ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

El romanticismo de París : Moda transformable con innovación textil sostenible para la mujer contemporánea

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

PRESENTADA POR

Milagros Nicole Zapata Albites
DNI:48383579, Perú

Massiel Guissel Palacios Asto
DNI: 77007776, Perú

ASESOR

Lic. Rodrigo Leonardo Rivera Lozano
DNI: 72900802, Perú
(https://orcid.org/0009-0005-7744-9249)

JURADO

Saavedra Saavedra Martín Alberto
Asmat Ballen Vanessa
Cieza Olano Erick Manuel

Lima - Perú, 2025

Informe-ID_0000022527-ID_ 0000027271-Massiel Guissel Palacios Asto -Milagros Nicole Zapata Albites ..docx.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:545320331

Fecha de entrega
11 ene 2026, 3:55 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
11 ene 2026, 4:06 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-ID_0000022527-ID_ 0000027271-Massiel Guissel Palacios Asto -Milagros Nicole Zapata Al....pdf

Tamaño del archivo
14.6 MB

62 páginas

15.126 palabras

89.644 caracteres

turnitin Página 1 de 71 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::11391:545320331

11% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

6% Fuentes de Internet
2% Publicaciones
10% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º 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.

turnitin Página 2 de 71 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::11391:545320331

Dedicatoria

Dedico esta tesis, con profundo agradecimiento y todo mi cariño, a mi familia, quienes han sido mi mayor sostén a lo largo de este camino. Gracias por su amor incondicional, por cada palabra de aliento, por su paciencia en mis momentos de cansancio y por recordarme siempre que los sueños se alcanzan con esfuerzo y perseverancia. Su presencia, incluso en silencio, fue la fuerza que me impulsó a continuar cuando las dificultades parecían mayores que mis capacidades. Esta meta es un reflejo de todo lo que me han enseñado y del inmenso amor que me han brindado.

A mi docente, expreso mi sincera gratitud por su dedicación, su guía constante y la confianza depositada en mi trabajo. Sus orientaciones, consejos y exigencia académica no solo enriquecieron este proyecto, sino que también contribuyeron a mi crecimiento personal y profesional. Gracias por compartir su experiencia con tanta generosidad y por motivarme a dar siempre lo mejor de mí.

A mi amiga, quien fue un apoyo invaluable durante todo este proceso. Gracias por escucharme en mis momentos de frustración, por celebrar conmigo cada pequeño avance y por ser ese acompañamiento que hizo más ligero este camino. Tu compañía, comprensión y palabras de ánimo fueron un pilar fundamental para llegar hasta aquí.

A cada uno de ustedes, gracias por creer en mí incluso cuando yo misma dudé.

Este logro no es solo mío: es la suma del amor, la guía y el apoyo que recibí de personas tan importantes en mi vida.

Agradecimiento

El presente trabajo de investigación ha sido posible gracias al apoyo y la colaboración de diversas personas y entidades, a quienes deseo expresar mi sincero agradecimiento.

En primer lugar, agradezco a mi familia, cuyo respaldo ha sido fundamental durante todo el proceso formativo. Su constancia, compromiso y disposición para acompañarme en los momentos más exigentes de esta etapa académica hicieron posible que hoy pueda culminar este proyecto.

Extiendo un especial agradecimiento a mi docente, por su orientación académica, su rigor metodológico y su valioso acompañamiento. Sus observaciones, retroalimentaciones y exigencia profesional contribuyeron significativamente a fortalecer la calidad del presente estudio.

Asimismo, reconozco y valoro profundamente el apoyo de mi amiga, quien participó activamente en diversas fases del trabajo. Su disposición para colaborar, revisar, analizar y acompañar cada avance aportó claridad y motivación al desarrollo de esta investigación.

Finalmente, agradezco a todas las personas que brindaron su tiempo, sus conocimientos y su apoyo, ya sea mediante entrevistas, recomendaciones bibliográficas, aportes técnicos o palabras de aliento. Cada contribución fue importante para completar este proceso académico de manera satisfactoria.

A todos, mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,

Milagros Zapata y Guissel Palacios

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **11**

1.1 Título del Proyecto de Innovación 11

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 11

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 12

II. Descripción de la innovación **15**

2.1 Planteamiento del Problema 15

2.2 Población beneficiaria 18

2.3 Objetivo(s) del proyecto 20

2.4 Marco referencial 22

2.5 Proceso creativo y experimentos 25

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 25

2.5.2 Información sobre el Mercado 26

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 28

2.5.4 Diseño de producto/servicio 32

2.5.5 Modelo de Negocio 35

2.5.6 Resultados esperados 39

2.5.7 Prototipos desarrollados 41

2.5.8 Experimentos 43

2.5.9 Descripción de la solución innovadora 48

III. Estimación de costos **50**

3.1 Presupuesto 50

IV. Conclusiones y recomendaciones **51**

4.1 Conclusiones 53

4.2 Recomendaciones 55

V. Referencias Bibliográficas **56**

VI. Anexos **60**

6.1 Anexo 1 62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Costos fijos mensuales 50

Tabla 2: Costo de campaña de lanzamiento 50

Tabla 3: Costos variables por prenda – Bordado artesanal 50

Tabla 4: Costos variables por prenda – Ecoprint 50

Tabla 5 : Costos variables por prenda – Tintes naturales 51

Tabla 6: Costo promedio unitario por prenda 51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Preparación de materiales biodegradables y fibras textiles 41



Figura 2 Proceso de teñido natural 42



Figura 3 Estampado botánico (ecoprint) y resultados visuales 42



Figura 4 Experimentación con la estructura transformable [43]



I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

El romanticismo de París : Moda transformable con innovación textil sostenible para la mujer contemporánea

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación “El romanticismo de París: Moda transformable con innovación textil sostenible para la mujer contemporánea” se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de sostenibilidad e innovación en diseño de moda, y la actividad económica de producción textil y confección artesanal sostenible. Busca resolver la problemática del bajo uso real de prendas en Lima Metropolitana, la alta rotación de vestuario y el creciente descarte textil, proponiendo una alternativa que responda a la necesidad de prendas versátiles, duraderas y emocionalmente significativas. La población beneficiaria está conformada por mujeres de 25 a 45 años, con estilo de vida urbano, que buscan prendas funcionales sin renunciar a la estética.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas mediante herramientas de Design Thinking, tomando como centro a la usuaria, y Lean Startup para validar los resultados. Estas herramientas permitieron comprender el comportamiento de las consumidoras, identificar patrones de compra, evaluar necesidades estéticas y funcionales y analizar la intención de uso real de prendas transformables. Asimismo, se integraron análisis de tendencias, pruebas de materiales y testeo de mecanismos transformables como base para definir el concepto y la propuesta de valor de la colección.

La solución innovadora presentada consiste en una colección cápsula transformable basada en un sistema de prendas modulares, elaboradas con materiales sostenibles (algodón orgánico, lino, lyocell, fibras recicladas) y procesos de tinte natural y ecoprint. La propuesta permite modificar una misma prenda en distintas configuraciones mediante mangas desmontables, paneles ajustables y cierres ocultos, manteniendo la estética romántica parisina reinterpretada en clave contemporánea. Esta solución integra los principios de

sostenibilidad, durabilidad emocional y funcionalidad práctica, enriquecida con un diseño estético cuidado y coherente con el concepto.

Para la experimentación se desarrollaron diversos prototipos textiles, incluyendo pruebas de teñido natural, estampado botánico, confección modular y testeo de mecanismos transformables. Se realizaron pruebas con usuarias para evaluar comodidad, usabilidad, ajustes, resistencia del color, comportamiento de la tela y comprensión del sistema transformable mediante videos, fotos y demostraciones presenciales. Los prototipos permitieron validar la resistencia de los materiales, la calidad del acabado final y la claridad del proceso de transformación, obteniendo métricas positivas de aceptación, percepción de valor y durabilidad emocional.

Se concluye que la solución propuesta demuestra viabilidad técnica, estética y funcional, generando una experiencia de uso significativa para la mujer contemporánea. El uso de tintes naturales, materiales sostenibles y mecanismos transformables integrados desde el patrón confirma su potencial como alternativa real frente al consumo rápido. Se recomienda continuar con mejoras de sistema modular, profundizar el testeo con usuarias, ampliar la variedad de transformaciones y desarrollar un programa de reparación y revalorización para fortalecer el impacto ambiental y el ciclo de vida extendido de la prenda.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

La moda puede ser al mismo tiempo un gesto íntimo y una herramienta práctica; por ello pensar una colección inspirada en el romanticismo parisino moderno exige primero comprender qué carga simbólica trae ese romanticismo y luego cómo convertirlo en algo útil para la mujer contemporánea en Lima. Según Steele (2017) en su trabajo Paris Fashion: A Cultural History, París ha producido una gramática visual reconocible basada en acabados cuidados, atención al detalle y una estética de elegancia contenida que sigue funcionando hoy como repertorio simbólico para construir identidad (pp. 12–13). Tomar ese repertorio como punto de partida no significa reproducir postales sino traducir una voz estética a materiales, patrones y gestos cotidianos. En consecuencia, los volantes, los lazos y los drapeados deben pensarse como palabras de un idioma que la usuaria pueda leer y usar todos los días.

Por otro lado, las mujeres contemporáneas en Lima llevan jornadas que exigen transiciones: trabajan, se encuentran, comen, hacen trámites y salen por la noche. Para responder a esa realidad la moda no puede ser rígida. Según Koo (2012) en su trabajo sobre funciones de diseño transformable, la transformabilidad debe concebirse desde el inicio del proceso creativo integrando cierres, paneles y refuerzos en el patrón para que la prenda cambie sin deformarse (p. 32). Por lo tanto, esta observación obliga a diseñar pensando en la costura y en el gesto, de modo que un volante o un lazo no sean un adorno posterior sino la estructura misma que permite acortar, alargar o tensar la prenda manteniendo coherencia estética.

Además, cuando la prenda ofrece más de un uso su valor percibido crece y la compra se vuelve más racional. Según Lang y Wei (2019) en su trabajo sobre aceptación de prendas convertibles, la intención de compra aumenta cuando las consumidoras perciben utilidad real y claridad sobre las posibilidades de uso; en su estudio encontraron que esa percepción mejora significativamente la disposición a adquirir la prenda (p. 14). En la práctica esto implica mostrar con nitidez cómo funciona cada transformación mediante fotos secuenciales, videos cortos y materiales que reduzcan la incertidumbre del cliente. Enseñar se vuelve parte del producto.

Asimismo, existe una dimensión emocional que es estratégica. Según Chapman (2009) en su trabajo sobre durabilidad emocional, los objetos que permiten construir historias personales tienden a conservarse y a usarse más tiempo porque generan apego (p. 29). Si una prenda sirve en una reunión matinal y se transforma luego para una cena nocturna acumula memorias. Esa suma de recuerdos cotidianos hace que la pieza deje de ser un objeto fungible y se convierta en compañía. En ese sentido la transformabilidad multiplica las ocasiones de uso y las oportunidades de crear vínculo emocional.

Integrar estética romántica y mecanismos transformables exige también sutileza técnica y conocimiento de taller. Según Çeğindir y Öz (2020) en su trabajo Transformable Dress Practices, las soluciones que mejor funcionan son aquellas en las que los mecanismos están integrados visualmente y son ergonómicos; por ejemplo broches ocultos bajo una tapeta de encaje o paneles que

se pliegan de forma natural, ya que así la acción de transformar es un gesto estético y no una labor técnica molesta (pp. 189–190; p. 195). Esta lección obliga a diseñar con atención al detalle y a la fabricación, porque la experiencia del usuario depende de esa discreción.

De igual forma, la selección de materiales y la atención al comportamiento dimensional de las telas son decisiones centrales para que la idea funcione en Lima con sus mañanas brumosas y tardes templadas. Según Juanga-Labayen, Labayen y Yuan (2022) en su revisión sobre reciclaje y prácticas textiles, las características materiales y la planificación de procesos influyen directamente en la viabilidad técnica y ambiental de las prendas; además señalan que gran parte del problema del desperdicio surge por no elegir materiales ni procesos que prolonguen la vida del producto (p. 174). Por eso no basta con proponer transformaciones: es necesario elegir tejidos que mantengan caída, soporten fijaciones repetidas y ofrezcan confort en climas mixtos.

En la misma línea el diseño debe pensarse como comunicación y servicio. Según Huang et al. (2023) en su trabajo sobre diseño autobiográfico y durabilidad emocional, herramientas digitales sencillas y guías visuales ayudan a documentar los usos de una prenda y fortalecen el apego del usuario; estos recursos convierten la transformación en una actividad comprensible y atractiva (pp. 1–2). Por ello un tutorial de treinta segundos o un GIF en la ficha de producto no son extras: son parte del producto. Enseñar cómo usar la prenda aumenta su adopción y reduce la fricción de uso.

Por otra parte, la viabilidad productiva exige una metodología de prototipado iterativo con usuarias reales. Según Koo (2012), prototipar y testear en contexto permite detectar tensiones en costuras, comportamientos de telas y fallos en puntos de anclaje que solo aparecen con el uso repetido; por eso resulta indispensable antes de escalar la producción (pp. 134–136; p. 142). Esta disciplina reduce riesgos y permite que la elegancia romántica sobreviva al uso cotidiano. En ese marco la cápsula limitada es el formato ideal para ensayar: reduce riesgo, acelera aprendizaje y permite mejoras antes de ampliar la oferta.

En Lima, el mercado demanda claridad sobre valor y uso. Según el estudio local de Delgado Vásquez, Damián Esperilla y Lama Bustinza (2024), muchas consumidoras en Lima Centro declaran comprar ropa con frecuencia y reportan vidas útiles de prendas iguales o menores a un año lo que evidencia un patrón de consumo rápido que favorece el descarte (p. 1). Esta evidencia local vuelve urgente ofrecer prendas que resistan el uso, se transformen con facilidad y se comuniquen con transparencia. De no hacerlo la colección correría el riesgo de convertirse en moda desechable con estética romántica.

En consecuencia, la oferta comercial debe conjugar tres ejes: estética, función y experiencia de uso. Según Çeğindir y Öz (2020) y Koo (2012), cuando estos ejes se articulan desde el patrón hasta la comunicación la aceptación del producto y su intensidad de uso aumentan; es decir no basta con inventar mecanismos, es necesario integrarlos para que la prenda resulte deseable y usable (p. 32). Esto implica coordinar diseño, prototipado, taller y estrategia de comunicación.

Finalmente, el proyecto busca transformar una promesa estética en un hábito de uso. Según Lang y Wei (2019), la claridad sobre cómo usar una prenda transformable incrementa la intención de compra y, según Chapman (2009), la narratividad y el apego prolongan la vida útil del objeto (p. 29). Si logramos que la mujer contemporánea de Lima entienda, pruebe y disfrute la prenda en sus distintas configuraciones habremos hecho más que moda bonita: habremos diseñado una estrategia que reduce descarte y aumenta durabilidad. Es ambicioso, urgente y realizable con método.

Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

La velocidad del mercado de moda en Lima hace que muchas prendas se compren y se abandonen pronto; por eso existe una problemática de rotación elevada y poco uso real por parte de las consumidoras. Según Paço (2021), en su trabajo Fostering consumer sustainable behaviour regarding clothing, la intención de compra sostenible no siempre se traduce en comportamientos concretos debido a factores como la conveniencia y el desconocimiento sobre el cuidado y la reutilización de prendas (p. 1). Esto indica que no basta con diseñar piezas

bonitas; la prenda debe facilitar el uso cotidiano y el mantenimiento para que la intención se convierta en hábito y se reduzca el ciclo compra-uso-descarte.

Según Bernardes et al. (2019), en su trabajo Consumers' clothing disposal behaviour: Where do we stand?, las categorías de motivo de descarte y la diversidad de prácticas de disposición muestran que la pérdida de apego es un fenómeno transversal en consumidores de diferentes contextos (pp. 1–6). Por tanto, el problema no es solo precio o moda rápida; es también ausencia de prácticas y ofertas que favorezcan uso prolongado y reutilización.

La promesa de la transformabilidad suena bien, pero falla si no se comunica y valida con usuarias reales; por eso la claridad de uso es uno de los desafíos centrales. Según Lang y Wei (2019), en su trabajo Convert one outfit to more looks: factors influencing young female college consumers' intention to purchase transformable apparel, la intención de compra de prendas convertibles aumenta cuando las consumidoras perciben utilidad real y comprenden con nitidez las posibilidades de uso (p. 14). En consecuencia, la colección debe incorporar herramientas pedagógicas desde la ficha técnica hasta el punto de venta, porque sin esa enseñanza la versatilidad queda como curiosidad y no como hábito de uso.

Muchos prototipos quedan en el taller porque no consideran la reproducibilidad industrial; por eso la viabilidad técnica es otra arista del problema. Según Batista (2024), en su trabajo Transformable modeling: versatile women's collection, las colecciones transformables que escalaron incorporaron desde el inicio pruebas de taller, documentación técnica y ajustes de patrón para evitar fallas de costura y puntos de anclaje tras uso repetido (p. 197). Entonces el plan productivo no puede omitir ciclos de prototipado con talleres locales; son imprescindibles para garantizar que la transformación funcione en la vida real sin elevar costos hasta volver inviable la oferta.

El modularidad amplía usos, pero introduce retos económicos y de alineación material que deben resolverse para lograr escala; por eso la gestión de costos y materiales es decisiva. Según Ansari y Rane (2025), en su trabajo Modular and Transformable Clothing, el modularidad puede prolongar vida útil,

pero exige controlar complejidad de diseño y costes de producción para no quedar reducida a un nicho inaccesible (p. 603). Por tanto, la viabilidad comercial exige diseños que armonicen estética, sencillez de uso y economía productiva.

El problema del desperdicio textil y las limitaciones del reciclaje posconsumo condicionan la estrategia de diseño; por eso prolongar la vida útil desde el origen es una palanca clave. Según Tang (2023), en su revisión State of the Art in Textile Waste Management, las barreras técnicas y de procesamiento hacen que la reincorporación a gran escala sea todavía limitada, por lo que diseñar para mayor intensidad de uso es una intervención directa sobre el flujo de residuos. En consecuencia, la selección de familias de tejido y acabados debe favorecer comportamiento dimensional estable y resistencia a fijaciones repetidas para que la pieza conserve caída y aspecto tras las transformaciones.

En síntesis, el problema es sistémico pero abordable. La ciudad presenta alta rotación y bajo uso efectivo; la comunicación no siempre transforma intención en práctica; muchos prototipos no son reproducibles; el modularidad requiere control de costos; y el reciclaje posconsumo no absorbe volumen suficiente para resolver el problema por sí solo. Si el proyecto articula diseño integrado, selección material orientada al desempeño, prototipado iterativo en talleres y comunicación pedagógica, la apuesta por un romanticismo parisino transformable puede convertirse en prendas que se usen más y duren más en el armario de la mujer contemporánea de Lima. Partiendo de esas evidencias formulamos los problemas que guiarán el siguiente proyecto de innovación.

Problema principal

- ¿Cómo diseñar, prototipar y validar una colección cápsula de moda transformable inspirada en el romanticismo parisino que incorpore innovación textil sostenible y responda a las necesidades prácticas y estéticas de la mujer contemporánea en Lima? ¿Cómo garantizar, además, su funcionalidad, viabilidad comercial y adaptación a las variaciones climáticas propias de otoño y primavera?

Problemas secundarios

¿Qué mecanismos de transformación (mangas desmontables, paneles modulables, cierres ocultos, etc.) son técnica y estéticamente viables para el estilo romántico parisino y, al mismo tiempo, resisten el uso repetido sin perder terminación?

¿Qué familias de tejidos y acabados ofrecen la mejor combinación entre caída, durabilidad frente a fijaciones repetidas y confort en climas mixtos de Lima, de modo que la prenda conserve su aspecto romántico tras múltiples transformaciones?

¿Cómo perciben las mujeres contemporáneas en Lima el valor estético y la utilidad de prendas transformables de estilo parisino y qué factores (claridad de uso, estética, precio, confianza técnica) influyen más en su decisión de compra y uso continuo?

¿En qué medida la implementación de diseño transformable junto con una selección adecuada de materiales puede reducir la tasa de descarte y aumentar la durabilidad percibida, medido mediante indicadores como frecuencia de uso, intención de conservar la prenda y tasa estimada de descarte a 12 meses?

¿Cómo debe estructurarse el plan de pruebas de prototipos, número de iteraciones, perfil de usuarias para testeo, criterios de fallo y métricas de satisfacción para garantizar que las piezas resulten intuitivas y duraderas antes de pasar a producción comercial?

2.2 Población beneficiaria

Principalmente: La mujer contemporánea de veinticinco a treinta y cinco años vive días cambiantes y busca prendas que le respondan; no compra moda por simple impulso, busca soluciones. Según Lang (2016), en su trabajo Creativity and sustainable apparel retail models: ¿does consumers' tendency for creative choice counter-conformity matter in sustainability?, las consumidoras que valoran la creatividad y la diferencia muestran mayor disposición hacia modelos de venta

sostenibles como la reparación, el alquiler y la ropa transformable; en otras palabras, la búsqueda de novedad se puede reconducir hacia opciones que reducen la necesidad de comprar más. Esto significa que la beneficiaria principal no es solo una compradora estética; es una agente que quiere piezas con historia, con usos múltiples y con sentido práctico para su día a día; quiere explicaciones claras y gestos que no compliquen su rutina.

Secundaria: Los artesanos y las pequeñas productoras textiles locales son esenciales porque materializan la idea y sostienen el tejido productivo; su fortalecimiento multiplica el impacto de la colección. Según Mousa, Avolio y Molina-Moreno (2024), en su trabajo Context really matters: ¿why do women artisans in the Peruvian context avoid the sole ownership of their enterprises?, la estructura social y las formas de asociación de las artesanas peruanas condicionan cómo se organizan, qué apoyos necesitan y de qué manera se benefician de proyectos que incorporan transferencia técnica y acceso a mercados. Por tanto, como beneficiarias secundarias estas artesanas reciben no solo pedidos, sino formación concreta, protocolos de producción y una posibilidad real de profesionalizar saberes; su inclusión protege la cadena productiva y enriquece la identidad del producto.

Indirecta: La comunidad ambiental y la ciudadanía en general también resultan beneficiarias indirectas porque menos descarte significa menos presión sobre sistemas de residuos que ya están saturados. Según Ramírez-Escamilla et al. (2024), en su trabajo Advancing Toward Sustainability: A Systematic Review of Circular Economy Strategies in the Textile Industry, las estrategias que priorizan la reutilización, la reparación y el diseño para la durabilidad son de las más efectivas para reducir impactos en la cadena textil, especialmente cuando se combinan con incentivos al consumidor y mejoras en procesos de producción. En consecuencia, diseñar prendas transformables pensadas para uso real no es solo un beneficio para la usuaria y el taller; es una intervención que reduce flujo de residuos y aporta a la salud ambiental urbana.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Diseñar, prototipar y validar una colección cápsula de moda transformable inspirada en el romanticismo parisino, que incorpore innovación textil sostenible y responda a las necesidades prácticas, estéticas y climáticas de la mujer contemporánea en Lima. El propósito es desarrollar una propuesta que conjugue elegancia, funcionalidad y responsabilidad ambiental, mediante procesos de diseño integrados que garanticen tanto la durabilidad técnica como la viabilidad comercial del producto.

Según Gwilt (2020), en su libro A Practical Guide to Sustainable Fashion, el diseño sostenible debe integrar desde el inicio la estética y la función para prolongar el ciclo de vida de las prendas, evitando que la sostenibilidad sea un añadido posterior (p. 47). Esta visión refuerza la necesidad de que la colección sea concebida desde el patrón como una estructura adaptable, capaz de acompañar el ritmo urbano y climático de Lima sin renunciar a su identidad romántica.

Objetivos específicos

Determinar los mecanismos de transformación más viables técnica y estéticamente**;** como mangas desmontables, paneles modulables o cierres ocultos— para una prenda inspirada en el romanticismo parisino, asegurando resistencia al uso repetido sin comprometer la calidad visual. Según Black (2022), en Fashion Design: The Complete Guide, la adaptabilidad de una prenda debe planificarse desde el modelado estructural y no como adición superficial, ya que solo así puede garantizarse integridad visual y técnica (p. 153). Este enfoque permitirá crear piezas que mantengan la delicadeza romántica mientras ofrecen opciones prácticas de transformación, equilibrando lo ornamental y lo funcional.

Identificar las familias de tejidos y acabados que optimicen durabilidad, caída y confort; en contextos climáticos mixtos como el limeño, preservando la estética romántica tras múltiples transformaciones. Según Fletcher y Tham (2019), en Earth Logic: Fashion Action Research Plan, la elección del material debe responder tanto a criterios estéticos como de comportamiento ambiental, ya que los tejidos adecuados pueden extender el ciclo de uso y reducir el impacto

ecológico (pp. 61–63). Con base en ello, la investigación seleccionará materiales locales o regionales que soporten fijaciones repetidas y mantengan confort térmico entre estaciones.

Analizar la percepción de las mujeres contemporáneas en Lima sobre el valor estético y funcional de prendas transformables; identificando los factores que influyen en su intención de compra, adopción y uso continuo. Según Niinimäki y Hassi (2011), en su artículo Emerging Design Strategies in Sustainable Production and Consumption of Textiles and Clothing, las consumidoras valoran más los productos sostenibles cuando perciben utilidad, diseño atractivo y narrativa coherente (p. 1898). Este objetivo permitirá comprender cómo comunicar adecuadamente la propuesta para que la transformabilidad no sea vista como complejidad técnica, sino como ventaja emocional y práctica.

Evaluar en qué medida la combinación de diseño transformable y selección de materiales sostenibles puede reducir la tasa de descarte y aumentar la durabilidad percibida; utilizando indicadores como frecuencia de uso, intención de conservar la prenda y tasa estimada de descarte anual. Según Armstrong et al. (2015), en su investigación Sustainable Product-Service Systems for Clothing: Exploring Consumer Use and Sustainability Benefits, las estrategias de diseño orientadas al uso prolongado reducen significativamente el descarte textil cuando las prendas se perciben como versátiles y de alta calidad (pp. 40–42). En ese sentido, evaluar la durabilidad percibida permitirá validar si la colección genera un impacto real en los hábitos de consumo limeños.

Diseñar y ejecutar un plan de pruebas de prototipos; que incluya número de iteraciones, perfil de usuarias, criterios de fallo y métricas de satisfacción para validar la funcionalidad, comodidad y comprensión de uso antes de la producción comercial.

Según McKelvey y Munslow (2018), en Fashion Design: Process, Innovation and Practice, los ciclos de prototipado con retroalimentación de usuarias son esenciales para garantizar que las prendas respondan a la ergonomía y experiencia de uso real, fortaleciendo así la aceptación del producto (p. 102). Este proceso

permitirá perfeccionar los mecanismos de transformación y la presentación estética antes de escalar la colección.

2.4 Marco referencial

Antecedentes Nacionales:

Delgado Vásquez, Damián Esperilla y Lama Bustinza (2024) desarrollaron el estudio Journey to upcycling: Understanding consumer's behavior regarding clothing disposal in Lima Centro, Peru con el propósito de comprender el comportamiento de las consumidoras limeñas frente al descarte y la reutilización de prendas. El trabajo aplicó una metodología cuantitativa basada en encuestas estructuradas a mujeres entre 20 y 40 años del sector Lima Centro, analizando frecuencia de compra, criterios de conservación y disposición de prendas. Los resultados mostraron que la mayoría de las usuarias mantiene sus prendas menos de un año, priorizando precio y novedad sobre durabilidad. El estudio concluye que existe una baja percepción de valor en la ropa cotidiana, lo que impulsa el consumo rápido y el descarte textil. Este hallazgo justifica la necesidad de propuestas de diseño con mayor funcionalidad y valor emocional percibido.

Arroyo-Laguna et al. (2022) publicaron Factors Associated With the Health and Economic Effects of the COVID-19 Pandemic in the Peruvian Textile Sector, cuyo objetivo fue evaluar los efectos estructurales y económicos de la pandemia en el sector textil de Lima, particularmente en Gamarra. Utilizaron un enfoque mixto con cuestionarios y entrevistas a dueños y trabajadores de talleres. La investigación reveló vulnerabilidad laboral, precariedad en procesos y limitadas capacidades tecnológicas, factores que reducen la competitividad y sostenibilidad del sector. Estos datos son relevantes porque evidencian la necesidad de innovación y valor agregado en diseño y procesos como vía para revitalizar la producción textil limeña.

Álvarez Huamán (2021), en su tesis Variables que participan en la experiencia de compra online de prendas de vestir en consumidoras de Lima Metropolitana, tuvo como objetivo identificar las variables psicológicas y contextuales que influyen en la experiencia de compra digital de ropa. El estudio siguió un diseño descriptivo-correlacional y encuestó a mujeres de 25 a 34 años

en Lima. Los resultados mostraron que la confianza, la claridad visual y la percepción de calidad son determinantes en la decisión de compra. Estos hallazgos aportan información útil para el desarrollo de estrategias de comunicación y posicionamiento digital en colecciones sostenibles.

Camborda Palacios (2023), en el artículo Mejora en los procesos de tizado y corte en una empresa de tejido de punto, tuvo como objetivo optimizar los procesos de producción para reducir desperdicio y aumentar eficiencia. Aplicó un método de mejora continua (ciclo PHVA) y simulaciones de corte en software especializado. Los resultados mostraron una reducción de desperdicio del 15 % y un aumento del rendimiento del 10 %. Este antecedente demuestra la importancia de incorporar innovación técnica en procesos textiles locales, alineado con los objetivos de sostenibilidad del proyecto.

Ministerio del Ambiente – MINAM (2024), en su Guía de Economía Circular para la Industria Textil, tuvo como objetivo establecer lineamientos prácticos para la adopción de modelos de producción circular en el sector peruano. El documento se elaboró con una metodología de análisis comparativo internacional y validación con empresas locales. Concluye que la integración de diseño sostenible, reciclaje de materiales y capacitación en talleres son los ejes para reducir residuos. Este antecedente brinda un marco normativo nacional que respalda las acciones del proyecto en materia de sostenibilidad y economía circular.

Antecedentes Internacionales:

Çeğindir y Öz (2020), en su artículo Transformable Dress Practices publicado en Journal of Textiles and Engineer, buscaron analizar las prácticas de diseño transformable en vestidos femeninos. Utilizaron un enfoque de estudio de caso, revisando colecciones y entrevistando diseñadores que integran mecanismos modulares. Los resultados mostraron que la aceptación de prendas transformables aumenta cuando los mecanismos están ocultos y mantienen la coherencia estética. Este antecedente es esencial para orientar el desarrollo técnico del proyecto en la fusión entre estética romántica y funcionalidad.

Lang y Wei (2019), en Convert one outfit to more looks, propusieron identificar los factores que determinan la intención de compra de prendas convertibles en consumidoras jóvenes. Aplicaron un diseño experimental con cuestionarios en universidades estadounidenses. Los resultados demostraron que la claridad visual de la transformación y la percepción de utilidad práctica son variables decisivas para la aceptación del producto. Este estudio aporta una base empírica directa para estructurar estrategias de comunicación y testeo de prototipos.

Huang, Kettley, Lycouris y Yao (2023), en su artículo Autobiographical design for emotional durability through digital transformable fashion and textiles en Sustainability, tuvieron como objetivo explorar cómo el diseño autobiográfico y las herramientas digitales fortalecen la durabilidad emocional de las prendas. Utilizaron un enfoque experimental con prototipos digitales y seguimiento de uso mediante bitácoras. Los resultados evidenciaron que documentar la transformación incrementa el apego y prolonga la vida útil percibida. Este antecedente fundamenta la relevancia de estrategias narrativas y digitales dentro del diseño transformable.

Juanga-Labayen, Labayen y Yuan (2022), en A Review on Textile Recycling Practices and Challenges, realizaron una revisión sistemática sobre prácticas de reciclaje textil a nivel global. Su objetivo fue identificar brechas tecnológicas y limitaciones en la reincorporación de materiales posconsumo. Encontraron que menos del 1 % de los residuos textiles se recicla en nuevas prendas, lo que demuestra la urgencia de estrategias de diseño que aumenten la vida útil antes del descarte. Este trabajo apoya la necesidad del diseño transformable como solución sostenible complementaria al reciclaje.

Hallberg (2022), en su tesis Exploring Transformable Design for Development of More Sustainable Garments de Iowa State University, tuvo como objetivo evaluar si los diseños transformables pueden incrementar la sostenibilidad del vestuario cotidiano. La metodología combinó revisión de literatura, desarrollo de prototipos y entrevistas con usuarias. Los resultados demostraron que las prendas con transformabilidad integrada generan mayor satisfacción de uso y menor tasa de descarte. Este antecedente aporta evidencia

práctica sobre el impacto real de la transformabilidad en la durabilidad del producto.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

La comprensión del usuario constituye el punto de partida del proceso creativo, razón por la cual este proyecto se centra en mujeres de 25 a 45 años que residen en Lima y que buscan combinar estética y funcionalidad en sus prendas. Haddad Casamayor (2024) sostiene que la investigación de usuarios debe iniciarse mediante encuestas y entrevistas, con el propósito de construir perfiles de usuarias accionables que orienten tanto la forma como la función de los productos. En este contexto, se propone mapear hábitos de uso, transiciones diarias y expectativas estéticas, con el fin de que el diseño responda a necesidades concretas y no a suposiciones.

El conocimiento sobre los patrones de compra y los factores que generan confianza condiciona la adopción de nuevas propuestas, de modo que la comunicación y la experiencia de compra resultan tan relevantes como la técnica del producto. Delgado Vásquez et al. (2024) indican que la frecuencia de adquisición y la vida útil percibida de las prendas muestran que muchas consumidoras reemplazan sus piezas con rapidez. Por ello, los prototipos deben ir acompañados de demostraciones claras, videos instructivos y políticas de devolución que reduzcan la incertidumbre y faciliten la decisión de compra.

Asimismo, la experiencia sensorial y la narrativa en torno a la prenda influyen en su permanencia en el armario. Según el informe de GIZ (2024), la historia de la prenda y la sensación táctil constituyen motivadores significativos de apego emocional. En consecuencia, el proyecto incorpora recursos narrativos y digitales que permitan a la usuaria sentirse protagonista del gesto de transformar la prenda, fortaleciendo así la conexión emocional con el producto.

Las condiciones socioeconómicas y culturales de Lima exigen la implementación de estrategias escalonadas de producto y precio para ampliar la adopción. Apaza Morales y Fernández Gallardo (2018) destacan que la relación

calidad-precio y la accesibilidad son factores determinantes en la decisión de compra. Por lo tanto, la colección considerará versiones accesibles y opciones premium, junto con servicios postventa que faciliten ajustes y reparaciones simples.

Finalmente, la intención de compra hacia modelos alternativos depende de la percepción de calidad y de la confianza en el canal de adquisición. Bernedo Mesajil (2022) señala que la claridad de la oferta y las señales de confianza institucional o comercial incrementan la disposición a probar moda circular o de segunda mano. En este sentido, las pruebas piloto deberán incluir testimonios locales y demostraciones verificables que generen credibilidad.

Para sustentar esta aproximación, se incorporarán instrumentos cualitativos, y cuantitativos, mediante encuestas estructuradas con escalas tipo Likert. Estas encuestas medirán aspectos como:

- Preferencias estéticas (colores, estampados, estilos).
- Funcionalidad percibida y facilidad de uso de los mecanismos transformables.
- Confort, ajuste y ergonomía de la prenda.
- Conexión emocional y disposición a conservar y reutilizar la prenda.
- Intención de compra y valoración de la sostenibilidad del producto.

Los datos cuantitativos se procesarán estadísticamente, presentando porcentajes de aceptación, medias y tendencias que reflejen la percepción general de las usuarias, mientras que los datos cualitativos enriquecerán la interpretación de estas cifras. De esta manera, la información obtenida permitirá orientar la iteración de los prototipos, asegurando que las decisiones de diseño respondan a la realidad de las consumidoras y no a suposiciones teóricas.

2.5.2 Información sobre el Mercado

El mercado de la moda sostenible en Lima Metropolitana presenta una evolución sostenida, impulsada por un creciente interés de consumidoras jóvenes hacia productos con valor ético y funcional. En este sentido, Bernedo Mesajil (2022) señala que las consumidoras de entre 25 y 45 años muestran una

disposición creciente a pagar más por prendas que integren diseño y sostenibilidad, siempre que perciban durabilidad y versatilidad. Este hallazgo confirma la viabilidad de una propuesta transformable, ya que combina innovación, estética y responsabilidad ambiental, tres atributos altamente valorados en los segmentos medios y altos del mercado limeño.

Por otro lado, el comportamiento de compra también refleja una búsqueda de autenticidad y propósito. Según Álvarez Huamán (2022), las decisiones de consumo en el sector moda están influidas por la experiencia sensorial, la confianza en la marca y la identificación con valores sostenibles. En consecuencia, la comunicación de la colección deberá centrarse en el relato del diseño transformable como una respuesta tanto práctica como emocional frente al consumo desechable. En este contexto, la narrativa del romanticismo parisino puede funcionar además como un diferenciador simbólico que refuerce el valor percibido y fortalezca la identidad de marca.

En cuanto a la competencia, el mercado limeño presenta un predominio de microemprendimientos de moda sostenible con baja capacidad técnica para la innovación estructural. Según Apaza Morales y Fernández Gallardo (2018), la mayoría de estos emprendimientos se enfoca en el reciclaje de materiales o en la confección artesanal, mientras que pocos integran sistemas transformables o pruebas de usabilidad. Por lo tanto, se abre un espacio competitivo para una marca que incorpore diseño técnico y emocional con enfoque sostenible. La clave estará en comunicar funcionalidad sin dejar de lado la conexión estética y artesanal que valoran las consumidoras locales.

Asimismo, la viabilidad comercial se ve reforzada por el contexto institucional y de política pública. Según el Ministerio del Ambiente del Perú (2024), el sector textil forma parte de la estrategia nacional de economía circular, que incentiva la innovación en materiales, la reducción de residuos y el rediseño de procesos productivos. En este marco, las marcas que desarrollen productos transformables pueden acceder a ventajas reputacionales y a colaboraciones con programas de sostenibilidad. En consecuencia, la alineación con estas políticas no solo mejora la competitividad, sino que también refuerza la imagen de compromiso ambiental frente al público.

Del mismo modo, la disponibilidad de materiales sostenibles y la infraestructura local para producción a pequeña escala favorecen la implementación de propuestas de moda transformable. Según Camborda Palacios (2023), los talleres en Lima están adoptando técnicas de corte y marcación digital que optimizan el uso de tela hasta en un 15 %. Gracias a ello, es posible producir colecciones cápsula con menor inversión inicial y márgenes más estables, especialmente en formatos bajo pedido.

Finalmente, la sostenibilidad económica del proyecto se sostiene en un modelo de consumo prolongado y bajo volumen. Según Haddad Casamayor (2024), las prendas transformables amplían su ciclo de uso al ofrecer múltiples configuraciones, lo que incrementa la satisfacción del cliente y reduce la tasa de recompra impulsiva. Esto implica, por consiguiente, un enfoque comercial que prioriza la fidelización y la comunicación del valor de la durabilidad frente a las modas efímeras. En suma, la propuesta se presenta como viable, competitiva y coherente con las nuevas tendencias de consumo consciente que emergen tanto en Lima como en el mercado global.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

El proyecto El romanticismo de París, nace como una propuesta innovadora dentro del campo del diseño de moda sostenible, planteando una colección de prendas transformables que fusionan la estética romántica parisina con los principios de sostenibilidad, funcionalidad y responsabilidad ambiental. Este enfoque surge como respuesta a las nuevas exigencias de la mujer contemporánea, quien busca prendas versátiles, duraderas y con un propósito ético, alejándose del consumo impulsivo característico de la moda rápida.

La colección propone un equilibrio entre la expresión estética y la funcionalidad práctica, entendiendo que la moda puede ser al mismo tiempo un gesto artístico y una herramienta que facilita la vida cotidiana. Bajo esta premisa, El romanticismo de París reinterpreta la esencia del romanticismo símbolo de elegancia, delicadeza y feminidad a través de un lenguaje visual contemporáneo que privilegia la autenticidad, el confort y la adaptabilidad. No se trata de replicar los estereotipos tradicionales del romanticismo, sino de reinterpretarlos en un

contexto actual, donde la mujer se empodera desde su identidad, valora la calidad sobre la cantidad y busca construir una conexión emocional con lo que viste.

El proyecto se sustenta en el principio de que la sostenibilidad no es una tendencia pasajera, sino un nuevo paradigma dentro del diseño de moda. Según Fletcher (2014), la verdadera sostenibilidad radica no solo en los materiales utilizados, sino también en repensar la relación entre el consumidor, la prenda y el entorno. Bajo esta visión, la propuesta busca generar un cambio de mentalidad en torno al acto de vestir, incentivando un consumo más consciente y responsable que priorice la durabilidad, la reparación y el valor emocional de las prendas.

La propuesta de valor de El romanticismo de París, se basa en ofrecer una experiencia transformadora en tres dimensiones: estética, funcional y ética. Cada prenda no solo cumple una función ornamental, sino que también se convierte en un objeto emocionalmente significativo, diseñado para acompañar diferentes momentos de la vida de la usuaria. De este modo, el proyecto propone una nueva forma de entender la moda: como un vehículo de expresión, conexión y sostenibilidad.

El proyecto El romanticismo de París ,nace como una propuesta innovadora dentro del campo del diseño de moda sostenible, planteando una colección de prendas transformables que fusionan la estética romántica parisina con los principios de sostenibilidad y funcionalidad textil contemporánea. Este enfoque busca responder a las nuevas exigencias de las consumidoras actuales, quienes valoran la versatilidad, la durabilidad y la conciencia ambiental en sus decisiones de compra.

El concepto parte de la idea de que la moda puede ser al mismo tiempo una expresión artística y una herramienta práctica. Bajo esta premisa, la colección busca reinterpretar la esencia del romanticismo de París entendido como sinónimo de delicadeza, feminidad y elegancia a través de un lenguaje visual moderno que privilegie el confort, la adaptabilidad y la autenticidad. La colección no pretende reproducir estereotipos clásicos, sino resignificarlos en un contexto actual donde la mujer se empodera desde su identidad y elige conscientemente lo que viste.

La propuesta de valor se fundamenta en ofrecer una experiencia de uso transformadora, donde cada prenda no solo sea un objeto de moda, sino también una pieza funcional, emocional y sostenible. De esta manera, la colección promueve una nueva relación entre la consumidora y su vestimenta, basada en la durabilidad, la conexión emocional y el respeto por el entorno.

El valor diferencial del proyecto se concentra en tres dimensiones principales:

Transformabilidad: La transformabilidad constituye el núcleo innovador del proyecto. Las prendas están diseñadas con sistemas de cierres, botones, cremalleras ocultas y módulos desmontables que permiten modificar su forma y función con facilidad. Este principio de diseño modular posibilita que una misma prenda pueda adaptarse a diferentes contextos sociales, laborales o personales, climas o estados de ánimo, otorgándole una versatilidad funcional que amplía su vida útil.

Por ejemplo, una falda puede transformarse en vestido o en blusa mediante mecanismos de unión estratégicamente ubicados, mientras que una chaqueta puede convertirse en chaleco o abrigo liviano al desmontar sus mangas. Este tipo de diseño fomenta la creatividad del usuario y le permite reinterpretar su propio guardarropa, reduciendo la necesidad de adquirir nuevas prendas constantemente. Como sostienen Niinimäki y Hassi (2011), la innovación sostenible en la moda implica rediseñar la relación entre producción y consumo, promoviendo la adaptabilidad y el valor emocional de los productos.

Sostenibilidad: La sostenibilidad se encuentra en el corazón del proyecto y se manifiesta en cada etapa del proceso de diseño y producción. Se prioriza el uso de materiales naturales, reciclados y de bajo impacto ambiental, tales como algodón orgánico certificado, lino, lyocell y fibras textiles recuperadas de excedentes industriales. Asimismo, se incorporan técnicas de teñido natural a base de plantas, raíces y minerales, las cuales reducen significativamente el consumo de agua y la emisión de residuos tóxicos.

El proyecto busca también establecer alianzas con talleres artesanales y comunidades textiles locales del Perú, promoviendo la economía circular y

fortaleciendo el valor social del diseño. Este enfoque no solo contribuye a la preservación de técnicas tradicionales, sino que garantiza condiciones laborales justas y dignas. En este sentido, la sostenibilidad se entiende no solo desde la perspectiva ambiental, sino también desde una dimensión ética y humana, reconociendo el trabajo artesanal como parte esencial del patrimonio cultural y como elemento de resistencia frente a la producción masiva e industrializada.

Según Gwilt (2020), el diseño sostenible debe contemplar una visión integral del ciclo de vida de las prendas, desde la elección de materiales hasta su disposición final. Por ello, "El romanticismo de París" adopta los principios de la economía circular, incentivando la reparación, el rediseño y la transformación de las prendas una vez que han cumplido su función inicial.

Estilo atemporal: La propuesta estética de la colección combina la delicadeza y el detalle del romanticismo parisino con estructuras limpias y contemporáneas, creando un estilo atemporal que trasciende las modas pasajeras. La paleta cromática está compuesta por tonos suaves y armónico rosado empolvado, lavanda, beige, blanco y tonos tierra que evocan serenidad, feminidad y conexión con la naturaleza. Los tejidos ligeros y los cortes fluidos contribuyen a resaltar la comodidad, mientras que las siluetas modulables se adaptan a distintos tipos de cuerpo y estilos de vida.

El diseño enfatiza la simplicidad elegante, evitando el exceso decorativo y privilegiando la funcionalidad estética. De esta manera, cada prenda puede ser reinterpretada en distintos contextos, lo que favorece su permanencia en el tiempo y promueve un consumo más responsable. Como señala Fletcher y Tham (2019), el futuro de la moda requiere redefinir el lujo y la belleza desde la durabilidad, la ética y la conexión emocional, más que desde la producción en masa o la novedad constante.

En síntesis, la propuesta de valor de "El romanticismo de París" representa una convergencia entre el arte, la sostenibilidad y la innovación textil. Busca ofrecer a las consumidoras una experiencia de moda significativa y consciente, en la que la prenda se convierte en un símbolo de identidad, respeto y equilibrio con el entorno. La colección redefine el concepto de lujo a partir de valores como la

durabilidad, la ética, la conexión emocional y la trazabilidad del proceso productivo.

Tal como expresa Fletcher (2014), la verdadera sostenibilidad en la moda no se logra solo con materiales ecológicos, sino con una nueva forma de pensar y relacionarse con la ropa. Desde esta perspectiva, El romanticismo de París no solo propone un conjunto de prendas transformables, sino una filosofía de diseño que invita a repensar el vínculo entre el ser humano, la belleza y la naturaleza.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

El diseño del producto en el marco del proyecto El romanticismo de París se concibe desde una perspectiva sistémica, donde convergen la innovación textil, la sostenibilidad ambiental, la estética romántica y la experiencia emocional de la usuaria. Bajo este enfoque, la colección no se limita a ofrecer prendas visualmente atractivas, sino que busca generar una propuesta integral en la cual cada pieza responda a necesidades funcionales, estéticas y afectivas. Este cruce entre lo emocional y lo práctico permite que las prendas trasciendan su uso tradicional y se conviertan en objetos significativos con un alto valor simbólico y personal.

El proceso de diseño parte de una investigación conceptual profunda sobre el Romanticismo europeo, con especial atención en París, ciudad que históricamente ha configurado imaginarios de elegancia, sensibilidad y expresión artística. Este análisis abarca tanto aspectos visuales como siluetas vaporosas, transparencia, bordados delicados y paletas empolvadas como elementos sociales y culturales asociados al movimiento, tales como la exaltación de las emociones, la búsqueda de la belleza natural y la valoración de la artesanía. A partir de estos referentes, se elabora una reinterpretación contemporánea que integra estos códigos visuales con criterios de sostenibilidad, funcionalidad y uso versátil.

La colección se estructura bajo un modelo de diseño modular y transformable, permitiendo que cada prenda pueda adaptarse a diferentes escenarios y estilos de vida. Este sistema responde a una problemática identificada en la investigación cualitativa: las usuarias buscan prendas versátiles que se adapten a su rutina cambiante, pero sin sacrificar estilo ni exclusividad. La

modularidad se expresa mediante piezas intercambiables, capas superpuestas, paneles desmontables y sistemas de trasformación basados en cierres invisibles, broches imantados, resortes ajustables y botones de presión. Estas soluciones técnicas permiten transformar una misma prenda para usos cotidianos, eventos especiales o estilos más casuales, incrementando su ciclo de vida y reduciendo la necesidad de adquirir nuevas prendas.

Este enfoque se fundamenta en los principios del diseño emocional (Niinimäki & Hassi, 2011), que sostiene que las personas tienden a conservar durante más tiempo aquellos objetos con los que desarrollan un vínculo afectivo. Al permitir la intervención y creatividad del usuario ya sea ajustando, transformando o combinando módulos se fomenta un sentido de autoría compartida que fortalece este vínculo emocional, impactando positivamente en la sostenibilidad ambiental al evitar la rotación rápida del producto.

En cuanto a materiales, se prioriza el uso de fibras naturales certificadas como algodón orgánico, lino, bambú y lyocell, debido a su durabilidad, suavidad, biodegradabilidad y bajo impacto ambiental. Se incluyen también tejidos reciclados provenientes de residuos postindustriales y posconsumo, seleccionados a partir de un análisis de ciclo de vida (LCA) que evidencia su contribución a la reducción de desechos textiles. La selección de materiales se complementa con procesos de tintorería basados en tintes naturales, elaborados a partir de plantas, flores, raíces y minerales. Las técnicas aplicadas entre ellas ecoprint, shibori y tie-dye botánico generan patrones únicos, convirtiendo cada prenda en una pieza irrepetible. Este proceso no solo disminuye el uso de químicos tóxicos, sino que promueve prácticas tradicionales vinculadas a los saberes artesanales.

El proyecto adopta un modelo de producción made-to-order, confeccionando cada prenda bajo pedido. Este sistema fue seleccionado en respuesta a los hallazgos de la investigación cualitativa, donde las usuarias expresaron su preferencia por piezas personalizadas, únicas y ajustadas a su identidad personal. El modelo permite minimizar desperdicios, evitar sobreproducción y garantizar un control más preciso del inventario, alineándose con los principios de la moda lenta (slow fashion). Además, fomenta la colaboración con talleres locales y con artesanas que aplican técnicas

tradicionales, promoviendo la economía local y reivindicando el valor del trabajo manual.

Paralelamente, se implementan estrategias de optimización basadas en los principios del diseño sostenible de Fletcher (2014). Entre ellas se incluye la utilización de retazos mediante patchwork ecológico, la creación de accesorios complementarios a partir de sobrantes y la optimización de patrones digitales que permiten una reducción considerable del desperdicio textil durante el corte. Asimismo, cada prenda es diseñada considerando criterios de ergonomía, comodidad y resistencia, asegurando que la experiencia de uso sea placentera y contribuya a la durabilidad del producto.

Además del producto tangible, el proyecto incorpora un servicio digital complementario que amplía la experiencia del usuario. A través de una plataforma interactiva, las usuarias podrán acceder a tutoriales de transformación de prendas, guías de cuidado ecológico, contenidos sobre trazabilidad de materiales y un espacio de comunidad donde compartir experiencias. Este componente educativo fortalece la transparencia, fomenta el consumo consciente y consolida la relación entre la marca y la usuaria, alineándose con las tendencias actuales del mercado que valoran la ética, la información abierta y el acompañamiento postcompra.

Finalmente, se propone un sistema de reparación y revalorización donde las usuarias podrán devolver sus prendas para mantenimiento, ajustes, personalización o rediseño. Este servicio amplía significativamente el ciclo de vida del producto y promueve un modelo de responsabilidad compartida entre la marca y la cliente. Al integrar reparación, transformabilidad y acompañamiento digital, la colección no solo ofrece productos sostenibles, sino también una experiencia completa basada en la durabilidad, la emoción estética y el compromiso ambiental.

En conjunto, el diseño de producto y servicio de El romanticismo de París constituye una propuesta innovadora que combina arte, tecnología, sostenibilidad y emocionalidad. A través de una metodología de diseño coherente con los principios del consumo responsable, la colección redefine la experiencia de la

moda contemporánea y responde directamente a las necesidades identificadas durante la investigación cualitativa, ofreciendo una solución estética, ética y funcional para la mujer actual.

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio de El romanticismo de París se fundamenta en los principios de la economía circular, la moda lenta (slow fashion) y el consumo responsable, priorizando la sostenibilidad integral, la transparencia y la personalización en todas las etapas del proceso productivo. Esta propuesta busca cuestionar los modelos tradicionales de producción masiva y promover una relación más consciente entre la prenda, la usuaria y el entorno.

El proyecto se desarrolla bajo un enfoque Business to Consumer (B2C), lo que permite establecer una relación directa y significativa con las consumidoras finales. Este vínculo favorece una comunicación bidireccional, basada en la confianza, la trazabilidad del producto y la fidelización a largo plazo. A través de este enfoque, la marca propone una experiencia de moda más humana, emocional y ética, donde cada prenda no solo responde a una necesidad estética o funcional, sino que también representa un compromiso con el medio ambiente y con las personas involucradas en su elaboración.

Producción bajo demanda y sostenibilidad :El modelo se basa en la producción bajo demanda (made-to-order), sistema que permite fabricar únicamente las prendas solicitadas por las clientas. Esta estrategia evita el sobrestock, reduce significativamente el desperdicio textil y minimiza el uso innecesario de recursos naturales. Asimismo, permite una mayor dedicación al detalle, asegurando calidad, durabilidad y valor simbólico en cada pieza.

Este enfoque productivo se alinea con los principios de la moda lenta, promoviendo un ritmo de consumo más reflexivo y consciente, donde la usuaria reconoce el tiempo, el trabajo artesanal y los procesos sostenibles que intervienen en la creación de la prenda.

Segmento de clientes: El público objetivo está conformado por mujeres entre 25 y 45 años, principalmente urbanas, profesionales o estudiantes, con un estilo de vida independiente y una creciente conciencia social y ambiental. Estas consumidoras valoran la estética, la funcionalidad y la sostenibilidad de manera integral, buscando prendas versátiles que puedan adaptarse a distintos contextos laborales, sociales o culturales sin perder elegancia ni identidad personal.

Asimismo, se trata de un segmento que muestra afinidad por marcas con propósito, interesadas en conocer el origen de los productos, los procesos de elaboración y el impacto social y ambiental de su consumo.

Propuesta de valor : La propuesta de valor de El romanticismo de París se centra en ofrecer prendas transformables, sostenibles y de alto valor estético, que combinan innovación textil con la sensibilidad del romanticismo parisino y el respeto por los saberes artesanales peruanos.

Esta propuesta se sustenta en tres pilares fundamentales:

- Versatilidad funcional: prendas transformables que pueden adaptarse a distintos usos, estilos y momentos, prolongando su vida útil.
- Responsabilidad ambiental: uso de materiales sostenibles, fibras orgánicas, tintes naturales, ecoprint y procesos de bajo impacto ambiental.
- Conexión emocional: cada prenda se concibe como una pieza significativa que refuerza la identidad, autonomía y elegancia consciente de la usuaria.

De este modo, la marca redefine el concepto de lujo, alejándolo de la exclusividad superficial y acercándolo a la durabilidad, autenticidad y coherencia ética.

Canales de distribución: La comercialización se realizará principalmente a través de una plataforma web oficial, que permitirá la venta directa al consumidor, la personalización de las prendas y el seguimiento del proceso productivo. Complementariamente, se utilizarán redes sociales como Instagram, TikTok y Pinterest para la difusión de contenido visual, educativo y narrativo, mostrando el proceso artesanal, los materiales utilizados y el impacto del proyecto.

Asimismo, se contempla la participación en ferias de diseño sostenible, pop-ups colaborativos y concept stores comprometidas con la moda ética, lo que permitirá ampliar la visibilidad de la marca y fortalecer su posicionamiento dentro del mercado de moda consciente.

Relación con el cliente : La relación con las clientas se basa en la atención personalizada y el acompañamiento continuo, fortaleciendo un vínculo emocional duradero. Se ofrecerán experiencias complementarias como talleres de transformación textil, asesorías de estilo sostenible y contenidos educativos que promuevan el cuidado y reutilización de las prendas.

La comunicación será transparente, mostrando la trazabilidad de los materiales, los procesos productivos y el impacto social generado, especialmente a través del trabajo colaborativo con mujeres artesanas aymaras y talleres textiles locales.

Fuentes de ingreso: Las principales fuentes de ingreso del proyecto incluyen:

- Venta directa de prendas transformables y colecciones cápsula.
- Servicios de personalización y confección a medida.
- Talleres y experiencias formativas sobre moda sostenible.
- Venta limitada de accesorios sostenibles complementarios, como cinturones modulares o pañuelos ecológicos.

Recursos clave :Los recursos clave del modelo de negocio incluyen:

- Diseñadores y mujeres artesanas aymaras, especializadas en bordado artesanal.
- Talleres textiles locales responsables de la confección y ensamblaje.
- Proveedores de materiales sostenibles, como telas orgánicas, fibras recicladas y tintes naturales.
- Plataforma digital y maquinaria textil de bajo consumo energético.

Las alianzas estratégicas con comunidades artesanas, colectivos sostenibles y proveedores éticos fortalecen la cadena de valor y garantizan prácticas responsables en toda la producción.

Actividades clave: Las actividades principales del proyecto comprenden:

- Diseño y desarrollo de prendas transformables.
- Gestión de colecciones sostenibles de edición limitada.
- Coordinación con talleres textiles locales y comunidades artesanas.
- Marketing digital responsable y comunicación educativa.
- Investigación e innovación en materiales y técnicas textiles sostenibles.

Socios clave : Los socios estratégicos del proyecto incluyen:

- Mujeres aymaras bordadoras, como agentes fundamentales del valor artesanal y cultural.
- Talleres textiles locales.
- Proveedores de textiles sostenibles certificados.
- Organizaciones ambientales y educativas.
- Influencers y plataformas vinculadas a la moda ética.

Estas alianzas promueven un modelo colaborativo, justo y transparente, reforzando el impacto social del proyecto.

Estructura de costos y enfoque circular: La estructura de costos contempla la producción a pequeña escala, materiales sostenibles, mano de obra artesanal, desarrollo digital y campañas de comunicación ética. Aunque la inversión inicial es superior a la de la moda convencional, este modelo genera mayor fidelización, valor de marca y reducción del impacto ambiental.

Asimismo, el proyecto promueve un ciclo de vida circular, incorporando estrategias de reutilización, reparación y recompra de prendas, permitiendo su renovación, rediseño o reciclaje en nuevas piezas.

Impacto social y alineación con los ODS :El romanticismo de París proyecta generar impacto social positivo mediante la colaboración con mujeres aymaras y talleres textiles locales, fomentando el empoderamiento económico, la preservación del saber textil tradicional peruano y el trabajo digno.

En conjunto, este modelo de negocio se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente el ODS 12 (Producción y consumo responsables) y el ODS 5 (Igualdad de género), consolidando la moda como un agente de cambio social, cultural y ambiental.

2.5.6 Resultados esperados

Los resultados esperados del proyecto El romanticismo de París: Moda transformable con innovación textil sostenible para la mujer contemporánea" se orientan hacia la validación técnica, estética y funcional de una colección cápsula que combine tintes naturales, estampados botánicos y materiales biodegradables con un enfoque de diseño transformable. El proyecto busca demostrar que la sostenibilidad y la innovación pueden coexistir en propuestas de moda contemporánea sin comprometer la elegancia ni la calidad del acabado final.

En primer lugar, se espera comprobar la viabilidad técnica de los procesos naturales de teñido y estampado botánico aplicados a fibras ecológicas como el algodón orgánico, el lino o el lyocell. De acuerdo con Fletcher y Tham (2019), la elección del material influye directamente en la durabilidad y en el comportamiento visual de la prenda, por lo que la experimentación con pigmentos vegetales permitirá identificar combinaciones cromáticas estables y resistentes al lavado. El uso de recursos naturales como hojas, raíces y flores locales busca obtener gamas de color suaves y orgánicas que refuercen la estética romántica parisina reinterpretada en clave contemporánea.

Asimismo, se prevé la validación práctica de los mecanismos transformables integrados en las prendas. A partir de pruebas con cierres ocultos,

módulos desmontables y costuras reforzadas, se espera garantizar que las prendas puedan modificarse sin perder su forma ni su coherencia estética. Según Koo (2012), la transformabilidad debe concebirse desde la estructura del patrón y no como un agregado superficial, asegurando así una experiencia funcional y duradera para la usuaria.

De igual forma, se espera evidenciar la eficacia ambiental y estética del uso de materiales biodegradables caseros en sustitución de insumos sintéticos convencionales. Esto incluye pruebas con mordientes naturales, residuos orgánicos y procesos de secado solar, alineados con los principios de economía circular. Según Gwilt (2020), el diseño sostenible requiere repensar cada etapa del ciclo de vida de la prenda, integrando decisiones que reduzcan el impacto ecológico desde la obtención del color hasta la disposición final del material.

Finalmente, se espera generar un modelo replicable de innovación textil sostenible aplicable en talleres de pequeña escala o emprendimientos locales. Según el Ministerio del Ambiente (2024), la adopción de prácticas de economía circular en el sector textil peruano depende en gran medida de la transferencia técnica y de la capacitación en procesos de bajo impacto. Por ello, los resultados de esta investigación podrán servir como base para futuras iniciativas que integren tintes naturales, materiales biodegradables y sistemas transformables dentro del ecosistema productivo nacional.

En síntesis, los resultados esperados comprenden:

1. La obtención de muestras textiles teñidas y estampadas con recursos naturales locales, con colores estables y coherentes con el concepto romántico parisino.
2. La validación de prototipos de prendas transformables, funcionales y duraderas, capaces de adaptarse a distintos contextos de uso.
3. La demostración del potencial técnico, ambiental y emocional de los materiales biodegradables aplicados en procesos artesanales contemporáneos.
4. La contribución al fortalecimiento de la moda sostenible peruana, mediante prácticas replicables y culturalmente significativas.

Estos resultados consolidarán la propuesta como una innovación integral en diseño de moda sostenible, que integra creatividad, técnica y conciencia ambiental.

2.5.7 Prototipos desarrollados

En el proyecto “El romanticismo de París: Moda transformable con innovación textil sostenible para la mujer contemporánea”, el desarrollo de prototipos tuvo como propósito validar de manera práctica los principios de sostenibilidad, transformabilidad conceptual y durabilidad emocional que sustentan la propuesta.

Los prototipos se centraron en muestras textiles experimentales, pruebas de color, ensayos de técnicas artesanales, figurines ilustrados y simulaciones digitales del sistema transformable. Esta combinación permitió explorar la integración de módulos, la caída del tejido y la coherencia estética del diseño.

La metodología empleada hizo posible verificar la viabilidad técnica y visual tanto de los materiales como del sistema de diseño planteado, asegurando que la propuesta mantenga armonía entre funcionalidad, romanticismo y sostenibilidad.

En primer lugar, se desarrollaron muestras textiles utilizando tintes naturales extraídos de insumos vegetales locales como cáscara de cebolla, cúrcuma, hojas de eucalipto, betarraga y flores secas. Estos insumos permitieron obtener una paleta cromática orgánica en tonos tierra, rosados y dorados suaves. Las pruebas se aplicaron sobre tejidos biodegradables como algodón orgánico, lino y lyocell, seleccionados por su caída, absorción y resistencia al teñido. Según Fletcher y Tham (2019), la elección del material influye directamente en la durabilidad del color y en la calidad del acabado final, siendo clave para lograr una estética coherente con los valores de sostenibilidad (pp. 61–63).

Posteriormente, se emplearon técnicas de estampado botánico (ecoprint) sobre las muestras teñidas, aprovechando el contacto directo de hojas y pétalos con los tejidos mediante vapor natural y el uso de mordientes ecológicos como

vinagre y sal. Esta técnica generó resultados únicos e irrepetibles, donde las formas de la naturaleza se integran visualmente en el diseño textil. De acuerdo con Gwilt (2020), el uso de procesos artesanales y naturales en la moda no solo reduce el impacto ambiental, sino que agrega valor simbólico y emocional al producto al conectar al usuario con el origen y la historia del material (p. 47).

Debido a la decisión metodológica de no confeccionar la prenda transformable completa, la validación del sistema se realizó mediante prototipos conceptuales y simulaciones digitales de las estructuras modulares, incluyendo mangas desmontables, cinturas ajustables y faldones con posibilidades de configuración múltiple. Estas simulaciones se desarrollaron a partir de patrones digitales que permitieron analizar proporciones, movilidad y coherencia con la estética romántica parisina. Según Koo (2012), la funcionalidad de una prenda transformable depende de integrar el sistema desde la fase de patrón, incluso cuando se trabaja en entornos digitales, ya que ello garantiza precisión y evita distorsiones en la silueta (p. 32).

Durante todo el proceso, se documentaron fotográficamente las fases de teñido, estampado y experimentación textil, así como las simulaciones del sistema transformable. Esta documentación permitió evaluar la coherencia estética y técnica del concepto, además de servir como herramienta visual para comunicar la trazabilidad y los valores del proyecto. Según Huang, Kettley, Lycouris y Yao (2023), el registro visual y digital fortalece la durabilidad emocional del diseño al permitir que las usuarias comprendan y valoren el proceso detrás de la creación (pp. 1–2).

Los prototipos desarrollados evidencian que la sostenibilidad y la innovación técnica pueden coexistir en el diseño de moda contemporánea aun sin la construcción física de la prenda, mediante el uso de pruebas textiles y simulaciones que permiten anticipar la funcionalidad y el comportamiento de los materiales. Asimismo, demuestran la viabilidad de aplicar métodos de producción artesanal de bajo impacto ambiental dentro de un enfoque conceptual y experimental.

En síntesis, los logros alcanzados incluyen:

- La obtención de muestras textiles teñidas y estampadas con recursos naturales locales, resistentes y coherentes con el concepto romántico del proyecto.
- La validación conceptual del sistema transformable mediante simulaciones digitales y prototipos parciales.
- La integración de materiales biodegradables y procesos de bajo impacto ambiental en la experimentación textil.
- La documentación visual completa del proceso, que respalda la trazabilidad, autenticidad y valor educativo del proyecto.

Estos prototipos conceptuales constituyen una base sólida para futuras fases de desarrollo y permiten demostrar la viabilidad del diseño transformable sostenible dentro de un contexto real de producción artesanal local, aportando evidencia concreta del potencial innovador de la moda peruana con responsabilidad ambiental y sensibilidad estética.

2.5.8 Experimentos

Los experimentos realizados en el marco del proyecto El romanticismo de París: Moda transformable con innovación textil sostenible para la mujer contemporánea tuvieron como finalidad validar los procesos de teñido, estampado y exploración funcional del diseño transformable, comprobando su viabilidad técnica, estética y ambiental. Esta etapa permitió analizar de manera práctica los principios de sostenibilidad y durabilidad emocional aplicados a la propuesta.

a. Preparación de materiales biodegradables y fibras textiles

El primer experimento consistió en la preparación de materiales naturales biodegradables para la obtención de tintes ecológicos. Se utilizaron residuos orgánicos domésticos como cáscaras de cebolla, betarraga, cúrcuma, hojas de eucalipto y flores secas recolectadas localmente. Los pigmentos se extrajeron mediante cocción prolongada, logrando tonalidades cálidas y terrosas coherentes con la estética romántica parisina reinterpretada.

Los tejidos seleccionados fueron algodón orgánico, lino y lyocell, elegidos por su capacidad de absorción, suavidad y bajo impacto ambiental. Según Fletcher (2014), los materiales naturales certificados presentan beneficios en durabilidad, transpirabilidad y biodegradabilidad, convirtiéndose en una base sólida para la innovación sostenible (p. 83).

b. Proceso de teñido natural

El segundo experimento abordó la aplicación de los tintes naturales sobre las fibras seleccionadas. Las telas se lavaron previamente para eliminar impurezas y se sometieron a mordientes ecológicos como vinagre, sal marina y alumbre natural para favorecer la fijación del color.

Se realizaron baños de color con diversos tiempos de exposición, temperaturas y concentraciones de pigmento, lo que permitió identificar las combinaciones más estables y estéticamente coherentes. Como señala Gwilt (2020), el teñido natural requiere ajustes específicos según las características del material para lograr resultados consistentes (p. 47).

c. Estampado botánico (ecoprint) y resultados visuales

El tercer experimento consistió en la aplicación del ecoprint o estampado botánico, que transfiere directamente pigmentos naturales de hojas y pétalos al tejido mediante presión y vapor.

Se emplearon hojas de eucalipto, helechos y pétalos de rosa, logrando patrones orgánicos únicos que fortalecen la estética romántica del proyecto. El proceso incluyó la disposición de los elementos vegetales sobre la tela teñida, el enrollado sobre tubos y la vaporización durante 90 minutos. Luego del secado, surgieron composiciones naturales de alto valor visual.

Según Juanga-Labayen, Labayen y Yuan (2022), estas técnicas artesanales no solo reducen el impacto ambiental, sino que revitalizan prácticas textiles tradicionales (p. 174).

d. Experimentación con la estructura transformable y desarrollo de figurines

El cuarto experimento se centró en la exploración conceptual y visual de la estructura transformable. Para ello, se desarrollaron figurines ilustrados y simulaciones digitales, los cuales permitieron analizar:

- La transformación de las piezas,
- La integración de módulos (mangas, paneles, ajustes),
- La caída del tejido,
- La armonía entre romanticismo y funcionalidad.

Estos figurines y modelos digitales permitieron evaluar diversas configuraciones del diseño, comprobando la fluidez estética y la coherencia del sistema transformable sin necesidad de elaborar un prototipo físico ni recurrir a procesos industriales de alto impacto.

Según Koo (2012), la fase conceptual y visual mediante figurines o prototipos digitales es fundamental para garantizar que la transformación sea intuitiva y armónica antes de avanzar a fases posteriores del diseño (pp. 134–136).

e. Registro y evaluación de resultados

Durante todos los experimentos se realizó un registro fotográfico, fichas técnicas y anotaciones relacionadas con:

- intensidad y estabilidad del color,
- textura y comportamiento del material,
- nitidez de los estampados botánicos,
- compatibilidad entre módulos del diseño transformable,
- percepción visual obtenida a través de los figurines y simulaciones.

Este registro fortaleció la trazabilidad y la comprensión integral del proceso. Según Huang et al. (2023), la documentación visual incrementa la durabilidad emocional al conectar al usuario con la historia y el origen del diseño (pp. 1–2).

f. Validación mediante encuesta a 50 personas

Como complemento a los experimentos técnicos y visuales, se aplicó una encuesta a 50 mujeres entre 18 y 40 años del público objetivo. El cuestionario permitió evaluar:

- aceptación estética de los teñidos naturales,
- percepción del diseño transformable,
- interés hacia propuestas sostenibles,
- valoración de la estética romántica contemporánea.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), las encuestas permiten recopilar información significativa directamente del usuario, siendo esenciales para la validación de una propuesta de diseño (pp. 170–171).

Los resultados obtenidos permitirán ajustar y fortalecer la propuesta según las expectativas reales del público contemporáneo.

Conclusiones de la Encuesta : La encuesta, respondida por personas, revela un perfil de consumidor con una clara inclinación hacia la funcionalidad, la durabilidad emocional y la sostenibilidad, incluso si esto implica un costo mayor.

1. Interés en la Funcionalidad y Versatilidad (Preguntas 2 y 3)

Existe un fuerte deseo por prendas que ofrezcan múltiples usos y se adapten a diferentes contextos:

- Importancia de la Adaptabilidad: Una abrumadora mayoría (63%) considera "Algo importante" que una prenda se adapte a diferentes contextos (como pasar del trabajo a un evento social). Un 29.6% lo considera "Extremadamente importante".
- Hábito de Búsqueda: A pesar de la alta valoración de la adaptabilidad, solo el 44.4% de los encuestados busca o compra prendas transformables/multiuso "Ocasionalmente", lo que sugiere una oportunidad de mercado para un producto que satisfaga esta necesidad explícita. Solo el 7.4% lo hace "Siempre".

2. Prioridad en la Sostenibilidad y Calidad (Preguntas 4, 5, 7 y 8)

Los encuestados priorizan la durabilidad y la ética de producción sobre el precio, demostrando una conciencia ecológica y de consumo a largo plazo:

- Durabilidad Emocional: El factor más valorado es la "durabilidad emocional" (deseo de conservar y usar una prenda por mucho tiempo), siendo considerada la "principal prioridad" por el 59.3% de los encuestados.
- Importancia de los Tejidos Sostenibles: El 51.9% considera "Extremadamente importante" que el tejido sea sostenible o se haya producido con métodos ecológicos (menor uso de agua, tintes naturales).
- Disposición a Pagar Más: El 51.9% de los encuestados estaría "Probablemente si" dispuesto a pagar entre un 10% y 25% más por una prenda con un proceso de producción 100% sostenible. Al sumar quienes dicen "Definitivamente si" (14.8%) y "Probablemente si", un total de 66.7% muestra una apertura al sobreprecio por sostenibilidad.
- Factor de Compra Principal: Al elegir una prenda nueva, el factor con mayor influencia es la "Funcionalidad/Versatilidad" (59.3%) , seguido del "Diseño/Estilo" (22.2%) y la "Sostenibilidad/Calidad" (18.5%). El "Precio" (que sea accesible) no fue la opción más elegida, indicando una priorización clara de valor sobre costo.

3. Percepción y Aceptación de la Estética Propuesta (Preguntas 6, 9 y 10)

Los datos sugieren que, aunque la base de conocimientos sobre la sostenibilidad específica es moderada, la propuesta de valor del proyecto es muy bien recibida:

- Conocimiento del "Eco-print": El 51.9% de los encuestados no conoce el concepto de "eco-print" o "teñido botánico". Sin embargo, el 29.6% sí lo conoce y está interesado.
- Atracción del Estilo "París": La mayoría de los encuestados se siente atraído por un estilo que equilibra la elegancia femenina, detalles románticos (inspirados en París) y la funcionalidad moderna. El 37% de

los encuestados lo califica con el máximo puntaje (5 - Me atrae totalmente) , y el 25.9% con un 4.

- Interés en la Marca Propuesta: Hay un alto grado de interés en una marca que combine diseños transformables, materiales sostenibles y estética romántica/París. El 55.6% dice que "Definitivamente sí" la adquiriría , y el 40.7% dice "Probablemente sí". Más del 96% está interesado, lo que valida fuertemente la propuesta de valor del proyecto.

Conclusión General : Los resultados de la encuesta validan la hipótesis de la tesis al identificar un nicho de mercado significativo que valora la versatilidad de las prendas, la durabilidad a largo plazo y la sostenibilidad de la producción por encima del precio. La alta aceptación de la combinación de atributos propuestos (transformable, sostenible, romántico) confirma la viabilidad y pertinencia de crear una marca de moda bajo estas premisas.

2.5.9 Descripción de la solución innovadora

La solución innovadora propuesta en este proyecto se fundamenta en el desarrollo de una prenda transformable elaborada con materiales sostenibles y procesos de teñido y estampado natural, que integra principios de moda lenta, ecodiseño y durabilidad emocional. Esta propuesta busca responder a la problemática ambiental y social generada por la producción masiva de moda, promoviendo una alternativa estética y responsable que une tradición artesanal, tecnología textil y diseño contemporáneo.

El eje principal de la innovación radica en la fusión entre sostenibilidad y funcionalidad transformable. La prenda creada permite modificar su forma y uso mediante sistemas modulares como mangas desmontables, faldones ajustables y cierres ocultos que amplían su tiempo de vida y adaptabilidad. Según Koo (2012), el diseño transformable representa una estrategia de innovación textil orientada a la versatilidad, donde una sola prenda puede responder a múltiples contextos de uso, reduciendo así la necesidad de consumo excesivo (pp. 31–33). Esta cualidad funcional no solo prolonga la durabilidad del producto, sino que también refuerza su valor emocional al ofrecer una experiencia personalizada para cada usuaria.

Paralelamente, la innovación se manifiesta en el uso de tintes naturales y técnicas de estampado botánico (ecoprint) como alternativas ecológicas a los procesos industriales. Los pigmentos fueron obtenidos a partir de insumos vegetales biodegradables como cáscaras, hojas, flores y raíces, aplicados mediante técnicas artesanales de cocción y vapor. Según Gwilt (2020), el uso de colorantes naturales contribuye a la sostenibilidad del ciclo productivo textil, al eliminar sustancias tóxicas y reducir el consumo de agua y energía (p. 45). Esta práctica recupera saberes ancestrales y promueve una conexión sensorial entre la usuaria, el entorno natural y la prenda misma.

Otro componente innovador es la integración de materiales biodegradables y locales como parte del proceso productivo. Se priorizó el uso de fibras naturales como algodón orgánico, lino y lyocell, seleccionadas por su bajo impacto ambiental, durabilidad y confort.

Fletcher y Tham (2019) afirman que la sostenibilidad material implica repensar la relación entre el diseñador y la materia prima, estableciendo vínculos que trascienden la simple función estética para generar conciencia sobre la procedencia y el ciclo de vida del textil (pp. 63–64).

Asimismo, el proyecto propone una visión integral de innovación social, al fomentar prácticas de producción responsable que pueden ser replicadas en comunidades artesanales o talleres locales. De acuerdo con el Ministerio del Ambiente del Perú (2024), el fortalecimiento de modelos circulares en el sector textil nacional depende de la transferencia de conocimiento y del desarrollo de procesos de bajo impacto con valor cultural (p. 18). En ese sentido, la propuesta se alinea con la economía circular al promover el reaprovechamiento de recursos y el diseño de productos duraderos.

La combinación de estos elementos transformabilidad, tintes naturales, materiales biodegradables y enfoque artesanal contemporáneo configura una solución innovadora integral, donde cada decisión de diseño responde a criterios estéticos, funcionales y éticos. Esta integración permite demostrar que la moda puede ser una herramienta de cambio, capaz de inspirar consumo consciente y revalorizar el trabajo manual dentro de la industria creativa peruana.

En síntesis, la solución innovadora propuesta se distingue por:

1. Introducir una prenda transformable sostenible que reduce el consumo de nuevas piezas.
2. Emplear técnicas de teñido y estampado botánico con insumos naturales y biodegradables.
3. Promover materiales ecológicos y locales, minimizando el impacto ambiental.
4. Fomentar la educación y replicabilidad artesanal, contribuyendo a la moda sostenible nacional.

De esta manera, el proyecto representa una innovación estética, funcional y ambiental, alineada con los objetivos del diseño contemporáneo responsable y la visión de un futuro textil más humano y consciente

II. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

El romanticismo de París: Moda transformable con innovación textil sostenible para la mujer contemporánea

La presente sección desarrolla la estimación de costos de materiales, mano de obra, costos fijos operativos, inversión inicial y proyección de ventas asociados al desarrollo de la prenda transformable sostenible. El objetivo es determinar la viabilidad económica del proyecto y su coherencia con los principios del diseño sostenible y la producción responsable.

El análisis financiero se basa en precios referenciales del mercado textil limeño, particularmente del emporio comercial de Gamarra, así como en estimaciones obtenidas a partir de procesos de confección artesanal contemporánea y producción bajo demanda.

Tabla 1 Costos fijos mensuales

Concepto	Costo mensual (S/)
Alquiler local de producción	1.200
Servicios (luz, agua, internet)	300
Marketing digital y contenido	500
Pago personal	2.000
Depreciación de maquinaria	400
Total costos fijos mensuales	**4.400**

Tabla 2 Costo de campaña de lanzamiento

Concepto	Costo (S/)
Alquiler del espacio	3.500
Producción básica (iluminación,	800
Logística, apoyo, imprevistos	700
Costo total campaña	**5, 000**

Tabla 3 Costos variables por prenda – Bordado artesanal

Concepto	Costo (S/)
Tela sostenible	80
Bordado artesanal (CMA)	120
Mano de obra confección	70
Insumos	30
Costo por prenda	**300**

Tabla 4 Costos variables por prenda – Ecoprint

Concepto	Costo (S/)
Tela	80
Proceso ecoprint	60
Mano de obra	70
Insumos	20
Costo por prenda	**230**

Insumos para ecoprint y sistemas transformables: El sistema modular utilizado está alineado con los principios del diseño transformable, que prioriza la flexibilidad y la adaptabilidad para diversificar el uso de la prenda (Koo, 2012).

Tabla 5 Costos variables por prenda – Tintes naturales

Concepto	Costo (S/)
Tela	80
Tinte natural y proceso	50
Mano de obra	70
Insumos	20
Costo por prenda	**220**

Insumos para teñido natural: Se emplearon residuos orgánicos y mordientes ecológicos, siguiendo procesos ampliamente documentados en la literatura del color natural (Gwilt, 2020).

Tabla 6 Costo promedio unitario por prenda

Descripción	Monto (S/)
Costo prenda bordada	300
Costo prenda ecoprint	230
Costo prenda tintes naturales	220
Costo promedio unitario	**250**

Precio de venta y margen

La prenda se comunica como un producto:

- Transformable
- Hecho a mano
- Edición limitada
- Pieza de arte + moda

Considerando un costo promedio unitario de **S/ 250.00** y un margen bruto de **S/ 300.00**, se establece un:

Precio de venta final por prenda: S/ 550.00

Este precio se encuentra alineado con los rangos de mercado de la moda sostenible y de autor.

Para cubrir los costos fijos totales del mes de lanzamiento (S/ 9,400), se requiere la venta aproximada de:

- **18 prendas × S/ 550 = S/ 9,900**

A partir del tercer mes, con una producción mensual estimada de **20 prendas**, se proyectan:

- Ingresos mensuales: 20 × 550 = **S/ 11,000**
- Costos fijos mensuales: **S/ 4,400**
- **Utilidad estimada mensual: S/ 6,600**

El análisis financiero demuestra que el proyecto *El romanticismo de París* es **económicamente viable**, ya que alcanza su punto de equilibrio con un volumen moderado de ventas. La estrategia de producción bajo demanda, preventa y comercialización post-pasarela permite reducir riesgos financieros y evita la sobreproducción, reforzando el enfoque sostenible del proyecto.

Asimismo, los márgenes obtenidos permiten recuperar la inversión inicial en un periodo estimado de **dos a tres meses**, lo que respalda la factibilidad económica y la proyección de crecimiento futuro del modelo de negocio.

III. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

El desarrollo del proyecto permitió demostrar que la innovación textil sostenible es una alternativa viable para generar impacto positivo en el sector de la moda peruana, integrando creatividad, conciencia ambiental y valor cultural. A través del proceso de experimentación con tintes naturales, estampado botánico y

materiales biodegradables, se comprobó la eficacia técnica y estética de los recursos naturales locales, así como su potencial para reemplazar métodos industriales contaminantes.

En primer lugar, se concluye que la sostenibilidad y la innovación pueden coexistir en el diseño de moda contemporánea cuando se aplican criterios de selección consciente de materiales, trazabilidad y producción artesanal. De acuerdo con Fletcher y Tham (2019), la verdadera sostenibilidad en el diseño surge de la conexión entre la práctica creativa, la ética y la reflexión crítica sobre los impactos del producto (pp. 61–63). Este proyecto logró articular dichos principios a través de la creación de una prenda transformable funcional y estéticamente coherente con la inspiración romántica parisina.

En segundo lugar, se comprobó que la moda transformable contribuye a prolongar la vida útil de las prendas, ofreciendo múltiples usos y adaptabilidad según el contexto. Esta versatilidad reduce la necesidad de adquirir nuevas piezas, lo que implica una disminución del consumo y del impacto ambiental asociado. Según Koo (2012), el diseño transformable constituye una estrategia efectiva dentro del slow fashion, al promover la multifuncionalidad y la relación emocional entre el usuario y la prenda (p. 33).

Asimismo, se constató que los procesos naturales de teñido y estampado botánico son técnica y visualmente efectivos, produciendo resultados únicos y artísticos. El uso de residuos vegetales y mordientes ecológicos permitió obtener una gama cromática coherente con el concepto de la colección, reforzando la narrativa estética de conexión entre naturaleza y romanticismo. Tal como sostiene Gwilt (2020), la moda sostenible requiere repensar las fases de coloración y acabado desde un enfoque artesanal, donde cada prenda contenga una historia y un propósito (p. 47).

De igual modo, el proyecto demostró la viabilidad económica de la producción artesanal sostenible a pequeña escala. Aunque los costos iniciales son mayores, el modelo basado en la producción limitada y hecha por pedido permite optimizar recursos y generar productos exclusivos. Esta estrategia se alinea con el enfoque de la economía circular textil, promovido por el Ministerio del Ambiente

del Perú (2024), que impulsa la reutilización de materiales y la reducción del impacto ambiental en la industria (p. 18).

Finalmente, el proceso evidenció un impacto educativo y social, al rescatar técnicas tradicionales, fomentar la experimentación creativa y sensibilizar al consumidor respecto al valor de la moda ética. La documentación visual del proceso de creación, teñido y confección reafirma la importancia de comunicar la trazabilidad y la autenticidad del producto, promoviendo un consumo más consciente y emocionalmente duradero.

En conjunto, los resultados alcanzados confirman que el proyecto constituye una propuesta integral de innovación textil sostenible, capaz de generar un cambio en la percepción del diseño de moda, situando a la mujer contemporánea como protagonista activa de una nueva forma de vestir: estética, ética y emocionalmente responsable.

4.2 Recomendaciones

Escalabilidad y producción responsable:

Se recomienda explorar la producción en pequeña escala, trabajando en colaboración con talleres artesanales locales que compartan valores de sostenibilidad. Esto permitiría mantener la calidad artesanal, reducir el desperdicio y fortalecer la identidad cultural del producto.

Investigación continua de pigmentos naturales:

Profundizar en la experimentación con otros insumos botánicos nacionales (como cochinilla, muña o hojas de nogal) para ampliar la gama cromática y mejorar la resistencia de los colores. Según Niinimäki (2020), la investigación constante es clave para innovar en procesos sostenibles sin comprometer la estética (p. 29).

Optimización de materiales biodegradables:

Evaluar nuevas mezclas de fibras ecológicas y mordientes naturales que garanticen mayor durabilidad y suavidad al tacto, promoviendo un equilibrio entre confort, funcionalidad y sostenibilidad.

Difusión y educación en sostenibilidad:

Implementar talleres, exposiciones y contenidos digitales que muestren el proceso artesanal y los beneficios ambientales de la moda sostenible, fomentando la conciencia ecológica en consumidores y diseñadores emergentes.

Integración tecnológica y trazabilidad:

Incorporar códigos QR o etiquetas inteligentes que documenten el origen de los materiales, el proceso de teñido y la identidad del artesano o diseñador. Esto fortalecerá la transparencia y autenticidad del producto final, como sugiere Fletcher (2014) en su modelo de diseño circular (p. 85).

Expansión a nuevos mercados conscientes:

Considerar la comercialización en plataformas de moda ética nacional e internacional, destacando los valores de innovación textil, diseño transformable y respeto ambiental que caracterizan a la propuesta.

En síntesis, las recomendaciones apuntan a consolidar el proyecto como un modelo de referencia en moda sostenible peruana, capaz de inspirar a futuros diseñadores a unir arte, innovación y responsabilidad social en sus creaciones. Este enfoque no solo contribuye a la protección ambiental, sino que también promueve una nueva visión de belleza basada en la autenticidad, la durabilidad y el respeto por la naturaleza.

IV. Referencias Bibliográficas

Álvarez Huamán, A. C. (2021). La experiencia de compra online de prendas de vestir en consumidoras de 25 a 34 años de Lima Metropolitana (Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú). https://tesis.pucp.edu.pe/bitstreams/bc902af0-450b-4bdc-aea4-6a02c24731ad/download

Armstrong, C. M., Niinimäki, K., Kujala, S., Karell, E., & Lang, C. (2015). Sustainable product-service systems for clothing: Exploring consumer use and sustainability benefits. Journal of Cleaner Production, 97, 30–45. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.01.046

Arroyo-Laguna, J., Barrios-Sánchez, J., & Timaná-Ruíz, R. (2022). Factors associated with the health and economic effects of the COVID-19 pandemic in the

Peruvian textile sector, 2020–2021. Frontiers in Sociology, 7. https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9098987/

Black, S. (2022). Fashion design: The complete guide. Thames & Hudson. https://thamesandhudson.com/fashion-design-the-complete-guide-9780500296629

Camborda Palacios, G. (2023). Improvement of the marking and cutting processes in the garment industry to reduce fabric waste. Idata. https://www.scielo.org.pe/pdf/idata/v26n2/en_1810-9993-idata-26-02-53.pdf

Chapman, J. (2009). Design for emotional durability. Design Issues, 25(4), 29–36. https://doi.org/10.1162/DESI.2009.25.4.29

Çeğindir, N. Y., & Öz, C. (2020). Transformable dress practices. Tekstil ve Mühendis / Journal of Textiles and Engineer, 27(119), 186–196. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1326448

Delgado Vásquez, I. J., Damián Esperilla, N. S., & Lama Bustinza, J. C. (2024). Journey to upcycling: Understanding consumer's behavior regarding clothing disposal in Lima Centro, Peru. LACCEI 2024. https://laccei.org/LACCEI2024-CostaRica/papers/Contribution_822_final_a.pdf

Ellen MacArthur Foundation. (2017). A new textiles economy: Redesigning fashion's future. https://content.ellenmacarthurfoundation.org/m/6d5071bb8a5f05a2/original/A-New-Textiles-Economy-Redesigning-fashions-future.pdf

Fletcher, K., & Tham, M. (2019). Earth logic: Fashion action research plan. The J. J. Charitable Trust. https://earthlogic.info

Gwilt, A. (2020). A practical guide to sustainable fashion. Bloomsbury. https://www.bloomsbury.com/uk/a-practical-guide-to-sustainable-fashion-9781350061469/

Huang, X., Kettley, S., Lycouris, S., & Yao, Y. (2023). Autobiographical design for emotional durability through digital transformable fashion and textiles. Sustainability, 15(5), 4451. https://www.mdpi.com/2071-1050/15/5/4451

IDB – Inter-American Development Bank. (2023). Net-zero industry: Options for plastics, textiles, automobiles and fisheries in Colombia, Ecuador and Peru. https://publications.iadb.org/en/net-zero-industry-options-plastics-textiles-automobiles-and-fisheries-colombia-ecuador-and-peru

Juanga-Labayen, J. P., Labayen, I. V., & Yuan, Q. (2022). A review on textile recycling practices and challenges. Textiles, 2, 174–188. https://www.mdpi.com/2673-7248/2/1/10

Koo, H. (2012). Design functions in transformable garments for sustainability (Tesis doctoral, University of Minnesota). https://conservancy.umn.edu/bitstreams/56e744c9-9083-41b8-b13c-9d6a5ade7bdc/download

Lang, C. (2016). Creativity and sustainable apparel retail models: Does consumers' tendency for creative choice counter-conformity matter in sustainability? Fashion and Textiles, 3(26). https://fashionandtextiles.springeropen.com/articles/10.1186/s40691-016-0076-7

Lang, C., & Wei, B. (2019). Convert one outfit to more looks: Factors influencing young female college consumers' intention to purchase transformable apparel. Fashion and Textiles, 6(26). https://fashionandtextiles.springeropen.com/counter/pdf/10.1186/s40691-019-0182-4.pdf

McKelvey, K., & Munslow, J. (2018). Fashion design: Process, innovation and practice (2nd ed.). Wiley. https://www.wiley.com/en-us/Fashion+Design%3A+Process%2C+Innovation+and+Practice%2C+2nd+Edition-p-9781119341021

Ministerio del Ambiente (MINAM). (2024). Guía de economía circular para la industria textil. Gobierno del Perú. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6584663/5728410-b1-guia-ec-textil.pdf?v=1720187522

Mousa, M., Avolio, B., & Molina-Moreno, V. (2024). Context really matters: Why do women artisans in the Peruvian context avoid the sole ownership of their enterprises? Journal of Entrepreneurship and Public Policy. https://cris.pucp.edu.pe/en/publications/context-really-matters-why-do-women-artisans-in-the-peruvian-cont-2

Niinimäki, K., & Hassi, L. (2011). Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and clothing. Journal of Cleaner Production, 19(16), 1876–1883. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.04.020

Ramírez-Escamilla, H. G., Martínez-Rodríguez, M. C., Padilla-Rivera, A., Domínguez-Solís, D., & Campos-Villegas, L. E. (2024). Advancing toward sustainability: A systematic review of circular economy strategies in the textile industry. Recycling, 9(5), 95. https://www.mdpi.com/2313-4321/9/5/95

Steele, V. (2017). Paris fashion: A cultural history. Bloomsbury Academic. https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781635571493_A30397211/preview-9781635571493_A30397211.pdf

Textil del Valle. (2021). Sustainability report 2021. https://www.textildelvalle.pe/en/wp-content/uploads/2022/09/Sustainability-Report-TDV-2021.pdf

Universidade do Minho. (s.f.). Consumers' clothing disposal behaviour: A comparative study. https://repositorium.uminho.pt/bitstreams/d06a0474-4eee-404f-ab49-fd1f73895575/download

USIL – Núñez Salazar, J. Z. (2022). Comportamiento de compra de ropa deportiva en residentes de Lima (Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola). https://repositorio.usil.edu.pe/bitstreams/46e8bbdf-f45c-47b8-a9cf-41f72630f3d3/download

Fletcher, K. (2014). Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys. https://books.google.com.pe/books?id=WYnrTaL_ICgC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Fletcher, K., & Tham, M. (2019). Earth Logic: Fashion Action Research Plan. The J.J. Charitable Trust https://earthlogic.info/wp-content/uploads/2021/06/Earth-Logic-Espanol.pdf

Gwilt, A. (2020). Fashion Design for Living: Sustainable Fashion and Textile Design. Routledge. file:///C:/Users/51952/Dropbox/DESCARGAS/9781315770758_previewpdf.pdf

Niinimäki, K., & Hassi, L. (2011). Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and clothing. Journal of Cleaner Production, https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652611001569

United Nations Environment Programme (UNEP). (2020). Sustainability and Circularity in the Textile Value Chain: Global Stocktaking. United Nations Environment Programme. https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/34184/SCT.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Chapman, J. (2009). Emotionally durable design: Objects, experiences and empathy. Earthscan.

Fletcher, K. (2014). Sustainable fashion and textiles: Design journeys (2nd ed.). Routledge.

Fletcher, K., & Tham, M. (2019). Earth logic: Fashion action research plan. The J.J. Charitable Trust.

Gwilt, A. (2020). A practical guide to sustainable fashion (2nd ed.). Bloomsbury Publishing.

Huang, Y., Kettley, S., Lycouris, S., & Yao, L. (2023). Emotional durability and digital fashion design: Documenting process and meaning. Journal of Textile Design Research and Practice, 11(1), 1–14. https://doi.org/10.1080/20511787.2023.2171825

Juanga-Labayen, J. P., Labayen, J. L., & Yuan, Y. (2022). Eco-print textile design: Sustainability through botanical dyeing methods. International Journal of Clothing Science and Technology, 34(2), 171–182. https://doi.org/10.1108/IJCST-10-2021-0154

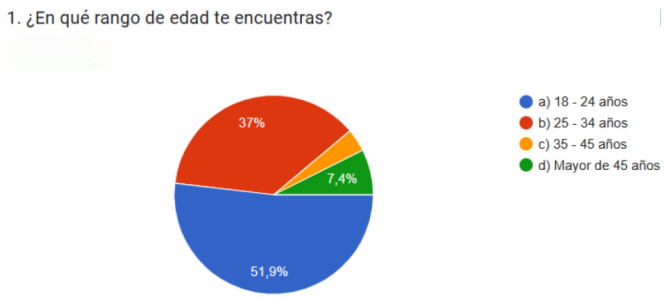
Koo, H. (2012). Design process for transformable fashion. International Journal of Clothing Science and Technology, 24(2/3), 130–143. https://doi.org/10.1108/09556221211214314

Ministerio del Ambiente del Perú. (2024). Economía circular en el sector textil: Guía de implementación para pequeñas y medianas empresas peruanas. Dirección General de Economía Ambiental. https://www.gob.pe/minam

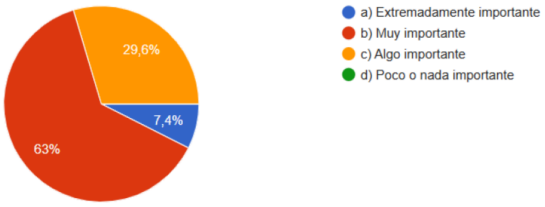
Niinimäki, K. (2020). Sustainable fashion in a circular economy. Aalto University.

V. Anexos

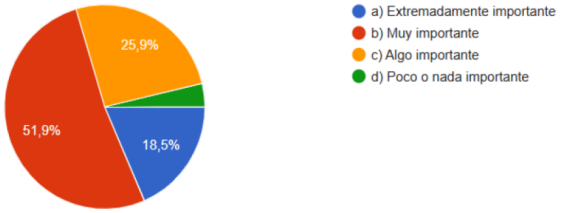
6.1 Anexo 1 - Encuestas 47



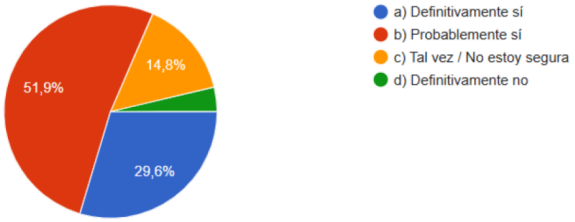
3. ¿Qué tan importante es para ti que una prenda de vestir pueda adaptarse a diferentes contextos (ej. ir del trabajo a un evento social con un pequeño cambio)?



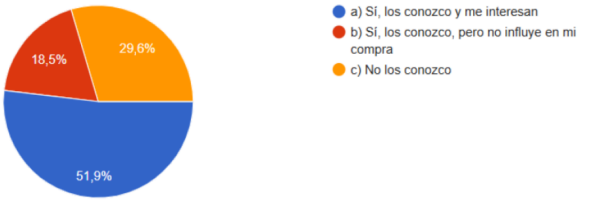
4.Al comprar ropa, ¿qué tan importante es para ti que el tejido sea sostenible o se haya producido bajo métodos ecológicos (ej. menor uso de agua, tintes naturales)?



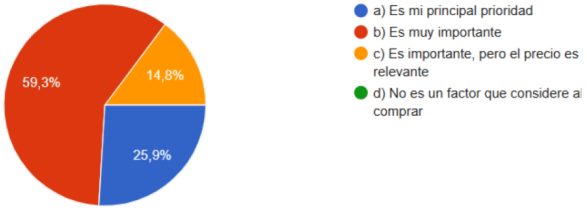
5. ¿Estarías dispuesta a pagar un precio entre un 10% y 25% más alto por una prenda que garantice un proceso de producción textil 100% sostenible (ej. eco-print o teñido botánico)?



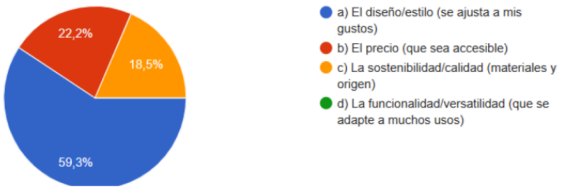
6 .¿Conoces el concepto de "eco-print" o "teñido botánico" (uso de elementos naturales para estampar o teñir tejidos)?



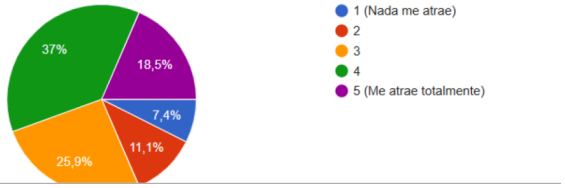
7. ¿Qué valor le das a la "durabilidad emocional" de una prenda, es decir, el deseo de conservarla y usarla por mucho tiempo debido a su calidad y diseño atemporal?



8.En tu decisión de compra, ¿qué factor influye más al elegir una prenda nueva?



9. ¿Qué tanto te atrae un estilo de moda que equilibra la elegancia femenina, detalles románticos (inspirados en París) y la funcionalidad moderna?



10. ¿Estarías interesada en adquirir una prenda de una marca que combine los siguientes atributos: diseños transformables, materiales con innovación textil sostenible y una estética inspirada en el romanticismo de París?

