ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

“TOULOUSE LAUTREC”

Moda circular y estética urbana: Una propuesta textil consciente

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

PRESENTADA POR

Carla Alexandra Mayta Rodriguez
DNI: 73449290, Perú
Karen Elena Cruzado Becerra
DNI: 73089239, Perú

ASESOR

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

JURADO

Palomino Nolasco Elizabeth Fabiola
Rodriguez Jara Melva Elizabeth
Pérez Ortiz Johan Alexander

Lima, enero 2026

Moda circular y este%CC%81tica urbana_ Una propuesta textil consciente_2019002589_2017001785_Cruzado_Mayta.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:549262152

Fecha de entrega
25 ene 2026, 3:45 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
25 ene 2026, 7:01 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Moda circular y estética urbana_ Una propuesta textil consciente_2019002589_2017001785_Cruza....pdf

Tamaño del archivo
1.7 MB

63 páginas

6980 palabras

39.516 caracteres

19% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Exclusiones

- N.º de fuente excluida

Fuentes principales

10% Fuentes de Internet
1% Publicaciones
18% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

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

Carla Alexandra Mayta Rodríguez

Dedicado a…

A mis padres, por ser mi inspiración y por acompañarme con amor, paciencia y fe en cada paso de este camino. Quienes me enseñaron el valor del esfuerzo y la importancia de nunca rendirme.

También dedico este logro a todas las personas que creyeron en mí cuando más lo necesitaba y que con su apoyo y palabras me recordaron que todo sacrificio vale la pena.

Karen Elena Cruzado Becerra

Dedicado a…

A mis padres, por su esfuerzo, confianza y amor incondicional, por ser mi mayor motivación y ejemplo de perseverancia.

A mis abuelos y tíos, por su apoyo constante, sus palabras de aliento y por acompañarme en cada paso de mi carrera.

A mis amigos, por su cariño, comprensión y por estar a mi lado en los momentos más importantes de este proceso.

Y a mi querido perro, que aunque ya no está físicamente conmigo, siempre permanecerá en mi corazón como mi compañero incondicional.

Agradecimiento

Karen Cruzado

Agradezco a Dios por darme la fortaleza y sabiduría necesarias para culminar esta etapa. A mis padres, por su amor, sacrificio y confianza incondicional. A mis abuelos y tíos, por su apoyo constante, consejos y por acompañarme en cada paso de mi formación. A mis amigos, por su cariño, comprensión y por compartir conmigo cada momento de este camino. Y a mis docentes, por su guía y dedicación, que fueron fundamentales en mi crecimiento académico y profesional.

Carla Mayta

Quiero expresar mi agradecimiento a mis padres, por su constante apoyo en cada etapa de mi vida y en cada paso de mi formación. A mis docentes, por su compromiso y orientación a lo largo de este proceso académico y por compartir su conocimiento. También agradezco a todas las personas que, de una u otra forma, me acompañaron durante este proceso o indirectamente al desarrollo de este trabajo, ya que cada gesto de apoyo que me brindaron para alcanzar este objetivo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general 1

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 2

II. Descripción de la innovación 4

2.1 Planteamiento del Problema 4

2.2 Población beneficiaria 6

2.3 Objetivo(s) del proyecto 8

2.4 Marco referencial 8

2.5 Proceso creativo y experimentos 13

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 13

2.5.2 Información sobre el Mercado 15

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 17

2.5.4 Diseño de producto/servicio 21

2.5.5 Modelo de Negocio 23

2.5.6 Resultados esperados 24

2.5.7 Prototipos desarrollados 25

2.5.8 Experimentos 32

III. Estimación de costos 35

3.1 Presupuesto 39

IV. Conclusiones y recomendaciones **40**

4.1 Conclusiones 40

4.2 Recomendaciones 41

V. Referencias Bibliográficas **42**

VI. Anexos **47**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Costo de Blusa 35

Tabla 2 Costo de Falda 36

Tabla 3 Costo de Top 37

Tabla 4 Costo de Pantalón 38

Tabla 5 Presupuestos y costos de Top 51

Tabla 6 Presupuestos y costos de Falda 52

Tabla 7 Presupuestos y costos de Blusa 52

Tabla 8 Presupuestos y costos de Pantalón 53

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ODS 5

Figura 2 Árbol de Problema 6

Figura 3 Mapa de Actores 7

Figura 4 Arquetipo de Usuario 14

Figura 5 Mapa de Empatía 15

Figura 6 Brainstorming y Matriz de Filtración 18

Figura 7 Propuesta de valor 19

Figura 8 Scamper 20

Figura 9 Ruta de Conceptualización 21

Figura 10 Prototipos desarrollados 26

Figura 11 Prototipos desarrollados 27

Figura 12 Prototipos desarrollados en Photoshot 28

Figura 13 Prototipos desarrollados en Photoshot 29

Figura 14 Prototipos desarrollados en Photoshot 30

Figura 15 Prototipos desarrollados en Photoshot 31

Figura 16 Gráfico de encuesta 47

Figura 17 Gráfico de encuesta 47

Figura 18 Gráfico de encuesta 47

Figura 19 Gráfico de encuesta 47

Figura 20 Gráfico de encuesta 48

Figura 21 Gráfico de encuesta 48

Figura 22 Gráfico de encuesta 48

Figura 23 Gráfico de encuesta 48

Figura 24 Gráfico de encuesta 49

Figura 25 Gráfico de encuesta 49

Figura 26 Gráfico de encuesta 49

Figura 27 Gráfico de encuesta 49

Figura 28 Gráfico de encuesta 50

Figura 29 Gráfico de encuesta 50

Figura 30 Gráfico de encuesta 50

Figura 31 Gráfico de encuesta 50

Figura 32 Packaging de marca 51

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Moda circular y estética urbana: Una propuesta textil consciente

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación **Moda circular y estética urbana: Una propuesta textil consciente** se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de **Competitividad y diversificación industrial** y la actividad económica de **Otras actividades de servicios** y busca resolver busca resolver el problema del **desperdicio textil generado por la industria de la moda**, que en el Perú y en otros países se traduce en altos volúmenes de residuos, escasa gestión ambiental y un impacto negativo en comunidades locales, teniendo como población beneficiaria a jóvenes entre 18 y 25 años, con interés en la moda sostenible, la creatividad y el consumo responsable. 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 ofrecer prendas sostenibles creadas mediante técnicas de upcycling, patchwork y teñidos artesanales, se trata de una colección de moda con piezas únicas elaboradas a partir de

residuos textiles, que combina diseño responsable, producción ética y un impacto positivo en el triple balance: social, económico y ambiental. Para la experimentación se diseñaron prototipos textiles que incluyen tops, faldas y prendas intervenidas con teñido natural y patchwork, los cuales fueron presentados en sesiones de testeo con usuarios mediante encuestas, entrevistas y revisión de prendas en físico. Estas actividades permitieron evaluar percepción de valor, estética, funcionalidad, intención de compra y conexión emocional con el concepto. Los resultados muestran una alta aceptación, especialmente por parte de jóvenes interesados en la moda sostenible, quienes valoraron la exclusividad de cada pieza y el enfoque responsable. Se concluye que la solución propuesta responde a una necesidad real de consumo consciente y destaca por su diferenciación creativa; y se recomienda continuar con ajustes en tallaje, ampliar la variedad de prendas, reforzar la comunicación del impacto ambiental y explorar canales digitales para escalar la propuesta.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

Este proyecto de innovación se desarrolla en el ámbito de la moda en el Perú, país con una amplia tradición textil que se remonta a las culturas precolombinas. En la cultura incaica, el tejido fue un pilar cultural que expresaba identidad, jerarquía y visión del imperio. El Qhapaq Ñan (Camino del Señor) permitió transmitir saberes, técnicas y materiales, consolidando esta herencia. Ciudades como Cusco y Machu Picchu se convirtieron en centros de producción y simbolismo, donde el bordado y el teñido destacaron como expresiones culturales en los Andes y la Amazonía.

Actualmente, la expansión de la moda rápida ha generado un notable incremento de residuos textiles. En Lima, el emporio de Gamarra, principal polo de producción y consumo,

concentra gran parte de este problema, pues carece de sistemas de tratamiento adecuados y sus desechos suelen terminar en vertederos.

Bajo tal escenario, el proyecto desarrollará una colección de moda sostenible utilizando la reutilización creativa de desechos textiles. Se utilizan técnicas de patchwork, shibori, ecoprint, bordado y teñido artesanal (batik, tie dye y pintura a mano), permitiendo que los materiales desechados sean reimaginados y transformados en prendas únicas. Inspirada en el arte urbano, la propuesta es una mezcla de tradiciones textiles ancestrales y expresiones contemporáneas que son de importancia tanto estética como cultural, ofreciendo una buena contribución a la sostenibilidad e innovación del diseño de moda en Perú.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En 2020, Estados Unidos se consolidó como el principal destino para las exportaciones peruanas de textiles y confecciones, albergando aproximadamente el 50% del total de los envíos de ropa al extranjero. (Miceli, 2024). Pero esta expansión enfrenta un creciente problema ambiental: la producción en masa y el ritmo acelerado del modelo de moda rápida han producido un aumento en el volumen de desechos textiles (por ejemplo, jeans y productos industriales), muchos de los cuales no se reciclan de nuevo en la cadena de suministro y están destinados a vertederos.

Una gran parte de los residuos generados como recortes, hilos, etiquetas y sobrantes de producción, carecen de un sistema formal de gestión y suelen terminar en vertederos o ser incinerados, esto tiene consecuencias nefastas para el medio ambiente y la salud humana.

La inadecuada gestión de los residuos textiles genera múltiples impactos negativos, entre ellos la contaminación del aire, el agua y el suelo, así como el aumento de las emisiones de gases de efecto invernadero. El 20 % de la contaminación industrial del agua también se debe a la fabricación de ropa, y que bastantes contaminantes provienen del teñido y los productos químicos usados (Fluence Corp, 2022).

ODS:

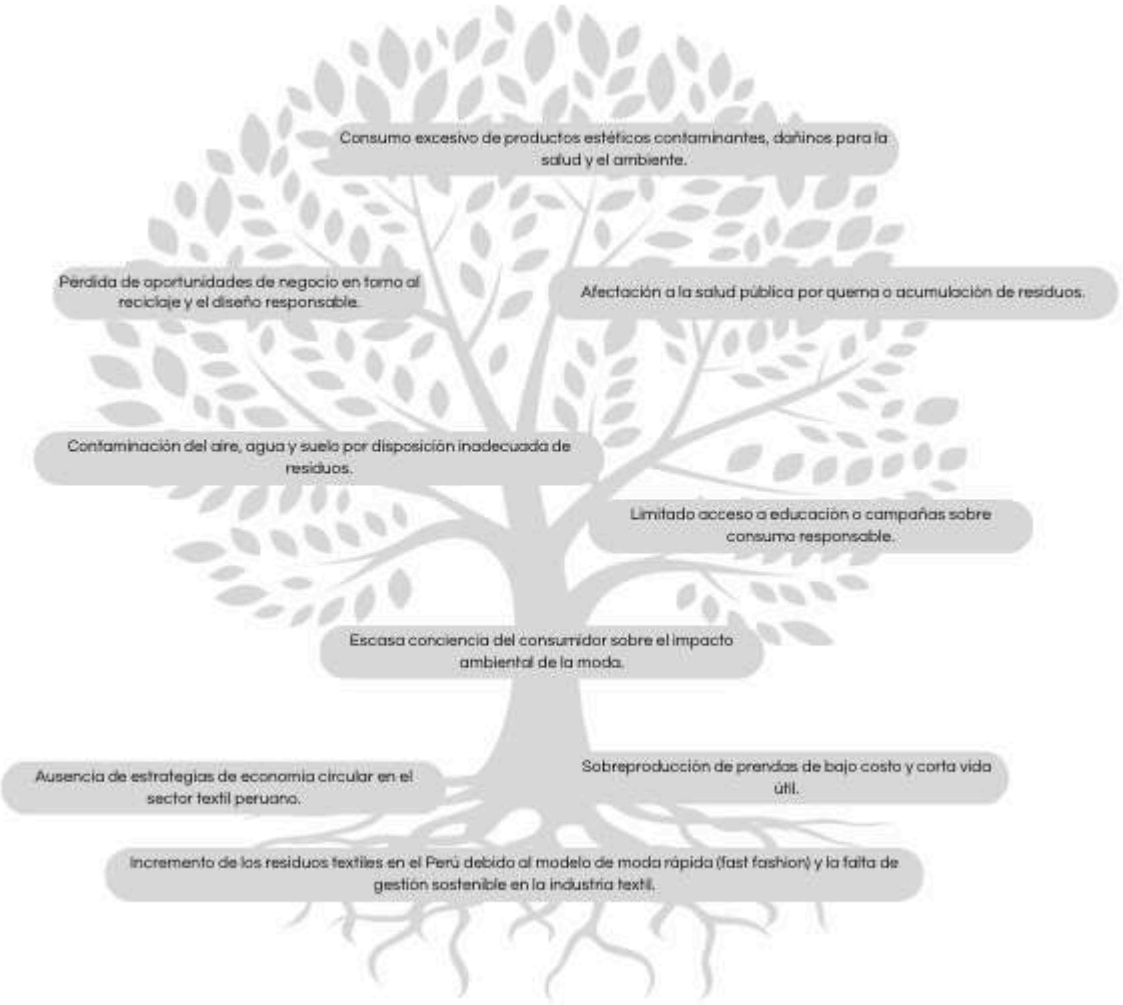
- **ODS 12 (Producción y consumo responsables):** por la necesidad de promover modelos circulares que reduzcan el desperdicio y extiendan la vida útil de los productos textiles.
- **ODS 6 (Agua limpia y saneamiento):** debido a la alta contaminación de fuentes hídricas causada por los tintes químicos y desechos textiles.
- **ODS 13 (Acción por el clima):** dado que el tratamiento inadecuado de residuos y emisiones de la industria textil contribuyen al calentamiento global.

Figura 1 ODS



Nota: Las figuras señalan los 3 tipos de ODS presentados en la colección "Hadas del Jardín".

Figura 2 Árbol de Problema



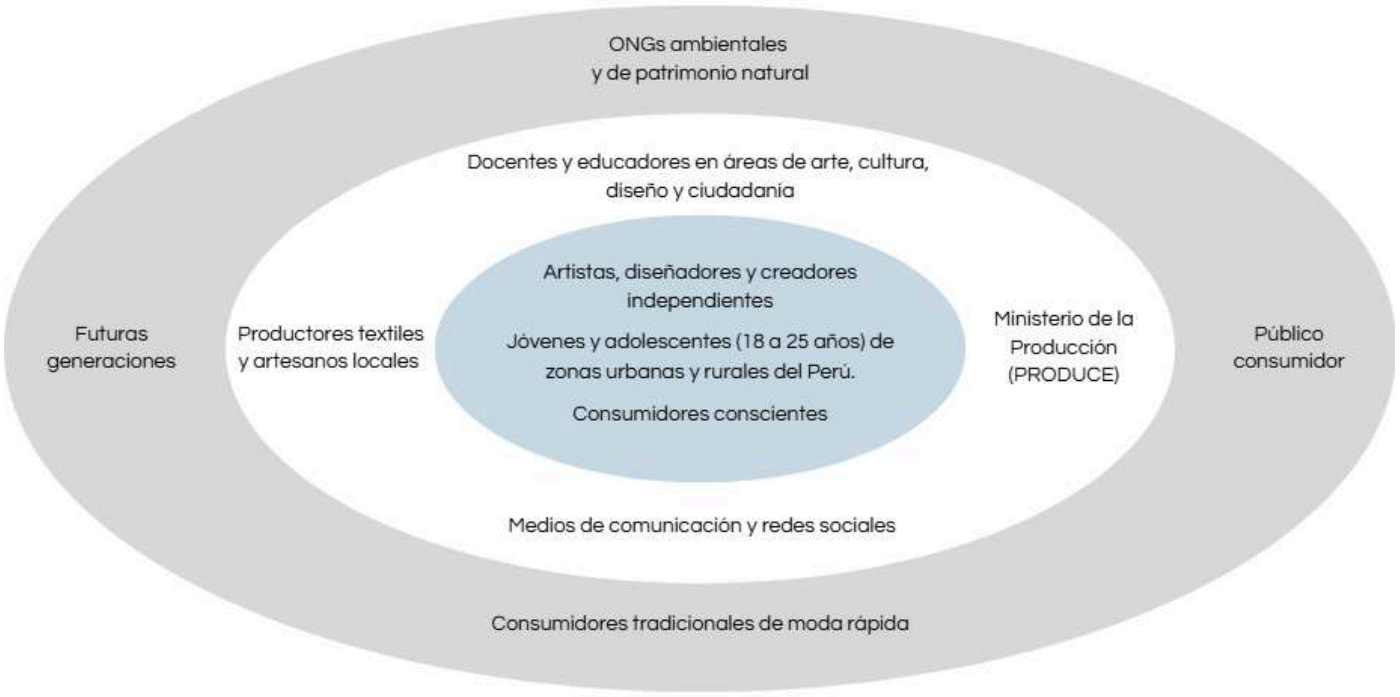
Nota: El diagrama señala el problema central, así como las causas y efectos relacionados con la colección *"Hadas del Jardín"*.

2.2 Población beneficiaria

El proyecto reúne a varios actores que promueven la sostenibilidad textil en Perú. Entre los participantes directos se encuentran diseñadores y artesanos locales, la marca

responsable del proyecto, consumidores conscientes y proveedores de residuos textiles de Gamarra, así como el Ministerio del Ambiente, que promueve políticas de economía circular. En cuanto a los participantes indirectos, están involucrados el Ministerio de Producción, el Ministerio de Cultura, municipalidades, ONG ambientales, instituciones educativas y medios de comunicación, apoyando la difusión, capacitación e implementación de prácticas sostenibles en la industria de la moda.

Figura 3 Mapa de Actores



Nota: El diagrama representa gráficamente la red de actores que están relacionados con la colección "Hadas del Jardín", este mapa de actores se apoya en el grado de cercanía y de influencia.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo general

Desarrollar una colección de moda sostenible la cual se enfoca en la reutilización creativa de residuos textiles, especialmente jeans y prendas industriales, a través de técnicas de intervención textil que integren el arte urbano y la tradición artesanal peruana.

Objetivos específicos

Analizar los problemas ambientales asociados con los residuos textiles en Perú, con especial énfasis en la industria vinculada a la moda rápida.

Fomentar la sostenibilidad textil mediante la reutilización creativa de materiales en desuso, inspirado en proyectos colaborativos entre instituciones académicas y comunidades artesanas.

Enseñar a los jóvenes sobre la importancia de la creatividad y la conciencia ambiental a través de la educación en técnicas de reciclaje creativo

2.4 Marco referencial

2.4.1 Antecedentes

La moda sostenible y el reciclaje creativo representan rutas alternativas para que Perú aborde las consecuencias adversas de la moda rápida, particularmente su sobreproducción, fomentando el consumo excesivo y produciendo grandes cantidades de residuos textiles diariamente. La industria textil figura entre los sectores que generan mayor cantidad de aguas residuales, siendo el denim uno de los principales responsables desde su producción, elaboración de los hilos hasta los procesos de acabado donde requiere grandes volúmenes de

agua y la utilización de numerosas sustancias químicas, como disolventes, resinas sintéticas, colorantes de alta toxicidad y agentes blanqueadores. (Osorio, 2018).

En el ámbito internacional, cada vez son más las marcas que incluyen el upcycling en sus propuestas, dándole una segunda vida a prendas o un valor agregado mediante procesos creativos y artesanales, marcas de lujo como Miu Miu han apostado por incorporar el upcycling en sus propuestas donde presentó una colección compuesta por 80 vestidos creados a partir de prendas de segunda mano seleccionadas en distintos lugares del mundo (Chan, 2020).

A su vez, estudios internacionales como el desarrollado en **Indonesia** sobre estrategias de marketing en marcas de moda sostenible evidencian cómo el upcycling no solo es una práctica ambientalmente responsable, sino también una estrategia rentable y culturalmente relevante. En este país, los emprendimientos de moda basados en la reutilización textil han logrado integrar con éxito los valores de sostenibilidad y estética contemporánea, generando una conexión emocional entre los consumidores y el propósito de las marcas. Este enfoque demuestra que la sostenibilidad puede ser económicamente viable cuando se combina con una narrativa de identidad local y autenticidad (BINUS Business Review, 2022).

De igual forma, en **India**, el **National Institute of Fashion Technology (NIFT)** promueve diversos proyectos que integran la conservación de las técnicas textiles ancestrales con la reutilización creativa de materiales, reforzando así el vínculo entre innovación y tradición. Estas iniciativas impulsan la formación de diseñadores comprometidos con el

desarrollo sostenible y la preservación cultural, demostrando que la moda puede ser un medio de empoderamiento económico para las comunidades artesanas. A raiz de este enfoque el NIFT ha logrado posicionar el diseño sostenible no solo como una tendencia educativa, sino como una herramienta de desarrollo social que contribuye a fortalecer las economías locales y el reconocimiento del trabajo artesanal (NIFT Shillong, 2021).

En Chile, iniciativas académicas como *Trastienda Moda Sostenible* del AIEP impulsan la formación de una nueva generación de diseñadores comprometidos con el medio ambiente. Este programa combina la enseñanza del diseño con la práctica del upcycling, alentando a los estudiantes a crear piezas únicas a partir de materiales desechables. De esta manera, se fomenta la creatividad como respuesta a la crisis ambiental, promoviendo una estética que valora la imperfección, la reutilización y la innovación artesanal. Esta experiencia muestra el papel crítico de la educación como una fuerza impulsora para una mayor conciencia y un sistema de moda que cambia la economía (AIEP, 2023).

En el Perú, el modelo de moda sostenible está emergiendo y cristalizandose, especialmente para los nuevos negocios y diseñadores que adoptan la visión de ser innovadores junto con el renacimiento de las tradiciones textiles. Un proyecto notable es el trabajo de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) en apoyar la co-creación entre diseñadores y comunidades artesanales locales y la reutilización de materiales de desecho. Este evento promueve una nueva comprensión y promoción del patrimonio textil peruano, una economía circular y la construcción de identidad cultural y social, y para aquellos directamente conectados con él. Al trabajar en asociaciones interdisciplinarias, la UPC ofrece una visión de una asociación integrada donde la sostenibilidad y el desarrollo

social no son dos polos separados, sino que están en conexión directa (UPC, 2024).

En cambio, recién llegados como la marca Infinity han logrado crear líderes nacionales en sostenibilidad con denim reciclado y lo han convertido en la tela principal de sus colecciones. Su propuesta es ropa moderna basada en desechos industriales que tiene una apariencia de identidad peruana; sugiriendo una combinación de innovación, cuidado ambiental y la estética de hoy. Este modelo también muestra que una industria textil puede ser competitiva y también responsable, lo que debería facilitar un consumo más consciente dentro del mercado local (Mercado Negro, 2023).

Otro ejemplo son los eventos: grandes eventos como Perú Moda Deco 2023, donde se estableció un mercado textil más sostenible e innovador impulsado por PROMPERÚ. No solo la presencia de diseñadores y marcas visibles que trabajan dentro del enfoque de la sostenibilidad ambiental en esta plataforma, sino también el intercambio de conocimientos y prácticas sostenibles entre actores nacionales e internacionales. De esta manera, Perú representa una nueva frontera en el área que está emergiendo en términos de referencia al invertir en moda que trata el medio ambiente y apoya la creatividad y las prácticas ecológicas en la "economía circular" (PROMPERÚ, 2023).

Esto apoya un movimiento global y nacional hacia una moda más consciente y más regenerativa donde la creatividad puede transformar los desechos en recursos; la artesanía de cosas como el bordado, el teñido natural o el patchwork puede encontrar su capital cultural, y puede convertirse en una reivindicación en el diseño contemporáneo, algo que está emergiendo con el movimiento climático internacional y nacional. Dentro de tal contexto, el

presente proyecto se enmarca en la búsqueda de reconciliar el arte urbano con la tradición textil peruana, sugiriendo una colección de moda sostenible que salva materiales antiguos y los transforma en piezas de arte únicas que tienen significado estético, cultural y ambiental.

2.4.2 Consideraciones teóricas

- La moda debe entenderse como una forma de expresión cultural, social y artística.
- El diseño sostenible se orienta y tiene como objetivo minimizar el impacto ambiental mediante la selección consciente de materiales y procesos productivos.
- El upcycling permite transformar los desechos textiles en piezas con valor estético y funcional.
- Es necesario aplicar una metodología de diseño: investigación, moodboard, fichas técnicas y desarrollo textil.
- La fotografía y presentación final son herramientas esenciales para conectar con el público objetivo.
- La innovación debe integrarse desde la técnica hasta la narrativa visual del proyecto.
- Así, el Perú consolida su lugar en el mercado nórdico más amplio, uno que es conocido por inclinarse hacia propuestas de diseño innovadoras y sostenibles.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

La usuaria es una mujer joven del sector socioeconómico A, está preocupada por la moda sostenible y el arte, y por expresarse a sí misma, de esta manera busca ropa que sea consciente del medio ambiente y cómoda. Le molesta cuando se encuentra con prendas de ropa de baja calidad y corta duración, por lo que realmente quiere comprar de marcas que compartan valores de consumo responsable y creatividad artesanal. Su ocio también está relacionado con el arte y probar a teñir la ropa, a su vez investiga sobre ello. Su razón es encontrar artículos sostenibles, cómodos y de calidad, que encarnen sus valores personales, que influyan en la moda responsable.

Figura 4 Arquetipo de usuario



Sandra Morales

EDAD	24 años
SEXO	Mujer
PAÍS	Perú
EDUCACIÓN	Universidad
OCUPACIÓN	Bellas Artes
ESTADO CIVIL	Soltera

REDES SOCIALES QUE UTILIZA Y COMO:

- Instagram/ sube contenido de su día a día
- WhatsApp/ Se Comunica
- Tiktok/ Sube contenido y se informa

ENTORNO FAMILIAR / AMIGOS

- Vive con sus padres y sus dos hermanos
- Tiene un círculo de amigos muy grande.
- Tiene un novio de su misma edad

TIPO DE OCIO/ DESCANSO

Sandra a parte de estudiar presencial en sus tiempos libres le gusta teñir diferentes prendas de ropa como prendas altas,bajas y mono prendas utilizando diferentes técnicas de teñido, a ella le gusta la bisutería artesanal y alfarería, durante la semana estudia, trabaja y pasa tiempo con su familia y los fines de semana con sus amigos. También le gusta mucho la naturaleza y viajar para aprender de otras cultura

MARCAS QUE CONSUME

BLAZZE GARAJE ECO CHEAP

EN RELACION CON LA PROPUESTA

QUE LE DUELE Y LE MOLESTA

- Le molesta que la ropa que usa sean desechables y de mala calidad, a demás que sean sintéticos.
- Le incomoda que no pueda encontrar prendas que estén hechas a mano y sean sostenibles.
- Le duele la explotación que existe en el fast fashion.

QUE NECESITA Y ESPERA

- Necesita una marca de ropa y accesorios que tenga conciencia ambiental implementando materiales naturales, usando técnicas de reutilización con un toque de estilo único.
- Necesita a través de su prenda en donde se sienta cómodo y fresco por usar un producto de calidad y eco friendly.
- Espera poder apoyar el trabajo de los artesanos de manera directa.
- Necesita una marca que comparta sus mismos valores y puntos de vistas dentro de la moda, y apoye a estas causas sociales.

Nota: Arquetipo de usuario "Sandra Morales". Adaptado de la técnica "Personas" de A. Cooper (2023).

Figura 5 Mapa de empatía



Nota: Mapa de Empatía, basado en D. Gray (2023).

2.5.2 Información sobre el Mercado

Como mercado digital, estará en la mejor posición para mejorar la exposición de la marca y comercializar a los consumidores internacionales de moda sostenible. A través de la promoción de campañas digitales en redes sociales y asociándose con otros influencers afines, Hadas del Jardín puede ayudar a mejorar su reputación y mantener a sus clientes de marca que aprecian la autenticidad de la marca, así como su compromiso ambiental.

Oportunidad de mercado:

- El aumento de la conciencia ambiental junto con un consumo más responsable, ha favorecido el crecimiento continuo de la moda sostenible en el Perú.
- De acuerdo con PROMPERÚ (2023), el 62 % de los consumidores urbanos en el Perú manifiestan disposición a pagar un precio mayor por productos sostenibles.
- En este contexto, hay una oportunidad para marcas que incorporan diseño, sostenibilidad y producción ética, como *Hadas del Jardín*.

Competencia:

- Existen marcas nacionales como **Las Polleras de Agus, Savia Perú e Infinity** que promueven la sostenibilidad mediante el uso de materiales reciclados y trabajo artesanal.
- **Hadas del Jardín** se diferencia por fusionar arte y moda a través de técnicas como el patchwork, el shibori, el ecoprint y la pintura textil a mano, creando una propuesta más conceptual y artística.

Barreras de entrada:

- Costos elevados de producción artesanal y limitaciones en la obtención de materiales reutilizables de calidad.
- Escasa infraestructura en el país para procesos de reciclaje textil a gran escala.
- Dificultad para posicionar una marca emergente en un mercado aún dominado por la moda rápida.

Alcance esperado:

- Se priorizará la venta digital mediante **Instagram, TikTok** y una **página web oficial**, con el objetivo de llegar a un público nacional e internacional.

- La identidad de marca se fortalecerá con el uso de marketing digital, la narración de historias y asociaciones con influencers para expandir el alcance global.

Mercado objetivo:

- **Primario:** Mujeres entre 18 y 25 años, de niveles socioeconómicos A y B, interesadas en la moda consciente, artística y de diseñador.
- **Secundario:** Mujeres mayores de 25 años con poder adquisitivo medio-alto que valoran la exclusividad y autenticidad de las prendas artesanales.

Demanda potencial:

- El sector textil sostenible en Perú está creciendo entre un 10% y un 15% anualmente (Cámara de Comercio de Lima, 2023).
- La demanda se concentra principalmente en Lima y Arequipa, donde el público muestra una mayor inclinación hacia productos ecológicos con identidad local.
- Este contexto confirma la viabilidad comercial de propuestas sostenibles como Hadas del Jardín.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor:

- **Brainstorming y Matriz de Filtración:**

El proyecto busca abordar la sostenibilidad, la identidad artesanal y la innovación estética a través de una variedad de conceptos. A través de la matriz de filtración se evaluaron las propuestas según su relevancia, impacto y utilidad para la comunidad, también su diferenciación, es decir, qué tan únicas o innovadoras resultan frente a lo que ya existe en el mercado.

De esta evaluación surgieron tres ideas clave que destacan por su potencial creativo y coherencia con los valores del proyecto: la colección cápsula con estética street y detalles artesanales, la colección cápsula upcycled con bordado artesanal, y las prendas modulares. Estas propuestas combinan funcionalidad, expresión cultural y compromiso ambiental, sentando la base para el concepto final de la colección.

Figura 6 Brainstorming



Nota: El diagrama presenta el Brainstorming y Matriz de Filtración basado en metodología de la Universidad del Valle de México.

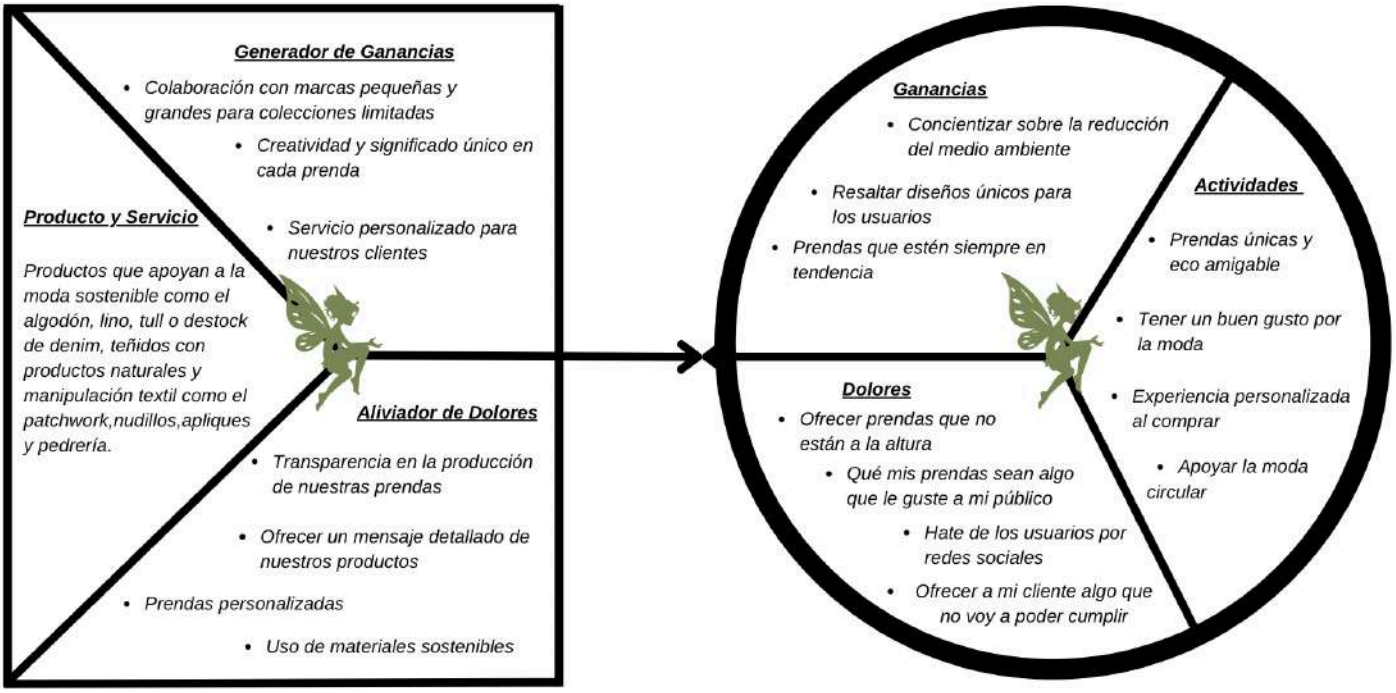
- **Propuesta de Valor:**

"Hadas del Jardín", es una propuesta innovadora que fusiona la esencia mágica de las hadas con la fuerza de la mujer actual. La colección transmite que cada joven posee un brillo

propio, capaz de resplandecer en soledad como un ser místico del bosque. Se inspira en una mujer independiente, espiritual y llena de vitalidad, que renace con entusiasmo después de atravesar cualquier tormenta. El mensaje central es invitar a la mujer a reconocerse como libre y poderosa, capaz de superar cualquier situación y transformarse en su propia hada del jardín.

Su valor fundamental de esta colección es transformar materiales desechados en prendas únicas, con estilo urbano y conciencia sostenible.

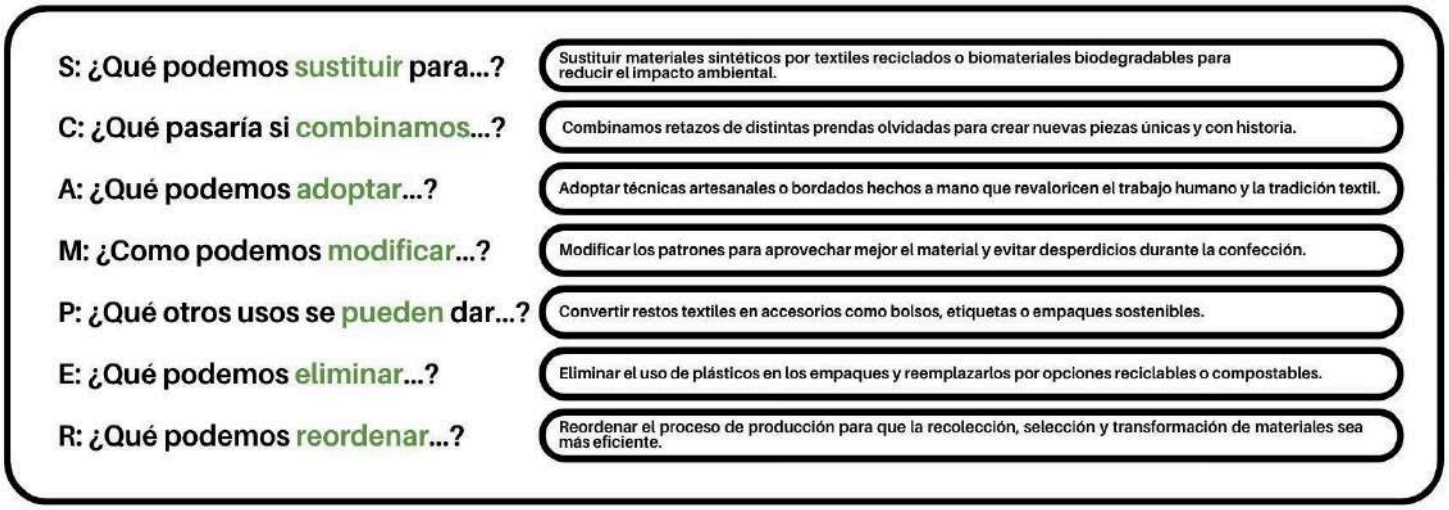
Figura 7 Propuesta de Valor



Nota: Diagrama presenta la propuesta de valor de "Hadas del Jardín" en base al modelo de Osterwalder y Pigneur (2014).

- **Scamper:**

Figura 8 Scamper

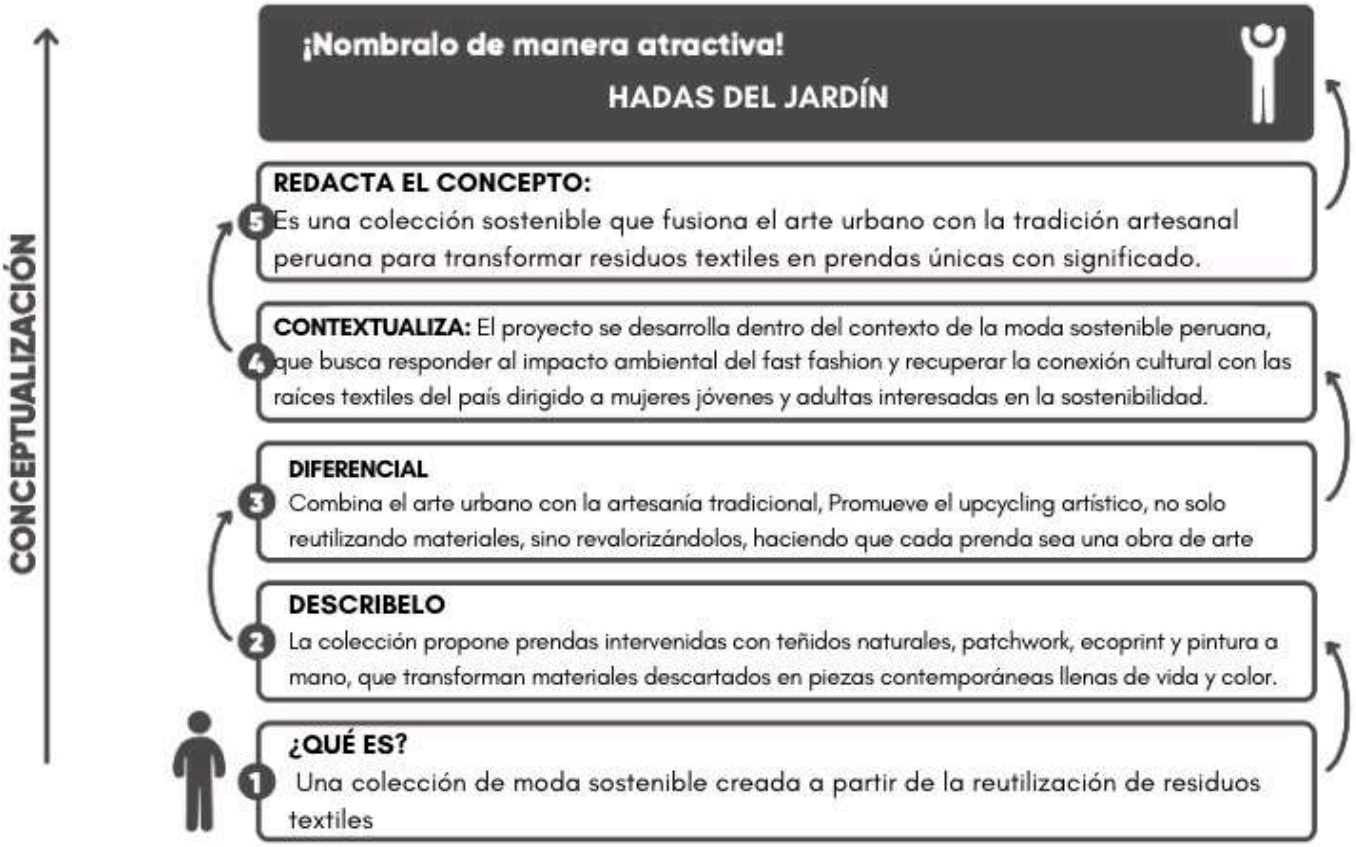


Nota: Método Scamper donde somete las ideas a una lista de preguntas. Basado en la metodología de Bob Eberlee/Alex Osborne (1971).

- **Ruta de conceptualización:**

"Hadas del Jardín" es una colección de moda sostenible y de autor que transforma residuos textiles —como denim y materiales industriales— en prendas únicas mediante técnicas artesanales como patchwork, shibori, ecoprint y bordado. Nace en el contexto de la moda consciente peruana, respondiendo a la necesidad de reducir el impacto ambiental y revalorizar la artesanía local.

Figura 9 Ruta de conceptualización



Nota: El diagrama presenta la ruta de conceptualización para el desarrollo de la colección "Hadas del Jardín" en base a la metodología Design Thinking (2023).

2.5.4 Diseño de producto/servicio

"Hadas del Jardín" es una colección de moda sostenible que está hecha a mano y lleva diferentes técnicas de teñido, consta con 10 outfits donde cuenta con prendas Altas, Bajas y Monoprendas.

Producto Básico:

- En ¨Scorpion Sweet¨ se ofrecen prendas que son elaboradas al 50% con la técnica del patchwork y técnicas de teñido textil.
- El público al que se dirige son mujeres de 18 a 25 años. El sector que se dirige es A ya que los costos serán elevados, al tener un valor agregado manualmente como bordado o pintura textil a mano.
- Los productos se categorizan en: prendas de una sola pieza, partes superiores y partes inferiores.

Producto Amplio:

- **Atención al Cliente**: En el servicio al cliente a través de Instagram, WhatsApp y en el sitio web, se utilizará un tono alegre, accesible y empático para transmitir una experiencia positiva y confiable para los usuarios.

- **Servicio de Post Venta:** Como marca, tendrá políticas claras sobre cambios, devoluciones, envíos, recomendaciones de cuidado para las prendas y una guía de tallas para facilitar el proceso de compra. Para cualquier consulta o problema, se garantizará una respuesta personalizada en un máximo de 24 horas, asegurando una comunicación efectiva y un servicio al cliente de calidad.

- **Prestigio de la Colección:** Como colección, ofrece prendas con valor añadido, ya que están hechas con técnicas de patchwork y diferentes tintes textiles.

- **Innovación:** Los productos que ofrecemos están hechos con diferentes técnicas textiles, integrando procesos manuales y sostenibles que resultan en piezas únicas e irrepetibles.

- **Representación:** Los productos son de edición limitada ya que así se crea y refleja la imagen de la marca como productos exclusivos de la misma.

- **Marketing Directo:** Crearemos un canal de difusión por Instagram, en donde se indicarán descuentos solo a las personas que se hayan unido al canal de difusión, de esta manera se logrará un contacto más directo con los clientes, por ende permite interactuar con los clientes de manera más cercana y ayudará a generar una relación más confiable.

- **Promoción en Ventas:** La marca realizará sorteos (Por cada aniversario de la marca y/o festividades como navidad o año nuevo) ya que es una marca que recién está saliendo al mercado y además es una marca de autor.

Lograríamos tener más visibilidad a la marca porque generalmente unos de los requisitos en los sorteos es seguir a la marca y compartirlo en sus stories de Instagram.

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio de Hadas del Jardín se basa en la economía circular y la moda sostenible, priorizando la reutilización de materiales textiles para darles un nuevo propósito estético y funcional. La marca busca posicionarse en el mercado digital a través de ventas directas al consumidor (D2C) mediante redes sociales y su propia tienda en línea, mostrando

colecciones cápsula de edición limitada para exhibir la exclusividad y el valor artesanal de cada pieza.

Cada prenda será elaborada mediante procesos manuales de upcycling, integrando técnicas como patchwork, shibori, ecoprint, bordado y teñido artesanal, lo que garantiza su carácter único y auténtico. Este enfoque no solo reduce el impacto ambiental del desperdicio textil, sino que también promueve la revalorización del trabajo manual y la identidad cultural peruana.

- **Canal de Distribución Corto:** La marca utilizará el canal de distribución corto porque la marca estará en una Concept Store de moda juvenil, canal de venta será híbrido ya que genera ventas online y de manera presencial será en una Concept Store.
- **Estrategias De Distribución Selectiva:** Los productos de la marca se comercializarán con la distribución selectiva ya que me estoy dirigiendo al Sector A, ubicado en los distritos de La Molina, Barranco y Miraflores.
- **Punto de Venta Físico:** La marca estará ubicada en una Concept Store de moda ya que es una marca juvenil.

2.5.6 Resultados esperados

Cuando la colección “Hadas del Jardín” tenga interacción con su público objetivo, se espera generar un impacto que vincule la conciencia ambiental con la expresión individual incentivando así una forma de conexión con la moda.

De esta manera, se busca promover una nueva percepción del lujo sostenible, donde cada prenda comunique autenticidad, historia y respeto por el entorno. El resultado será una

comunidad que consume con propósito, aprecia la identidad artesanal local y entiende la moda como una herramienta de educación, cultura y cambio social.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Hadas del Jardín es una colección de 8 outfits innovadores que explora la naturaleza mística de las hadas y las chicas modernas, demostrando que cada chica joven tiene la capacidad de brillar en soledad como un hada del bosque. Una mujer fuerte, espiritual, vital y entusiasta que resplandece de forma independiente después de una tormenta, con el fin de convertirse en un hada del jardín.

Figura 10 Prototipos desarrollados



Nota: La figura presenta los 8 outfits de manera delantera de los prototipos finales de los productos de la colección.

Figura 11 Prototipos desarrollados



Nota: La figura presenta los 8 outfits de manera posterior de los prototipos finales de los productos de la colección.

Figura 12 Prototipos desarrollados en Photoshoot



Figura 13 Prototipos desarrollados en Photoshoot



Figura 14 Prototipos desarrollados en Photoshoot



Figura 15 Prototipos desarrollados en Photoshoot



2.5.8 Experimentos

Desde la fase inicial de la colección "Hadas del Jardín", se han realizado los siguientes experimentos y pruebas con el público objetivo (jóvenes de 18 a 25 años, predominantemente consumidores creativos de moda, activistas y personas con propósito):

1. Encuestas digitales antes de la colección

- Se realizaron encuestas en redes sociales (Instagram y Whatsapp) mediante Google Forms, para evaluar las percepciones actuales sobre la sostenibilidad, el teñido artesanal y la afinidad con proyectos textiles de impacto social.
- Participantes: 21 personas de Lima.
- Preguntas clave:

A. ¿Qué tan importante consideran que una marca utilice materiales reutilizados o sostenibles?

B. ¿Conocen sobre técnicas de teñido artesanal y tintes naturales?

C. ¿Qué tan dispuestos estarían a comprar productos elaborados con residuos textiles y procesos artesanales?

2. Grupo focal en línea

- Se llevaron a cabo una encuesta virtual mediante Google Forms con participantes del mismo rango de edad donde exploran percepciones sobre el proyecto, la estética, los valores de la marca y expectativas respecto a ella y sus productos sostenibles
- Las discusiones incluyeron reacciones a la estética de la propuesta y teniendo opiniones sobre parte del proceso (residuos textiles, teñido, trabajo comunitario) con una percepción de valor en productos realizados con tintes naturales y técnicas artesanales, a su

vez, algunos cuentan con barreras y motivaciones reales de compra, pero teniendo sugerencias sobre comunicación, colores, narrativa visual y coherencia de marca.

3. Prenda inicial de prototipo

- Se realizaron dos prototipos utilizando algodón orgánico y tintes naturales que están inspirados en elementos del jardín, texturas orgánicas y narrativa fantástica.
- El primer conjunto está hecho de un top verde y rosa de algodón jersey. Esta prenda presenta un nudo entrelazado en la parte frontal y aberturas laterales; además, se ajusta mediante tiras que se amarran detrás del cuello.
- La falda, también de algodón jersey, es asimétrica y cuenta con pretina elástica. Su caída forma un triángulo y está diseñada en dos capas. Incluye un fruncido regulable en ambos lados, que se ajusta con lazos.
- En el segundo outfit se presenta un top verde con tiras y una abertura central que se ajusta con un lazo, creando una caída libre en la parte frontal. La parte posterior cuenta con elasticidad en la espalda para un mejor ajuste.
- En la parte inferior, presenta un pantalón vaquero intervenido: está cortado simétricamente y unido con una pieza adicional de mezclilla en técnica de patchwork. El diseño se complementa con flores azules impresas en el material DFT que se encuentran aplicadas y cosidas a mano en la prenda.
- Estos prototipos permitieron validar la adherencia del teñido natural a la tela evaluando a su vez la paleta de colores en tejido real. También, recibir retroalimentación directa sobre diseño, acabado y concepto.
- Registrar fotografías y contenido mediante una sesión fotográfica para próximos lanzamientos de este proyecto mediante redes sociales.

- Se planteó un packaging coherente con los valores de sostenibilidad y narrativa del proyecto. Las prendas serán presentadas en bolsas tote bag confeccionadas en tocuyo, un textil resistente, reutilizable y de bajo impacto ambiental.

- El packaging busca reforzar el concepto artesanal y natural de la colección, promoviendo la reducción de plásticos y fomentando su reutilización como objeto funcional en el día a día. Además, el tote bag podrá incluir el logotipo o nombre del proyecto mediante técnicas de estampación manual, manteniendo una estética orgánica y alineada con la identidad visual de la colección Hadas del Jardín.

III. Estimación de costos

Tabla 1 Tabla de Costos de Top

PRESUPUESTO

PV24-HDJ003

Marca	SCORPION SWEET	Temporada	V/P 2025
Linea	MUJER	Tipo	CASUAL
Nombre de colección	H.D.J	Fecha:	25.10.2025

Curva de tallas	S	M	L	Unidades
Combo 1 (16-0123TCX - 17-2036TCX)	S	15	S	25
Combo 2 (16-0123TCX - 18-3945TCX	S	15	S	25
Combo 3 (16-0123TCX - 19-2428 TCX)	S	15	S	25
				75
Porcentaje de seguridad 8%		8%	6	81

PRODUCCIÓN				
Descripción	Cantidad	Unidad de	Precio	Costo
PROTOTIPO				
Algodón Jersey (16-0123TCX - 17-2036TCX)	0.5	metro	S/ 9.00	S/ 4.50
Hilo	1	conos	S/ 4.00	S/ 4.00
Elástico	0.2	rollo	S/ 25.00	S/ 5.00
Tarje de Ropa	2	unid.	S/ 5.00	S/ 10.00
Muestra: Patronaje	1	unid.	S/ 20.00	S/ 20.00
Muestra:Corte	1	unid.	S/ 10.00	S/ 10.00
Muestra: Confección acabado	1	unid.	S/ 20.00	S/ 20.00
Costo de muestra				**S/ 73.50**
PRODUCCIÓN				
Materiales				
Algodón Jersey (16-0123TCX - 17-2036TCX)	10	metros	S/ 13.00	S/ 130.00
Algodón Jersey (16-0123TCX - 18-3945TCX	10	metros	S/ 13.00	S/ 130.00
Algodón Jerseyc (16-0123TCX - 19-2428 TCX)	10	metros	S/ 13.00	S/ 130.00
Hilo	4	conos	S/ 4.00	S/ 16.00
Elástico (blanco)	1.5	rollos	S/ 18.00	S/ 27.00
Etiqueta de marca	81	unid.	S/ 0.50	S/ 40.50
Etiqueta de talla	81	unid.	S/ 0.50	S/ 40.50
Etiqueta de contenido	81	unid.	S/ 0.40	S/ 32.40
Hang tag	81	unid.	S/ 0.50	S/ 40.50
Bolsas	81	unid.	S/ 0.70	S/ 56.70
Aplicación				
				S/ -
				S/ -
				S/ -
				S/ -
Patronaje				
Patronaje de producción (escalado)	1	unid.	S/ 10.00	S/ 10.00
Impresión de tallas: impresión S - M - L	4	metros	S/ 5.00	S/ 20.00
Corte				
Corte	60	min	S/ 0.50	S/ 30.00
Confección				
Confección	81	unid.	S/ 14.00	S/ 1,134.00
Acabado				
Acabado (Limpieza, colocar hangtag, planchado)	81	unid.	S/ 1.00	S/ 81.00
				S/ -
				S/ -
Empaque				
Embalaje	2	unid.	S/ 3.00	S/ 6.00
Cajas	4	unid.	S/ 2.50	S/ 10.00
Stickers hangtag	81	unid.	S/ 2.00	S/ 162.00
Costo de producción				**S/ 2,096.60**

Gasos operaciones	15%
Utilidad	40%
IGV	18%

FOTO:TOPMFEM001



Costo de muestra	Costo de producción	Cant. total productos (todas las tallas)
S/ 73.50	S/ 2,096.60	81
Costo por unidad	**Utilidad del producto**	**Gastos de operaciones**
S/ 26.79	S/ 10.72	S/ 4.02
IGV	**Precio de venta comercial**	
S/ 7.47	S/ 49	

Tabla 2 Tabla de Costos de Falda

PRESUPUESTO

PV24-HDJ004

Marca	SCORPION SWEET	Temporada	V/P 2025
Linea	MUJER	Tipo	CASUAL
Nombre de colección	H.D.J	Fecha:	25.10.2025

Curva de tallas	S	M	L	Unidades
Combo 1 (16-0123TCX - 17-2036TCX)	5	15	5	25
Combo 2 (16-0123TCX - 18-3945TCX	5	15	5	25
Combo 3 (16-0123TCX - 19-2428 TCX)	5	15	5	25
				75
Porcentaje de seguridad 8%		8%	6	81

Gastos operaciones	15%
Utilidad	40%
IGV	18%

PRODUCCIÓN				
Descripción	Cantidad	Unidad de	Precio	Costo
PROTOTIPO				
Algodón Jersey (16-0123TCX - 17-2036TCX)	1.5	metro	S/ 9.00	S/ 13.50
Elástico	0.5	rollo	S/ 25.00	S/ 12.50
Hilos	2	conos	S/ 4.00	S/ 8.00
Muestra: Patronaje	1	unid.	S/ 20.00	S/ 20.00
Muestra:Corte	1	unid.	S/ 10.00	S/ 10.00
Muestra: Confección acabado	1	unid.	S/ 20.00	S/ 20.00
Tiende de ropa	2	unid.	S/ 5.00	S/ 10.00
Costo de muestra				**S/ 94.00**
PRODUCCIÓN				
Materiales				
Algodón Jersey (16-0123TCX - 17-2036TCX)	15	metros	S/ 45.00	S/ 675.00
Algodón Jersey (16-0123TCX - 18-3945TCX	15	metros	S/ 20.00	S/ 300.00
Algodón Jerseyc (16-0123TCX - 19-2428 TCX)	15	metros	S/ 45.00	S/ 675.00
Hilos	10	conos	S/ 4.00	S/ 40.00
Etiqueta de marca	81	unid.	S/ 0.50	S/ 40.50
Etiqueta de talla	81	unid.	S/ 0.50	S/ 40.50
Etiqueta de contenido	81	unid.	S/ 0.40	S/ 32.40
Hang tag	81	unid.	S/ 0.50	S/ 40.50
Bolsas	81	unid.	S/ 0.70	S/ 56.70
Tiende de ropa	6	unid.	S/ 5.00	S/ 30.00
Aplicación				
				S/ -
				S/ -
				S/ -
				S/ -
Patronaje				
Patronaje de producción (escalado)	1	unid.	S/ 10.00	S/ 10.00
Impresión de tallas: impresión S - M - L	8	metros	S/ 5.00	S/ 40.00
Corte				
Corte	60	min	S/ 0.50	S/ 30.00
Confección				
Confección	81	unid.	S/ 14.00	S/ 1,134.00
Acabado				
Acabado (Limpieza, colocar hangtag, planchado)	81	unid.	S/ 1.00	S/ 81.00
				S/ -
				S/ -
Empaque				
Embalaje	3	unid.	S/ 3.00	S/ 9.00
Cajas	5	unid.	S/ 2.50	S/ 12.50
Stickers hangtag	81	unid.	S/ 2.00	S/ 162.00
Costo de producción				**S/ 3,409.10**

FOTO:SKM040

DELANTERO



ESPALDA



Costo de muestra	Costo de producción	Cant. total productos (todas las tallas)
S/ 94.00	S/ 3,409.10	81
Costo por unidad	**Utilidad del producto**	**Gastos de operaciones**
S/ 43.25	S/ 17.30	S/ 6.49
IGV	**Precio de venta comercial**	
S/ 12.07	**S/ 79**	

Tabla 3 Tabla de Costos de Blusa

PRESUPUESTO

PV24-HDJ005

Marca	SCORPION SWEET	Temporada	P/V 2025
Linea	MUJER	Tipo	CASUAL
Nombre de colección	H.D.J	Fecha:	25.10.2025

Curva de tallas	S	M	L	Unidades
Combo 1 (19 2428 TCX)	10	20	15	45
Combo 2 (17 2036TCX)	10	20	15	45
Combo 3 (16 0123TCX)	10	20	15	45
				135
Porcentaje de seguridad 8%		8%	10.8	146

Gastos operaciones	15%
Utilidad	40%
IGV	18%

PRODUCCIÓN				
Descripción	Cantidad	Unidad de	Precio	Costo
PROTOTIPO				
Algodón Jersey 1/3	0.6	metro	S/ 9.00	S/ 5.40
Elástico	0.6	cm	S/ 1.00	S/ 0.60
Hilos	2	conos	S/ 4.00	S/ 8.00
Tinte de Ropa	2	unid.	S/ 5.00	S/ 10.00
Muestra: Patronaje	1	unid.	S/ 20.00	S/ 20.00
Muestra:Corte	1	unid.	S/ 10.00	S/ 10.00
Muestra: Confección acabado	1	unid.	S/ 20.00	S/ 20.00
Costo de muestra				**S/ 54.00**
PRODUCCIÓN				
Materiales				
Algodón Jersey 1/3 (18 3945TCX 18 3945TCX)	12	metros	S/ 45.00	S/ 540.00
Algodón Jersey 30/1(18 3945TCX 16 0123TCX)	12	metros	S/ 20.00	S/ 240.00
Algodón Jersey 30/1(18 3945TCX 17 2036TCX)	12	metros	S/ 45.00	S/ 540.00
Hilos	8	conos	S/ 4.00	S/ 32.00
Etiqueta de marca	146	unid.	S/ 0.50	S/ 72.90
Etiqueta de talla	146	unid.	S/ 0.50	S/ 72.90
Etiqueta de contenido	146	unid.	S/ 0.40	S/ 58.32
Hang tag	146	unid.	S/ 0.50	S/ 72.90
Bolsas	146	unid.	S/ 0.70	S/ 102.06
Tinde de ropa	6	unid.	S/ 5.00	S/ 30.00
Aplicación				
				S/ -
				S/ -
				S/ -
				S/ -
Patronaje				
Patronaje de producción (escalado)	1	unid.	S/ 12.00	S/ 12.00
Impresión de tallas: Impresión S M L	6	metros	S/ 5.00	S/ 30.00
Corte				
Corte	60	min	S/ 0.40	S/ 24.00
Confección				
Confección	146	unid.	S/ 14.00	S/ 2,044.00
Acabado				
Acabado (Limpieza, colocar hangtag, planchado)	146	unid.	S/ 1.00	S/ 146.00
				S/ -
				S/ -
Empaque				
Embalaje	3	unid.	S/ 3.00	S/ 9.00
Cajas	7	unid.	S/ 2.50	S/ 17.50
Stickers hangtag	146	unid.	S/ 2.00	S/ 292.00
Costo de producción				**S/ 4,335.58**

FOTO.TOPHDM002



Costo de muestra	Costo de producción	Cant. total productos (todas las tallas+
S/ 54.00	S/ 4,335.58	146
Costo por unidad	**Utilidad del producto**	**Gastos de operaciones**
S/ 30.11	S/ 12.04	S/ 4.52
IGV	**Precio de venta comercial**	
S/ 8.40	**S/ 55**	

Tabla 4 Tabla de Costos de Pantalón

PRESUPUESTO

PV24-HDJ006

Marca	SCORPION SWEET	Temporada	P/V 2025
Línea	MUJER	Tipo	CASUAL
Nombre de colección	H.D.J	Fecha:	25.10.2024

Curva de tallas	S	M	L	Unidades
Combo 1 (19 2428 TCX)	15	20	15	50
Combo 2 (17 2036TCX)	15	20	15	50
Combo 3 (16 0123TCX)	15	20	15	50
				150
Porcentaje de seguridad 8%		8%	12	162

Gasos operaciones	15%
Utilidad	40%
IGV	18%

PRODUCCIÓN

Descripción	Cantidad	Unidad de	Precio	Costo
PROTOTIPO				
Destock Denim	1.5	metro	S/ 12.00	S/ 18.00
Hilos	4	conos	S/ 4.00	S/ 16.00
Cierre Metálico	1	unid.	S/ 1.50	S/ 1.50
Botón Metálico	1	unid.	S/ 2.00	S/ 2.00
Muestra: Patronaje	1	unid.	S/ 20.00	S/ 20.00
Muestra:Corte	1	unid.	S/ 8.00	S/ 8.00
Muestra: Confección acabado	1	unid.	S/ 25.00	S/ 25.00
Tinte de Ropa	1	unid.	S/ 5.00	S/ 5.00
Costo de muestra				**S/ 64.00**
PRODUCCIÓN				
Materiales				
Destock Denim (19 2428 TCX)	18	metros	S/ 12.00	S/ 216.00
Destock Denim (17 2036TCX)	18	metros	S/ 12.00	S/ 216.00
Destock Denim (16 0123TCX)	18	metros	S/ 12.00	S/ 216.00
Cierre Metálico	162	unid.	S/ 1.00	S/ 162.00
Botón Metálico	162	unid.	S/ 1.50	S/ 243.00
Etiqueta de marca	162	unid.	S/ 0.50	S/ 81.00
Etiqueta de talla	162	unid.	S/ 0.50	S/ 81.00
Etiqueta de contenido	162	unid.	S/ 0.40	S/ 64.80
Hang tag	162	unid.	S/ 0.50	S/ 81.00
Bolsas	162	unid.	S/ 0.70	S/ 113.40
Tinte de Ropa	3	unid.	S/ 5.00	S/ 15.00
Hilos	15	conos	S/ 4.00	S/ 60.00
Aplicación				
FLORES (Mermas textiles)				S/ -
Hilo	1	unid	S/ 4.00	S/ 4.00
				S/ -
				S/ -
Patronaje				
Patronaje de producción (escalado)	1	unid.	S/ 12.00	S/ 12.00
Impresión de tallas: impresión S M L	10	metros	S/ 5.00	S/ 50.00
Corte				
Corte	60	min	S/ 0.40	S/ 24.00
Confección				
Confección	162	unid.	S/ 14.00	S/ 2,268.00
Acabado				
Acabado (Limpieza, colocar hangtag, planchado)	162	unid.	S/ 1.00	S/ 162.00
				S/ -
				S/ -
Empaque				
Embalaje	3	unid.	S/ 3.00	S/ 9.00
Cajas	8	unid.	S/ 2.50	S/ 20.00
Stickers hangtag	162	unid.	S/ 2.00	S/ 324.00
Costo de producción				**S/ 4,422.20**

FOTO:PANTHD002



Costo de muestra	Costo de producción	Cant. total productos (todas las tallas+
S/ 64.00	S/ 4,422.20	162
Costo por unidad	**Utilidad del producto**	**Gastos de operaciones**
S/ 27.69	S/ 11.08	S/ 4.15
IGV	**Precio de venta comercial**	
S/ 7.73	**S/ 51**	

3.1 Presupuesto

Según la **estrategia de precios en relaciones con la competencia s**e ha fijado un **40% de utilidad neta**, lo cual es un margen competitivo y saludable para el sector textil, de esta manera se crea una idea de exclusividad de las prendas y por ende se producirá un mayor interés en nuestros clientes potenciales, captando la atención de nuevos clientes en el plazo de 2 meses donde a su vez, se reserva un **15%** del presupuesto para cubrir costos de operación (alquiler, logística, publicidad, etc.), asegurando que estos no generen gastos altos en la ganancia. Estas tablas permiten que cada prenda, desde el desarrollo del prototipo hasta el acabado final, contribuya equitativamente al punto de equilibrio de la empresa, considerando además el cumplimiento tributario mediante la aplicación del **18% del Impuesto General a las Ventas (IGV)** sobre el precio comercial.

Estrategias de descremado de precio: De esta manera se podrá generar un incremento en las ganancias de las ventas, además de maximizar el beneficio a largo plazo y poder atraer clientes nuevos, Esta táctica maximiza ganancias iniciales y posiciona el producto como exclusivo: Por un lado, las piezas superiores como los tops y blusas (códigos **TOPMFEM001** y **TOPHDM002**) optimizan el uso de **algodón jersey**, manteniendo costos unitarios que oscilan entre los S/ 26.79 y S/ 30.11.

Por otro lado, la falda **SKM040** representa el artículo de mayor valor de manufactura debido a su diseño de picos, alcanzando un costo de producción de S/ 43.25, lo que sitúa su precio de venta en S/ 79.00 para mantener el margen de rentabilidad proyectado frente a un volumen de producción de 81 unidades.

Tomando como base y pilar fundamental el Pantalón (PANTHD002), al ser el "pedido" más grande con 162 unidades (que fueron distribuidas en 50 unidades por cada combo de color, más margen de seguridad). Este artículo no solo representa el mayor volumen de producción con **162 unidades**, sino que integra el uso de **Destock Denim** y aplicaciones de flores confeccionadas con mermas textiles.

Esta decisión de diseño no solo reduce el impacto ambiental al reutilizar excedentes como son las mermas textiles de otros artículos realizados en la colección, sino que permite ofrecer una prenda de alta complejidad con un costo unitario eficiente de S/ 27.69.

Por otro lado, la inversión en acabados y branding, que incluye etiquetas de marca, contenido y stickers personalizados, asegura que la identidad visual de la marca se mantenga consistente en toda la línea de productos.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

La colección "Hadas del Jardín" no solo muestra su dedicación social en cada una de sus prendas, sino que también elabora piezas singulares que conectan de manera intensa con los compradores. Cada creación surge de la reutilización intencionada de textiles en desuso, que son transformados a través de técnicas innovadoras y artesanales en artículos con un alto valor estético y simbólico. Esta propuesta no solo ofrece una respuesta desde el diseño, sino que también colabora activamente en la sensibilización del público, impulsando una reflexión sobre las decisiones de consumo, el valor del trabajo hecho a mano y la necesidad de elegir una moda más responsable. Por eso, se alienta al público a participar en un movimiento hacia un consumo más consciente, donde la moda se convierte en una vía de expresión,

compromiso ambiental y transformación cultural, mostrando que es posible vestirse con identidad, intención y respeto hacia el entorno.

4.2 Recomendaciones

La colección “Hadas Del Jardín” reafirma su compromiso con el bienestar social y ambiental a través del diseño y elaboración de productos singulares, capaces de generar un vínculo significativo con los usuarios. Asimismo,se considera fundamental promover hábitos de consumo más conscientes y reflexivos dentro del público objetivo.

De igual manera, se recomienda que en futuras colecciones se continúe profundizando en la experimentación de diversas técnicas de upcycling, como nuevas combinaciones de patchwork, teñidos textiles y procesos artesanales con el objetivo de ampliar el lenguaje creativo y fortalecer la innovación dentro del diseño sostenible. Asimismo, resulta pertinente seguir investigando el uso de materiales textiles en desuso para optimizar su transformación y valor estético, reforzar la narrativa educativa del proyecto en torno al consumo consciente y el impacto ambiental positivo, y considerar estrategias de escalabilidad responsable, como ediciones limitadas o colaboraciones con comunidades artesanas sin perder la esencia sostenible y social que caracteriza a la colección ya que estas prácticas evidencian que la industria de la moda puede reinventarse y consolidarse como una actividad responsable.

V. Referencias Bibliográficas

1. AIEP. (2023, Marzo). *Estudiantes de AIEP impulsan moda sostenible a través del upcycling.* https://vinculacion.aiep.cl/index.php/estudiantes-de-aiep-impulsan-moda-sostenible-a-traves-del-upcycling

2. Binus Business Review. (2022). *Implementation of marketing strategy: A case study of an online upcycling fashion brand in Indonesia. Journal Binus.* https://journal.binus.ac.id/index.php/BBR/article/view/7534

3. Bob Eberlee, *Método Scamper.* Adaptación y elaboración para el proyecto "Hadas del Jardín". https://bigbangpartnership.co.uk/scamper/

4. Cadena SER. (2024, Febrero). *Electroganchillo vs 'fast fashion'.* https://cadenaser.com/nacional/2024/02/26/electroganchillo-vs-fast-fashion-cadena-ser/

5. Chan, E. (2020, Diciembre). *Miu Miu apuesta por el upcycling con una colección de vestidos vintage únicos. Vogue España.* https://www.vogue.es/moda/articulos/upcycling-reciclaje-industria-de-la-moda

6. Chio Lecca Fashion School. (2022, Octubre). *¿Qué es el upcycling en la moda?*
https://www.chio-lecca.edu.pe/blogs/articulos/upcycling

7. Cooper, A. (2023). *Personas: técnica para la construcción de arquetipos de usuario. En metodologías de diseño centrado en el usuario.* Adaptación y elaboración para la colección "Hadas del Jardín".
https://www.interaction-design.org/literature/topics/personas

8. Design Thinking. (2023). *Mapa de actores. Plantilla metodológica para análisis de relaciones.* Adaptación y elaboración para la colección "Hadas del Jardín".
https://www.designthinking.es/inicio/herramientas/

9. El Comercio. (2023, Marzo). *La diseñadora peruana que apuesta por el suprareciclaje y crea prendas con residuos textiles. Somos – El Comercio.*
https://elcomercio.pe/somos/estilo/la-disenadora-peruana-que-apuesta-por-el-suprareciclaje-y-crea-prendas-con-residuos-textiles-moda-sostenibilidad-reciclaje-noticia/

10. Ferrari, S. (2025, Mayo). *La moda que envenena el planeta. El neocolonialismo de la ropa desechable. Colegio de Sociólogos del Perú.*
https://colegiodesociologosperu.org.pe/la-moda-que-envenena-el-planeta-el-neocolonialismo-de-la-ropa-desechable

11. Fletcher, K., & Tham, M. (2021). *Earth Logic: Moda, planeta y propósito común*. Earth Logic. https://earthlogic.info/wp-content/uploads/2021/06/Earth-Logic-Espanol.pdf

12. Fluence Corporation. (2022, Agosto). *La huella de agua de los vaqueros azules. Fluence Corp.* https://www.fluencecorp.com/es/huella-agua-vaqueros-azules/

13. Granthaalayah Publication. (2021). *Textile upcycling for sustainable fashion: A case study from NIFT Shillong (India)*. ShodhKosh. https://www.granthaalayahpublication.org/Arts-Journal/ShodhKosh/article/view/1280

14. Gray, D. (2023). *Empathy Map. En Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers, and Changemakers. O'Reilly Media.* Adaptación y elaboración para la colección "Hadas del Jardín". https://gamestorming.com/empathy-map/

15. *Mercado Negro. (2023, Agosto). Infinity, la marca peruana que representará al Perú en el Sustainable Fashion Week de Madrid.* https://www.mercadonegro.pe/marketing/marcas-con-proposito/infinity-la-marca-peruana-que-representara-al-peru-en-el-sustainable-fashion-week-de-madrid

16. Miceli, F. (2024, Junio). *Exploring Peruvian textile and apparel industry: History, stats, and sustainability. Clear Factory.*

https://www.clear-factory.com/post/exploring-peruvian-textile-and-apparel-industry-history-stats-and-sustainability

17. Ministerio del Ambiente. (2024, Enero). *Ministerio del Ambiente promueve emprendimientos textiles que contribuyen a la conservación de bosques de cinco regiones del país. Gobierno del Perú.* https://www.gob.pe/institucion/minam/noticias/857405-ministerio-del-ambiente-promueve-emprendimientos-textiles-que-contribuyen-a-la-conservacion-de-bosques-de-cinco-regiones-del-pais

18. Oliver, C. (2025). *Conceptualización del proyecto.* Adaptación y elaboración para la colección "Hadas del Jardín". *https://designthinking.es/herramientas-para-practicar-design-thinking-en-equipo/*

19. Osorio, C. M. (2018). *Estudio de caso del denim y su impacto medioambiental en Fabricato [Tesis de grado, Universidad Pontificia Bolivariana]. Repositorio Institucional UPB.* https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/4053/ESTUDIODECASODELDENIMYSUIMPACTOMEDIOAMBIENTALENFABRICATO.pdf

20. PROMPERÚ. (2023, Julio). *Perú Moda Deco 2023: un compromiso con la sostenibilidad y la conciencia ambiental*. Gobierno del Perú. https://www.gob.pe/institucion/promperu/noticias/854073-peru-moda-deco-2023-un-compromiso-con-la-sostenibilidad-y-la-conciencia-ambiental

21. Praxis Ecology. (2024, Febrero). *Manejo informal de los residuos: un reto ambiental en el corazón de la industria textil peruana. Linkedin.* https://www.linkedin.com/pulse/manejo-informal-de-los-residuos-un-reto-ambiental-en-el-cxvoe/

22. PROMPERÚ. (2023, Julio). *Perú Moda Deco 2023: un compromiso con la sostenibilidad y la conciencia ambiental*. Gobierno del Perú. https://www.gob.pe/institucion/promperu/noticias/854073-peru-moda-deco-2023-un-compromiso-con-la-sostenibilidad-y-la-conciencia-ambiental

23. Redondo, N. (2023, Abril). *De 10 000 litros de agua a cero: La industria del denim se transforma, como Rosalía. El País – SModa.* https://journal.binus.ac.id/index.php/BBR/article/view/7534

24. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. (2025, Septiembre). *Creatividad sostenible: Proyecto de reutilización textil de la UPC con comunidades locales. Noticias UPC.* https://noticias.upc.edu.pe/2025/09/22/creatividad-sostenible-proyecto-de-reutilizacion-textil-de-la-upc-con-comunidades-locales

VI. Anexos

Anexo A: Encuesta de Consumidores Urbanos

Figura 16 Gráfico de encuesta



Figura 17 Gráfico de encuesta



Figura 18 Gráfico de encuesta

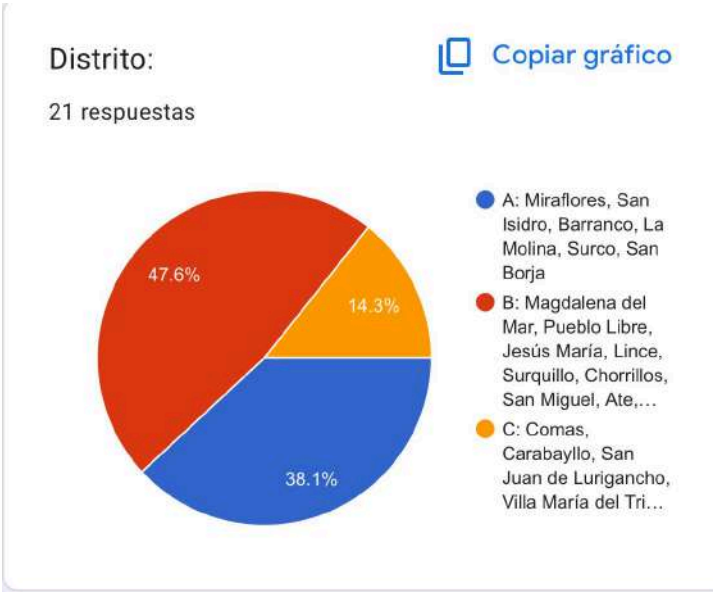


Figura 19 Gráfico de encuesta

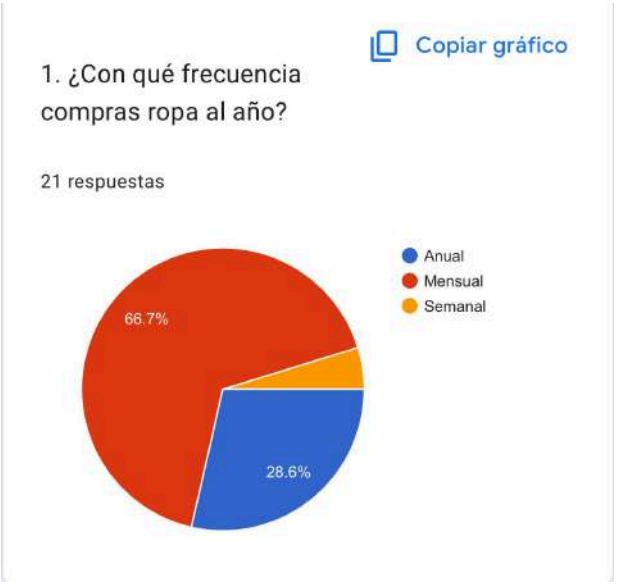


Figura 20 Gráfico de encuesta

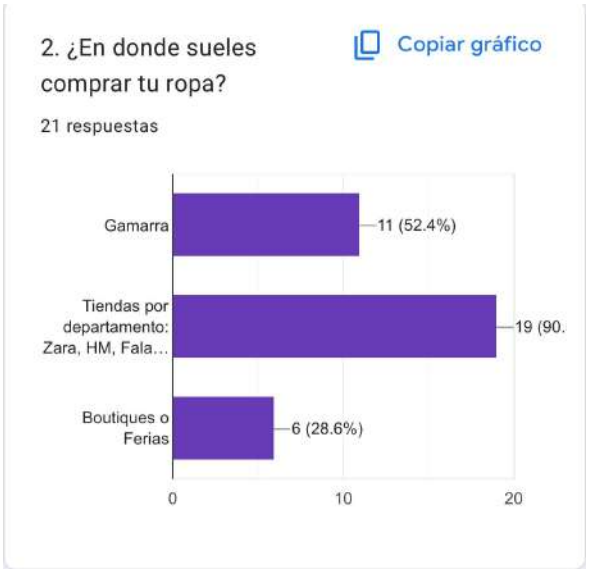


Figura 21 Gráfico de encuesta

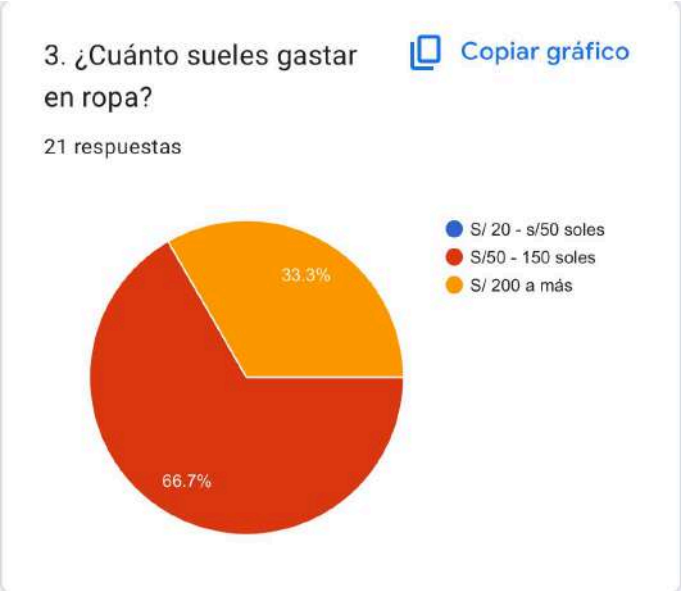


Figura 22 Gráfico de encuesta

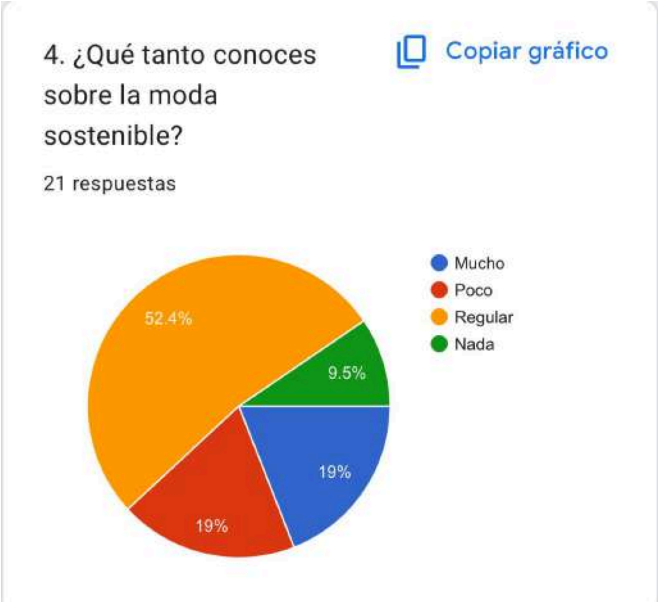


Figura 23 Gráfico de encuesta

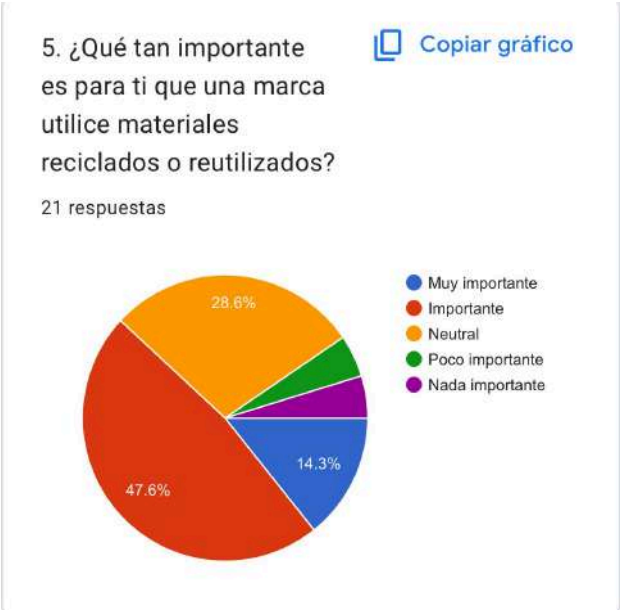


Figura 24 Gráfico de encuesta



Figura 25 Gráfico de encuesta

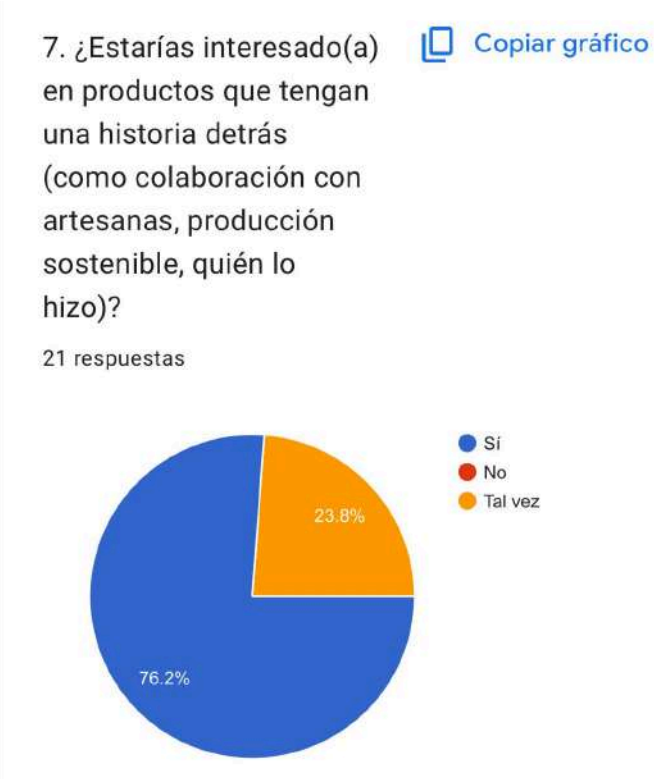


Figura 26 Gráfico de encuesta



Figura 27 Gráfico de encuesta

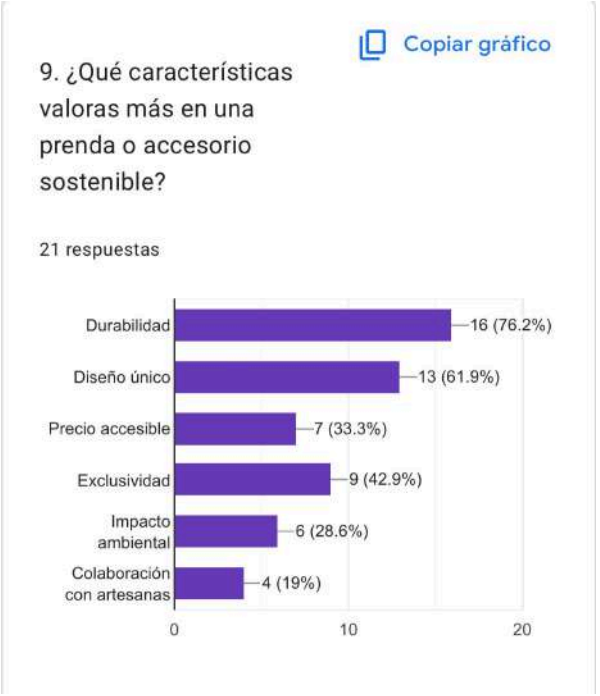


Figura 28 Gráfico de encuesta

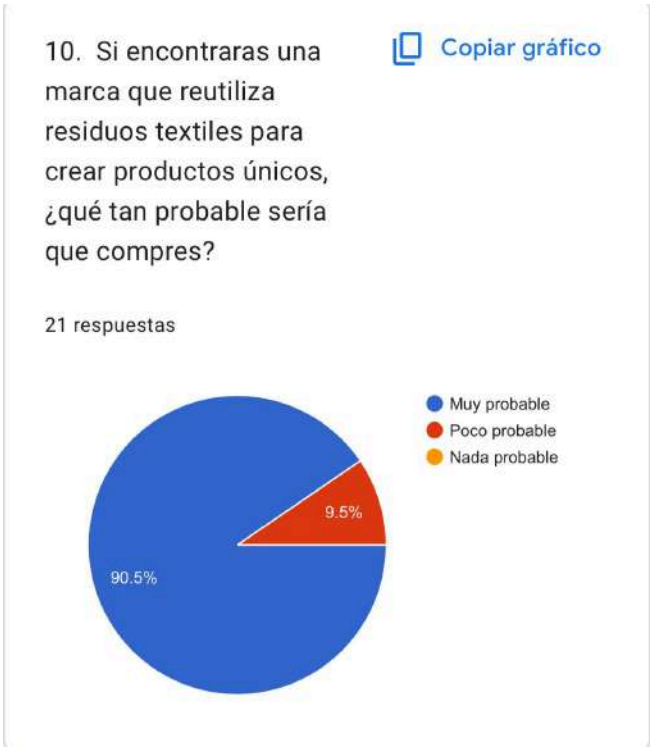


Figura 29 Gráfico de encuesta

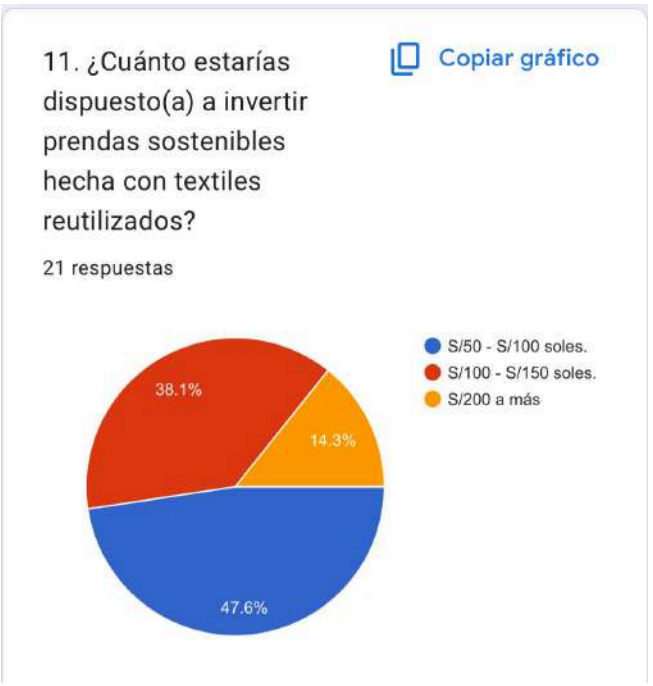


Figura 30 Gráfico de encuesta

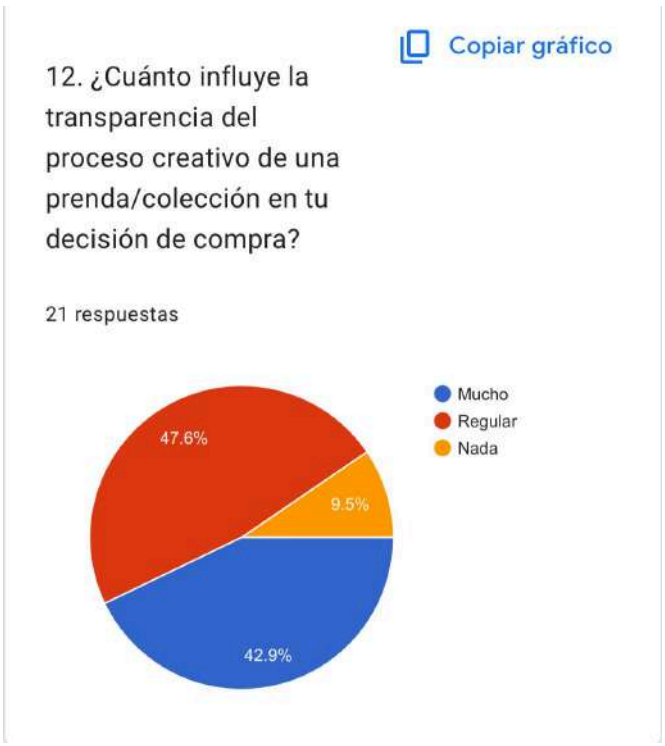


Figura 31 Gráfico de encuestas

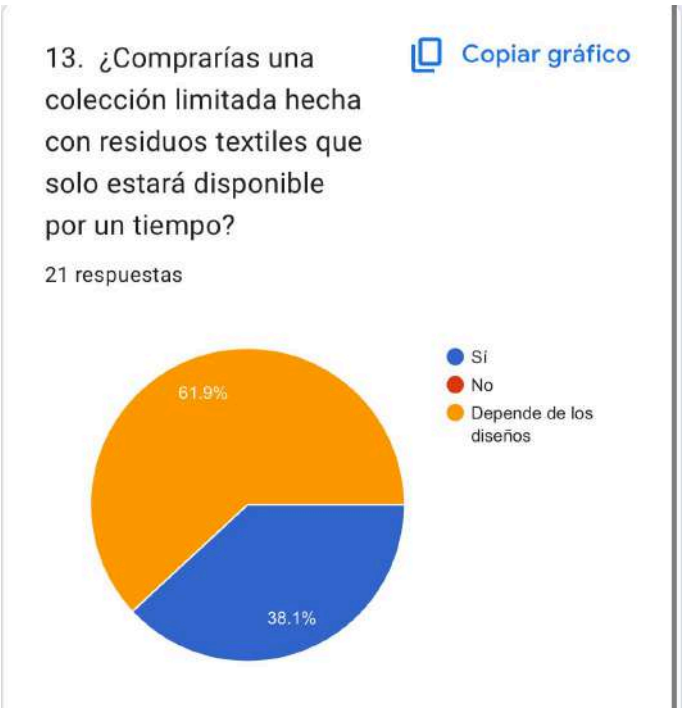


Figura 32 Packaging de marca.



Tabla 5 Presupuestos y costos de Top

FOTO:TOPMFEM001		
DELANTERO	BLUSA	ESPALDA
		

Costo de muestra	Costo de producción	Cant. total productos (todas las tallas+
S/ 73.50	S/ 2,096.60	81
Costo por unidad	**Utilidad del producto**	**Gastos de operaciones**
S/ 26.79	S/ 10.72	S/ 4.02
IGV	**Precio de venta comercial**	
S/ 7.47	**S/ 49**	

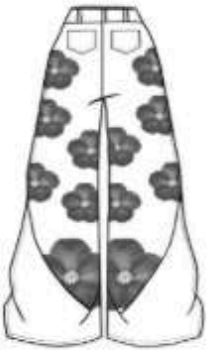
Tabla 6 Presupuestos y costos de Falda

FOTO:SKM040		
DELANTERO		ESPALDA
		
Costo de muestra	**Costo de producción**	**Cant. total productos (todas las tallas+**
S/ 94.00	S/ 3,409.10	81
Costo por unidad	**Utilidad del producto**	**Gastos de operaciones**
S/ 43.25	S/ 17.30	S/ 6.49
IGV	**Precio de venta comercial**	
S/ 12.07	**S/ 79**	

Tabla 6 Presupuestos y costos de Blusa

FOTO:TOPHDM002		
DELANTERO		ESPALDA
		
Costo de muestra	**Costo de producción**	**Cant. total productos (todas las tallas+**
S/ 54.00	S/ 4,335.58	146
Costo por unidad	**Utilidad del producto**	**Gastos de operaciones**
S/ 30.11	S/ 12.04	S/ 4.52
IGV	**Precio de venta comercial**	
S/ 8.40	**S/ 55**	

Tabla 7 Presupuestos y costos de Blusa

FOTO:PANTHD002		
DELANTERO		ESPALDA
		
Costo de muestra	**Costo de producción**	**Cant. total productos (todas las tallas+**
S/ 64.00	S/ 4,422.20	162
Costo por unidad	**Utilidad del producto**	**Gastos de operaciones**
S/ 27.69	S/ 11.08	S/ 4.15
IGV	**Precio de venta comercial**	
S/ 7.73	**S/ 51**	