ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

ALTALUNA y ser mujer en la noche
Propuesta técnica textil para habitar la noche limeña siendo mujer entre los 20-40 años, desde un enfoque sostenible y urbano

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

PRESENTADA POR

Manay Meza, Milena Alessandra
DNI: 74308112, Perú

ASESOR

Brigitte Madelein Perez Ortiz
DNI: 72440572, Perú
ORCID: 0009-0002-4183-6886

JURADO

Brigitte Madelein Pérez Ortiz
Karina Rivas Lopez
Yohanna Anyelhy Villanueva Veramendi

Lima , Septiembre 2026

Informe- 2020007149-MANAY.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614399028

Fecha de entrega
14 ago 2026, 3:10 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
14 ago 2026, 3:13 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe- 2020007149-MANAY.pdf

Tamaño del archivo
17.7 MB

66 páginas

13.403 palabras

77.012 caracteres

turnitin Página 1 de 74 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::11391:614399028

9% 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
8%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

turnitin Página 2 de 74 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::1139:514399028

Agradecimiento

Quiero principalmente agradecer a mis padres, hermanos y mascotas pertenecientes a mi núcleo familiar, Virna Milena Meza Zambrano, Alvaro Pedro Manay Alvarez, Alvaro Aldair Manay Meza, Pathros Kefren Manay, Leia Manay Meza y Manchitas Manay Meza como principal apoyo emocional , Zoila Melendez por creer en mis ideas y crecimiento personal, por nunca dudar de mis sentimientos, ayudarme a crecer, factores como escuchar, canalizar mis emociones es algo que no se me va bien y gracias a ella pude expresarme de manera asertiva y noble hacia los demás, como forma de reconocer mi principal problema en mis recorridos urbanos e inseguridades personales y ser capaces de empatizar conmigo y mi deconstrucción personal, superar dos pérdidas importantes durante mi proceso de esta investigación me cambió la vida y perspectiva del tiempo, cuadro aprendes algo importante, no periodista nada hasta que tu no lo recuerdes más, y yo todavía lo recuerdo y lo siento más que ayer pero no menos que mañana, mis creencias y valores son los mismo que ayer, eso dos

seres se llevaron parte de mi que fue más suya que mía por lo tanto el día sigue siendo parte de mi proceso, no es obligación de soltar algo que todavía amas, Como agradecimiento al entendimiento y apoyo amical agradecer a las siguientes personas: Maria Jose Ñeco, por cuestionar mis escrituras emotivas en las primeras hojas de tesis, Kaled Pando por contarme como sus relaciones interpersonales avanzan o se estancan desde Utah- Estados Unidos, Carla Mayta por no salir ni un día por el exceso de trabajo que tiene y contestar los mensaje con monosilabos nada precisos, Adriana Mondragón, ya que el día de su cumpleaños encontre mi tema tesis antes de alistarme para ir, Rubí Paniagua por nunca saber las tareas que asignan en Portafolio Profesional, Daniela Espino porque mediante su comunicación y el proceso de conocerla me permitio reconocer tintes de mi personalidad, aprender sobre colorimetría y la psicologia de personas narcisistas, Mey Melendez por ser una de las personas más empáticas conocidas en mi vida y sacar los mejores rasgos de mi personalidad, Cameron Díaz por pensar que no tengo ninguna responsabilidad y querer salir de fiesta todos y cada uno de los días con personas que ni ella, ni yo conocemos, como única persona famosa, Taylor Allison Swift “The first is… life can be heavy, especially if you try to carry it all at once. Part of growing up and moving into other chapters of life is about “fishing and releasing.” What I mean is that you need to know what to keep and what to let go of. You can’t carry everything: all the grudges, all the updates from your ex, all the enviable promotions your elementary school bully got working at his uncle’s company. Decide what’s yours to keep and let go of the rest. Almost always, the good things in life are lighter, so there’s more room for them. A single toxic relationship can weigh more than many wonderful, simple joys. You decide what you have time and space for.” (Taylor Swift, 2022). Como mención especial a mi pareja, Mateo Rodriguez por ser mi principal apoyo psicológico e intelectual durantes mi tesis , el me ayudo a canalizar mis ideas desordenadas y tener el valor de redactarlo y transferirlos, por ser esa persona urbanísticamente informada, por

apoyarme en mis madrugadas e intervenir cuando el déficit de atención oleaba fuerte desde mi ventana y darse cuenta que no dormir por dos meses no era normal. Gracias por ser parte de mi proceso creativo, crecimiento personal, asesorarte en cuanto arquitectura de Lima Metropolitana y no soltar mi mano cuando te lo pedía.

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 5

2.2 Población beneficiaria 7

2.3 Objetivo(s) del proyecto 11

2.4 Marco referencial 15

2.5 Proceso creativo y experimentos 16

2.5.1 Información sobre la usuaria 22

2.5.2 Información sobre el Mercado 25

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 26

2.5.4 Diseño de producto/servicio 29

2.5.5 Modelo de Negocio 30

2.5.6 Resultados esperados 32

2.5.7 Prototipos desarrollados 32

2.5.8 Experimentos 39

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 43

III. Estimación de costos **44**

3.1 Presupuesto 44

IV. Conclusiones y recomendaciones **48**

4.1 Conclusiones 48

4.2 Recomendaciones 49

V. Referencias Bibliográficas **50**

VI. Anexos

6.1 Anexo 1-Encuestas 53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro de presupuestos 45

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol de problemas 7
Figura 2 Gráfico de actores 11
Figura 3 Boceto line-up inicial 17
Figura 4: Boceto line-up secundario 18
Figura 5 Line-up básico de la experimentación 19
Figura 6 Boceto final line-up 1 e indicaciones 20
Figura 7 Boceto final line-up 2 e indicaciones 21
Figura 8 Boceto final line- up 3 e indicaciones 22
Figura 9 Arquetipo de usuario 23
Figura 10 Mapa de empatía 24
Figura 11 Ruta de conceptualización 29
Figura 12 Boceto de prototipo de baja definición 36
Figura 13 Prototipo de alta definición 38
Figura 14 Encuesta Bloque 1 53
Figura 15 Encuesta Bloque 1.2 53
Figura 16 Encuesta Bloque 1.3 53
Figura 17 Encuesta Bloque 2 54
Figura 18 Encuesta Bloque 2.1 54

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

ALTALUNA y ser mujer en la noche:
Propuesta técnica textil para habitar la noche limeña siendo mujer entre los 20-40 años, desde un enfoque sostenible y urbano

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación ALTALUNA se plantea en el contexto del área estratégica de Diseño y Gestión de Moda y de la actividad económica vinculada a la industria de la moda, con el propósito de responder a las experiencias urbanas nocturnas de las mujeres en Lima. La problemática identificada se relaciona con el miedo, la inseguridad y el acoso, factores que condicionan la manera en que las mujeres se visten, se desplazan y se relacionan con el espacio público. La población beneficiaria está conformada por mujeres que transitan por la ciudad durante horarios nocturnos, cuyas necesidades se abordan mediante una propuesta de indumentaria funcional y sostenible.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas mediante herramientas de Design Thinking y Lean Startup, orientadas a comprender al usuario y desarrollar una solución centrada en sus necesidades. Dentro del proceso se utilizaron herramientas como el mapa de empatía, mapa de actores, mapa de trayectoria, propuesta de valor y canvas de modelo de negocio, permitiendo reconocer el contexto, las necesidades de las usuarias y las oportunidades de diseño. A partir de este proceso se definieron criterios funcionales, conceptuales y sostenibles para el desarrollo de la propuesta.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en ALTALUNA, una colección de moda femenina que integra diseño, funcionalidad y sostenibilidad. La propuesta busca desarrollar prendas que, además de responder a una necesidad estética, incorporen elementos funcionales que aporten confianza y autonomía durante los desplazamientos urbanos nocturnos. Su concepto se inspira en

la Luna como símbolo de libertad y el mar como metáfora de incertidumbre, construyendo una identidad que relaciona la experiencia femenina con el entorno urbano. Asimismo, incorpora prácticas de menor impacto ambiental, como el patchwork y la reutilización textil, generando valor desde las dimensiones social y medioambiental.

Para la experimentación se diseñaron prototipos de indumentaria orientados a explorar la aplicación del concepto, los recursos funcionales y las técnicas sostenibles planteadas para la colección. El proceso permitió experimentar con el patchwork, la reutilización textil y elementos funcionales, buscando comprobar cómo estos recursos podrían integrarse en prendas femeninas sin perder coherencia estética ni conceptual. El resumen proporcionado no especifica resultados cuantitativos de las validaciones con usuarios, por lo que estos deberán incorporarse únicamente si fueron obtenidos durante el proceso de validación.

Se concluye que ALTALUNA plantea una oportunidad para utilizar el diseño de moda como medio de respuesta frente a una problemática urbana que afecta la experiencia femenina durante la noche, integrando funcionalidad, sostenibilidad e identidad conceptual. Como siguiente etapa, se recomienda continuar con la validación de los prototipos con potenciales usuarias, realizar pruebas de uso y perfeccionar los elementos funcionales y sostenibles antes de una posible implementación o escalamiento de la propuesta.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

La moda puede entenderse como una forma de habitar: las prendas no solo cubren el cuerpo, sino que configuran la manera en que las personas se relacionan con el espacio urbano; vestirse implica ocupar un lugar, marcar una presencia y negociar con las condiciones del entorno. En este sentido, la elección de la vestimenta se convierte en un acto de confrontación del espacio público, especialmente en contextos donde la inseguridad y la violencia condicionan la experiencia cotidiana. La moda, entonces,

no es únicamente estética, sino también una práctica de resistencia y de construcción de identidad, capaz de dialogar con las calles de una ciudad y de cuestionar los límites impuestos por ellas. Bajo esta perspectiva, la colección ALTALUNA se plantea como una colección que reconoce la vestimenta como una forma femenina de habitar la ciudad, vinculando funcionalidad y simbolismo para responder a las necesidades reales de las mujeres en la Lima nocturna.

La experiencia urbana de las mujeres en Lima Metropolitana revela profundas desigualdades que se manifiestan especialmente en el habitar nocturno. Factores como la inseguridad, el acoso y las limitaciones en el uso de los espacios públicos condicionan sus recorridos, tiempos y hasta la elección de vestimenta, generando una constante necesidad de repensar su imagen para sentirse más protegidas. Esta situación no es aislada, sino que responde a una estructura urbana históricamente diseñada desde una perspectiva androcéntrica, donde las mujeres han sido invisibilizadas en la planificación y gestión de la ciudad.

La sociología urbana contemporánea, representada por investigadoras como Blanca Valdivia, ha señalado que las ciudades actuales no han sido hechas para las mujeres. En una entrevista, Valdivia afirma que “las ciudades actuales no están hechas para las mujeres, sino para un cuerpo masculino estándar” (Valdivia, 2022), lo que explica por qué las experiencias de violencia y desigualdad rara vez son consideradas en el diseño urbano. Frente a ello, Valdivia propone la noción de una ciudad cuidadora, capaz de reconocer la diversidad de experiencias y de transformar los espacios de vida desde una perspectiva inclusiva. Este planteamiento se inscribe en un urbanismo feminista que busca visibilizar las desigualdades, incorporar la interseccionalidad y situar los cuidados como eje central de la planificación.

En este contexto surge la colección ALTALUNA, concebida como una respuesta creativa y crítica a las condiciones que enfrentan las mujeres en la ciudad nocturna limeña. La propuesta se inspira en la luna como guía simbólica de los recorridos cambiantes y en el mar como metáfora del temor persistente y del desafío que implica

habitar la ciudad. ALTALUNA reivindica que las mujeres deben ser vistas como libres, no simplemente valientes por elegir salir de noche, y lo hace a través de un diseño que integra funcionalidad, sostenibilidad y sensibilidad estética.

La colección incorpora técnicas de patchwork y reutilización de textiles, proponiendo una moda responsable con el medio ambiente. Al mismo tiempo, introduce elementos prácticos como bolsillos, estructuras transformables, libertad de movimiento y detalles de visibilidad discreta, que buscan atender las necesidades reales de las usuarias en su experiencia urbana.

ALTALUNA no solo se concibe como una colección funcional y sostenible, sino también como una metáfora de la libertad femenina en la noche limeña. La propuesta reivindica que las mujeres no deben ser vistas como valientes por atreverse a vestir de cierta manera en espacios inseguros, sino como libres de disfrutar la ciudad y de habitarla bajo la luz de la luna. En este sentido, la colección se convierte en un gesto poético y político: la luna, guía de los recorridos cambiantes, simboliza la posibilidad de apropiarse del espacio urbano sin miedo, mientras que las prendas ofrecen herramientas de confianza y autonomía. Altaluna celebra la experiencia de una mujer que se reconoce en la noche no como un territorio hostil, sino como un escenario de disfrute y plenitud, donde la moda se convierte en vehículo de catarsis y presencia.

La colección no se limita a la estética, sino que plantea una reflexión sobre cómo el diseño puede contribuir a la construcción de ciudades más inclusivas y seguras. La colección se inscribe en un marco teórico que reconoce la importancia de la perspectiva de género en el urbanismo y que busca transformar la manera en que se conciben los espacios públicos para las mujeres. Al integrar sostenibilidad, funcionalidad y simbolismo, ALTALUNA ofrece una alternativa que responde a las vivencias de las mujeres y que propone un modelo de moda capaz de dialogar con la realidad urbana contemporánea, capaz de dialogar y transformarla.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En Lima, las mujeres experimentan la ciudad de manera distinta debido a factores asociados a la inseguridad, el acoso callejero y la violencia de género. Estas problemáticas se intensifican durante la noche, condicionando la forma en que utilizan y habitan los espacios públicos. Como consecuencia, muchas mujeres modifican sus recorridos, horarios, actividades e incluso su manera de vestir con el fin de reducir situaciones de riesgo y aumentar su percepción de seguridad.

Es importante aclarar que la pieza performática no fue una interpretación o escenificación de sucesos violentos, sino que partió desde el deseo de transformar la violencia sobre nuestros cuerpos y lograr la reivindicación sobre nosotras, nuestros cuerpos y nuestras historias de vida más allá de la violencia de género que atravesamos. (Alejandra, 2024)

En este contexto, el acoso sexual callejero es una manifestación de violencia de género que influye directamente en la experiencia urbana femenina. Asimismo, investigaciones realizadas por la PUCP en Lima Metropolitana evidencian que los hombres tienden a minimizar este tipo de conductas con mayor frecuencia que las mujeres, lo que naturaliza estas mismas, dentro de la vida cotidiana y del espacio público (Christina, 2020).

La relevancia de este fenómeno se hace evidente al considerar que las mujeres representan una parte esencial de las usuarias del espacio público, vinculadas a actividades de trabajo, estudio, compras y cuidado.. Sin embargo, estos mismos espacios suelen ser percibidos como escenarios donde se manifiestan diversas formas de violencia e inseguridad, generando limitaciones en su autonomía y libertad de desplazamiento (Alegre Escorza & Muro Doig, 2024).

Desde el urbanismo feminista se ha señalado que historicamente las ciudades han sido diseñadas sin considerar las experiencias y necesidades de las mujeres. Blanca

Valdivia, Doctora en Gestión y Valorización Urbana por la ETSAB, sostiene que las experiencias vinculadas con la violencia machista rara vez son tomadas en cuenta en el diseño urbano, lo que contribuye a reproducir desigualdades en la forma de habitar la ciudad (Díaz, 2022).

La relación entre la moda y el urbanismo feminista da lugar a una reflexión que trasciende lo estético.Aunque el caso ha sido estudiado desde la sociología y el urbanismo se abre la posibilidad de explorarlo desde el Diseño de Modas entendiendola como una disciplina capaz de dialogar con la ciudad y sus dinámicas sociales.

En ALTALUNA la moda se concibe no solo como una expresión estética, sino como una herramienta funcional que responde a las necesidades de las mujeres limeñas en sus desplazamientos urbanos nocturnos, ofreciendo movilidad, comodidad, adaptabilidad y confianza. Desde esta perspectiva surge una colección femenina sostenible que, inspirada en la luna como símbolo de guía y en el mar como metáfora de los desafíos e incertidumbres de la experiencia urbana, articula técnicas como el patchwork, la reutilización textil y la incorporación de elementos funcionales para proponer una alternativa que integra sostenibilidad, diseño y perspectiva de género.

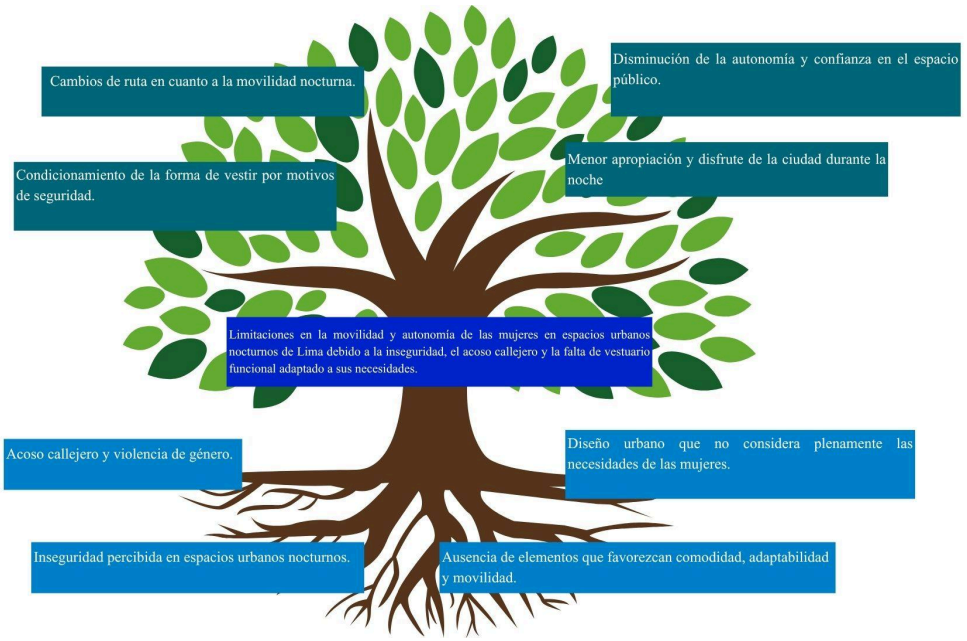

Figura 1. Árbol de problemas para simplificar la problemática central, las causas y efectos

2.2 Población beneficiaria

En la investigación propuesta la población beneficiaria está compuesta por mujeres jóvenes de Lima Metropolitana entre los 20 y 40 años que desarrollan actividades académicas, laborales, recreativas y personales durante horarios nocturnos, y que utilizan el espacio público como parte de sus desplazamientos cotidianos. Se realiza este enfoque debido a la inseguridad urbana, el acoso callejero y las limitaciones existentes en la planificación de espacios que históricamente no consideraron plenamente las necesidades y experiencias femeninas.

Las beneficiarias son mujeres que estudian, trabajan, realizan compras, utilizan el transporte público, participan en actividades culturales o recreativas y desempeñan labores de cuidado, lo que implica una interacción constante con el entorno urbano.Lastimosamente estas actividades suelen desarrollarse bajo condiciones que generan preocupación, vulnerabilidad y una constante necesidad de supervivencia frente a las posibles confrontaciones de riesgo. Como resultado, las mujeres modifican planes que son parte de la vida cotidiana; como sus recorridos, restringen

horarios, evitan determinados espacios o condicionan sus decisiones de vestimenta para sentirse más seguras durante sus desplazamientos.Diversas investigaciones evidencian que las experiencias de violencia generan sentimientos de miedo, incomodidad e inseguridad en las mujeres, afectando la manera en que se relacionan con otras personas y utilizan los espacios que habitan (Eileen, 2024)

Para su buen funcionamiento en el uso diario las usuarias requieren prendas adaptables a las diferentes tareas a realizar a lo largo del día. Desde lo emocional, se busca el sentirse cómodas, seguras y confiadas sin renunciar a su identidad, estilo personal o libertad de expresión. Asimismo se manifiesta una reacción una creciente sensibilidad y conexión respecto a propuestas de moda responsable que incorporan técnicas sostenibles y un criterio ético al momento de producir.

Dentro del contexto,la colección ALTALUNA busca beneficiar a mujeres mediante una propuesta clara: funcionalidad, sostenibilidad y significado simbólico, contribuyendo a mejorar su experiencia transitando el espacio urbano nocturno. La propuesta no pretende resolver directamente la problemática de la inseguridad urbana, sino ofrecer herramientas de diseño que respondan a necesidades reales relacionadas con la comodidad, la adaptabilidad, la autonomía y la confianza durante sus recorridos cotidianos.

Para identificar a los individuos organizaciones e instituciones que influyen de manera directa o indirecta en el proyecto, se emplea el mapa de actores.Esta herramienta facilita la comprensión del ecosistema que rodea a la colección ALTALUNA, permitiendo reconocer intereses, necesidades, niveles de influencia y posibles aportes que contribuyen al fortalecimiento de la propuesta. Su relevancia se justifica en el abanico de dimensiones que involucra el problema; el aspecto social, urbano, medioambiental y de género invitan a repensar la experiencia real que viven las mujeres dentro de la ciudad y las oportunidades que brinda el diseño para intervenir de forma positiva en ellas.

Actores centrales

Las mujeres de Lima Metropolitana entre 20 y 40 años constituyen el actor principal y la población directamente beneficiaria del proyecto. Son mujeres que realizan desplazamientos nocturnos y enfrentan situaciones de inseguridad, acoso callejero, limitaciones de movilidad y condicionamiento de la vestimenta. Su experiencia es la base de la investigación y orienta las decisiones de diseño, funcionalidad, materialidad y comunicación de la colección. Las vivencias de violencia e inseguridad afectan la confianza y autonomía de las mujeres, condicionando la manera en que habitan los espacios públicos y desarrollan sus actividades cotidianas (Eileen, 2024).

Actores directos

- Responsable de la investigación: Diseñadora de la colección, conceptualización, desarrollo creativo, experimentación textil, diseño funcional y materialización de la propuesta. Actúa como articuladora entre la problemática identificada y la solución desarrollada.
- Especialistas en moda sostenible aportan: conocimientos en economía circular, reutilización textil, aprovechamiento de recursos, reducción del impacto ambiental y estrategias de producción responsable.
- Proveedores de materiales sostenibles: acceso a textiles reutilizados, excedentes de producción, materiales recuperados y recursos compatibles con los principios de sostenibilidad planteados en la investigación.
- Talleres de confección y modelistas: participan en el desarrollo técnico de las prendas, se encargan de las máquinas necesarias para la confección de las prendas como, máquina industrial, recubridora, remalladora y derivados, asegurando que las soluciones funcionales propuestas sean viables y respondan adecuadamente a las necesidades de las usuarias.
- Especialistas en urbanismo y género: fundamentos teóricos, análisis urbano, perspectivas sociales e históricas del comportamiento en una ciudad.

Actores indirectos

- Las organizaciones vinculadas a los derechos de las mujeres —tales como el Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán, dedicado a la promoción y defensa de los derechos humanos con un enfoque de igualdad de género, justicia social y participación política, y el Movimiento Manuela Ramos, organización feminista fundada en 1978— contribuyen de manera significativa a visibilizar problemáticas como la violencia de género, el acoso callejero y las desigualdades urbanas, proporcionando información relevante para el desarrollo de esta investigación (Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán, s. f.; Movimiento Manuela Ramos, s. f.). contribuyen a visibilizar problemáticas relacionadas con violencia de género, acoso callejero y desigualdades urbanas, proporcionando información relevante para la investigación.
- Instituciones académicas: facilitan recursos de investigación asesoramiento metodológico y validación académica del proyecto.
- Municipalidades y entidades públicas: intervienen indirectamente debido a su responsabilidad en la planificación urbana, seguridad ciudadana y gestión de espacios públicos.
- Industria de la moda peruana: La implementación de prácticas sostenibles e innovadoras.
- Medios de comunicación y plataformas digitales: permiten la difusión de empresa emergentes y dar a conocer y visibilización de la problemática, la sensibilización social y la visibilización de propuestas que integran diseño, sostenibilidad y perspectiva de género.

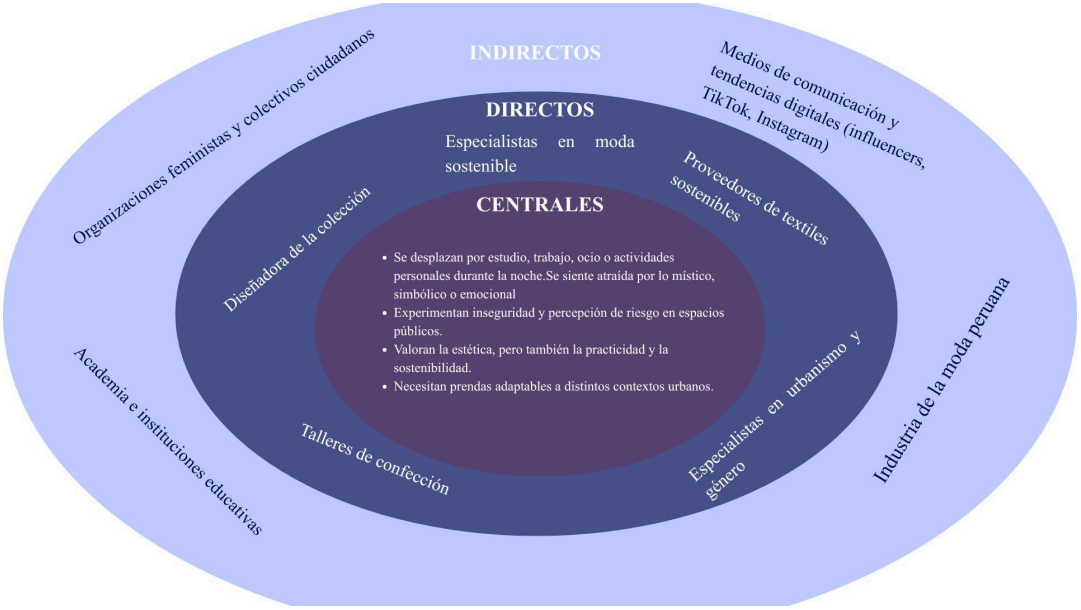

Figura 2. Gráfico de actores

2.3 Objetivo(s) del proyecto

El acoso callejero, la violencia de género, las limitaciones y los recientes estudios sobre el urbanismo femenino, dan lugar a la razón y objetivo del proyecto. Para enfrentar una realidad que vulnera la agencia del poder vestir, la colección explora el potencial de la moda para ser eje de reflexión sobre la experiencia femenina, traspasando el mero sentido estético y convertirla en una herramienta de apropiación del espacio habitable.

ALTALUNA es un proyecto que comprende y empatiza con las necesidades y limitaciones de las mujeres al momento de vestirse de desplazarse y el sentirse en el espacio público,desde aquí es que se explora el diseño y cómo podemos contribuir a la mejora de adaptación, funcionalidad, experiencia urbana y técnicas ecoamigables, el propósito de esta colección dirigida al público femenino va más allá de la mejora socialmente.

El proyecto tiene como objetivo ser una alternativa para las mujeres jóvenes de Lima Metropolitana, brindarles funcionalidad, comodidad, adaptabilidad y sostenibilidad pensando en sus quehaceres diarios. Se materializan las soluciones de diseño, la libertad, practicidad y confianza en cada mujer que vista la colección en el escenario

de su vida. Sumado a lo anterior, ALTALUNA toma postura frente a una crisis globalizada sobre la sostenibilidad, incluyendo gestas solidarias con el medio ambiente; el uso del patchwork, la reutilización de prendas o el máximo aprovechamiento de materiales son parte de ello. Finalmente, el concepto de la obra se establece en entender a la luna como un símbolo de orientación, presencia y libertad, un ente que afecta directamente al mar, un cuerpo de agua que representa los desafíos personales de cada una, cada que transita por la ciudad cuando el sol no está y la luna acompaña. Vinculando de este modo el simbolismo, funcionalidad y compromiso social.

La explicación de mis objetivos de forma técnica:
Analizar la experiencia urbana femenina en Lima en relación al proyecto propuesto mediante la recopilación y revisión de información contextual, identificando factores sociales, urbanos y de género que condicionan su movilidad, autonomía y percepción de seguridad.

Identificar y dar a conocer a la usuaria los requerimientos funcionales, estéticos y emocionales de la usuaria objetivo mediante el análisis del arquetipo de usuario, sus necesidades y su relación con la indumentaria, reconociendo así el criterio de diseño aplicables a la colección ALTALUNA.

Estructurar la dirección conceptual de la colección a partir de una profundizada investigación simbólica de la luna y el mar como elementos narrativos asociados a la guía, transformación y experiencia femenina en la ciudad nocturna, traduciendo estos conceptos en una propuesta visual y estética coherente, con función a la conexión y vínculo relacionado con estos entes energéticos.

Poner en práctica, las técnicas aplicables de acuerdo con la sostenibilidad, con materiales, como patchwork y reutilización de excedentes textiles, evaluando sus posibilidades estéticas y funcionales dentro del desarrollo de la colección.

Diseñar propuestas de indumentaria aplicando criterios de funcionalidad, ergonomía y adaptabilidad mediante el desarrollo de siluetas, prototipos y soluciones constructivas que favorezcan la movilidad, comodidad y practicidad de la usuaria durante sus recorridos urbanos nocturnos o diarios.

Transferir la colección final ALTALUNA mediante la integración de diseño conceptual, experimentación textil, sostenibilidad y funcionalidad, generando una propuesta de moda femenina que responda a las necesidades identificadas en la investigación y así poder darle una solución en el mundo y actualidad a la problemática presentada.

Objetivos de desarrollo sostenible

La importancia de los Objetivos de Desarrollo Sostenible(ODS), es reconocida como parte fundamental para este proyecto, la selección de esta empieza mucho por la empatía con las mujeres y poder ver el panorama como se ve su derecho vulnerado, en el caso de Lima como ciudad, se encuentra en evidencia que tanto esta ciudad como muchas otras están y siguen siendo diseñadas sin considerar plenamente las experiencias, recorridos y necesidades específicas de las mujeres, sin dejar de lado el consumo responsable,esto respondería mi contexto global y la forma de tener un consumo sano y mucha más visibilidad, ya que esta propuesta no esta diseñada desde un contexto individualista, también para llevar a cabo un bienestar y beneficios ambientales.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son:

El ODS 5: Igualdad de género “Las mujeres y niñas constituyen la mitad de la población mundial y, por tanto, también la mitad de su potencial. Pero la desigualdad de género prevalece y estanca el progreso social.”(5. Igualdad de Género | Agenda 2030 En América Latina Y el Caribe, s. f.), la problemática principal de la investigación habla de las mujeres en el contexto urbano, porque esta visibilización

parte desde la calle, el trabajo, el hogar, el instituto, los mercados, y situaciones a las mujeres pueden y quieren corresponder. La frase acuñada por el urbanismo feminista declara que ser valientes por andar en la calle no es correcto, en su lugar el objetivo es el ser libres de hacerlo sin tener que ser algo más allá de ellas mismas. Darle la misma oportunidad de vivir en la ciudad a las mujeres como a los hombres es un objetivo del proyecto.

El ODS 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles, "El crecimiento urbano descontrolado, la contaminación atmosférica y la escasez de espacios públicos abiertos persisten en las ciudades." (5. Igualdad de Género | Agenda 2030 En América Latina Y el Caribe, s. f.) Este objetivo tiene un vínculo directo con la problemática propuesta y el contexto urbano limeño, se mencionó que históricamente no es considerada de manera plena, las experiencias, recorridos y necesidades específicas de las mujeres. Frente a ello, la colección ALTALUNA reflexiona sobre la lima nocturna, la percepción de inseguridad femenina, y cómo se condiciona su manera de habitar la ciudad, en cuestión a deberes que deberían ser llevados con total normalidad

El ODS 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles, "Se están produciendo cambios prometedores en las empresas, como la tendencia al aumento de la elaboración de informes de sostenibilidad que en apenas unos años se ha visto casi triplicada"(12. Producción y Consumo Responsables | Agenda 2030 En América Latina y El Caribe, s. f.-c) en la colección ALTALUNA se emplean medidas sostenibles, versátiles y funcionales a su vez, las técnicas que se emplean en la colección son, el patchwork, la reutilización textil y el aprovechamiento responsable de material textil. ALTALUNA no solo busca responder y atender problemáticas sociales como el tema de urbanismo femenino, también busca confrontar a la moda y su industria comercial poco responsable, ya que esta colección está firmemente alineada con la economía circular

2.4 Marco referencial

El proyecto ALTALUNA se sostiene en un marco teórico que articula diversas perspectivas críticas y creativas sobre la ciudad, la moda y la experiencia urbana. La introducción general parte de reconocer que los espacios urbanos no son neutros, sino que están atravesados por desigualdades estructurales que condicionan la vida cotidiana. En este sentido, la investigación se nutre de enfoques feministas, narrativos y sostenibles que permiten comprender la ciudad desde una mirada históricamente excluida.

El libro *Urbanismo feminista. Por una transformación radical de los espacios de vida*; aporta una mirada política que cuestiona el carácter androcéntrico del urbanismo y propone situar la vida en el centro de las decisiones urbanas. Su relevancia para Altaluna se encuentra en que plantea la necesidad de reconocer la diversidad de perspectivas y experiencias, visibilizar las tareas "del hogar" y construir nuevas ideas de ciudades que respondan a las desigualdades de género y a la crisis ecológica. Este enfoque establece la exploración de Lima como un territorio donde las mujeres y grupos vulnerables enfrentan hostilidad, pero también donde se pueden generar alternativas de transformación.

La tesis *El microrrelato como parte del proceso creativo hacia la creación de piezas de indumentaria* de Jimena Saldaña, introduce una metodología que vincula escritura y diseño textil. El microrrelato se convierte en detonante para la creación de prendas, mientras que la deriva situacionista permite recorrer la ciudad y traducir sus estímulos en materialidades, texturas y personajes. Este aporte es fundamental para Altaluna porque muestra cómo la experiencia urbana puede convertirse en relato y cómo la moda puede ser la herramienta de memoria y crítica social, abriendo un camino para que el vestir dialogue con la vida cotidiana de Lima.

La investigación *Factores que influyen en el proceso de decisión de compra de moda sostenible sobre el caso de Evea Ecofashion* ofrece un análisis del comportamiento del consumidor en Lima respecto a la moda sostenible. Identifica factores como la

responsabilidad ambiental percibida, la influencia social y la calidad de los materiales como determinantes en la decisión de compra. Este estudio es útil para Altaluna porque contextualiza la recepción de propuestas creativas en un mercado local y legitima la búsqueda de narrativas y objetos que no solo sean estéticos, sino también sostenibles y éticos, vinculando el diseño con la conciencia ambiental y social.

Finalmente, el informe *Miedo en las calles. Las mujeres y sus percepciones en Lima y Callao* de Mariana Alegre y Flavia Muro revela la diferencia de género en la percepción de inseguridad urbana. El miedo condiciona la movilidad y el uso del espacio público por parte de las mujeres, quienes enfrentan acoso callejero, falta de iluminación y exclusión en los espacios urbanos. Este texto aporta una dimensión sensible y política al proyecto Altaluna, pues evidencia que la ciudad no solo se recorre, también se teme, también fragmenta. Incorporar esta percepción permite que las narrativas y las prendas diseñadas reflejen la tensión entre el deseo de habitar y el temor de transitar.

En conclusión, estos documentos son útiles porque, en conjunto, permiten articular un marco teórico que integra crítica y creación, conecta lo local con lo global y visibiliza lo cotidiano. Altaluna se sostiene en una base que no describe la ciudad de manera abstracta, sino que la reinterpreta como relato, como cuerpo y como escenario de transformación. De este modo, el proyecto se inscribe en una tradición que busca construir ciudades más justas, memorias más visibles y objetos culturales capaces de narrar y transformar la experiencia urbana.

2.5 Proceso creativo y experimentos

En el proceso creativo se evidencia como la colección va evolucionando según las necesidades y requerimientos de la usuaria, los procesos de trabajo van ajustando los detalles que se necesitan para el uso cotidiano como la adición de bolsillos, la extensión de tela para cubrir del ambiente, y otros detalles técnicas. De esta forma Altaluna aparece después de un constante prueba y error que ajustó no solo los

detalles técnicos de la prenda, sino que afianzó una postura y un sentir común en cada conjunto.

En el diseño de la primera fase se visualiza menor practicidad para el tránsito nocturno, se brindó un estilo más atrevido, decidido y audaz, pero el enfoque estético prioriza prendas cortas y ligeras que obviaron la adición de elementos prácticos. Presenta una propuesta de vestimenta femenina con una imprenta contemporánea que combina elementos de feminidad, sofisticación y expresión personal. Los bocetos investigan siluetas caracterizadas por una paleta de color en tonos oscuros, tops hombros descubiertos, cortes laterales en las falda, una falda midi con encaje transparente y un pantalón, en dos ocasiones se aprecia el patchwork en una falda corta y en un pantalón, también como patrón se muestran las botas como calzado de otoño invierno un basico para la temporada de la colección.



Figura 3. Boceto line-up inicial

En cuanto la segunda fase predomina el color blanco, y la pedrería como técnica estética, el cuello camisero comienza a aparecer como alternativa de uso, en la anterior versión predominaba la estética nocturna para salidas y ahora se empieza a

considerar la flexibilidad de la colección en diferentes espacios que requieren mayor formalidad como, estudios, trabajo, entrevistas de trabajo, exposiciones, etc, también como en la anterior faceta se visualiza dos veces el uso de la técnica sostenible de patchwork en una falda midi y un pantalón empleada de manera casual.



Figura 4. Boceto line-up secundario

Finalmente en la tercera faceta diseñada, predomina un estilo casual más básico para mujeres que no desean explorar y prefieren algo de forma universal, tops strapless, faldas mini, en una ocasión encaje, tops asimétricos en dos oportunidades se presenta la técnica patchwork, sin embargo esta opción no sugirió la mejor alternativa asociada con el clima, ni con las necesidades y alternativas de mejora para el público objetivo.



Figura 5. Line-up básico de la experimentación

Continuando con el desarrollo de la colección, ALTALUNA comienza a ser visualizada desde una perspectiva humanista, teniendo en consideración, las emociones y sensaciones de la usuaria, diseñada para acompañar a las mujeres en sus recorridos nocturnos, promoviendo visibilidad, movilidad y confianza, inspirada en la luna como guía y en el mar como metáfora de los desafíos urbanos. El valor sostenible de la colección se halla en la reutilización de residuos textiles, producción local y ética, en el diseño duradero de las prendas. Se aprecia una amplia paleta de colores de manera intercalada, guiñando a la diversidad de emociones que puede poseer una persona, se ve la manera de alcanzar el objetivo de forma que conecte con la usuaria; el patchwork de retazos de denim recuperados, algodón orgánico, hilos reflectivos, bolsillos ocultos funcionales y bordados lumínicos.



Figura 6. Boceto final line-up 1 e indicaciones

AlTALUNA tiene una sección de eventos sociales, convenciones, inspirada en la autonomía femenina en los espacios urbanos nocturnos, se representa como, la asimetría de la ciudad, la transformación, bolsillos amplios, prendas transformables según las necesidades, cuellos que se convierten en capucha (cuarto y quinto look) transparencia que simboliza la visibilidad recibida por parte de la colección, siluetas cómodas, estampados basado en los recorridos de ocasión y el patchwork con textiles sobrantes.

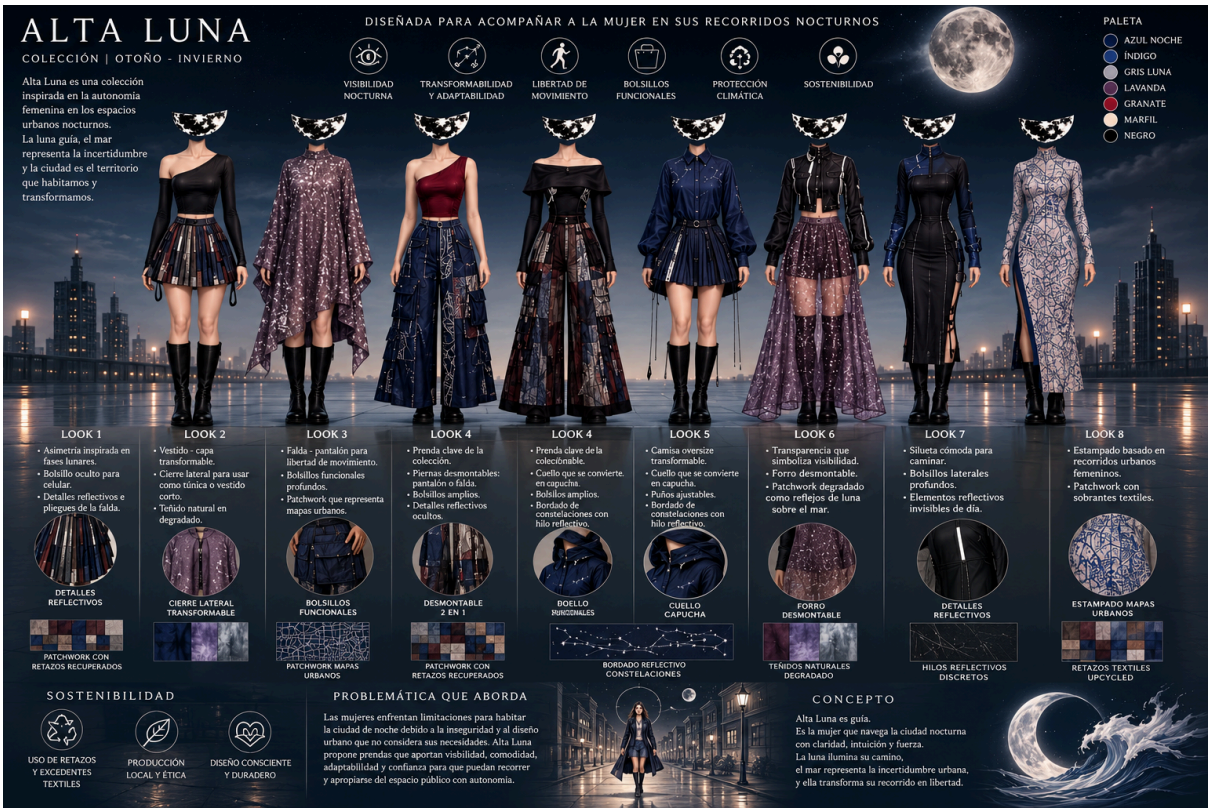

Figura 7. Boceto final line-up 2 e indicaciones

El resultado final se traduce a proponer prendas que brindan movilidad, adaptabilidad y confianza como primer objetivo central, para que sus recorrido sean autónomos y sientan seguridad, en cuanto a las prendas y como se da visibilización a ese objetivo, enterizos con reutilización textil en tonos oscuros, blusas y falda transformables, mangas desmontables y esto protege la transferencia de el objetivo de ALTALUNA como colección funcional y transmitir ese simbolismos en base a la luna y el mar, como parte de esta transformación y cambio que se genera a partir de la misma.

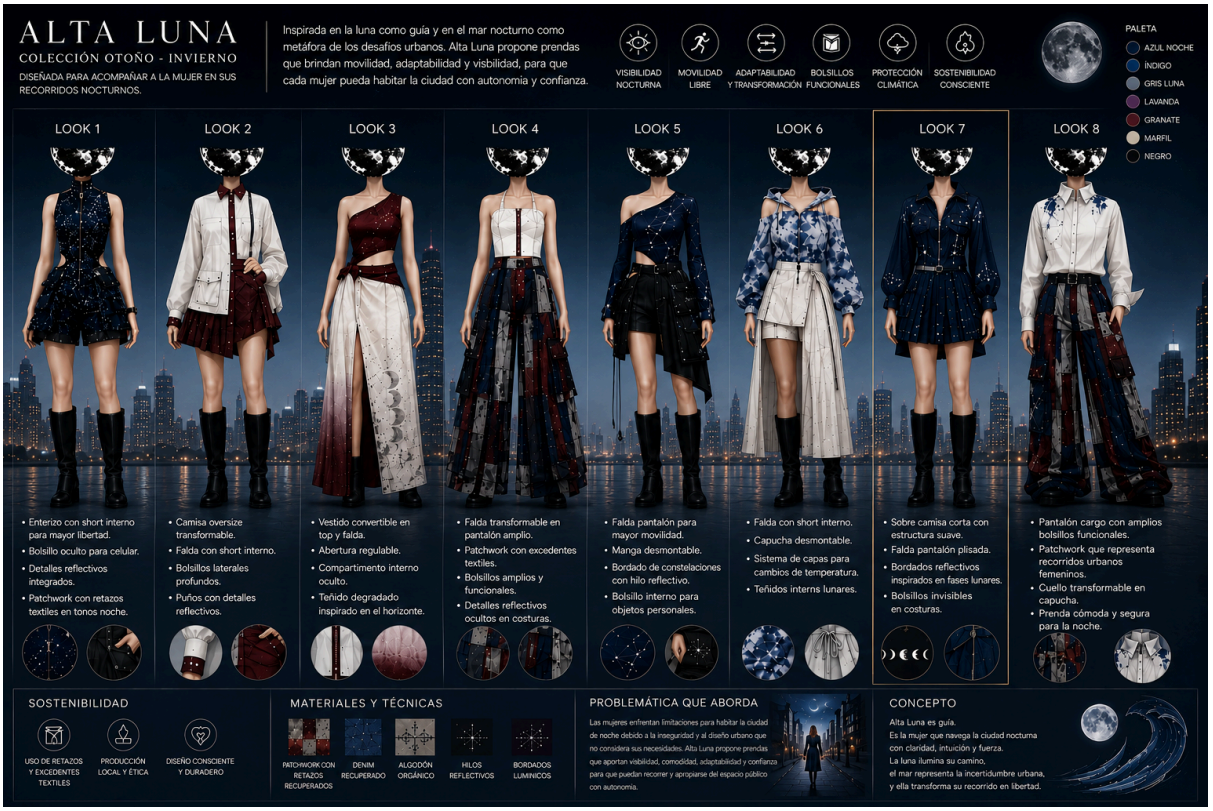

Figura 8. Boceto final line- up 3 e indicaciones

2.5.1 Información sobre la usuaria

ALTALUNA representa a una mujer joven de Lima Metropolitana, una estilo de vida corriente dentro de la ciudad en la cual sus desplazamientos tienden a ser largos y extensos en cuestión de espacio y tiempo. Sin necesidad de frecuentar espacios nocturnos como bares o discotecas se involucra con la noche en el retorno a su casa, pues no se encuentra exenta de transitar por las calles o espacios públicos que lima le ofrece. Este perfil distingue a la usuaria más allá de sus características demográficas, se ocupa de entender sus comportamientos, necesidades, motivaciones y dificultades para habitar su ciudad.

La usuaria pensada en el proyecto ALTALUNA se define por la búsqueda de prendas que expresen su identidad personal y, al mismo tiempo, respondan a las exigencias concretas de su rutina. Su interés por la estética y la expresión individual se

representan con necesidades vinculadas a la comodidad, la movilidad, la adaptabilidad y la funcionalidad, dado que sus recorridos implican distintos contextos y tiempos de uso. Asimismo, manifiesta una inclinación hacia propuestas sostenibles que trascienden el consumo inmediato, valorando materiales responsables, procesos conscientes y productos dotados de significado.

Este arquetipo surge de la problemática identificada, donde se reconoce que muchas mujeres modifican sus trayectos, horarios, actividades e incluso decisiones de vestimenta debido a factores como la inseguridad, el acoso callejero y la percepción de riesgo al transitar de noche por la ciudad. Conocer a la usuaria permite que la colección Altaluna no se diseñe únicamente desde una visión estética, sino desde la atención a necesidades concretas que condicionan la manera de habitar la ciudad.

La incorporación del arquetipo en el proyecto es esencial porque actúa como herramienta de diseño centrado en la persona, orientando las decisiones creativas y técnicas de la colección. De este modo, ALTALUNA se concibe como una colección que acompaña a la mujer en sus recorridos urbanos nocturnos, integrando diseño, sostenibilidad y funcionalidad en una propuesta que articula identidad y libertad en la ciudad.

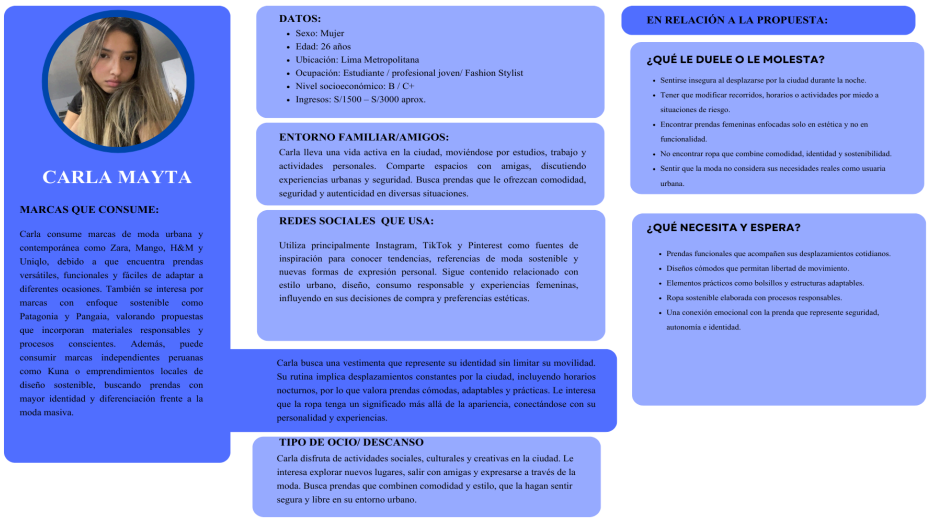

Figura 9. Arquetipo de usuario



Figura 10. Mapa de empatía

¿Qué le preocupa?

A la usuaria de ALTALUNA le inquieta desplazarse por la ciudad durante la noche, pues la inseguridad, el acoso y la sensación de ser vulnerable condicionan sus decisiones, de vestimenta, horarios y recorridos. También le preocupa la crisis ambiental del planeta, y se incomoda de que la moda no responda a su realidad, ofreciendo estética antes de funcionalidad, comodidad y practicidad.

¿Qué necesita?

Necesita prendas que acompañen su ritmo urbano y que integren comodidad, libertad de movimiento, adaptabilidad y funcionalidad, sin limitar su identidad personal. Busca soluciones concretas como bolsillos útiles, estructuras versátiles y materiales adecuados, además de valorar propuestas sostenibles que reduzcan el

impacto ambiental mediante procesos responsables como la reutilización textil y el aprovechamiento de recursos.

¿Qué oportunidad encontraron para innovar?

La oportunidad de innovación surge al abordar la moda desde una perspectiva funcional y social, desarrollando una colección que responda a una problemática específica vinculada con la experiencia femenina en la ciudad nocturna. Altaluna propone integrar diseño sostenible, funcionalidad y perspectiva de género, ofreciendo prendas que faciliten la movilidad y la seguridad, mientras construyen una narrativa simbólica inspirada en la luna y el mar como metáforas de guía, transformación y libertad.

2.5.2 Información sobre el Mercado

Oportunidad de mercado, competencia, barreras de entrada, alcance esperado, mercado objetivo del producto, demanda potencial en el mercado/segmento.

En Lima Metropolitana es presentada una oportunidad de desarrollar una propuesta de moda femenina que combine la sostenibilidad, la versatilidad y el diseño urbano. Hoy en día, el mercado está dominado por el fast fashion, que se distingue por su gran accesibilidad y su renovación continua de modas. Esto ha llevado a un consumo rápido e inconsciente. En respuesta a esto, las propuestas sostenibles siguen siendo escasas, no son muy accesibles o no consiguen entrelazar de manera consistente lo estético con una conexión emocional hacia la usuaria, lo que genera un campo para diversas propuestas.

Con respecto a competitividad, se distinguen dos conjuntos principales. Por un lado, las marcas de moda rápida, que brindan diversidad y precios razonables, pero tienen criterios de sostenibilidad bajos y una escasa conexión con la identidad del consumidor y ética profesional con sus trabajadores. Por otra parte, las marcas independientes incluyen en ocasiones prácticas sustentables, aunque a menudo no

tienen un enfoque urbanístico que posibilite crear un vínculo emocional con la usuaria o versatilidad en el diseño.

La accesibilidad a este mercado tiene barreras, entre las que se encuentran el escaso conocimiento del consumidor acerca de los efectos medioambientales de la industria textil, el costo más alto vinculado a la producción sostenible y la inclinación general a preferir productos baratos pese a su fabricación. Estas circunstancias afectan las decisiones de compra y condicionan la implementación de propuestas que tengan un valor agregado más alto. De tal modo, se implementaron estrategias de reducción de costos: empleo de materiales excedentes textiles, prendas en desuso o donaciones, el aporte es reducir significativamente el costo de materia prima y refuerza la sostenibilidad. Del mismo modo, para la fotografía se tendrá el apoyo de un fotógrafo local voluntario y el marketing, ya que se centraría en instagram y tik tok contenido orgánico, antes que publicidad pagada, ya que reduce costos de difusión y aprovecha el alcance digital.

El proyecto está destinado a un sector concreto de mujeres jóvenes en Lima Metropolitana que se interesan por la moda con identidad, sostenibilidad y expresión personal. Esta sección muestra receptividad hacia nuevas ideas que combinan diseño y significado, lo cual posibilita una primera inserción en el mercado independiente local, con perspectivas de crecimiento para un futuro prometedor.

Frente a este escenario, la necesidad de opciones de consumo responsable está en aumento, particularmente entre los consumidores jóvenes que desean una coherencia entre sus valores y sus decisiones de compra. Esto promueve la creación de propuestas que no sólo aborden necesidades estéticas, sino que además incluyan sostenibilidad y vínculos emocionales en el diseño, tal como propone el proyecto.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

ALTALUNA combina la moda femenina urbana, funcionalidad y sostenibilidad en una colección, se transfiere como una propuesta enfocada en las mujeres que habitan

y se desplazan por la ciudad durante horarios nocturnos dentro de Lima. La propuesta de la colección se origina desde una problemática vinculada con la inseguridad urbana femenina, el acoso callejero y limitaciones que enfrenta la mujer al utilizar el espacio público, en busca de responder desde el rubro de la moda a necesidades en un mundo real con movilidad, comodidad y confianza en ellas mismas.

La propuesta se reconoce empleando elementos funcionales dentro de la indumentaria, como una colección de prendas adaptables a la movilidad urbana, también en función a la mejora medioambiental, el patchwork, reutilización textil y el aprovechamiento de materiales, creando así una responsabilidad de compra consciente.

Visualmente la colección ALTALUNA parte de una construcción simbólica se usa la luna como elemento que orienta los recorridos urbanos nocturnos, sin embargo el mar representa el desafío, el cambio e incertidumbre constante en la experiencia urbanística de las mujeres. Entrambas se leen en una propuesta que brinda estética, combinando identidad, funcionalidad y significado emocional.

La propuesta de valor diferencial es la integración de moda sostenible,adaptación y perspectiva de género, dentro de la colección, ya que no solo son prendas generadas desde la parte estética y visualmente atractivas. ALTALUNA es creada desde una problemática social identificada y se desarrolla soluciones en base a esta desde el diseño, considerando la experiencia, necesidades y emociones de la usuaria. El fin de esta colección no es solucionar un espacio diseñado de forma incorrecta, sino es aportar prendas que permitan a las mujeres simplificar esta problemática en conjunto con el diseño, desplazarse con comodidad, confianza y así permitirse fortalecer su relación con el espacio urbano sin desplazar su derecho a vestir según su identidad propia. Además de ser una alternativa sumamente responsable y eco amigable, debido a sus prácticas sostenibles, enfocada en el bienestar social y medio ambiental como principal visión de mejora como innovación social.

En el proyecto debido a lo investigado, es importante implementar una ruta de conceptualización, ya que permite evidenciar cómo la problemática se transforma en una propuesta de diseño sólida. Permite que se muestre el proceso de la investigación inicial, la comprensión de la usuaria y el análisis del contexto, hasta la definición de elementos simbólicos, estéticos y funcionales que dan origen a la colección, es importante tener en cuenta estos conceptos, ya que, permite registrar los procesos de construcción de manera formidable.

La ruta de conceptualización respecto a la colección ALTALUNA, permitirá identificar de manera ordenada como el contexto problemático se convierte en una propuesta de diseño prometedora y con solidez. La ruta de conceptualización mostrará la relación de los conceptos primarios del proyecto: inseguridad urbanística y limitaciones, necesidades en cuanto a movilización, autonomía y confianza, interpretación y simbolismos de la luna y el mar, creación de prendas sostenibles y adaptables.

Incluso permitirá justificar decisiones en cuanto al diseño, mostrando los materiales, siluetas, colores, técnicas textiles y elementos funcionales, no son seleccionados únicamente por patrones y criterios estéticos, que también son importantes y se explora a nivel simbólico y crítico pero no se trata el proyecto únicamente de eso, más bien como resultado de una extensa investigación e intención conceptual. La ruta fortalece el carácter innovador del proyecto propuesto, evidencia la coherencia del mismo y es diseñado centrado en la usuaria, conectando con el mundo y problemática real.

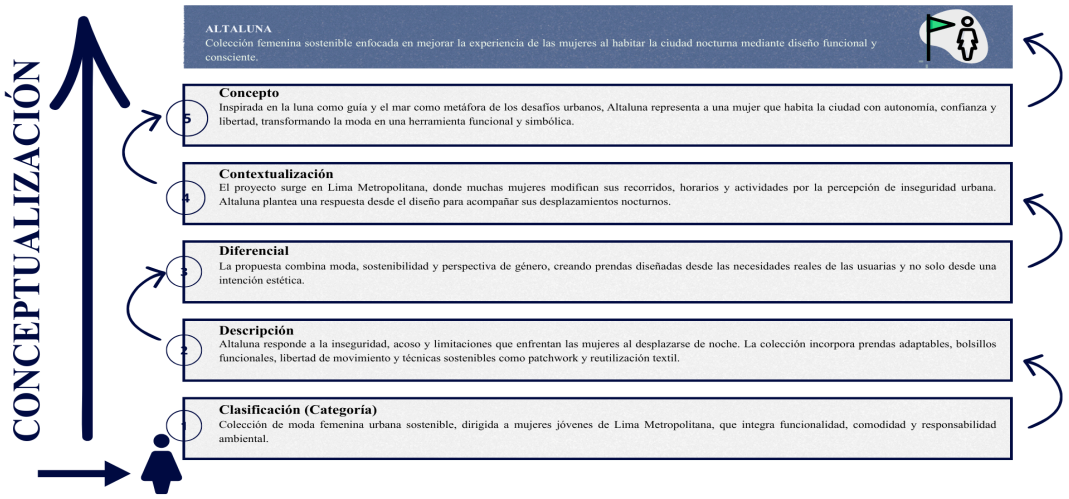

Figura 11. Ruta de conceptualización

2.5.4 Diseño de producto/servicio

ALTALUNA desarrolla una colección de moda femenina sostenible que articula la relación simbólica entre los ciclos lunares y los procesos de transformación emocional de la mujer contemporánea. La propuesta integra diseño conceptual, sostenibilidad y versatilidad, buscando que cada prenda funcione como experiencia estética y emocional significativa en el contexto actual de la moda.

La construcción conceptual parte de la luna como elemento narrativo: cada fase se vincula con estados de crecimiento personal, introspección, renovación y cambio, trasladados al diseño mediante siluetas, texturas y cromáticas que refuerzan la dimensión identitaria de la prenda. La paleta cromática se inspira en asociaciones simbólicas con la naturaleza y la psicología del color: plateados, grises y blancos evocan la atmósfera lunar; lilas desaturados sugieren introspección y espiritualidad; tonos tierra aportan estabilidad y conexión natural; mientras que las tonalidades oscuras y frías introducen la dualidad de los ciclos, generando una estética atmosférica y contemplativa.

En el plano funcional, la colección privilegia la versatilidad y la adaptabilidad, promoviendo un vínculo más duradero entre usuaria y prenda, respondiendo a la

necesidad de contrarrestar el consumo acelerado del fast fashion. Esta estrategia asegura que las piezas mantengan relevancia estética más allá de tendencias efímeras, consolidando la idea de permanencia y conexión emocional.

La sostenibilidad se materializa en técnicas de patchwork y reutilización textil que reducen residuos, junto con el uso de tintes orgánicos que disminuyen el impacto ambiental de los procesos químicos convencionales. Estas decisiones refuerzan la coherencia entre naturaleza, transformación y ciclo, integrando la narrativa simbólica con criterios ambientales.

Finalmente, la experiencia propuesta se distancia de las dinámicas impersonales del consumo masivo y plantea que la prenda sea percibida como representación personal más que como objeto funcional o pasajero. Así, ALTALUNA configura una propuesta donde diseñó, simbolismo y sostenibilidad se entrelazan para responder a las necesidades emocionales, estéticas y conscientes del público objetivo

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio de la colección se organiza en torno a cuatro áreas fundamentales: producción, administración, almacenamiento y distribución. La producción es local y artesanal, concebida como alternativa al fast fashion. El uso de técnicas como el patchwork permite reducir costos de material, El costo de producción es alto pero el conjunto NECESARIO. Entonces como estrategia fundamental y sostenible, compartir taller con otro productor para reducir costos de producción y hacer la línea accesible que debe de ser de forma cooperativa, ya que requiere la participación y colaboración de distintos actores para lograr su desarrollo como productores de manera sostenible, al mismo tiempo. La administración y el almacenamiento se mantienen en un ámbito local, con gastos reducidos gracias a la escala moderada de producción, donde los insumos y productos pueden conservarse en talleres comunitarios. La distribución se plantea como un proceso personalizado,

con envíos limitados a Lima y un mercado focalizado que asegura cercanía y control en la experiencia de entrega.

Los canales de venta se concentran en plataformas digitales, evitando la inversión en tiendas físicas. En una primera fase, se contempla una participación ligera en ferias locales de distritos como Chorrillos, Barranco, Miraflores y San Isidro, espacios que permiten visibilidad inicial sin comprometer recursos excesivos. La apuesta principal se dirige hacia medios digitales y producción audiovisual, entendidos como herramientas estratégicas para comunicar la identidad de la colección y conectar con un público que busca propuestas con sentido.

La relación con las clientas se construye desde la cercanía y la autenticidad. No se trata únicamente de vender prendas, sino de compartir experiencias y necesidades comunes en un mismo contexto urbano. La colección se reconoce como parte de un problema colectivo y busca generar vínculos genuinos con las usuarias, quienes encuentran en la propuesta no solo un producto, sino también un espacio de identificación y acompañamiento.

Las alianzas clave se establecen con organizaciones que trabajan por el bienestar de las mujeres, reforzando la postura de la colección frente al acoso y las ofensas que ellas enfrentan en la ciudad. En redes sociales, la representación se aleja de los estereotipos de supermodelos, privilegiando la visibilidad de mujeres comunes que transitan las calles y que son las principales afectadas por la problemática. Esta decisión fortalece la coherencia ética y social del proyecto, situándose como una propuesta con compromiso real.

La estructura de costos se organiza en función de los elementos descritos: producción artesanal con materiales reutilizados que disminuyen gastos, administración y almacenamiento local de bajo costo, distribución focalizada en Lima con envíos reducidos, y una inversión selectiva en ferias distritales y medios digitales. Esta estructura permite mantener un equilibrio entre sostenibilidad económica y social,

asegurando que cada recurso invertido contribuya a consolidar una propuesta diferenciada y consciente.

2.5.6 Resultados esperados

Es necesario que el proyecto cree un vínculo emocional más fuerte entre la prenda y el usuario, fomentando así una experiencia de consumo más consciente y menos impulsiva en relación al fast fashion. La colección se propone fortalecer la percepción de autenticidad, identidad y expresión personal a través de ropa casual que combine el diseño conceptual con la funcionalidad del día a día.

De esta manera, se proyecta acaparar el interés de mujeres jóvenes de Lima Metropolitana y se despierte el interés propuestas visualmente diferenciadas y alineadas con valores como sostenibilidad y diseño emocional. Esto permitiría incrementar el alcance de propuestas independientes que prioricen identidad conceptual y producción más consciente dentro del mercado local.

Socialmente, el proyecto busca incentivar mayor interés por el consumo responsable y generar reflexión sobre el impacto ambiental de la industria de la moda. En relación con el impacto emocional, la colección pretende transmitir sensaciones de autenticidad, conexión personal y seguridad a través de elementos visuales inspirados en la simbología lunar y los procesos de transformación femenina.

Finalmente, el proyecto busca demostrar la viabilidad de integrar sostenibilidad, narrativa conceptual y moda casual dentro de una propuesta coherente y funcional, evidenciando que el diseño puede generar valor más allá de lo estético y contribuir a nuevas formas de consumo dentro de la moda contemporánea.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Prototipo de baja definición

El prototipado en primera instancia para la colección ALTALUNA consistió en bocetos de la colección elaborados de manera digital y manual, permitiendo

representar la idea general del proyecto, la identidad visual y la dirección conceptual de las prendas. Esta primera proyección me permite asociar elementos como siluetas, composición de outfits, propuesta cromática inspirada en los ciclos lunares y posibles aplicaciones de patchwork y tintes orgánicos aplicados en distintos textiles propuestos para la colección.

A su vez, se desarrolló un moodboard conceptual donde se integraron referencias visuales relacionadas con la luna, la naturaleza, la feminidad contemporánea y la sostenibilidad. Esta etapa permitió dar a conocer la coherencia estética del proyecto antes de avanzar hacia una propuesta más conforme, dando una facilidad grata a la identificación de un aspecto de mejora, en relación con la funcionalidad, versatilidad y conexión emocional de las prendas de ALTALUNA

La respuesta objetiva del prototipo fue maximizar el impacto en las personas a costa del menor riesgo posible, permitiendo recopilar primeras impresiones sobre la estética, narrativa y percepción general de la colección. La propuesta inicial de interfaz web para la colección ALTALUNA, elaborada con el propósito de crear una experiencia digital acorde a la identidad visual y conceptual de la marca, se encuentra en el boceto expuesto. La estructura propuesta tiene como objetivo difundir una estética contemporánea, artística y femenina a través de una composición visual centrada en componentes gráficos vinculados a la moda y a la narrativa conceptual del proyecto, que es equilibrada y clara.

En la parte superior de la interfaz se incorporan ilustraciones de figurines de moda que representan distintas propuestas de vestuario pertenecientes a la colección. Estas imágenes sirven como una herramienta visual de introducción que posibilita transmitir de inmediato la perspectiva estilística, creativa y estética de la marca. Además, contribuyen a fortalecer los aspectos conceptuales y artísticos del proyecto, creando un primer impacto visual en el usuario.

Se desea implementar otros elementos básicos, para que la usuaria logré conectar más pronto en términos visuales por el momento el boceto representa fluidez y organización,, y así es como se busca implementar nuevos elementos conectores, también se desea representar el movimiento, los ciclos y la fluidez asociados a la inspiración lunar y femenina de la colección.

En vista, se incluyen distintos íconos relacionados con categorías de productos y contenido de la página, como vestidos, calzado, lencería, bolsos y contenido audiovisual. Estos elementos permiten organizar visualmente la navegación y ayudan a que nuestro público objetivo pueda identificar rápidamente las distintas áreas disponibles dentro de la plataforma digital. Además, los íconos refuerzan el enfoque visual y dinámico de la propuesta web .

Como se podrá visualizar en el lado lateral del boceto de la presente página web, se plantea el menú principal de navegación compuesto por distintas secciones estratégicas para la marca: mujeres, nueva colección, accesorios, editorial, concepto, referencias visuales, identidad de marca y footer profesional. Esta organización busca estructurar la experiencia del usuario de manera clara e intuitiva, permitiendo acceder fácilmente tanto a contenido comercial como conceptual.

En la primera sección “Nueva colección” estará destinada a mostrar las prendas principales y los lanzamientos recientes de la marca, mientras que “Editorial” permitirá integrar campañas visuales y fotografías conceptuales relacionadas con la identidad estética del proyecto. Por otro lado, las secciones "Concepto" y "Referencias visuales" servirán para transmitir la inspiración emocional, simbólica y narrativa que se encuentra tras la colección, lo cual reforzará el vínculo entre la marca y la usuaria.

A su vez, se ve incluída la sección de identidad de marca, esta daría paso a consolidar visual y conceptualmente la propuesta de valor de ALTALUNA, explicando aspectos relacionados con sostenibilidad, psicología del color,

simbolismo lunar y diseño emocional. Esto permitirá que la plataforma no funcione únicamente como una tienda digital, sino también como un espacio innovador, de comunicación visual y construcción de identidad.

En términos de composición, el esbozo muestra la intención de mantener una estética minimalista y editorial a través del uso mayoritario de espacios vacíos, líneas claras e ilustraciones en blanco y negro. Optar por esta decisión visual contribuirá finalmente a generar una apariencia sofisticada y contemporánea, alineada con el perfil del público objetivo y con el carácter innovador de la presente colección.

Contamos con ejemplos de boceto inspiracional y explicativo, que se revisará a continuación:

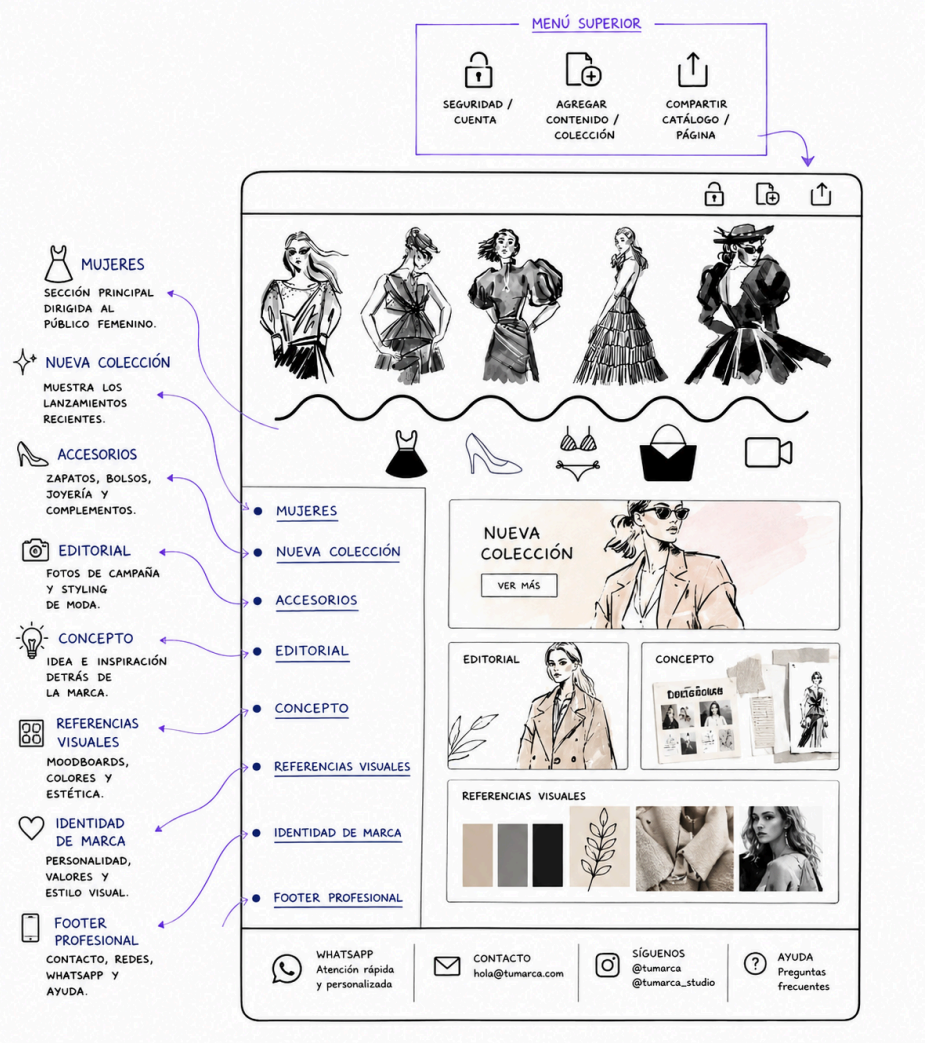

Figura 12. Boceto de prototipo de baja definición

Prototipo de alta definición:

ALTALUNA presenta el proceso evolutivo del prototipo inicial de baja definición hacia una propuesta digital más centrada en la experiencia del usuario. Mientras que el primer prototipo de iniciación permitió organizar la información de manera funcional, en los siguientes se profundizó en las secciones principales y dar entendimiento a la navegación básica de la plataforma. El prototipado de alta definición incorpora la identidad visual completa de la colección, la propuesta de valor y la experiencia emocional está en busca de transmitir la marca.

El fin de este prototipo es evidenciar cómo la usuaria interactúa con el espacio digital donde el objetivo es darle visibilidad a la colección, entender su concepto y conectar con el propósito detrás de cada prenda. El diseño se desarrolla bajo una estética coherente con la narrativa de ALTALUNA, integra elementos visuales inspirados en la luna y el mar: la elección de colores oscuros, tonalidades lunares y recursos gráficos busca comunicar una sensación de guía, transformación y conexión emocional.

La interfaz del sitio está presentada para facilitar la navegación y responder a las necesidades de la usuaria. La sección “Mujeres” funciona como el acceso principal al público objetivo, presentando una propuesta enfocada en prendas con identidad, funcionalidad y sostenibilidad. La sección “Nueva colección” se visualiza las piezas desarrolladas y conocer cómo cada prenda responde a necesidades específicas como movilidad, comodidad, adaptabilidad y uso urbano. En la misma línea, “Editorial” comunica el diseño conceptual de la colección mediante imágenes y narrativas que fortalecen la relación entre la prenda y la experiencia femenina en la ciudad nocturna.

Asimismo, la sección “Concepto” cumple el rol de explicar la inspiración detrás de ALTALUNA, evidenciando la relación simbólica entre la luna como guía y el mar como representación de los desafíos presentes las emociones de las usuarias durante sus recorridos. Esto permite que el público objetivo entienda que la colección no surge únicamente desde una intención estética, sino desde una problemática real relacionada con la manera en que las mujeres habitan el espacio público.

El prototipo también implementa una sección de referentes visuales, donde presentan elementos como texturas, materiales y recursos gráficos que construyen la identidad de la colección. Esta sección permite señalar el nexo entre la investigación conceptual y las decisiones de diseño aplicadas en las prendas, reforzando la coherencia entre la problemática identificada, la propuesta estética y el desarrollo de la solución.

A nivel operativo, la interfaz integra componentes de interacción como el acceso a una cuenta, sección de favoritos, carrito de compras y contacto directo, permitiendo una experiencia más completa y cercana a una plataforma real de moda. Asimismo, el

footer incorpora canales de comunicación como redes sociales y contacto, estableciendo vías de contacto rápido y fortaleciendo la relación entre la marca y la comunidad.

La relevancia de desarrollar un prototipo de alta definición dentro del proyecto radica en que permite generar una validez como propuesta, se comunica visualmente y demuestra cómo la usuaria experimentaría la solución planteada. No se trata únicamente de mostrar un producto final, sino que traduce la aplicación de un proceso de diseño centrado en la usuaria, donde la problemática, las necesidades identificadas y la propuesta innovadora se transmiten en una experiencia digital coherente.

En consecuencia, el prototipo de alta definición de ALTALUNA funciona como una representación tangible de la innovación del proyecto, integrando diseño, sostenibilidad y perspectiva de género en una experiencia visual y funcional. En vista de esta plataforma, la colección es presentada como una propuesta en busca de acompañar a las mujeres en sus recorridos y así generar un vínculo entre la usuaria, la prenda y el propósito social detrás del diseño



Figura 13. Prototipo de alta definición

2.5.8 Experimentos

Se realizó una encuesta dirigida a un focus group de mujeres para identificar sus potencialidades y características. En la sección introductoria, tras haber realizado una serie de preguntas de carácter demográfico, se definió el perfil que comparten la mayoría de las encuestadas, dando paso al primer bloque; dirigido a entender los desplazamientos que realizan en la ciudad: sus distancias, actividades, tiempos, etc.

Enfatizando más en el aspecto de la moda y diseño, se continúa indagando sobre qué prendas suelen elegir para realizar los recorridos identificados. Las encuestadas comienzan a señalar sus preferencias, razones para comprar y en qué se basan sus decisiones para elegir una prenda sobre otra. En relación a lo exterior el bloque 3 refiere a un aspecto intangible, las percepciones y las emociones que sienten las encuestadas al transitar por la ciudad de noche, y cómo se perciben así mismas frente a sus conjuntos nocturnos.

Con la información registrada, se sugieren preguntas finales orientadas a la oportunidad que tendría un proyecto como ALTALUNA para figurar como opción de compra en su vida. Los resultados fueron favorables ya que existe cierto interés en colaborar con marcas locales que respondan a aquel conflicto, el poder habitar la ciudad de noche, sin ser valientes, simplemente siendo ellas.

Las preguntas en cuestión:
Bloque 1: Urbanismo
1. ¿Con qué frecuencia te desplazas por la ciudad en horario nocturno?
Nunca / Rara vez / Algunas veces / Frecuentemente / Siempre
2. ¿Qué actividades realizas normalmente de noche?
Trabajo / Estudios / Ocio / Reuniones sociales / Otro

3. ¿Qué lugares visitas con mayor frecuencia en la noche?

Centros comerciales / Discotecas / Parques / Calles principales / Barrios residenciales

4. ¿Qué distancia promedio recorres en tus desplazamientos nocturnos?

Menos de 1 km / 1–5 km / 5–10 km / Más de 10 km

5. ¿Qué medio de transporte utilizas más de noche?

Caminata / Transporte público / Taxi / Vehículo propio / Otro

Bloque 2: Vestimenta y hábitos de moda (5 preguntas)

6. ¿Qué prendas usas normalmente para tus actividades cotidianas?

Jeans / Leggings / Vestidos / Faldas / Otro

7. ¿Qué prendas eliges para salir de fiesta o reuniones nocturnas?

Vestido corto / Pantalón elegante / Falda / Conjunto casual / Otro

8. ¿Qué factores consideras más importantes al elegir tu ropa?

Comodidad / Estética / Seguridad / Funcionalidad / Precio

9. ¿Tu consumo de moda se orienta más hacia…?

Moda cíclica (reuso, sostenibilidad) / Fast fashion (tendencias rápidas)

10. ¿Tu ropa cumple funciones adicionales?

(guardar objetos, proteger del clima, etc.)? Sí / No / A veces

Bloque 3: Sentimientos y percepciones (5 preguntas)

11. ¿Qué sientes al salir de noche en la ciudad?

Tranquilidad / Miedo / Libertad / Ansiedad / Otro

12. ¿Has experimentado temor al acoso durante tus recorridos nocturnos?

Nunca / Rara vez / Algunas veces / Frecuentemente / Siempre

13. ¿La ropa que eliges para salir de noche la usas principalmente para…?

Verte atractiva / Sentirte cómoda / Protegerte / Otro

14. ¿Crees que el miedo a la calle influye en tu forma de vestir?

Sí / No / A veces

15. ¿Qué emociones te gustaría sentir más al desplazarse de noche?

Seguridad / Confianza / Libertad / Alegría / Otro

Bloque 4: Relación con la colección ALTALUNA (5 preguntas)

16. ¿Estarías dispuesta a probar propuestas de moda femenina diseñadas localmente?
Sí / No / Tal vez

17. ¿Qué valoras más en una colección de moda local?
Originalidad / Sostenibilidad / Precio accesible / Identidad cultural / Otro

18. ¿Comprarías ropa que combine estética y funcionalidad para la vida nocturna?
Sí / No / Depende del diseño

19. ¿Qué tan importante es para ti apoyar marcas locales frente a internacionales?
Muy importante / Importante / Poco importante / Nada importante

20. ¿Qué características te motivarían a elegir la colección ALTALUNA?
Diseño innovador / Seguridad / Comodidad / Identidad cultural / Otro

Opiniones de las usuarias según la encuesta:Los resultados de las encuestas dirigidas a un focus group de 100 chicas revelan patrones significativos sobre movilidad y el comportamiento nocturno en la ciudad. Los datos recopilados señalan que la mayoría de las encuestadas realizan desplazamientos nocturnos con frecuencia, destacando que un 42.4% lo hace “algunas veces” y un 33.3% “frecuentemente”. Respecto a los motivos de los desplazamientos, el predominante es el académico, varias encuestadas señalan que salen tarde de sus centros de estudios o sino, se hace de tarde en lo que se atrapan en el tráfico. En relación a lo anterior, las calles principales son el principal espacio en el que las mujeres se encuentran cuando oscurece en la ciudad, no en bares o espacios controlados, sino en el espacio libre y público por dónde transitan distancias medias, que van de 1 a 5 kilómetros en la mayoría de casos. Finalmente el transporte público también hace aparición siendo el medio de transporte urbano más utilizado por encima del transporte privado, creando situaciones desfavorables para las mujeres que buscan volver tranquilas y seguras a casa.

Los datos recopilados permiten revelar que la actividad nocturna de las usuarias está fuertemente orientada hacia la responsabilidad y sus deberes tanto académicas como laborales, ya que el estudio constituye la actividad principal para más de la mitad de la muestra (51.5%). Este hallazgo sugiere que el horario nocturno es una hora crítica para la formación académica, superando por un margen considerable a las actividades de ocio o reuniones sociales (24.2%), lo cual puede estar ligado a la necesidad de los estudiantes de cumplir con horarios extendidos o de aprovechar el silencio de la noche para sus labores . Además de esta carga académica, la vida social y la movilidad no desaparecen; es más, la gran mayoría de las personas se desplaza con frecuentemente por la ciudad en horario nocturno, con un (75.7%) indicando que lo hace entre "algunas veces" y "frecuentemente", como el indicador permite demostrar que la ciudad mantiene de forma regular una actividad nocturna, aunque no necesariamente vinculada a grandes aglomeraciones de ocio.

Respecto a la dinámica de movilidad, los desplazamientos nocturnos son caracterizados por ser predominantemente de corta y mediana distancia, siendo el rango de 1 a 5 km el más habitual para el 39.4% de las usuarias, seguido de cerca por desplazamientos de menos de 1 km (27.3%). Esto respalda la idea de una movilidad local o barrial, donde los destinos no se encuentran excesivamente alejados, de hecho se confirma al observar que los lugares más visitados son las calles principales (45.5%) y los barrios residenciales (18.2%), lugares que sirven como nodos de tránsito cotidiano más que como destinos exclusivos de entretenimiento masivo. De manera concluyente, la diversificación en los medios de transporte, donde el transporte público lidera con un 33.3%, seguido equitativamente por la caminata y el vehículo propio (24.2% cada uno), sugiere que la seguridad y la conveniencia son factores clave para determinar cómo moverse dentro de la Lima nocturna, obligando a las mujeres a alternar entre diferentes métodos según la distancia y la disponibilidad de rutas en ese horario para protegerse de sufrir cualquier tipo de incomodidad dentro del horario nocturno.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto presente es ALTALUNA desarrolla , una propuesta conceptual de colección femenina sostenible que surge a partir de la problemática relacionada con la experiencia de las mujeres al habitar y desplazarse por los espacios urbanos nocturnos de Lima Metropolitana. La inseguridad, el acoso callejero y la percepción de riesgo condicionan la manera en que muchas mujeres utilizan la ciudad al desplazarse, influyendo en sus estudios, trabajo, eventos sociales, recorridos, horarios e incluso en sus decisiones relacionadas con la vestimenta. Frente a esta realidad, el proyecto identifica la oportunidad de interceder, desde el diseño de moda, planteando una solución que integre funcionalidad, sostenibilidad y perspectiva de género.

La población beneficiaria está conformada por mujeres jóvenes de Lima Metropolitana que ejecutan actividades académicas, laborales, sociales o personales durante horarios nocturnos y que requieren prendas capaces de adaptarse a sus necesidades de movilidad, comodidad y expresión personal. Para comprender a la usuaria, se desarrolló una metodología basada en la investigación del contexto, análisis del perfil de usuario, mapa de empatía e identificación de necesidades, permitiendo construir una propuesta centrada en la experiencia real de la beneficiaria.

El proceso creativo de ALTALUNA se llevó a cabo mediante una ruta de conceptualización inspirada en la relación simbólica entre la luna y el mar, ilustrando la guía, transformación y los desafíos presentes en los recorridos urbanos femeninos. A partir de esta narrativa se exploraron materiales, técnicas textiles sostenibles como el patchwork y la reutilización textil, además del desarrollo de criterios funcionales aplicados a las prendas, estimando aspectos como movilidad, comodidad, adaptabilidad y practicidad.

En resultado del proyecto estimado, se desarrolló un prototipo compuesto por seis prendas que representan la propuesta final de ALTALUNA . Este prototipo permitió evidenciar la aplicación del concepto en soluciones concretas de diseño, llevando a presencia elementos funcionales y sostenibles que responden a las necesidades identificadas en la investigación. Además de la propuesta se muestra cómo una

problemática social puede ser traducida en determinaciones de diseño capaces de generar valor para la usuaria.

La validación del proyecto permitió evaluar la relación entre la problemática, la población beneficiaria y la solución planteada, identificando que la colección posee coherencia al integrar una propuesta estética con elementos funcionales y un propósito social. De esa manera , se constata que para una futura ejecución del proyecto es indispensable fortalecer la viabilidad económica mediante un modelo de trabajo cooperativo, donde compartir recursos como talleres, maquinaria y materiales con otros productores posibilita reducir costos de producción y optimizar recursos.

En síntesis, ALTALUNA evidencia que el diseño de moda puede trascender la elaboración y diseño de prendas y transformarse en una herramienta capaz de responder a necesidades contemporáneas. La propuesta promueve sostenibilidad, funcionalidad y perspectiva de género, empleando así una alternativa innovadora que busca acompañar a las mujeres en sus recorridos urbanos nocturnos desde una perspectiva más consciente, colaborativa y centrada en la usuaria.

III. Estimación de costos

Presupuesto

El emplear una tabla de presupuesto dentro del desarrollo del proyecto ALTALUNA es un resultado fundamental, ya que, permite ilustrar de manera organizada y realista los recursos económicos requeridos para transferir la propuesta, evidenciando su viabilidad desde una perspectiva productiva y de gestión. Al tratarse de una colección de moda sostenible, el presupuesto no solo contempla el costo asociado a la creación de las prendas, sino también todos aquellos recursos necesarios para dimensionar la investigación y el concepto creativo en un producto tangible, considerando materiales, procesos técnicos, producción, presentación y difusión.

Esta herramienta permitirá identificar y clasificar los diferentes tipos de inversión que intervienen en el desarrollo de la colección, facilitando la organización de recursos y la toma de decisiones estratégicas. Además, permite que se evalúen cómo las elecciones de diseño influyen de manera directa en la rentabilidad del proyecto, demostrando que la sostenibilidad puede aplicarse desde la gestión económica mediante acciones como la reutilización de textiles, el aprovechamiento de excedentes materiales, la reducción de desperdicios y la optimización de procesos productivos.

En lo relativo a la colección de moda ALTALUNA, el presupuesto se verá reflejado a una propuesta orientada a maximizar los recursos disponibles sin comprometer la calidad ni la intención conceptual de la colección. Consecuentemente se pondrán en práctica estrategias de rentabilidad como el uso de materiales recuperados para técnicas como el patchwork, el alquiler de maquinaria en lugar de una compra permanente, la optimización de recursos para fotografía y la utilización de medios digitales como principal canal de difusión. Estas determinaciones metodológicas permitirán la reducción de costos iniciales y mantener coherencia con los principios de sostenibilidad que fundamentan el proyecto.

De misma manera, la elaboración del presupuesto posibilitará la demostración de que la colección no solo posee un gran valor creativo y social, sino también una planificación que considera su viable desarrollo dentro de un contexto real de producción. Así mismo, la tabla de presupuesto resulta eficaz como una herramienta de evaluación que registrará la relación entre diseño, sostenibilidad y viabilidad económica, fortaleciendo la propuesta innovadora de ALTALUNA como una colección de moda funcional, responsable y centrada en las necesidades de las usuarias.

CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MATERIALES E INSUMOS	Denim, algodón, forros, hilos, cierres, botones y accesorios	1 lote	600.00	600.00
MATERIALES RECICLADOS	Excedentes textiles y prendas en desuso para la técnica de patchwork	1 lote	0.00	0.00
DESARROLLO DE PROTOTIPOS	Patronaje, pruebas de medidas y confección de muestras	6 prendas	100.00	600.00
PRODUCCIÓN TOTAL	Confección de las 6 prendas finales	6 prendas	140.00	840.00
HERRAMIENTAS DE DISEÑO	Uso temporal de máquina recta, remalladora u otras herramientas necesarias para confección	1 servicio	200.00	200.00
FOTOGRAFÍA	Sesión fotográfica, edición y producción visual de la colección	1 servicio	100.00	100.00
MARKETING DIGITAL	Creación de contenido para redes sociales, presentación de colección y difusión digital	1 servicio	80.00	80.00
TOTAL ESTIMADO				2,600.00

Tabla 1. Cuadro de presupuestos

Conforme con el presupuesto estimado, el costo de producción inicial de la colección ALTALUNA *asciende* aproximadamente a S/ 2,600.00, considerando los recursos necesarios para el desarrollo de seis prendas, incluyendo materiales, confección, alquiler de maquinaria, fotografía, marketing y transporte. Este monto representa una

producción desarrollada de manera independiente, donde cada proceso es asumido de forma individual.

Sin embargo, al implementar un modelo de negocio cooperativo empleado de manera estratégica, se estima una reducción aproximada del 40% del costo total de producción, debido a la optimización de recursos mediante la colaboración entre distintos actores involucrados en el proyecto. Este modelo permitiría generar alianzas estratégicas con proveedores de materiales sostenibles, talleres de confección, profesionales creativos y otros participantes que puedan aportar recursos, conocimientos o servicios, reduciendo costos operativos y fortaleciendo la eficiencia del proceso productivo.

La aplicación de este modelo permitiría que el costo de producción disminuya de S/ 2,600.00 a aproximadamente S/ 1,560.00, manteniendo la calidad y coherencia de la propuesta. Esta reducción se lograría principalmente mediante el acceso a materiales recuperados, negociación con proveedores, alquiler compartido de herramientas y colaboración en servicios como fotografía y difusión. De esta manera, ALTALUNA no solo plantea una propuesta innovadora desde el diseño, sino también un modelo de desarrollo más viable, sostenible y colaborativo.

Estimación de costos

La proyección de costos del proyecto ALTALUNA permite visualizar los recursos económicos necesarios para el desarrollo de la colección conceptual, considerando las diferentes etapas involucradas en su elaboración, desde la integración de herramientas y materiales hasta la producción, presentación y difusión de la propuesta. La resolución del presupuesto permitirá reorganizar los gastos de manera estructurada y evaluar la viabilidad del proyecto dentro de un contexto real de desarrollo en moda.

El presupuesto observa de manera inicial costos relacionados con materiales e insumos, desarrollo y confección de las seis prendas, alquiler de maquinaria, producción fotográfica, marketing digital y transporte. De ese modo, se consideran estrategias de optimización de recursos coherentes con el enfoque sostenible del proyecto, como el uso de materiales reciclados y excedentes textiles con costo reducido, también de la gestión eficiente de recursos para la prevención de inversiones innecesarias.

Bajo esta perspectiva, la tabla de presupuesto presenta una aproximación económica del desarrollo de ALTALUNA, viabilizando identificar la inversión requerida para transformar la propuesta conceptual en un prototipo tangible. Por lo tanto, se evidencia que las decisiones de diseño no solo responden a criterios estéticos y funcionales, también a una planificación económica que busca mantener el equilibrio entre sostenibilidad, calidad y viabilidad del proyecto en desarrollo.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

El desarrollo de ALTALUNA permite concluir que, aunque la propuesta posee un alto valor conceptual al integrar sostenibilidad, funcionalidad y perspectiva de género, su ejecución requiere considerar estrategias que permitan mejorar la viabilidad económica del proyecto. La producción de una colección implica una inversión significativa en materiales, herramientas y procesos de confección; sin embargo, estos recursos no necesariamente deben asumirse de manera individual, ya que una producción independiente puede elevar considerablemente los costos finales y limitar la posibilidad de desarrollar la propuesta a mayor escala.

En este sentido, una estrategia fundamental para fortalecer la viabilidad del proyecto es implementar un enfoque de trabajo cooperativo, donde los recursos puedan ser compartidos entre distintos productores o diseñadores. Compartir espacios de trabajo, maquinaria y materiales permite distribuir los costos de producción de manera más eficiente. Por ejemplo, una máquina de confección que representa un costo

aproximado de S/100 para un solo productor puede reducirse a S/50 si es compartida entre dos participantes, optimizando la inversión inicial y evitando gastos innecesarios.

Esta estrategia no solo representa una reducción económica, sino que también se relaciona con los principios sostenibles de ALTALUNA, ya que promueve un modelo de producción basado en colaboración, aprovechamiento de recursos existentes y reducción del desperdicio. El trabajo conjunto con otros productores permitiría acceder a herramientas, conocimientos y capacidades complementarias, fortaleciendo el proceso creativo sin comprometer la calidad de la propuesta.

4.2 Recomendaciones

Por consiguiente, es recomendado que en el desarrollo futuro de ALTALUNA se estimule la creación de alianzas cooperativas con talleres, diseñadores o emprendimientos relacionados con la moda sostenible, permitiendo reducir costos de producción y generar una alternativa más accesible y viable. De esta manera, la colección no solo mantiene su propósito conceptual y social, sino que plantea una estrategia de desarrollo más realista, donde la colaboración se convierte en una herramienta clave para transformar una propuesta innovadora en una posibilidad sostenible dentro del ámbito de la moda.

Para fortalecer el desarrollo y la viabilidad de la colección ALTALUNA, se recomienda continuar trabajando bajo un enfoque de modelo de negocio cooperativo, promoviendo alianzas estratégicas con proveedores de materiales sostenibles, talleres de confección, profesionales creativos y otros actores que se mantengan vinculados con la industria de la moda. Esta colaboración permitirá optimizar recursos, reducir costos de producción y perfeccionar la eficiencia del proceso, sosteniendo la calidad y coherencia conceptual de la propuesta.

De igual manera, se sugiere el fortalecimiento de la búsqueda de materiales recuperados y excedentes textiles mediante vínculos con proveedores o

emprendimientos que coincidan con principios de sostenibilidad, permitiendo profundizar la aplicación de técnicas como el patchwork y la reutilización textil. Esto favorecerá a reducir el impacto ambiental del proyecto y fortalecer el valor diferencial de la colección.

En vinculación con la producción, se sugiere adoptar una estrategia de desarrollo progresivo en conjunto con pequeñas cantidades o producción bajo pedido, excluyendo así la sobreproducción y permitiendo ajustar las prendas según la respuesta de las usuarias. De manera consecutiva, se recomienda realizar pruebas de uso y validación con la población beneficiaria para valorar aspectos funcionales como comodidad, movilidad, adaptabilidad y experiencia de uso.

En última instancia, se recomienda potenciar la comunicación de ALTALUNA mediante plataformas digitales, destacando no solo la estética de la colección, sino también la problemática que aborda, el proceso sostenible detrás de las prendas y el propósito social del proyecto. De este modo, la propuesta concretará generar una mayor conexión con las usuarias y posicionarse como una alternativa de moda que integra diseño, sostenibilidad y una visión colaborativa.

V. Referencias Bibliográficas

- Alejandra, G. A. G. (2024, junio 19). Al Deseo de Seguir Viviendo: Performance feminista, visualidad y reivindicación del cuerpo político de la mujer. Pontificia Universidad Católica del Perú. https://tesis.pucp.edu.pe/items/72db7a78-edc8-446c-83d0-b4db0bf0376c

- Aptt. (2026, enero 19). Del Mar Rojo al Río Rojo: Aguas residuales y su tratamiento antes de disposición final. APTT Perú. https://apttperu.com/del-mar-rojo-al-rio-rojo-aguas-residuales-y-su-tratamiento-antes-de-disposicion-final/
- Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán. (s. f.). *Quiénes somos / Institución*. Recuperado de https://www.flora.org.pe/

- Christina, D. M. R. (2020, noviembre 30). Ideología conservadora, sexismo ambivalente y creencias sobre el acoso sexual callejero en adultos de Lima Metropolitana. Pontificia Universidad Católica del Perú. https://tesis.pucp.edu.pe/items/dfd66555-72b4-4ae2-9046-a8099c668279

- Ciudades y comunidades sostenibles | Agenda 2030 en América Latina y el Caribe. (s. f.). Agenda 2030 LAC. https://agenda2030lac.org/es/ods/11-ciudades-y-comunidades-sostenibles

- Díaz, P. (2022, enero 22). Por qué las ciudades no piensan en «las mujeres y las personas no binarias», según Blanca Valdivia. El Español. https://www.elespanol.com/mujer/actualidad/20220122/blanca-valdivia-sociologa-urbana-ciudades-actuales-no-hechas-mujeres/644185956_0.html

- Eileen, S. C. (2024, agosto 2). Creencias de un grupo de mujeres adolescentes de una escuela pública de Lima Metropolitana sobre la violencia contra la mujer. Pontificia Universidad Católica del Perú: https://tesis.pucp.edu.pe/items/0a42030f-0450-44b8-9a2a-d51787c8a3c

- Hegoa, & ACSUR-Las Segovias. (2008). Género en la Educación para el Desarrollo: temas de debate Norte-Sur para la agenda política de las mujeres. Bilbao: Hegoa; Madrid: ACSUR-Las Segovias.

- Igualdad de género | Agenda 2030 en América Latina y el Caribe. (s. f.). Agenda 2030 LAC. https://agenda2030lac.org/es/ods/5-igualdad-de-genero

- Infobae. (2026, enero 30). Preocupación por el impacto ambiental de la ropa usada importada en el Desierto de Atacama. Infobae. https://www.infobae.com/sociedad/2026/01/30/preocupacion-por-el-impacto-ambiental-de-la-ropa-usada-importada-en-el-desierto-de-atacama/

- Katherine, B. M. H., & Antuamet, R. V. M. (2022, febrero 15). Estudio de la intención de compra del consumidor limeño de moda sostenible: mercado de ropa de segunda mano. Pontificia Universidad Católica del Perú.

- Producción y consumo responsables | Agenda 2030 en América Latina y el Caribe. (s. f.). Agenda 2030 LAC. https://agenda2030lac.org/es/ods/12-produccion-y-consumo-responsables

- Veintimilla, G. M. C., & Moran, D. W. R. (2025). Fast Fashion: Impacto Ambiental, Explotación Laboral, Contaminación Masiva y la Necesidad Urgente de Búsqueda de Alternativas Sostenibles a Nivel Global. Revista Científica de Salud y Desarrollo Humano, 6(1), 810–828. https://doi.org/10.61368/rs.d.h.v6i1.511

VI. Anexos

6.1 Anexo 1 - Encuestas

¿Qué actividades realizas normalmente de noche?

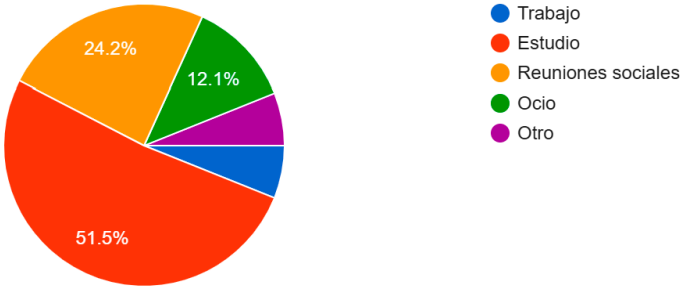

Figura 14. Encuesta Bloque 1

¿Qué distancia promedio recorres en tus desplazamientos nocturnos?

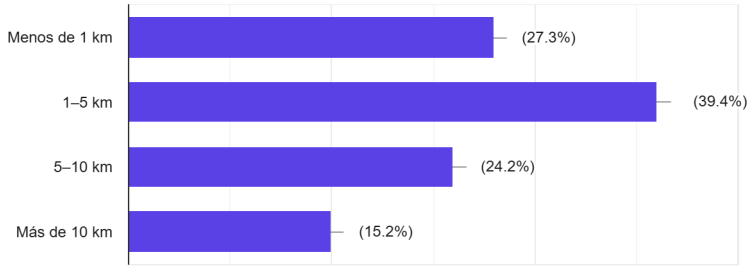

Figura 15. Encuesta Bloque 1.2

¿Con qué frecuencia te desplazas por la ciudad en horario nocturno?

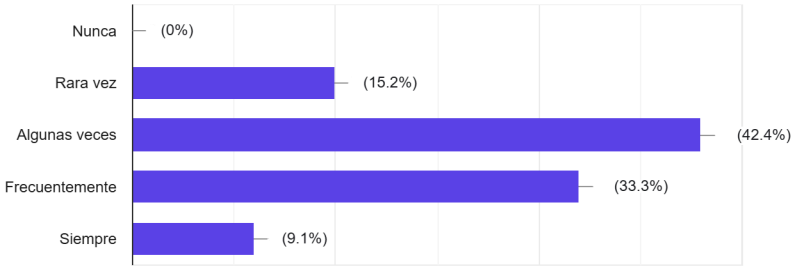

Figura 16. Encuesta Bloque 1.3

¿Qué lugares visitas con mayor frecuencia en la noche?

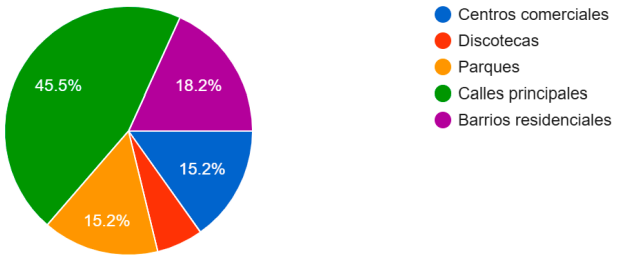

Figura 17. Encuesta Bloque 2

¿Qué medio de transporte utilizas más de noche?

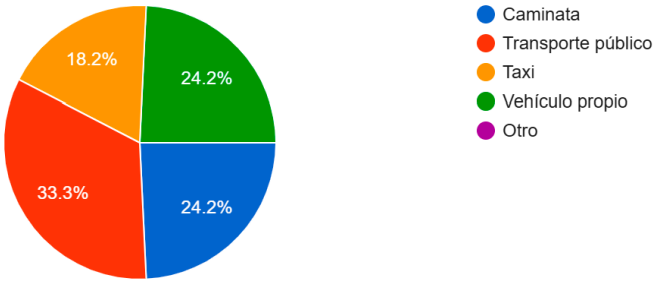

Figura 18. Encuesta Bloque 2.1