ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Entre sombras y miradas

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

PRESENTADA POR

Maria Fernanda Villalta Condori
DNI: 75621870, Perú

ASESOR

Martha Sofia Mercedes Millan Reyes
DNI: 76965994, Perú
ORCID: 0000-0002-2892-4921

JURADO

Juniors Manuel Calderón Riojas
Romina Talia Pozo Arias
Carlos Abel Dominguez Bautista

Lima, septiembre 2026

Proyecto de Innovaci%C3%B3n TLS VILLALTA MARIA FERNANDA PRIMER TURNITIN.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614672296

Fecha de entrega
16 ago 2026, 10:35 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
16 ago 2026, 11:16 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
Proyecto de Innovación TLS VILLALTA MARIA FERNANDA PRIMER TURNITIN.pdf

Tamaño del archivo
2.2 MB

32 páginas

7299 palabras

43.150 caracteres

22% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

9% Fuentes de Internet
2% Publicaciones
21% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

Dedico este proyecto, en primer lugar, a Dios, por brindarme fortaleza, sabiduría y la oportunidad de alcanzar cada una de mis metas.

A mis padres, por su amor incondicional, su apoyo constante y por ser el motor que me impulsa a seguir creciendo tanto en lo personal como en lo profesional. Gracias por confiar en mí y acompañarme en cada etapa de este camino.

Finalmente, dedico este trabajo a todas las personas que creen en el poder del diseño como una herramienta para preservar, valorar y difundir la identidad cultural de nuestro país.

Agradecimiento

Dedico este proyecto a Dios por darme la fortaleza y la perseverancia para superar cada desafío. A mis padres, quienes con su amor, esfuerzo y apoyo incondicional me han acompañado en cada paso de mi formación profesional y han sido mi mayor inspiración para alcanzar esta meta. Este logro también es de ellos.

Asimismo, agradezco a los docentes de la Escuela de Diseño y Gestión de Moda de Toulouse Lautrec por compartir sus conocimientos, experiencias y orientación a lo largo de mi formación, contribuyendo al desarrollo de este proyecto de innovación.

Por último, agradezco a todas las personas que, de una u otra manera, brindaron su apoyo, consejos y motivación para hacer posible la realización de este trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general 1

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 2

II. Descripción de la innovación 3

2.1 Planteamiento del Problema 3

2.2 Población beneficiaria 4

2.3 Objetivo(s) del proyecto 5

2.4 Marco referencial 6

2.5 Proceso creativo y experimentos 7

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 7

2.5.2 Información sobre el Mercado 9

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 12

2.5.4 Diseño de producto/servicio 14

2.5.5 Modelo de Negocio 15

2.5.6 Resultados esperados 16

2.5.7 Prototipos desarrollados 17

2.5.8 Experimentos 19

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 20

III. Estimación de costos 20

IV. Conclusiones y recomendaciones 23

V. Referencias 25

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Benchmarking 10
Tabla 2 Presupuesto 21

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Arból de Problema 4
Figura 2 Mapa de actores 5
Figura 3 Arquetipo de usuario 8
Figura 4 Mapa de Empatía 9
Figura 5 Ruta de Conceptualización 13
Figura 6 Canvas 13
Figura 7 Diseño de producto propuesto 15
Figura 8 Figurines finales de la colección 18
Figura 9 Prototipo confeccionado de la colección 18
Figura 10 Prendas terminadas 19

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

"Entre sombras y miradas"

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación **"Entre sombras y miradas: colección de moda contemporánea inspirada en la tapada limeña"** se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de **Competitividad y diversificación industrial** y la actividad económica de **Industrias manufactureras**, y busca resolver **la limitada presencia de reinterpretaciones contemporáneas de referentes culturales históricos peruanos, específicamente de la tapada limeña, dentro del diseño de moda contemporáneo**, teniendo como población beneficiaria **mujeres jóvenes adultas de 20 a 30 años residentes en Lima Metropolitana, de nivel socioeconómico medio-alto (A y B), interesadas en la moda, la expresión personal y la revalorización cultural**.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en **el desarrollo de una colección de moda contemporánea inspirada en la tapada limeña**, se trata de una **línea de prendas que integra elementos culturales tradicionales con diseño moderno mediante el uso de transparencias, bordados, superposición de capas y estructuras definidas, generando valor social al promover la identidad cultural, valor económico al ser una propuesta comercializable y valor estético diferenciado en el mercado**.

Para la experimentación se diseñaron prototipos **de figurines y prendas piloto de la colección**, para **evaluar la aceptación del diseño y concepto mediante la observación y retroalimentación de potenciales usuarias**, obteniendo como resultado **una percepción positiva respecto a la originalidad, propuesta cultural y diferenciación frente a otras marcas**.

Se concluye que la solución propuesta **permite revalorizar la identidad cultural peruana a través de la moda contemporánea**, y se recomienda **continuar con la validación en el mercado, desarrollar la producción de la colección y fortalecer su posicionamiento mediante plataformas digitales y estrategias de marca.**

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El presente proyecto de innovación se desarrolla en el contexto sociocultural contemporáneo del Perú, específicamente en Lima Metropolitana, donde la moda juvenil se encuentra altamente influenciada por tendencias globalizadas y dinámicas de consumo masivo. En este escenario, muchas propuestas dirigidas al público joven priorizan referentes estéticos internacionales, generando progresivamente una desconexión entre las nuevas generaciones y los elementos que conforman la identidad cultural peruana (Bauman, 2005).

Actualmente 2026, los consumidores buscan productos que no solo sean funcionales o visualmente atractivos, sino que también transmitan significado, autenticidad y conexión emocional, especialmente dentro de industrias creativas como la moda (Lipovetsky, 1990). Esta transformación en el comportamiento del consumidor ha impulsado el interés por propuestas con narrativa e identidad propia. Sin embargo, pese a la amplia riqueza cultural, histórica y textil del Perú, gran parte de estos referentes aún no son reinterpretados desde una mirada contemporánea dentro de la industria de la moda, limitando su presencia en propuestas innovadoras orientadas al mercado actual.

Dentro de este contexto, la figura de la tapada limeña representa un símbolo histórico relevante de la sociedad peruana de los siglos XVIII y XIX (Ministerio de Cultura del Perú, 2023). Caracterizada por el uso de la saya y el manto, esta figura femenina utilizaba el anonimato como una forma simbólica de libertad y expresión en una época marcada por restricciones sociales hacia la mujer. Desde la perspectiva de Goffman (1959), la vestimenta funciona como un mecanismo de representación social mediante el cual las personas construyen y comunican identidad. En ese sentido, la tapada limeña no solo posee un valor histórico y estético, sino también simbólico, al representar conceptos como el misterio, la dualidad entre lo visible y lo oculto y la expresión femenina a través de la mirada.

A partir de esta problemática y oportunidad cultural, surge “Entre sombras y miradas”, una propuesta de innovación en moda contemporánea que busca reinterpretar la figura de la tapada limeña mediante un enfoque conceptual y emocional dirigido a mujeres jóvenes. La colección integra elementos históricos y simbólicos con recursos de diseño contemporáneo como transparencias, superposición de capas, manipulación textil, bordados y estructuras envolventes, generando una experiencia estética que conecta identidad cultural, narrativa visual y expresión personal.

Asimismo, el proyecto se relaciona con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 11 (Organización de las Naciones Unidas, 2015): Ciudades y comunidades sostenibles, al contribuir a la revalorización del patrimonio cultural mediante el diseño, y con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 12 (ONU, 2015): Producción y consumo responsables, al promover propuestas de moda con mayor significado cultural y valor emocional frente al consumo acelerado de tendencias globalizadas. En ese sentido, la propuesta plantea una innovación cultural aplicada a la moda contemporánea, donde el diseño no solo cumple una función estética, sino también narrativa, simbólica y social.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

Actualmente, la moda contemporánea dirigida al público joven se desarrolla en un contexto caracterizado por cambios constantes y una rápida renovación de tendencias. Bauman (2005) describe esta dinámica como parte de una sociedad en la que las formas, hábitos y elecciones se encuentran sujetas a transformaciones continuas. En este contexto, la moda se convierte en uno de los medios mediante los cuales las personas expresan y transforman su identidad.

En el Perú, pese a la gran riqueza histórica y cultural del país, muchos referentes culturales aún presentan una presencia limitada dentro de propuestas de moda contemporánea. Esta situación representa una oportunidad para desarrollar nuevas formas de aproximación al patrimonio cultural mediante lenguajes de diseño actuales. Asimismo, el consumidor contemporáneo busca productos con significado, autenticidad y conexión emocional (Lipovetsky, 1990), por lo que incorporar elementos culturales dentro de propuestas de moda puede permitir establecer una relación más cercana entre el diseño, la identidad y la expresión personal.

Dentro de este contexto, la tapada limeña constituye un referente histórico y cultural de especial relevancia para Lima. Según la Biblioteca Nacional del Perú (s. f.), esta figura se caracterizó por el uso de la saya y el manto, siendo este último utilizado para cubrir gran parte del rostro y dejar principalmente visible la mirada. Su presencia se extendió desde el periodo virreinal hasta los primeros años de la República, convirtiéndose en una representación característica de la cultura visual limeña. Asimismo, Bazán Avendaño (2018) analiza la relación entre el uso del manto, la circulación femenina y la presencia de las mujeres en el espacio público limeño durante el siglo XIX.

Sin embargo, existe una limitada presencia de reinterpretaciones contemporáneas de la tapada limeña dentro de propuestas de diseño de moda, lo que reduce las oportunidades de trasladar este referente histórico hacia nuevos lenguajes visuales y expresivos. Como consecuencia, su representación puede permanecer principalmente vinculada con registros históricos y artísticos, en lugar de establecer nuevas conexiones con las formas actuales de expresión y diseño.

Frente a esta problemática, surge la necesidad de desarrollar propuestas innovadoras que permitan revalorizar referentes históricos desde una mirada contemporánea. Por ello, el presente proyecto plantea la creación de una colección de moda inspirada en la tapada limeña, reinterpretando sus principales elementos visuales y simbólicos, como la saya, el manto, la mirada y la dualidad entre ocultamiento y revelación, mediante recursos de diseño contemporáneo. De esta manera, “Entre sombras y miradas” busca generar una conexión entre moda, identidad cultural y expresión personal, acercando un referente histórico de Lima a un lenguaje estético actual.

Impacto ambiental (ODS)

El proyecto presenta una relación principalmente con el ODS 11, Ciudades y Comunidades Sostenibles, debido a su contribución a la valorización y difusión del patrimonio cultural local mediante una propuesta de diseño contemporáneo. La tapada limeña constituye un referente histórico asociado a la construcción de la identidad visual de Lima, por lo que su

reinterpretación permite generar nuevas formas de aproximación al patrimonio desde la industria creativa.

Asimismo, el proyecto presenta una relación complementaria con el ODS 12, Producción y Consumo Responsables**,** en la medida en que propone una colección de producción limitada y busca alejarse de la lógica de consumo masivo mediante prendas con mayor carga conceptual, emocional y simbólica. Sin embargo, esta relación no implica afirmar que la colección sea completamente sostenible, sino que plantea oportunidades para desarrollar posteriormente prácticas de producción más responsables.

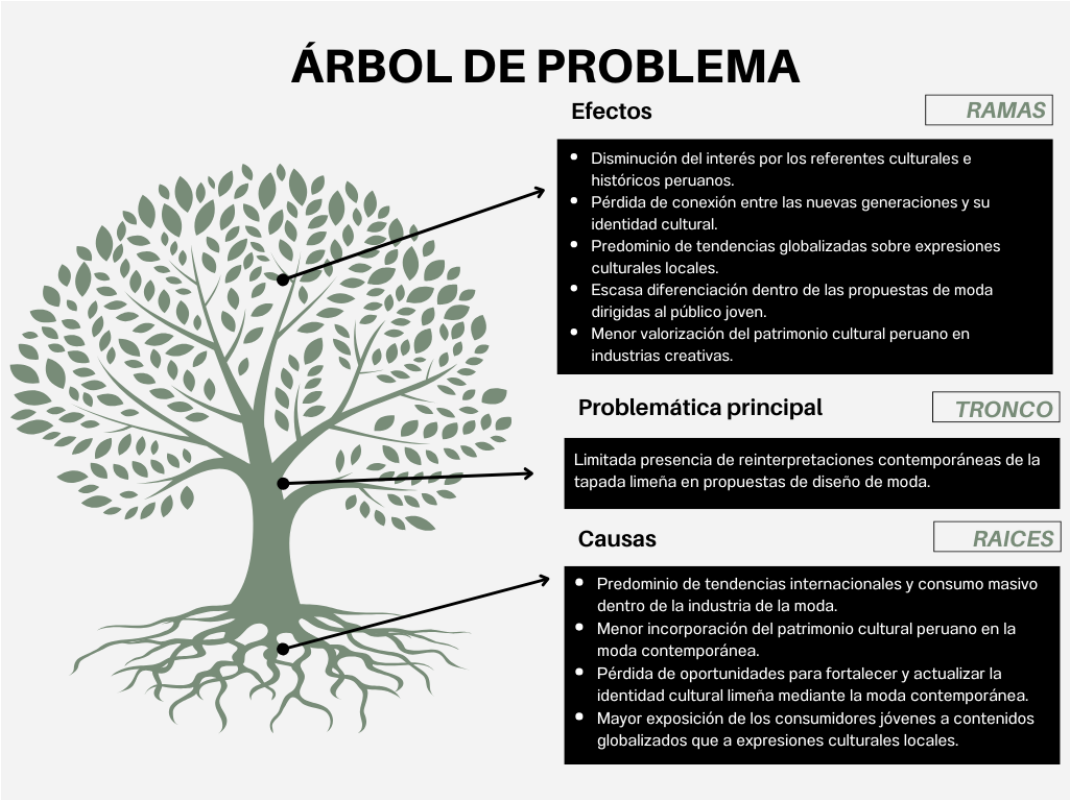

Figura 1 Árbol del Problema
Nota. Elaboración propia.

2.2 Población beneficiaria

La población beneficiaria directa del proyecto está conformada por mujeres jóvenes de 20 a 30 años residentes en Lima Metropolitana, pertenecientes principalmente a los niveles socioeconómicos A y B, con interés en la moda contemporánea, el diseño de autor, la expresión personal y las propuestas que incorporen elementos de identidad cultural.

La selección de este segmento responde a la naturaleza de la propuesta, ya que se busca dirigir la colección hacia consumidoras que valoren la diferenciación estética y conceptual, además de la dimensión simbólica de las prendas. Se trata de un público para el cual la vestimenta puede constituir una herramienta de expresión individual y de construcción de una identidad visual propia.

De manera indirecta, el proyecto beneficia la valorización del patrimonio cultural peruano al contribuir a la difusión de la figura de la tapada limeña mediante una reinterpretación contemporánea. Asimismo, busca demostrar que los referentes históricos pueden ser incorporados al diseño actual sin limitarse a una representación tradicional o folklórica.

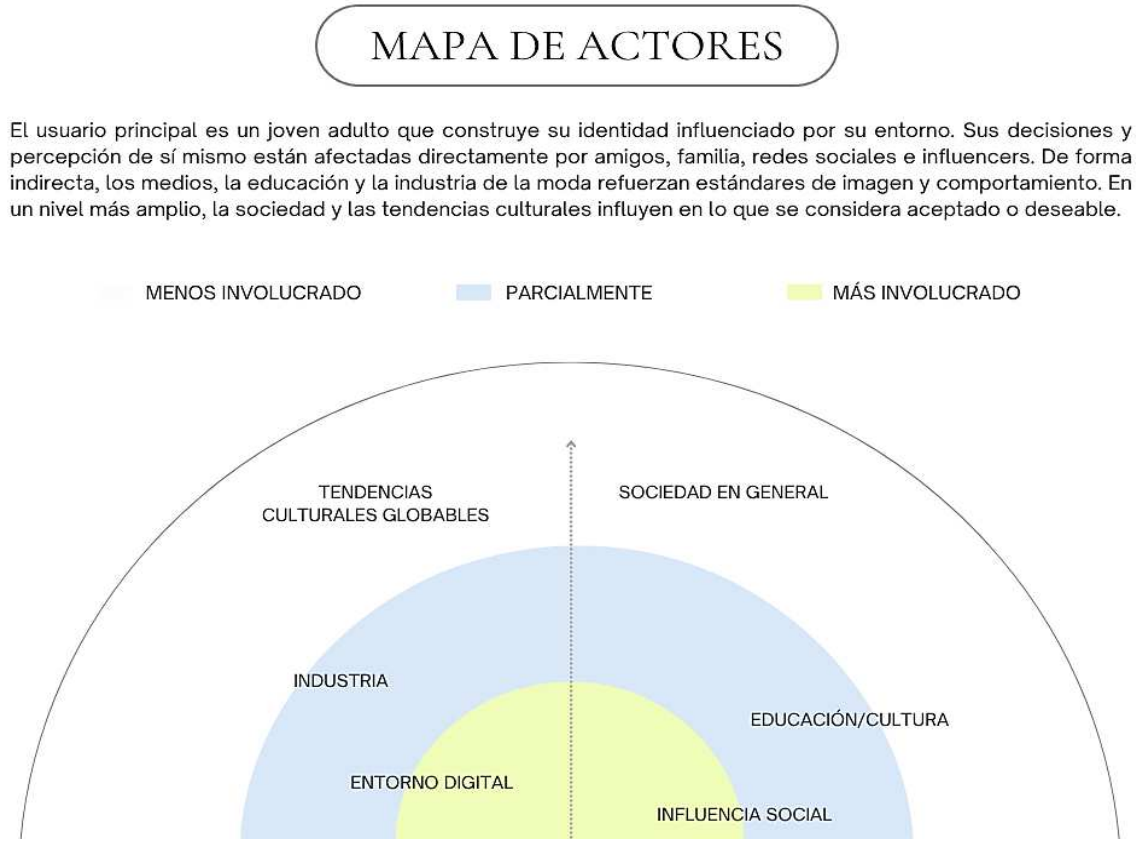

Figura 2 Mapa de actores
Nota. Elaboración propia.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo general:

Desarrollar durante el periodo de ejecución del proyecto una propuesta de moda contemporánea inspirada en la tapada limeña, materializada en dos outfits dirigidos a mujeres de 20 a 30 años de Lima Metropolitana, utilizando al menos cuatro recursos de diseño contemporáneo para reinterpretar sus principales códigos históricos y simbólicos, con la meta de alcanzar al menos un 20% de valoración positiva e interés respecto al uso de la moda como medio de acercamiento a referentes culturales peruanos específicamente de la tapada limeña durante la etapa de validación.

Objetivos específicos:

- Investigar durante la etapa inicial del proyecto, los elementos históricos, simbólicos y estéticos de la tapada limeña como fuente de inspiración para la colección, identificando al menos cuatro códigos principales relacionados con la saya, el manto, la mirada y la dualidad entre ocultamiento y revelación.
- Diseñar y confeccionar, durante la etapa de desarrollo del proyecto, dos outfits inspirados en la tapada limeña, incorporando al menos cuatro recursos de diseño contemporáneo, entre ellos transparencias, superposición de capas, drapeados, manipulación textil, bordados y estructuras envolventes, relacionados con los conceptos de misterio, ocultamiento y revelación.
- Validar, durante la etapa final del proyecto, los dos outfits desarrollados mediante su participación en una pasarela de moda, luego de haber sido seleccionados entre las cinco propuestas elegidas de los trabajos presentados, considerando como indicadores de validación la selección obtenida y la evaluación final, en la cual la propuesta alcanzó el segundo puesto.
- Incrementar, durante la etapa de validación, en al menos 20 puntos porcentuales el nivel de interés del público objetivo por conocer la tapada limeña después de conocer la propuesta de moda.

2.4 Marco referencial

El presente proyecto toma como principal referente histórico a la tapada limeña que constituye uno de los referentes más representativos de la indumentaria femenina limeña durante el periodo virreinal y los inicios del siglo XIX. Su vestimenta se caracterizaba principalmente por el uso de la saya y el manto, elementos que cubrían gran parte del cuerpo y del rostro y dejaban visible la mirada. De acuerdo con la Biblioteca Nacional del Perú (2023), esta forma de vestir permitía a las mujeres conservar el anonimato y desenvolverse en espacios públicos que históricamente habían estado asociados principalmente a los hombres.

Más allá de sus características formales, la tapada limeña posee un importante potencial simbólico para el diseño contemporáneo. El contraste entre cubrir y mostrar, anonimato y presencia, ocultamiento y mirada permite establecer una relación conceptual con la identidad y la expresión femenina. En este proyecto, dichos elementos no son reproducidos literalmente, sino reinterpretados a través de recursos contemporáneos que permitan conservar la esencia conceptual del referente histórico.

Desde una perspectiva teórica, la moda puede entenderse como un medio de construcción y representación de identidad. Según Goffman (1959), la apariencia y la vestimenta funcionan como herramientas mediante las cuales las personas comunican aspectos simbólicos de sí mismas dentro de la sociedad. Asimismo, Barthes (1967) sostiene que la moda actúa como un lenguaje visual capaz de transmitir significados culturales y sociales a través de los elementos estéticos.

Por otro lado, Lipovetsky (1990) señala que el consumidor contemporáneo busca productos con valor emocional, autenticidad y diferenciación, especialmente dentro de industrias creativas como la moda. En ese sentido, las propuestas que integran narrativa cultural y diseño

conceptual generan mayor conexión con el usuario actual, especialmente entre jóvenes interesados en experiencias visuales y simbólicas.

A partir de estos referentes históricos y teóricos, "Entre sombras y miradas" plantea una reinterpretación contemporánea de la tapada limeña mediante recursos como transparencias, superposición de capas, manipulación textil y siluetas envolventes, integrando identidad cultural, narrativa visual y expresión emocional dentro de una propuesta de moda conceptual.

Asimismo, la relación entre moda e identidad cultural puede entenderse desde la perspectiva de García Canclini (1995), quien sostiene que el consumo cultural constituye un espacio donde las personas construyen identidad y resignifican su patrimonio.

2.5 Proceso creativo y experimentos

El proceso creativo de "Entre sombras y miradas" se desarrolló a partir de la exploración de conceptos como el misterio, la dualidad, la ocultación y la expresión femenina, trasladándolos a una propuesta de moda contemporánea con enfoque conceptual y emocional. La colección buscó transformar referencias culturales en experiencias visuales mediante recursos textiles, siluetas envolventes y elementos de construcción estética inspirados en la idea de revelar y ocultar el cuerpo.

Durante el desarrollo de la colección se realizaron experimentaciones con transparencias, superposición de capas, drapeados y manipulación textil para generar profundidad, movimiento y contrastes visuales dentro de las prendas. Asimismo, se exploró el comportamiento de textiles ligeros y fluidos con el fin de crear una estética etérea y sofisticada que reforzara la narrativa visual de la colección.

Además, se elaboraron moodboards, pruebas de styling, exploraciones de siluetas y bocetos conceptuales que permitieron definir la identidad estética del proyecto. Estas experimentaciones ayudaron a traducir conceptos abstractos en recursos visuales contemporáneos, fortaleciendo la conexión entre moda, narrativa e identidad cultural desde una propuesta innovadora.

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

La usuaria principal de "Entre sombras y miradas" es una mujer de 20 a 30 años residente en Lima Metropolitana, perteneciente principalmente a los niveles socioeconómicos A y B. Se encuentra interesada en la moda contemporánea, el diseño de autor, la estética editorial y las propuestas que poseen una narrativa detrás de su apariencia.

Busca prendas que le permitan diferenciarse de las propuestas comerciales de producción masiva y expresar su personalidad mediante la vestimenta. Asimismo, presenta interés por productos que incorporen elementos de autenticidad, exclusividad y significado, especialmente cuando estos se integran de manera sutil y contemporánea.

Dentro de sus necesidades se encuentra encontrar prendas que combinen una propuesta estética diferenciada con una historia o concepto que genere identificación. Por ello, la colección busca responder no solamente a una necesidad de vestir, sino también a una necesidad de expresión personal y conexión con propuestas culturales reinterpretadas desde una perspectiva actual.



Figura 3 Arquetipo de usuario
Nota. Elaboración propia.



Figura 4 Mapa de empatía

Nota. Elaboración propia.

2.5.2 Información sobre el Mercado

1.Oportunidad de Mercado:

El mercado actual presenta oportunidades para propuestas de moda que se diferencien de la oferta masiva mediante una identidad visual definida, una narrativa propia y una experiencia de consumo asociada al diseño. Dentro de la moda contemporánea, el enfoque de slow fashion plantea la necesidad de cuestionar los modelos basados exclusivamente en velocidad, rotación y crecimiento del consumo, promoviendo una mirada más amplia sobre el valor, los sistemas de producción y la sostenibilidad de la moda (Fletcher, 2010).

En este escenario, las propuestas de moda de autor pueden encontrar oportunidades dentro de segmentos que valoran la exclusividad, el diseño conceptual y la construcción de una identidad de marca. Para “Entre sombras y miradas”, esta oportunidad se relaciona específicamente con la posibilidad de reinterpretar un referente histórico limeño mediante un lenguaje visual contemporáneo.

La propuesta no parte de la ausencia de marcas peruanas que trabajen identidad cultural. Por el contrario, existen referentes consolidados como ESCVDO y Annaiss Yucra que integran elementos culturales, artesanales y peruanos dentro de sus propuestas. La oportunidad de

“Entre sombras y miradas” se encuentra en desarrollar una diferenciación específica a partir de la figura de la tapada limeña y de una narrativa centrada en la dualidad entre ocultamiento y revelación.

Marca	Qué ofrece	Oportunidad de diferenciación para el proyecto
Escvdo	Moda con identidad peruana, trabajo artesanal y conexión con tradiciones textiles.	Diferenciarse mediante una narrativa específica centrada en la tapada limeña y la dualidad entre ocultamiento y revelación.
Annaiss Yucra	Diseño contemporáneo con identidad peruana, innovación y experimentación material.	Diferenciarse mediante una narrativa histórica limeña y una estética enfocada en misterio y expresión femenina.

Tabla 1 Benchmarking
Nota. Elaboración propia a partir del análisis de las marcas Escvdo y Annaiss Yucra

2. Competencia:

Dentro del mercado de moda contemporánea peruana existen marcas y diseñadores que trabajan propuestas conceptuales, identidad visual y referencias culturales desde diferentes enfoques creativos. Entre los principales competidores directos se identifican marcas como Escvdo y Annaiss Yucra, las cuales integran elementos artesanales, textiles peruanos y narrativa cultural dentro de sus colecciones. Sin embargo, gran parte de estas propuestas se enfocan principalmente en el trabajo textil, artesanal o comercial, dejando una menor exploración en conceptos ligados al misterio, la dualidad y la representación simbólica femenina desde una narrativa emocional y editorial.

Por otro lado, como competencia indirecta se encuentran marcas de fast fashion y moda comercial como Zara o Basement, las cuales satisfacen la necesidad estética del consumidor joven mediante tendencias globalizadas y productos de rápida rotación. No obstante, estas propuestas presentan menor diferenciación conceptual y una limitada conexión con la identidad cultural peruana.

En ese sentido, la colección busca diferenciarse mediante una propuesta de moda conceptual que combina identidad cultural, narrativa visual y diseño contemporáneo desde una estética sofisticada y emocional, generando una experiencia de marca más simbólica y diferenciada frente a la oferta actual del mercado.

3. Barreras de Entrada:

Una de las principales barreras de entrada del proyecto corresponde al aspecto económico, debido a que el desarrollo de una colección conceptual requiere una mayor inversión en materiales, experimentación textil, producción de prototipos y acabados especializados. Asimismo, el uso de detalles artesanales y procesos de diseño más elaborados puede elevar los costos de producción frente a propuestas comerciales de fabricación masiva.

En cuanto a las barreras comerciales, el mercado de moda contemporánea en el Perú todavía presenta una alta presencia de marcas fast fashion y tendencias globalizadas, lo que puede dificultar el posicionamiento de propuestas conceptuales con identidad cultural dentro de un público acostumbrado al consumo rápido y comercial.

Por otro lado, existe también una barrera relacionada con la difusión y visibilidad de marcas emergentes, ya que el ingreso al mercado requiere una fuerte presencia en plataformas digitales, estrategias de branding y construcción de identidad visual para lograr diferenciación dentro de una industria altamente competitiva.

Finalmente, desde el aspecto productivo, la ejecución de prendas con manipulación textil, transparencias y estructuras más complejas demanda conocimientos técnicos especializados y procesos de confección más precisos, lo cual puede representar un reto durante el desarrollo y escalabilidad de la colección.

4. Alcance y Demanda Potencial:

El mercado objetivo de “Entre sombras y miradas” está conformado por mujeres entre 20 y 30 años de Lima Metropolitana, pertenecientes a los niveles socioeconómicos A y B, interesadas en moda contemporánea, diseño independiente y propuestas con identidad cultural. La colección se dirige principalmente a consumidoras ubicadas en distritos como Miraflores, Barranco, San Isidro y Surco, donde existe una mayor presencia de públicos vinculados al consumo de moda de autor, diseño conceptual y productos diferenciados.

Según tendencias del sector moda y consumo textil en Lima Metropolitana, el interés por marcas independientes y propuestas con valor emocional ha mostrado un crecimiento dentro de los consumidores jóvenes, especialmente a través de plataformas digitales, ferias de diseño y espacios de comercialización de moda local. Asimismo, el incremento de emprendimientos de diseño peruano evidencia una mayor apertura hacia productos que integren identidad, exclusividad y narrativa cultural dentro de la experiencia de compra.

En ese sentido, la demanda potencial del proyecto se enfoca en un nicho específico de consumidoras que buscan prendas con diferenciación conceptual y conexión cultural, permitiendo posicionar la colección dentro de un segmento más especializado frente a la oferta masiva del fast fashion.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Concepto Planteado

"Entre sombras y miradas" parte de la reinterpretación de la tapada limeña como símbolo de misterio, anonimato, presencia y expresión femenina. El concepto central de la colección se construye a partir de la dualidad entre ocultar y revelar, tomando como referencia el hecho de que la tapada cubría gran parte de su rostro y cuerpo mientras dejaba visible la mirada.

Esta dualidad se transforma en un lenguaje de diseño mediante transparencias, capas, drapeados, volúmenes, estructuras envolventes y contrastes entre zonas cubiertas y descubiertas. De esta manera, el referente histórico no se reproduce de forma literal, sino que se convierte en una fuente conceptual para construir una propuesta contemporánea.

La colección busca transmitir una sensación de misterio y sofisticación, manteniendo una relación visual con la estética histórica de la tapada, pero trasladándola hacia una mujer contemporánea.

Propuesta de Valor

"Entre sombras y miradas" ofrece una experiencia de moda de autor que combina identidad cultural peruana, diseño contemporáneo y narrativa visual. Su principal elemento diferenciador consiste en reinterpretar la tapada limeña desde una perspectiva conceptual, utilizando la dualidad entre ocultamiento y revelación como recurso para construir las prendas.

A diferencia de una representación tradicional del referente histórico, la colección transforma sus elementos simbólicos en recursos de diseño actuales, permitiendo que la usuaria se relacione con el patrimonio cultural desde una experiencia estética contemporánea.

De esta manera, la propuesta no busca únicamente vestir a la consumidora, sino ofrecerle una prenda con una historia, un concepto y una identidad visual que pueda relacionarse con su propia forma de expresión.



Figura 5 Ruta de conceptualización
Nota. Elaboración propia.

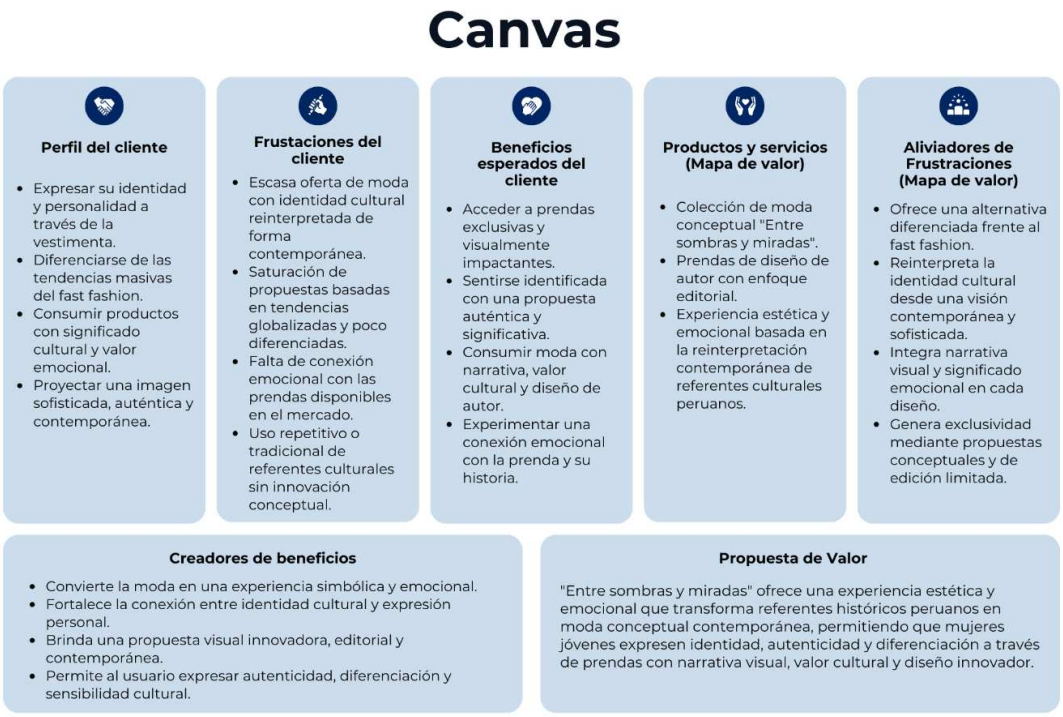

Figura 6 Canvas
Nota. Elaboración propia.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

Descripción del Producto

El producto consiste en una colección de moda contemporánea de autor denominada “Entre sombras y miradas”, dirigida a mujeres jóvenes que buscan propuestas con identidad, diferenciación y valor conceptual. La colección está compuesta por prendas de diseño que integran transparencias, superposición de capas, drapeados y siluetas envolventes, generando una estética sofisticada inspirada en la dualidad entre presencia y anonimato.

Las prendas emplean textiles ligeros y fluidos que permiten crear movimiento, profundidad visual y una experiencia estética coherente con la narrativa de la colección. Asimismo, cada diseño incorpora elementos conceptuales que transforman referentes culturales en propuestas contemporáneas orientadas al mercado de moda de autor.

Mecánica del Servicio

La experiencia propuesta no se limita a la adquisición de una prenda, sino que busca generar una conexión emocional entre la usuaria y la colección mediante una narrativa visual y conceptual. La comercialización se realizará principalmente a través de plataformas digitales, redes sociales, presentaciones editoriales y eventos de moda, permitiendo comunicar el significado y la propuesta de valor detrás de cada diseño.

Triple Balance

-Impacto Económico

La colección genera valor mediante la creación de productos diferenciados dentro del mercado de moda de autor, contribuyendo al desarrollo de emprendimientos creativos y al fortalecimiento del diseño independiente peruano.

-Impacto Social

Promueve la revalorización de referentes culturales peruanos desde una perspectiva contemporánea, fortaleciendo el reconocimiento de la identidad cultural y fomentando el interés de las nuevas generaciones por el patrimonio histórico nacional.

-Impacto Ambiental

La propuesta prioriza una producción de menor escala y una filosofía alineada con principios de consumo consciente, incentivando la adquisición de prendas con mayor valor simbólico, emocional y durabilidad frente a los modelos de consumo masivo asociados al fast fashion.



Figura 7 Diseño de producto propuesto
Nota. Elaboración propia.

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio del proyecto "Entre sombras y miradas" se basa en la creación y comercialización de una colección de moda de autor que reinterpreta la figura histórica de la tapada limeña mediante un enfoque contemporáneo, conceptual y emocional. La propuesta busca generar valor a través del diseño de prendas exclusivas que integran identidad cultural, narrativa visual y expresión artística, respondiendo a las necesidades de mujeres jóvenes interesadas en productos diferenciados y con significado. Para estructurar este modelo de negocio se toma como referencia el Business Model Canvas, herramienta que permite describir la manera en que una organización crea, entrega y captura valor (Osterwalder & Pigneur, 2010).

La propuesta de valor consiste en ofrecer una experiencia estética y emocional que trasciende la funcionalidad de la prenda, permitiendo que la usuaria exprese su identidad, autenticidad y personalidad mediante diseños inspirados en referentes culturales peruanos. Asimismo, la colección se desarrolla en ediciones limitadas con el propósito de fortalecer su carácter exclusivo y diferenciarse de las propuestas de producción masiva. Cada prenda incorpora una narrativa visual que comunica el concepto de la colección y favorece una conexión emocional entre la consumidora y el patrimonio cultural reinterpretado desde una perspectiva contemporánea.

El segmento de clientes está conformado por mujeres entre 20 y 30 años de Lima Metropolitana, pertenecientes principalmente a los niveles socioeconómicos A y B, interesadas en la moda de autor, el diseño conceptual y las propuestas con identidad cultural. Este público busca prendas que, además de cumplir una función estética, transmitan autenticidad, exclusividad y valor emocional, diferenciándose de las tendencias masivas del *fast fashion*.

La comercialización de la colección se realizará principalmente mediante plataformas digitales, como Instagram, TikTok y una tienda virtual, complementadas con la participación en ferias de diseño, eventos de moda y colaboraciones con creadores de contenido afines al concepto de la marca. Estos canales permitirán fortalecer el posicionamiento de la colección, difundir su narrativa y establecer una comunicación cercana con las consumidoras.

La relación con las clientas estará orientada a brindar una atención personalizada antes, durante y después de la compra, ofreciendo asesoría sobre las prendas, sus características y el concepto que las inspira. Asimismo, se fomentará la interacción constante mediante redes sociales, contenido audiovisual y estrategias de *storytelling*, con el propósito de fortalecer el vínculo emocional con la marca y generar una comunidad interesada en la moda conceptual y la revalorización de la identidad cultural peruana.

Las principales fuentes de ingresos provendrán de la venta de las prendas de la colección, así como de futuras colecciones desarrolladas bajo la misma línea conceptual. Los recursos clave del proyecto comprenden el proceso creativo, el conocimiento especializado en diseño y confección, el desarrollo de prototipos, la identidad de marca, el uso de plataformas digitales y la colaboración con proveedores de materiales y talleres especializados. Entre las actividades clave destacan la investigación, el diseño de la colección, el patronaje, la confección, la producción de contenido para medios digitales, la promoción comercial y la gestión de la marca.

Finalmente, la estructura de costos estará integrada por la adquisición de telas e insumos, elaboración de prototipos, confección, producción fotográfica y audiovisual, estrategias de marketing digital, participación en eventos y demás actividades necesarias para el desarrollo y comercialización de la colección. En conjunto, este modelo de negocio explica la forma en que el proyecto crea, entrega y captura valor para sus clientes, siguiendo los principios propuestos por Osterwalder y Pigneur (2010)**.**

2.5.6 Resultados esperados

Se espera que la implementación del proyecto contribuya a la revalorización de la identidad cultural peruana mediante una propuesta de moda que integre diseño conceptual, narrativa visual y referentes históricos reinterpretados desde una perspectiva actual. La colección busca generar una conexión emocional entre las consumidoras y el patrimonio cultural, promoviendo el interés por expresiones culturales nacionales a través del diseño de moda.

Asimismo, se espera lograr una adecuada aceptación de la colección por parte del público objetivo, conformado por mujeres jóvenes interesadas en la moda de autor, la exclusividad y las propuestas con identidad cultural. Se proyecta que la diferenciación conceptual de la

colección permita posicionarla dentro del mercado de moda independiente como una alternativa innovadora frente a las propuestas comerciales de producción masiva.

Desde el ámbito comercial, se espera establecer una presencia sólida en plataformas digitales, incrementando el reconocimiento de la marca y fortaleciendo la relación con las consumidoras mediante estrategias de comunicación que transmitan el valor cultural y emocional de la colección. Del mismo modo, se prevé que la comercialización en ediciones limitadas contribuya a fortalecer la percepción de exclusividad y valor de las prendas.

En el ámbito académico y creativo, el proyecto permitirá demostrar que la integración de referentes culturales dentro del diseño contemporáneo constituye una estrategia viable para desarrollar propuestas innovadoras con impacto social, cultural y económico. Asimismo, se espera que la colección sirva como referencia para futuros proyectos orientados a la preservación y difusión del patrimonio cultural peruano a través de la moda.

Finalmente, se espera que la propuesta genere valor para las consumidoras y para la marca mediante la creación de una experiencia de compra diferenciada, basada en la autenticidad, la identidad cultural y la innovación, elementos fundamentales para la construcción de modelos de negocio sostenibles dentro de las industrias creativas (Osterwalder & Pigneur, 2010).

2.5.7 Prototipos desarrollados

Como parte del desarrollo del proyecto "Entre sombras y miradas", se elaboraron diversos prototipos que permitieron materializar la propuesta conceptual y evaluar la viabilidad estética y funcional de la colección. El proceso inició con la elaboración de moodboards de inspiración, en los que se recopilaron referentes históricos, elementos visuales, paletas cromáticas, materiales y texturas relacionados con la figura de la tapada limeña y el concepto de dualidad entre lo visible y lo oculto.

Posteriormente, se desarrollaron figurines que representaron las propuestas de diseño de la colección, definiendo las siluetas, proporciones, detalles constructivos y recursos textiles que caracterizan cada prenda. Estos figurines permitieron visualizar la aplicación de elementos como transparencias, superposición de capas, drapeados, bordados y siluetas envolventes, manteniendo la coherencia con la identidad conceptual del proyecto.

Asimismo, se realizaron pruebas de materiales y experimentaciones textiles con el propósito de evaluar el comportamiento de las telas, su caída, textura y movimiento, seleccionando aquellas que mejor respondían a la propuesta estética de la colección. Estas pruebas permitieron validar la combinación de materiales y acabados antes de la elaboración de los prototipos físicos.

Finalmente, se confeccionaron prendas piloto que permitieron verificar aspectos relacionados con la construcción, el patronaje, la confección y el acabado de los diseños propuestos. Los prototipos desarrollados facilitaron la identificación de oportunidades de mejora antes de una futura producción de la colección, contribuyendo a garantizar la calidad, funcionalidad y coherencia conceptual de las prendas.

El desarrollo de estos prototipos constituyó una etapa fundamental dentro del proceso de diseño, ya que permitió transformar las ideas iniciales en propuestas tangibles susceptibles de evaluación y mejora continua, siguiendo el enfoque de prototipado propio de la metodología Design Thinking (Brown, 2009).



Figura 8 Figurines finales de la colección
Nota. Elaboración propia



Figura 9 Prototipo confeccionado de la colección
Nota. Elaboración propia



Figura 10 Prendas terminadas
Nota. Elaboración propia

2.5.8 Experimentos

Durante el desarrollo del proyecto se realizaron diversos experimentos de diseño con el propósito de evaluar la viabilidad estética, funcional y conceptual de la propuesta. Estas experimentaciones permitieron validar las decisiones relacionadas con la selección de materiales, el desarrollo de las siluetas y la construcción de las prendas antes de la elaboración de los prototipos finales.

En una primera etapa se realizaron pruebas con diferentes tipos de textiles, entre ellos encaje, gasa, tafeta y tul, con el objetivo de analizar su comportamiento, caída, textura y movimiento. Esta evaluación permitió seleccionar aquellos materiales que transmitían de manera más adecuada el concepto de misterio, delicadeza y elegancia que caracteriza a la colección.

Posteriormente, se desarrollaron experimentaciones con transparencias, superposición de capas y drapeados para analizar su impacto visual y su contribución a la narrativa de la colección. Estas pruebas permitieron comprobar que la combinación de estos recursos generaba una estética coherente con la reinterpretación contemporánea de la tapada limeña, reforzando la dualidad entre lo visible y lo oculto.

Asimismo, se realizaron pruebas de aplicación de bordados y pedrería con la finalidad de evaluar la armonía entre los elementos decorativos y la estructura de las prendas. A partir de estos ensayos fue posible determinar la ubicación, proporción y distribución más adecuada de

los detalles ornamentales, procurando mantener un equilibrio entre la funcionalidad y la propuesta estética.

Finalmente, los resultados obtenidos durante las experimentaciones permitieron realizar ajustes en la selección de materiales, acabados y detalles constructivos, contribuyendo a optimizar la calidad de los prototipos desarrollados. El proceso de experimentación facilitó la toma de decisiones fundamentadas durante el diseño de la colección y permitió validar la propuesta antes de su futura implementación, siguiendo el enfoque iterativo del Design Thinking (Brown, 2009).

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación "Entre sombras y miradas" propone el desarrollo de una colección de moda contemporánea inspirada en la figura histórica de la tapada limeña, reinterpretando este referente cultural mediante un enfoque conceptual, emocional y estético dirigido a mujeres jóvenes interesadas en propuestas de diseño con identidad cultural. La colección integra elementos como transparencias, superposición de capas, drapeados, bordados y siluetas envolventes, con el propósito de generar una experiencia de moda que combine expresión personal, narrativa visual y patrimonio cultural.

La propuesta surge como respuesta a la creciente influencia de las tendencias globalizadas dentro de la industria de la moda, las cuales han contribuido a una menor presencia de referentes culturales peruanos en las propuestas dirigidas al público joven. Frente a esta problemática, el proyecto plantea una alternativa que busca fortalecer la identidad cultural mediante el diseño contemporáneo, generando valor social, cultural y comercial.

Durante el desarrollo del proyecto se aplicaron herramientas propias del proceso de innovación, como Design Thinking, para comprender las necesidades de las usuarias, desarrollar prototipos y realizar experimentaciones que permitieran validar la propuesta de diseño (Brown, 2009)**.** Asimismo, se estructuró un modelo de negocio orientado a la creación, entrega y captura de valor, tomando como referencia los principios del *Business Model Canvas* (Osterwalder & Pigneur, 2010)**.**

Como resultado, se obtuvo una propuesta de colección que integra diseño contemporáneo e identidad cultural mediante prendas diferenciadas, dirigidas a un segmento específico del mercado interesado en la moda de autor y las experiencias de consumo con significado. El proyecto demuestra que la incorporación de referentes históricos dentro del diseño de moda constituye una oportunidad para desarrollar propuestas innovadoras con potencial de impacto cultural, social y económico, contribuyendo al fortalecimiento del diseño independiente peruano.

Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Con el propósito de evaluar la viabilidad financiera del proyecto se elaboró una estimación de los costos necesarios para el desarrollo e implementación de la colección. El presupuesto

considera los recursos humanos, materiales, tecnológicos y operacionales requeridos para la elaboración de los prototipos, así como las actividades de promoción y comercialización de la propuesta. Para facilitar su análisis, los costos se clasifican en costos fijos, costos variables, costos de inversión y contingencias.

Partida	Recurso	Descripción detallada	Tipo de costo	Unidad	Cantidad	Costo unitario (S/.)	Costo total (S/.)
I. Personal							
	Diseño de colección	Desarrollo creativo y conceptual de la colección	CF	Proyecto	1	800.00	800.00
	Patronaje	Elaboración y ajuste de moldes	CF	Colección	1	350.00	350.00
	Confección	Elaboración y acabado de prototipos	CV	Prenda	4	220.00	880.00
II. Materiales							
	Gasa	Tela principal para desarrollo de prendas	CV	Metro	20	35.00	700.00
	Encaje y blondas	Aplicaciones y detalles decorativos	CV	Metro	6	50.00	300.00
	Tafeta	Complemento estructural y detalles de diseño	CV	Metro	8	35.00	280.00
	Tul	Material complementario	CV	Metro	3	30.00	90.00
	Pedrería	Bordados y aplicaciones decorativas	CV	Lote	1	300.00	300.00
	Hilos e insumos	Hilos, agujas, cierres, entretelas y otros	CV	Lote	1	120.00	120.00
	Forro	Acabado interior de las prendas	CV	Metro	8	18.00	144.00

Partida	Recurso	Descripción detallada	Tipo de costo	Unidad	Cantidad	Costo unitario (S/.)	Costo total (S/.)
	Elástico y accesorios	Elásticos, broches, botones y otros complementos	CV	Lote	1	100.00	100.00
III. Tecnología							
	Adobe Illustrator	Desarrollo de fichas y material gráfico	CF	Uso	1	100.00	100.00
	Audaces	Desarrollo y digitalización de patrones	CF	Uso	1	150.00	150.00
IV. Costos operacionales							
	Transporte	Traslado para compra de materiales y gestiones	CV	Servicio	1	150.00	150.00
	Sesión fotográfica	Registro visual de los prototipos	CF	Servicio	1	400.00	400.00
V. Marketing y comunicación							
	Publicidad digital	Difusión de la propuesta en redes sociales	CV	Campaña	1	200.00	200.00
	Diseño gráfico	Material visual para presentación y promoción	CF	Servicio	1	150.00	150.00
VI. Contingencias							
	Imprevistos	10 % del presupuesto previo	CI	Proyecto	1	577.40	577.40
TOTAL							**S/ 5,941.40**

Tabla 2 Presupuesto.

III. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

1. El desarrollo del proyecto “Entre sombras y miradas” permitió demostrar que un referente histórico como la tapada limeña puede ser reinterpretado mediante recursos de diseño contemporáneo sin reproducir literalmente su indumentaria original. La investigación histórica y conceptual permitió identificar elementos como la saya, el manto, el anonimato y la mirada como puntos de partida para construir una nueva propuesta estética.

2. La experimentación con materiales, siluetas y recursos textiles permitió definir una propuesta coherente con el concepto de dualidad entre ocultamiento y revelación. Las transparencias, superposición de capas, drapeados, estructuras envolventes y detalles textiles contribuyeron a trasladar los conceptos de misterio, presencia y expresión femenina hacia las prendas.

3. El proyecto evidencia que la moda puede funcionar como un medio para aproximarse a referentes culturales e históricos desde una perspectiva contemporánea. En este caso, la colección utiliza la tapada limeña como punto de partida para generar una propuesta dirigida a mujeres jóvenes interesadas en la moda de autor, la diferenciación estética y las experiencias con significado.

4. El análisis del mercado permitió identificar que la propuesta no compite únicamente por incorporar identidad peruana, ya que existen marcas nacionales que trabajan este aspecto, sino que busca diferenciarse mediante una narrativa específica centrada en la tapada limeña, el misterio y la dualidad entre lo visible y lo oculto.

5. Finalmente, “Entre sombras y miradas” representa una oportunidad para explorar la relación entre patrimonio cultural y diseño contemporáneo, demostrando que los referentes históricos pueden ser reinterpretados mediante nuevos lenguajes visuales y convertirse en propuestas de moda relevantes para públicos actuales.

4.2 Recomendaciones

- Ampliar la validación de la colección mediante pruebas con un mayor número de potenciales usuarias, considerando variables como percepción estética, identificación con el concepto, valoración del componente cultural e intención de compra.
- Desarrollar una estrategia de comunicación basada en storytelling para explicar el vínculo entre la tapada limeña y los elementos presentes en cada diseño.
- Fortalecer la presencia digital de la propuesta mediante contenido audiovisual, fotografía editorial y plataformas como Instagram y TikTok, priorizando la construcción de una identidad visual coherente.
- valuar la posibilidad de producir la colección en cantidades limitadas, con el propósito de mantener su carácter de moda de autor y controlar los niveles de producción.
- Establecer alianzas con talleres especializados y proveedores que permitan mantener la calidad de los acabados y la coherencia estética de las prendas.
- Continuar investigando otros referentes históricos y culturales peruanos que puedan ser reinterpretados desde el diseño contemporáneo.
- Incorporar progresivamente prácticas de producción más responsables, como la optimización del uso de materiales, reducción de desperdicios y selección consciente de insumos.

IV. Referencias Bibliográficas

Bauman, Z. (2005). *Identidad: conversaciones con Benedetto Vecchi*. Fondo de Cultura Económica.

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.

Goffman, E. (1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Anchor Books.

Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama.

Barthes, R. (1967). *Sistema de la moda*. Paidós.

Brown, T. *(2009). Change by Design. HarperBusiness. (Design Thinking)*

Ries, E. *(2011). The Lean Startup. Crown Business. (Lean Startup)*

Organización de las Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. (ODS 11 y 12)*

Ortiz Esaine, N. M. (2014). Consumo de moda e identidad en jóvenes universitarios de Lima Norte *[Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio UNMSM.*

Fletcher, K. (2010*). Slow fashion: An invitation for systems change. Fashion Practice, (Volume 2)* 259–266.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Deusto.

Biblioteca Nacional del Perú. (2023). *Moda del siglo XIX: Lima a través de sus vestimentas*. *Memoria Perú.*

V. Anexos