-en-linea-gasta-mas-de-s1000-por-mes-ultimas-noticia/?ref=ecr

Ministerio del Ambiente. (2021, agosto). Crece la tendencia hacia la moda sostenible en el país. MINAM. https://especial.larepublica.pe/la-republica-sostenible/2022/09/26/break-the-pattern-primera-coleccion-de-alta-costura-de-prendas-recicladas-del-desierto-de-atacama-350

Malaga Avendaño, Valeria Lucia(2024). La Aplicabilidad del Patchwork y el Upcycling en el Curso de Patronaje y Confección para Fomentar la Moda Sostenible en los Estudiantes de la Carrera de Diseño y Gestión en Moda de la UPC
[Trabajo para optar al título profesional de Licenciado en Diseño y Gestión en Moda, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/671293

Naqvi, A.(2024). Embrace the 90s: How to Stylishly Pull Off the Streetwear Comeback. HIYEST. https://hiyest.com/embrace-the-90s-how-to-stylishly-pull-off-the-streetwear-comeback/?srsltid=AfmBOoouqIovqoUN-geq04uABcjRrvivmmEWGF7GJHNyRvE0V_e9bX3g

Payares, G. (2022, 20 de abril). Kantar Ibope Media: Jóvenes peruanos se han quedado "anclados" en el comercio electrónico en la pandemia. EcommerceNews Perú. https://www.ecommercenews.pe/trends-y-estudios/2022/kantar-ibope-media-jovenes-peruanos-se-han-quedado-anclados-en-el-comercio-electronico-en-la-pandemia.html/

Rojas Trujillo, M. A. (2020). Propuesta de diseño funcional y transformable para el mercado streetwear en Colombia. [Trabajo de grado para obtener el título de Profesional de Diseñador de Modas, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior]. Repositorio de Corporación Unificada Nacional de Educación Superior https://repositorio.cun.edu.co/handle/cun/4884

Redacción El diario (2025, 4 de abril) Moda en Perú en 2025: Tendencias urbanas en Lima, Cusco y Arequipa. Diario del Cusco. https://diariodelcusco.pe/2025/tendencias/moda-en-peru-en-2025-tendencias-urbanas-en-lima-cusco-y-arequipa/

Universidad Europea. (2024, 15 de octubre). Qué es la moda circular y cuáles son sus beneficios. Creative Campus.https://creativecampus.universidadeuropea.com/blog/moda-circular/

Villegas, J. (2021, 3 de julio). Moda peruana | Delosantos: la audaz marca peruana que se inspira "en el bien y el mal". El Comercio. https://elcomercio.pe/viu/moda/moda-peruana-delosantos-la-audaz-marca-peruana-que-se-inspira-en-el-bien-y-el-mal-bicentenario-peru-moda-noticia/?ref=ecr

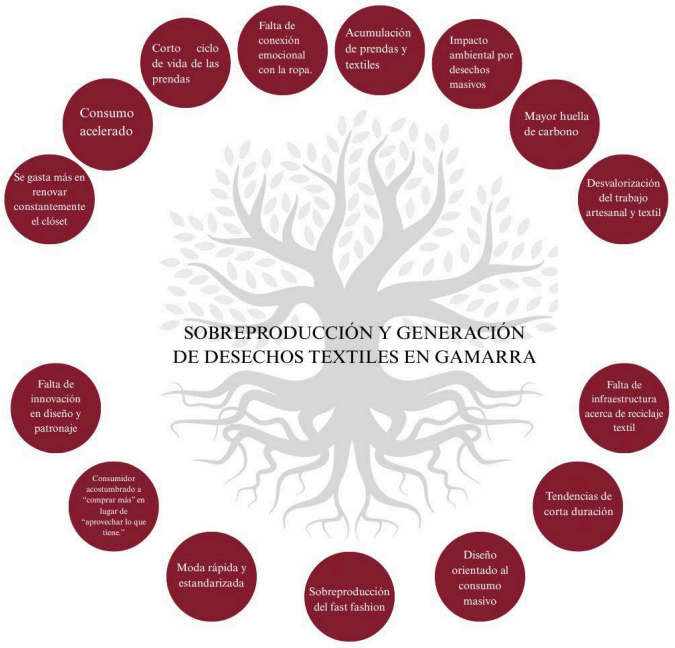
Villegas, J. (2025, 9 de abril). Infiniti, la marca peruana de ropa sostenible que triunfará en Europa | Moda peruana | sostenibilidad | upcycling | Madrid | París | Europa, El Comercio. https://elcomercio.pe/viu/moda/infinity-la-marca-peruana-de-ropa-sostenible-que-triunfara-en-europa-moda-peruana-sostenibilidad-upcycling-madrid-paris-europa-desfile-reciclaje-noticia/?ref=ecr#google_vignette

VI. Anexos

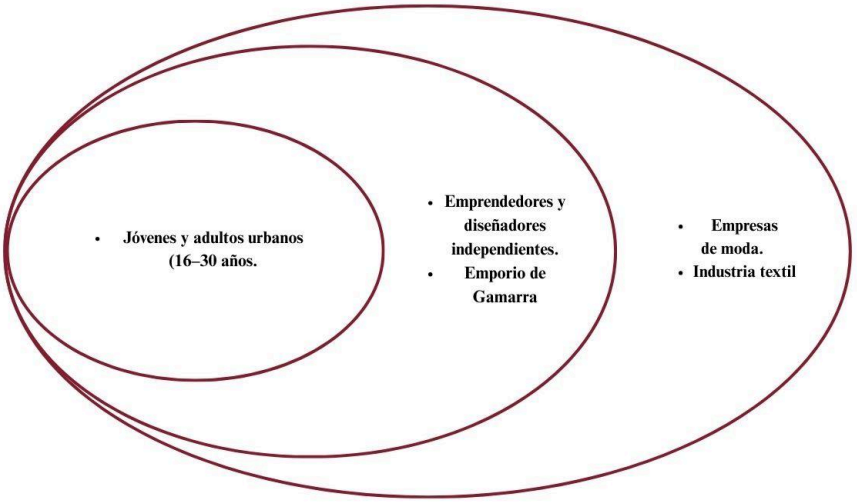
6.1 Informe de Turnitin

PDF Turnitin-0000018077-Hurtado

Árbol de problemas



Mapa de actores



Infinity





DelosSantos





Patchwork





Arquetipo



NOMBRE: ALEJANDRA
EDAD: 23AÑOS
CLASE SOCIAL: MEDIA
UBICACIÓN: MIRAFLORES

MARCAS QUE CONSUME:
Principalmente va a ferias independientes.

PROFESIÓN:
Diseñadora gráfica

RELACIÓN CON FAMILIA:
Mantiene una buena relación con su familia, quienes valoran que elija un camino distinto en su forma de vestir. Sus amistades son jóvenes creativos y artistas que buscan autenticidad; con ellos comparte conversaciones sobre música y arte

EN SU TIEMPO LIBRE:
Disfruta ir a exposiciones de arte, eventos , lanzamientos de moda, cenas temáticas, viajes culturales, le gusta ir a Ferias a buscar nuevas prendas de vestir.

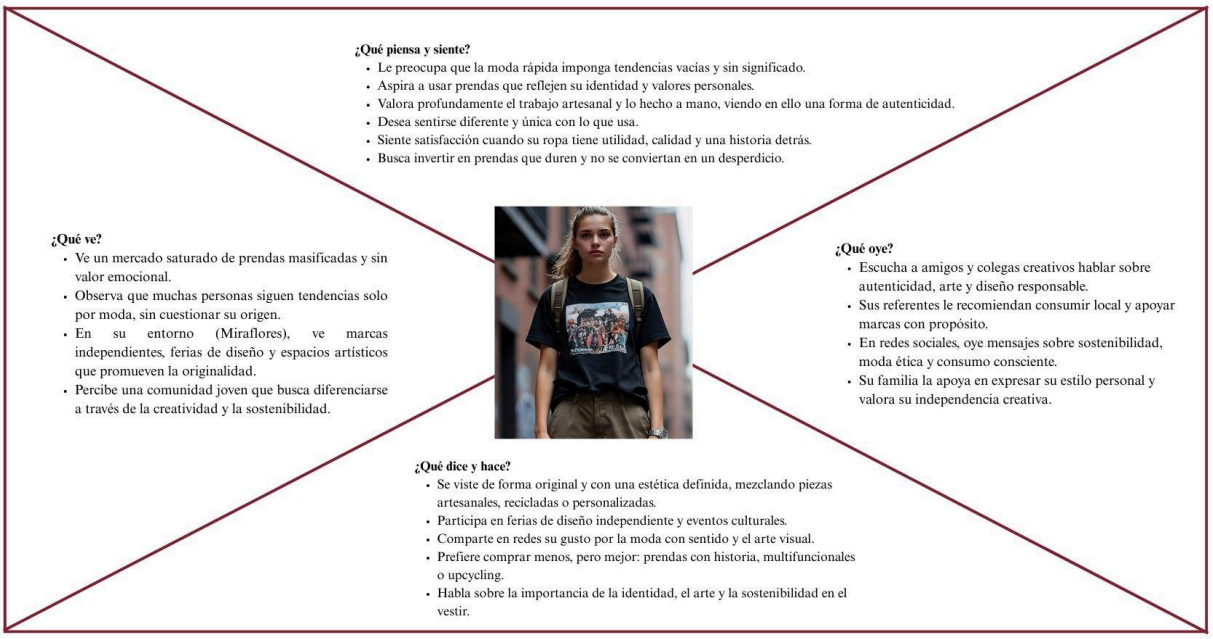
QUE LE MOLESTA:

- Que la moda rápida imponga tendencias vacías y superficiales.
- Sentir que muchas prendas no representan su identidad
- La poca valoración del trabajo artesanal y hecho a mano frente a lo industrial.
- No saber que hacer con la ropa que tiene en casa y ya no usa.

QUE NECESITA:

- Prendas con estetica definida
- Prendas upcycling que se acoplen a diferentes situaciones y pueda cambiar de diseño con un solo movimiento
- Ropa de utilidad que no sea unicamente para un solo uso.
- sentir que esta haciendo una inversión y no un desperdicio.
- Servicio de personalizacion para diferenciarse de otras prendas

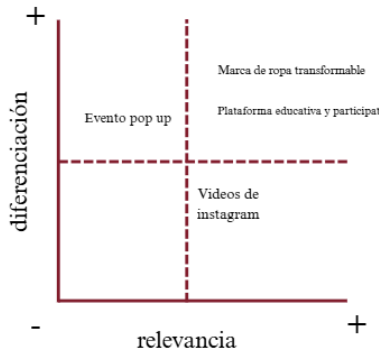
Mapa de empatía



RANK

- IDEA : Evento Pop up tematica bingo.
- IDEA: Plataforma educativa e interactiva.
- IDEA : Marca de ropa transformable/modular con diseños tendencias contemporaneas con un streetwear de los 90s a base de tecnicas de upcycling-
- IDEA: Videos de instagram mostrando el proceso de confección de prendas.

IDEA: Evento Pop up de bingo
IDEA: Plataforma educativa y participativa
IDEA: Marca de ropa transformable con diseños tendencias contemporaneas streetwear a base de tecnicas de upcycling



RELEVANCIA
- Marca de ropa transformable
- Plataforma educativa y participativa
- videos de instagram

DIFERENCIACIÓN
- Marca de ropa transformable
- Plataforma educativa y participativa
- Evento pop up

RANK

1. Marca de ropa transformable
2. Plataforma educativa y participativa
3. Evento pop up tematica bingo

Propuesta de Valor

SE DISEÑA- PARA EL USUARIO:

SE OBSERVA-AL USUARIO:

Propuesta de Valor:

Ropa streetwear modular transformable, creada con upcycling de prendas y textiles recuperados y óptimos, que permite a los jóvenes expresar su estilo con funcionalidad, autenticidad y menor impacto ambiental.

Creador de Beneficios:

- Múltiples usos en una sola prenda → más posibilidades de outfit.
- Diseño auténtico con estética 90s reinterpretada.
- Prendas únicas gracias al rescate textil.
- Confort y libertad de movimiento para la vida activa juvenil.
- Experiencia de moda con sentido y personalidad.

Pains Relievers:

- Selección de materiales reutilizados en buen estado + reacondicionamiento correcto → elimina la idea de baja calidad.
- Producción en pequeño volumen → evita masificación.
- Diseño versátil → se compra menos, pero se viste más.
- Comunicación transparente → rompe prejuicios del upcycling.
- Proceso sostenible → reduce residuos textiles en Gamarra.

Beneficios:

- Originalidad y diferenciación
- comodidad gracias al diseño
- Satisfaccion emocional por usar algo que contibuye al medio ambiente.
- Pertenecer a una comunidad con valores de sostenibilidad y creatividad.
- Disminución de residuos en Gamarra y en el closet de lso consumidores

Trabajos por hacer:

- Buscar prendas originales y versatiles que se adapten a distintas situaciones/estilos.
- Expresar su identidad y estilo a travez de la moda streetwear.
- Consumir de manera mas consciente.
- Invertir en productos duraderos, funcionales.

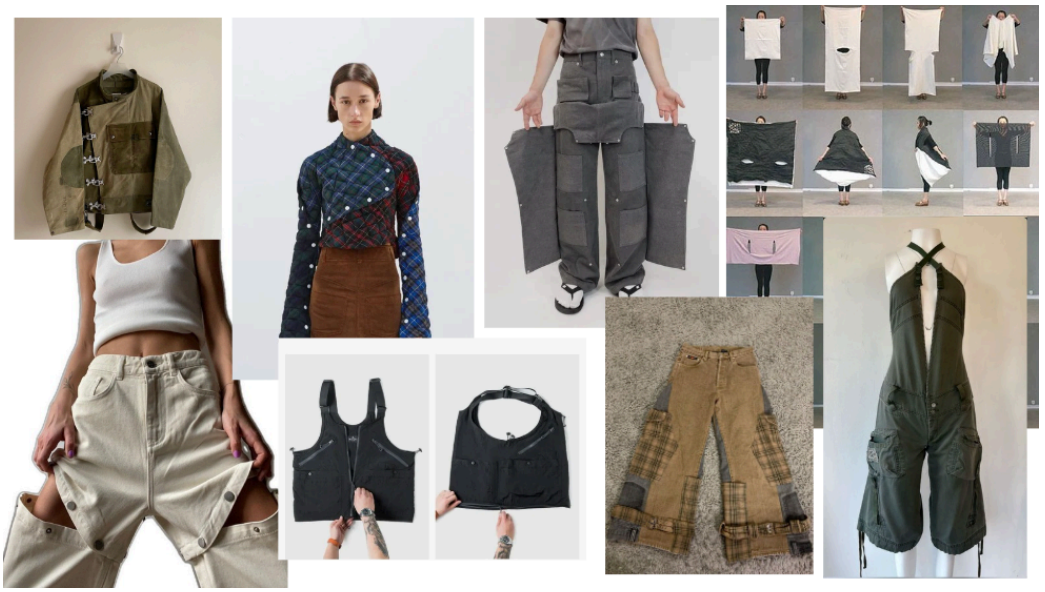
Frustraciones:

- Fast fashion: baja calidad y todos usan lo mismo.
- Escasez de marcas peruanas sostenibles con diseño urbano.
- Prejuicio hacia ropa reutilizada (asociada a poca higiene o estilo).
- Tener que comprar muchas prendas para lograr variedad.
- Greenwashing de Marcas.

Bocetos



Moodboard de ideas:



Modelo de Negocios

Asociados clave

- Proveedores de teltiles/prendas en taleres/tiendas en Gamarra
- Trade-in con los consumidores(a futuro).
- Proveedores de avíos.
- Fotografos, modelos o creadores de contenido(a futuro)
- Plataformas digitales (página web, instagram, tiktok, Metodos de pago).

Actividades Clave

- Diseño y desarrollo de prendas modulares/transformables
- Recolección, selección, desensamblaje y limpieza de prendas para upcycling.
- Corte y confección y testeo de prendas.
- Creación de contenido en redes
- Venta directa y atención al cliente.
- Control de calidad.

Recursos clave

- Personal con experiencia en diseño y confección
- Máquinas de coser(semi industrial-industrial y overlock)
- Textiles recuperados de Gamarra.
- Insumos(Avíos) broches cremalleras velcro.
- Taller/espacio de producción
- Marca, identidad visual y redes sociales(branding).

Propuesta de valor

Para el cliente:

- Prendas modulare/transformables que ofrecen variacion de usos en prendas permitiendo la adaptacion de diferentes situaciones en el día.
- Moda sostenible basada en el upcycling.
- Diseño funcional, comodo y con estética.
- Ahorro económico, al comprar una prenda con varios usos, se compra menos y ofrece mas versatilidad.
- Valor artesanal en cada pieza.
- Posibilidad de intercambio con la marca

Para el HOST:

- Producción controlada, evitando acumulación de stock.
- Diferenciación frente a la competencia: combinando modularidad-sostenibilidad y estitica definida.
- Comunicación transparente.

Relación con los clientes

- Atención al cliente por redes sociales para venta o intercambio.
- Postventa: ajustes y reparaciones disponibles en un plazo de 2 semanas.
- Comunidad : contenido sobre sostenibilidad y estilo
- Lanzamientos exclusivos para clientes.

Canales

- Instagram y tiktok
- Página web
- Ferias de Moda

Segmento de clientes

Jovenes-Adultos de 16-30 años
que viven en Lima
con interes en moda sostenible
Consumidores de prendas funcionales, versatiles, únicas con identidad.
Valoran productos artesanales sostenible personalizados
Consumidores de modas independiente streetwear.

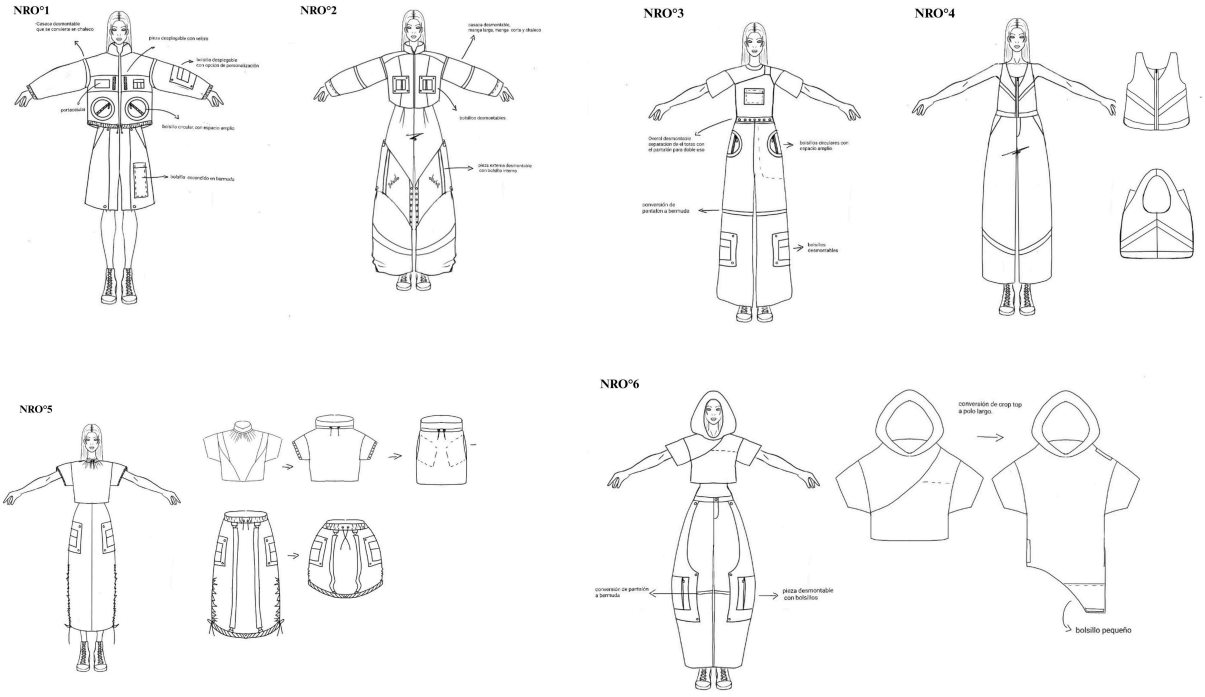
Estructura de costes:

1.Materia Prima
2.Insumos de Avíos
3. Mano de Obra
4.Digital y Marketing
5.Logistica
6. Página web
7. Pop Up
8. Infraestructura

Fuente de ingresos

- Ventas por página web
- Ventas de modulos online
- preventas, drops limitados y capsula
- Trade in - intercambio con clientes por materia prima
- Ventas en pop up (a futuro)

Prototipo iniciales

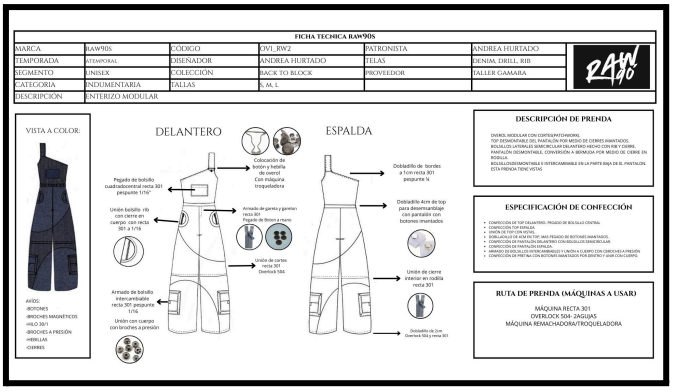


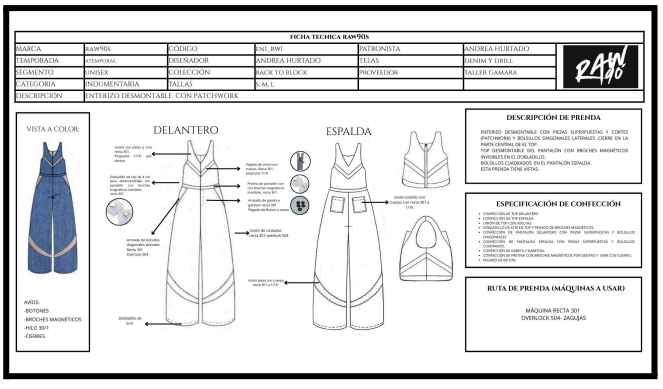
Prototipos renderizados





fichas técnicas





FICHA TECHNICA RAW90s

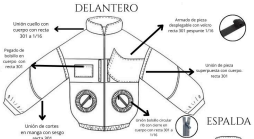
MARCA	RAW90s	CODIGO	CAL_RW2	PATRONISTA	ANDREA HURTADO
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	DENIM, DRILL, RIB
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L		
DESCRIPCIÓN	CHALECO MODULAR				

VISTA A COLOR:

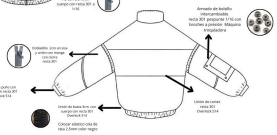


AVÍOS:
-VELCRO
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-CIERRES
-SESGO

DELANTERO



ESPALDA



DESCRIPCIÓN DE PRENDA

CASACA TRANSFORMABLE, CON CUELLO ALTO Y AJUSTE EN LA PRETINA CORTES:(PATCHWORK)
CON PIEZA DESPLEGABLE EN LA PARTE DERECHA DEL PECHO.
BOLSILLOS MACHLAKES CON CIERRE Y REBETE EN DELANTERO.
SE PUEDE DESMONTAR LA SISA, CONVERSIÓN A CHALECO.
INCORPORA LA POSIBILIDAD DE AGREGAR UN BOLSILLO INTERCAMBIABLE EN LA MANGA DERECHA CON BROCHES A PRESIÓN.
ESTA PRENDA TIENE FORRO.

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

- CONFECCIÓN DE DELANTERO-ARMADO DE BOLSILLOS CIRCULARES Y PIEZA SUPERPUESTA DESPLEGABLE CON BOLSILLO EN PECHO.
- CONFECCIÓN ESPALDA
- UNIÓN DE MANGAS CON SISA, DOBLADILLO DE 2CM Y CIERRE PARA TRANSFORMACIÓN.
- UNIÓN DE CUELLO CON CUERPO
- ARMADO DE BOLSILLOS INTERCAMBIABLES Y UNIÓN CON CUERPO CON BROCHES A PRESIÓN.
- UNIÓN BASTA Y ELASTICO CON CUERPO.

RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2 AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA

FICHA TECHNICA RAW90s

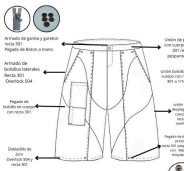
MARCA	RAW90s	CODIGO	SH2_RW2	PATRONISTA	ANDREA HURTADO
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	DENIM, DRILL, RIB
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L		
DESCRIPCIÓN	BERMUDA MODULAR DESMONTABLE				

VISTA A COLOR:



AVÍOS:
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-CIERRES

DELANTERO



ESPALDA



DESCRIPCIÓN DE PRENDA

BERMUDA MODULAR CON CORTES (PATCHWORK), CON PIEZAS DESMONTABLES POR MEDIO DE BROCHES A PRESIÓN , BOLSILLOS LATERALES Y BOLSILLOS PEGADOS EN EL LADO DERECHO DEL SHORT.
ESPALDA CON CANESÚ Y BOLSILLOS CUADRADOS.
DOBLADILLO DE 2CM.

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

- CONFECCIÓN DE SHORT DELANTERO CON BOLSILLOS LATERALES Y BOTONES A PRESIÓN.
- UNIÓN DE PIEZAS DESMONTABLES POR LOS LATERALES
- ARMADO DE ESPALDA CON CANESÚ Y BOLSILLOS CUADRADOS
- UNIÓN DELANTERO Y ESPALDA.
- DOBLADILLO DE 2CM.

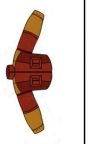
RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2 AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA

FICHA TECHNICA RAW90s

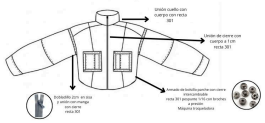
MARCA	RAW90s	CODIGO	CAL_RW4	PATRONISTA	ANDREA HURTADO
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	DENIM, DRILL, TELA MOJADA, NYLON
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L		
DESCRIPCIÓN	CASACA TRANSFORMABLE MANGA CORTA Y CHALECO				

VISTA A COLOR:



AVÍOS:
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-CIERRES

DELANTERO



ESPALDA



DESCRIPCIÓN DE PRENDA

CASACA TRANSFORMABLE CON CORTES (PATCHWORK) Y CUELLO ALTO, MANGA LARGA.
SE PUEDE DESMONTAR PARA CONVERSIÓN A MANGA CORTA O CHALECO.
INCORPORA PIEZAS CON BOLSILLOS PARCHE CON CIERRE, DESMONTABLE E INTERCAMBIABLE.
ESTA PIEZA TIENE FORRO.

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

- ARMADO DE DELANTERO
- ARMADO DE ESPALDA
- ARMADO DE MANGA CON CIERRES.
- UNIÓN DE MANGAS CON CUERPO, DOBLADILLO 2CM CON CIERRE PARA TRANSFORMACIÓN.
- UNIÓN DE CUELLO CON CUERPO
- ARMADO DE BOLSILLOS INTERCAMBIABLES Y UNIÓN CON CUERPO CON BROCHES A PRESIÓN.

RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2 AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA

FICHA TECHNICA RAW90s

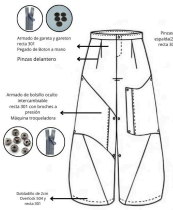
MARCA	RAW90s	CODIGO	PA2_RW4	PATRONISTA	ANDREA HURTADO
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	DENIM, DRILL, TASLAN
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L		
DESCRIPCIÓN	PANTALÓN BAGGY CON PINZAS				

VISTA A COLOR:

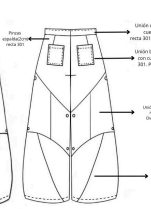


AVÍOS:
-BOTONES
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-CIERRES

DELANTERO



ESPALDA



DESCRIPCIÓN DE PRENDA

PANTALÓN BAGGY CON PINZAS Y CORTES (PATCHWORK)
ESPALDA CON PINZAS Y BOLSILLOS CUADRADOS.
PIEZAS CON BOLSILLOS CON CIERRE OCULTO DESMONTABLE E INTERCAMBIABLE.
DOBLADILLO DE 2CM.

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

- ARMADO DE DELANTERO CON CORTES.
- ARMADO DE ESPALDA CON BOLSILLOS CUADRADOS.
- UNIÓN DELANTERO Y ESPALDA
- ARMADO DE PIEZAS CON BOLSILLO OCULTO Y CIERRE.
- APLIQUE DE BROCHES A PRESIÓN.
- DOBLADILLO DE 2CM

RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2 AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA

FICHA TECHNICA RAW90s

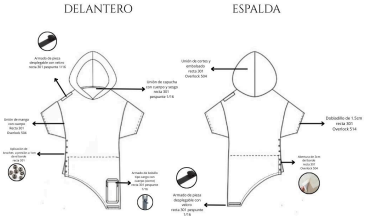
MARCA	RAW90s	CODIGO	POI_RW5	PATRONISTA	ANDREA HURTADO
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	ALGODON, POLIESTER
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L		
DESCRIPCIÓN	POLO CON CAPUCHAS DESMONTABLE				

VISTA A COLOR:



AVÍOS:
-BOTONES
-VELCRO
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-CIERRES
-SESGO

DELANTERO



ESPALDA

DESCRIPCIÓN DE PRENDA

POLO ASIMETRICO CON CAPUCHA Y CORTES (PATCHWORK) DESMONTABLE, TRANSFORMACIÓN DE CROP TOP A POLO LARGO.
BOLSILLO TIPO CARGO EN LA PARTE BAJA DERECHA DEL POLO.
EN EL LADO IZQUIERDO DE EL POLO SE SITUA UNA ABERTURA CON EL SISTEMA DE BROCHES DE PRESIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN.
CAPUCHA CON CORTE CENTRAL(SIMÉTRICOS).
DOBLADILLO DE 1.5CM.

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

- ARMADO DE DELANTERO
- ARMADO DE ESPALDA
- UNIÓN DE DELANTERO Y ESPALDA CON ABERTURA EN EL BORDE DERECHO INFERIOR.
- ARMADO DE BOLSILLO TIPO CARGO EN DELANTERO.
- UNIÓN DE MANGAS CON CUERPO Y SESGO.
- ARMADO DE CAPUCHA (EMBOLSADO)
- UNIÓN DE CAPUCHA CON CUERPO Y SESGO.
- DOBLADILLO DE 1.5CM

RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2 AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA

FICHA TECHNICA RAW90s

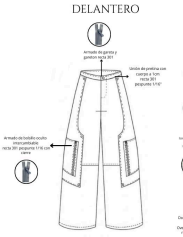
MARCA	RAW90s	CODIGO	PA2_RW5	PATRONISTA	ANDREA HURTADO
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	DRILL, TELA MOJADA, POLIESTER
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L		
DESCRIPCIÓN	PANTALÓN BAGGY DESMONTABLE				

VISTA A COLOR:

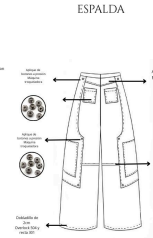


AVÍOS:
-BOTONES
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-CIERRES

DELANTERO



ESPALDA



DESCRIPCIÓN DE PRENDA

PANTALÓN BAGGY DESMONTABLE CON CORTES (PATCHWORK), TRANSFORMACIÓN A BERMUDA CON CIERRE EN RODILLA.
PIEZAS CON BOLSILLOS PARCHE Y CIERRE DESMONTABLE E INTERCAMBIABLE.
ESPALDA CON CANESÚ Y BOLSILLOS CUADRADO.
DOBLADILLO DE 2CM

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

- ARMADO DE DELANTERO
- ARMADO DE ESPALDA CON BOLSILLOS CUADRADOS Y CANESÚ.
- UNIÓN EN PIEZAS DE PANTALÓN CON DOBLADILLO DE 2CM Y CIERRE PARA TRANSFORMACIÓN A BERMUDA O PANTALÓN DE LA RODILLA.
- ARMADO DE PIEZAS CON BOLSILLO PARCHE Y CIERRE (INTERCAMBIABLE).
- APLIQUE DE BROCHES.
- DOBLADILLO DE 2CM.

RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2 AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA

FICHA TECHNICA RAW90s

MARCA	RAW90s	CODIGO	CAL_RW6	PATRONISTA	ANDREA HURTADO
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	DENIM, ALGODON,POLIESTER,RIB
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L		
DESCRIPCIÓN	CASACA BOMBER TRANSFORMABLE				

VISTA A COLOR:



AVÍOS:
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-CIERRES

DELANTERO



ESPALDA



DESCRIPCIÓN DE PRENDA

CASACA BOMBER CON CORTES (PATCHWORK) TRANSFORMABLE.
BOLSILLOS ASIMETRICOS CON SOLAPA EN EL PECHO DESMONTABLE E INTERCAMBIABLE.
SE PUEDE DESMONTAR LA MANGA PARA CONVERSIÓN A MANGA CORTA.
BASTA DE 4CM.
ESTA PIEZA TIENE FORRO.

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

- ARMADO DE DELANTERO
- ARMADO DE ESPALDA
- UNIÓN DE MANGAS, DOBLADILLO 2CM Y CIERRE PARA TRANSFORMACIÓN.
- UNIÓN DE CUELLO CON CUERPO
- ARMADO DE BOLSILLOS ASIMETRICOS INTERCAMBIABLES Y UNIÓN CON CUERPO CON BROCHES A PRESIÓN.

RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2 AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA

FICHA TECHNICA RAW90s

MARCA	RAW90s	CODIGO	BE2_RW6	PATRONISTA	ANDREA HURTADO
TEMPORADA	ATEMPORAL	DISEÑADOR	ANDREA HURTADO	TELAS	DENIM, DRILL, RIB
SEGMENTO	UNISEX	COLECCIÓN	BACK TO BLOCK	PROVEEDOR	TALLER GAMARA
CATEGORIA	INDUMENTARIA	TALLAS	S, M, L		
DESCRIPCIÓN	BERMUDA MODULAR CON BOLSILLOS REDONDEADOS				

VISTA A COLOR:



AVÍOS:
-BOTONES
-HILO 30/1
-BROCHES A PRESIÓN
-CIERRES

DELANTERO



ESPALDA



DESCRIPCIÓN DE PRENDA

BERMUDA MODULAR CON CORTES (PATCHWORK) Y BOLSILLOS REDONDEADOS
INCORPORA PIEZAS CON CON CIERRE OCULTO DESMONTABLE E INTERCAMBIABLE.
DOBLADILLO 2CM

ESPECIFICACIÓN DE CONFECCIÓN

- CONFECCIÓN DE SHORT DELANTERO CON BOLSILLOS REDONDEADOS.
- ARMADO DE ESPALDA
- UNIÓN DELANTERO Y ESPALDA.
- ARMADO DE BOLSILLOS OCULTOS INTERCAMBIABLES Y UNIÓN CON CUERPO CON BROCHES A PRESIÓN.
- DOBLADILLO DE 2CM.

RUTA DE PRENDA (MÁQUINAS A USAR)

MÁQUINA RECTA 301
OVERLOCK 504- 2 AGUJAS
MÁQUINA REMACHADORA/TROQUELADORA

Tabla UX

El usuario necesita de prendas que se adapten a diferentes momentos o estilos. Busca versatilidad, inversión y opciones sostenibles.	La sobreproducción de ropa que genera residuos y produce prendas que no se adaptan a distintos momentos ni estilos de vida.
Marca de ropa modular transformable hecha a partir de tecnicas upcycling	El usuario obtinene la prenda funcional, reduce compras, se siente practico y creativo.

El usuario ve la prenda y se siente atraido por la versatilidad. Explora piezas y combinaciones.	El usuario comprende el uso de la prenda y la transforma según a sus necesidades.
El usuario encuentra una combinación que le resulta comoda y adecuada. Valora la simplicidad del mecanismo, la estetica y la idea de tener varios usos en prendas	La prenda modular se integra en su dia a dia: • Le ahorra tiempo y dinero. • Es fácil de transformar. • Se adapta a diferentes estilos o situaciones. • Reduce la cantidad de ropa que necesita comprar. • El usuario recomienda la prenda y se siente parte de una propuesta creativa, sostenible y útil.

Tabla Receptora

LO QUE FUNCIONA

- el diseño reinterpretado en los años 90s
- los usuarios encuentran las prendas utiles
- funciona para su vida diaria
- el usuario compraria prendas de la coleccion
- La mayoria de usuarios esta dispuesto a pagar por estas prendas
- a los usuarios les gusta la idea del trade-in
- a los usuarios les gusta la idea de un consumo mas sostenible
- a los usuarios les gusta la idea de probar y ver prendas en un pop up
- los usuarios esta dispuestos a recomendar estas prendas.

CRITICA

- Los usuarios quieren tallas
- quieren paleta de colores, especificamente el color negro
- quieren ver mas estilos de prendas
- sugieren materiales no tan pesados

DUDAS

- Los usuarios preguntan por prendas unisex
- se preguntan si habran mas estilos en distintas epocas
- tienen dudas con respecto al uso de las prendas.

NUEVAS IDEAS

- buscar nuevas ideas Unisex para llegar a un publico mas amplio
- las tallas de ropa se harian de acuerdo a la cantidad de materia prima
- Diseños unicos
- explorar nuevos estilos

Encuestas

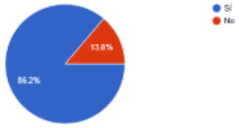
1.- ¿Te parecen útiles las prendas transformables que cambian de forma y función con simples ajustes?

29 respuestas



2.- ¿Consideras que este tipo de prenda se adapta al estilo de vida diario?

29 respuestas



3.- ¿Te gusta el diseño inspirado en la estética de los años 90 reinterpretada de forma actual?

29 respuestas



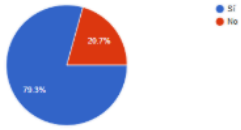
4.- ¿Comprarías una prenda transformable de esta colección?

29 respuestas



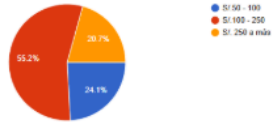
5.- ¿Estarías dispuesto(a) a pagar un precio más alto que el de una prenda tradicional por sus funciones adicionales?

29 respuestas



6.- Hipoteticamente ¿Cuánto estarías dispuesto(a) a pagar por una prenda de esta colección?

29 respuestas



7.- ¿Reemplazarías algunas de tus prendas actuales por un descuento o prenda nueva transformable de esta colección?

29 respuestas



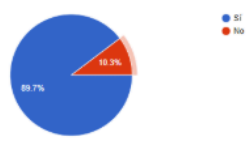
8.- ¿Crees que estas prendas aportan a un consumo más sostenible?

29 respuestas



9.- ¿Te sentirías cómodo(a) usando una prenda con múltiples formas y estilos?

29 respuestas



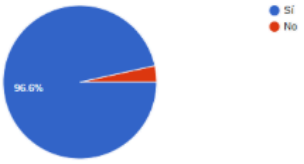
11.- ¿Asistirías a un pop-up para ver y probar estas prendas en persona?

29 respuestas



12.- ¿Recomendarías este tipo de prenda a otras personas?

29 respuestas



13.- ¿Tienes alguna recomendación?

29 respuestas

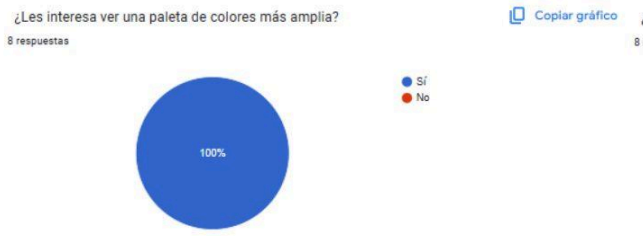
- [illegible]
- .
- Todo muy bonito, quisiera saber la paleta de colores nada más
- que lo hagan con buena calidad y que los colores sean jugables para cada estilo
- Que los pantalones anchos no lleguen a arrastrarse por el piso
- Sería interesante ver diferentes estilos de distintas épocas en este tipo de prenda
- Ninguna, veo realmente muy creativo está función
- No
- Todo muy bonito y bien hecho
- no
- Se indique las tallas en la demostración
- Que las fabriquen ya
- En negro, el negro combina con todo.
- Sigan agregando más prendas, está increible
- Que algunas prendas nos sean tan holgadas
- Hacer interfaz con colores y el tipo de modelo o doiseño, elegantoqui
- trataría de hacer las prendas de un material (o ropa de segunda mano), ligero para que no sea tedioso en el día a día
- Puede ser unisex?

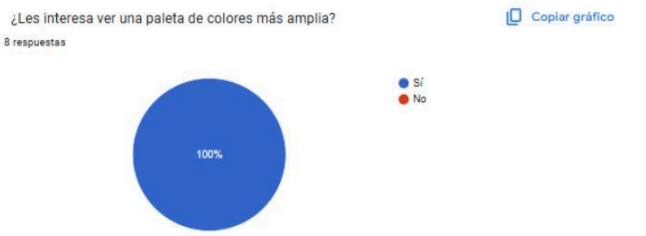
Encuestas Focus Group

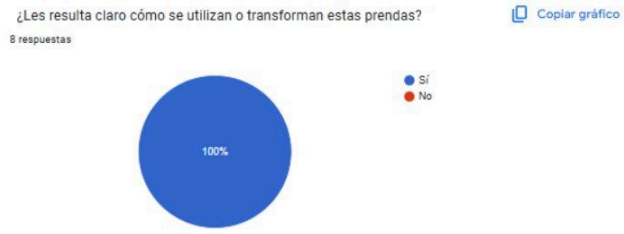
1. ¿Te gusta la estética en general de la colección?
2. ¿Preferirías que las prendas transformables tengan tallas definidas?
3. ¿Consideras que estas prendas pueden funcionar como unisex?
4. ¿Consideran importante ampliar la colección con diferentes estilos?
5. ¿Te interesa ver una paleta de colores más amplia?
6. ¿Te resulta claro cómo se utilizan o transforman estas prendas?
7. ¿Comprarías alguna de estas prendas si estuvieran disponibles?
8. ¿El concepto modular/transformable influye positivamente en su decisión de compra?
9. ¿Pagarias un promedio de 50-300 soles por alguna de estas prendas?

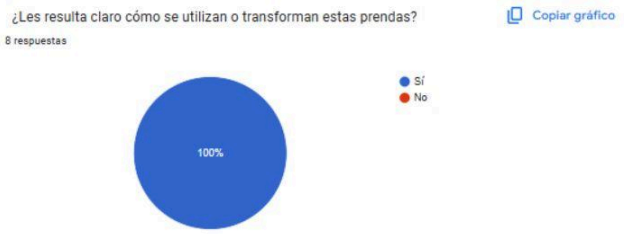












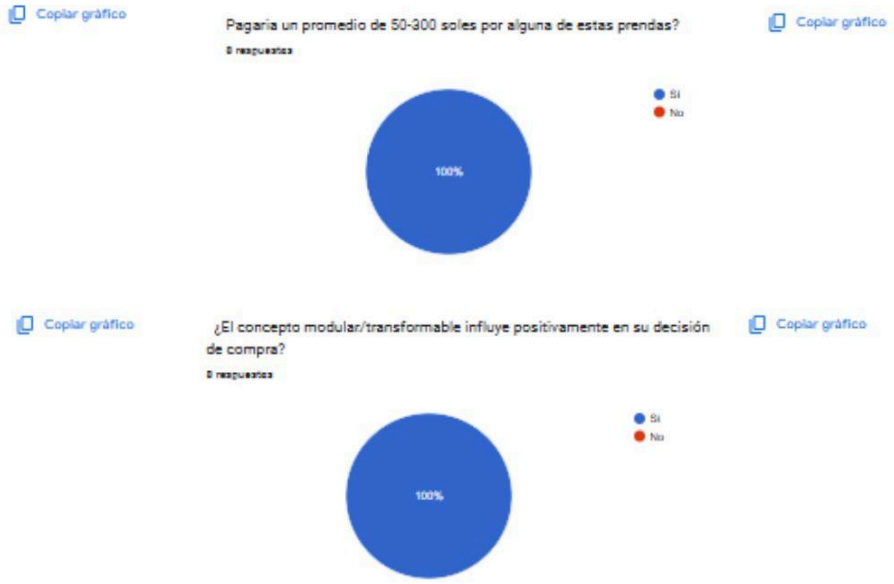


Tabla 4 plan de actividades

Plazo	Actividades Clave	Detalle / Objetivo
Corto plazo (0-4 meses)	Prototipado de colección	Desarrollo de los primeros prototipos modulares, pruebas de materiales y técnicas de transformabilidad.
	Marketing inicial	Apertura de redes sociales, contenido visual y storytelling inicial de la marca, compra de

		dominio-hosting de la página web.
	Registro y permisos	Registro de marca (Indecopi), obtención de licencias comerciales si aplica.
Mediano plazo (4-12 meses)	Producción escalable de primera colección	Selección de proveedores , Confección de prendas y publicación de pre-lanzamiento.
	Colección cápsula	Lanzamiento de primeras colecciones limitadas de prendas transformables y medición de aceptación.
	Integración de Trade- in	Lanzamiento de promoción de intercambio trade-in en Feria pop up
	Estrategia de ventas	Venta online, evento piloto pop-up +trade in
	Optimización de materiales	Evaluar costos y eficiencia de materiales, reciclaje o reutilización de excedentes.

Largo plazo (12+ meses)	Expansión de línea	Introducir nuevas categorías (accesorios, ropa técnica, ediciones especiales).
	Colaboración con Influencers de moda	Búsqueda de influencers que se alineen con la identidad y el estilo de la marca.
	Innovación continua	Integración de venta de módulos independientes, colaboraciones con influencers diseñadores/artistas y textiles avanzados.
	Educación y comunidad	2do evento pop up estilo , y aumento de contenido educativo , campañas de conciencia sobre moda sostenible y transformable.