NOMBRE DEL TRABAJO

Diana Carolina Salas Rios - Alexandra Ta ng Juy.pdf

RECUENTO DE PALABRAS

33279 Words

RECUENTO DE CARACTERES

163963 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

178 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

24.5MB

FECHA DE ENTREGA

Jan 19, 2024 7:17 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jan 19, 2024 7:20 AM GMT-5

5% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base d

- 4% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Material citado

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADA TOULOUSE LAUTREC

WearWise

Proyecto de innovación para obtener el grado Bachiller en Dirección y Diseño Gráfico:

AUTORES:

ALEXANDRA TANG JUY

DIANA CAROLINA SALAS RIOS

Lima - Perú

2023

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

El proyecto de innovación Wear Wise se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Tecnología Ambiental Sostenible y la actividad económica de Comercio y busca resolver el incremento de desecho textil dentro de la industria del fast fashion en Lima Metropolitana. Teniendo como población beneficiaria a Mayte Anardo, nuestra seguidora de tendencias. Ella es una estudiante de Derecho, tiene 21 años y es practicante en un estudio de abogados. Le molesta comprar prendas que solo las termina utilizando una vez para ocasiones especiales como bodas, eventos, etc. y luego termina guardado por años dentro de su closet. Por ello, busca la manera de deshacerse de la ropa que no usa, y conseguir prendas de tendencia de buena calidad a un precio accesible que logre hacerla verse bien cuando sale a las calles.

Luego tenemos a Antonia Yagui, la ecofriendly. Ella es Arquitecta y tiene 29 años. Cuenta con un estilo de vida ajetreado pero sostenible. Por lo que no siempre tiene mucho tiempo para ir de compras. Le molesta tener que ir a ferias o estar al pendiente de las redes sociales para comprar ropa y necesita que dentro del slow fashion se implementen más canales digitales.

Así mismo tenemos a Carolina Braes, emprendedora de local fashion. Cuenta con su propia tienda física de ropa sostenible, tiene 29 años. Le importa mucho la moda consciente y crear colecciones de ropa con trabajadores locales. Cuenta con un nicho muy pequeño, por lo que necesita expandir su negocio y busca adaptarse para llegar a las generaciones jóvenes sin tener que recurrir al fast fashion.

Finalmente, tenemos a Diego Donoso, emprendedor second hand fashion. El cuenta con una tienda de ropa urbana de segunda mano, tiene 34 años y es su propio jefe, por lo que le gusta mantener un equilibrio entre su trabajo y su vida personal. Le fastidia que la moda se haya vuelto algo comercial donde las personas no encuentran opciones que se adapten a más de un solo estilo. Y siente que necesita apoyo para seguir vendiendo más ropa sin necesidad de afectar otras áreas de sus vidas.

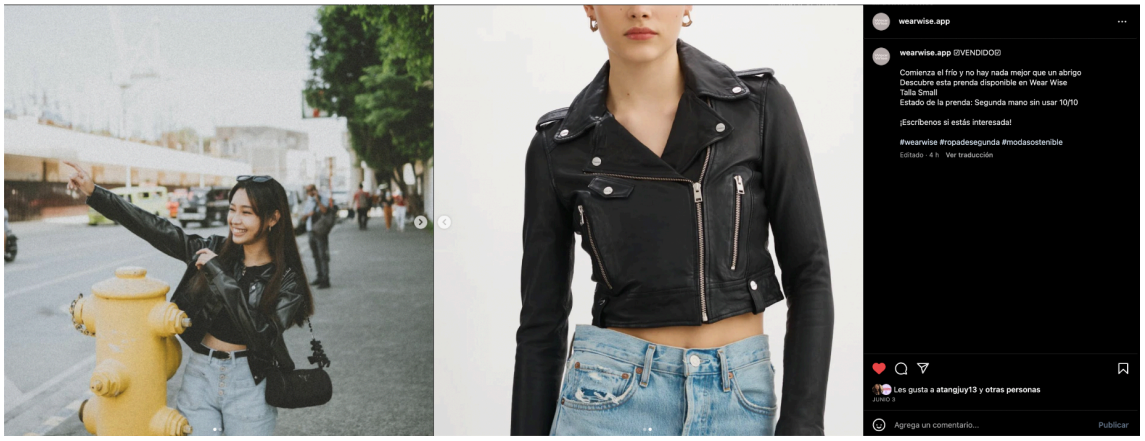
Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear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

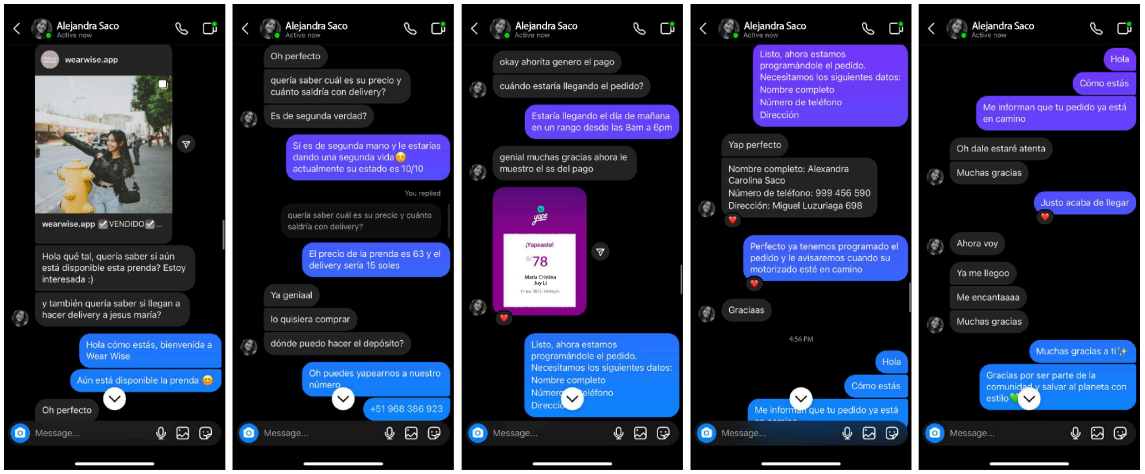
La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en mejorar la accesibilidad hacia la moda y consumo sostenible, principalmente debido a la asequibilidad, la disponibilidad, el rango de tamaño limitado y la representación, así como la brecha de educación y conciencia, dificulta su adopción generalizada dentro del rubro. Abordar estas barreras de accesibilidad es crucial para lograr impactos ambientales significativos dentro de la industria de la moda, permitiendo que más personas participen en prácticas de moda sostenibles y éticas; para reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización

Sistema que promueve la sostenibilidad a través de la compra, venta y renta de ropa sin esfuerzo; potenciando las opciones de moda y consumo sostenible, reduciendo el desperdicio textil.
Creado con el objetivo de facilitar la toma de decisiones conscientes y crear un sentido de comunidad, para contribuir significativamente a la accesibilidad y popularidad de la moda sostenida, lo que permite a las personas comenzar a tomar hábitos más responsables con el medio ambiente, a través de una experiencia de usuario fácil y accesible.

Para la experimentación se diseñaron 2 prototipos para poder conocer si este proyecto es factible, donde se realizaron testeos a través de dos canales:

1. Cuenta de Instagram: Se creó una cuenta en la red social Instagram, simulando el modelo de negocio del aplicativo donde los usuarios podían comprar, vender o rentar prendas a través de ella. Primero se consiguieron a 3 personas que buscaban vender prendas dentro de su closet que ya no utilizaban, 1 persona que contaba con una prenda que buscaba alquilar una de sus prendas, y finalmente 1 empresa de moda sostenible para que formaran parte del modelo de negocio. Como segundo paso se hizo la creación de la cuenta de Wear Wise y se realizó el diseño de cada post donde nos centramos en mostrar el producto en distintos ángulos. Dentro del caption se colocó la descripción del producto, junto con su talla, y estado de la prenda.
   Los usuarios interesados nos escribieron a través de los DMs para brindarle la información sobre el producto y se coordinó con cada uno de los usuarios el pago, los datos, y la entrega con el motorizado para realizar la entrega de los pedidos. Una vez realizado el pedido confirmamos con cada usuario para asegurarnos de haber obtenido sus prendas.





2. Prototipado de Aplicativo móvil: Se realizó un testeo del prototipo del aplicativo, para poder evaluar el flujo de este y si es fácil y accesible para los usuarios. Para esto conseguimos siete personas a quienes les pedimos navegar a través del aplicativo y una vez culminado dejar su feedback a través de google form para evaluar las cosas que le gustaron, no le gustaron, o que mejorarían.

B	C	D	E
Edad	Cómo te ves utilizando el aplicativo	Cuentas con un emprendimiento de la moda sostenible	Cuéntanos que es lo que te gustó, no te gustó, o qué mejoraría dentro del aplicativo
25	Ambos	No	Me encanta la propuesta, personalmente siento que lo utilizaría un montón porque tengo mucha ropa que no utilizo y también me gusta el slow fashion pero casi nunca encuentro entonces me gusta mucho. Me gustó que contará con íconos para saber si estaba a la renta o era nuevo o de segunda porque no tenía que entrar a ver por cada producto, y siento que el diseño se ve súper limpio entonces no es tan abrumador. Me gusta mucho :)
27	Vendedor	Sí	Bueno como emprendedora del slow fashion me encanta la propuesta, siento que es mucho más difícil en el perú y esto puede ser un canal que nos ayude en el rubro. Lo sentí bastante intuitivo, y me gusta la idea de que pueda tener publicidad en el homepage. Lo que sí tal vez le agregaría en los métodos de pago Yape y Plin porque son los métodos de pagos que más utilizan, no siento mucho que apple pay desde mi experiencia que he tenido con mis clientes, pero de verdad que está muy interesante.
24	Consumidor	No	Amee, siento que en Perú no hay nada como esto y me gusta la idea, me encanta la moda y nunca había pensado en moda sostenible como una opción para ser honesta o incluso en ropa de segunda pero si es así de accesible sí lo vería como una buena opción. Me gusta que también tengan un montón de filtros como alguien petitte siento que es más difícil pero con esto acelera el proceso.
27	Ambos	No	Me encanta que se pueda rentar, creo que especialmente en la época de fiestas o bodas a veces es un despilfarro de plata tener que pagar 600 u 800 soles por un vestido que vamos a utilizar una vez y tener la opción de rentarlo o alquilarlo está muy muy bueno. En general me gusta el diseño y que sea minimalista.
23	Consumidor	No	Como alguien que compra ropa de segunda mano está idea me gusta siento que es una opción muy asequible para la comunidad porque se ahorra mucho tiempo entre encontrar una feria, coordinar, ver si te queda la prenda, etc etc, siento que esta opción es mucho más viable y promueve en general un consumo más consciente que definitivamente no se pone en práctica actualmente pero también siento que es por la falta de canales que hay y este definitivamente sería uno que ayudaría, muy buen trabajo chicas
24	Consumidor	No	Me gusta, creo que la experiencia es muy placentera, creo que la idea es innovadora pero el proceso no es complicado entonces es fácil de adaptarse.
25	Ambos	No	Me encanta la idea de poder rentar desde un app porque yo soy fan de ese estilo de compra pero casi todos los lugares tienen que ser fijo pero creoo que yo le agregaría especialmente para el de renta agregar calificaciónes y comentarios para que las otras personas que estén pensando comprar tengan como un feedback, siento que igual funciona sin pero ayuda un montón para decidir si opto por un app o ir y buscar algún lugar físico, pero de ahí creo que está muy muy genial

Se concluye que la solución propuesta resuelve la necesidad de la falta de accesibilidad a la moda y consumo sostenible, evitando el incremento de desechos textiles dentro de la industria del fast fashion en Lima Metropolitana.
Podemos concluir que sí es una solución viable e innovadora dentro del mercado. Al fusionar diversos servicios que actualmente en el rubro se ofrecen por separado y adaptarlos a un canal digital, podemos llegar a un nivel de innovación mayor para promover la moda y consumo sostenible. Ya que durante del modelo de negocio pudimos notar una respuesta positiva de parte de los clientes que participaron dentro del modelo de negocio, y una mayor exposición de potenciales clientes para las tiendas terceristas de la moda sostenible

Como pasos a futuro, es importante considerar los canales de pagos directos con yape o plin, debido a la facilidad que estos generan para los usuarios al momento de realizar los pagos. Otro punto que se recomienda realizar una vez escalado el negocio es generar una sección de calificaciones y comentarios dentro del aplicativo, para poder generar una comunidad con mayor confianza y mejorar la experiencia del usuario especialmente al momento de adquirir una prenda a la renta.

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADA TOULOUSE LAUTREC

TÍTULO DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN:

Wear Wise

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño Gráfico

AUTORES:

ALEXANDRA TANG JUY

DIANA CAROLINA SALAS RIOS

2023

Wear Wise

MODA Y CONSUMO SOSTENIBLE

ALEXANDRA TANG JUY
dirección y diseño gráfico

DIANA CAROLINA SALAS RIOS
dirección y diseño gráfico



01
Etapa de investigación

INNOVATION CHALLENGE

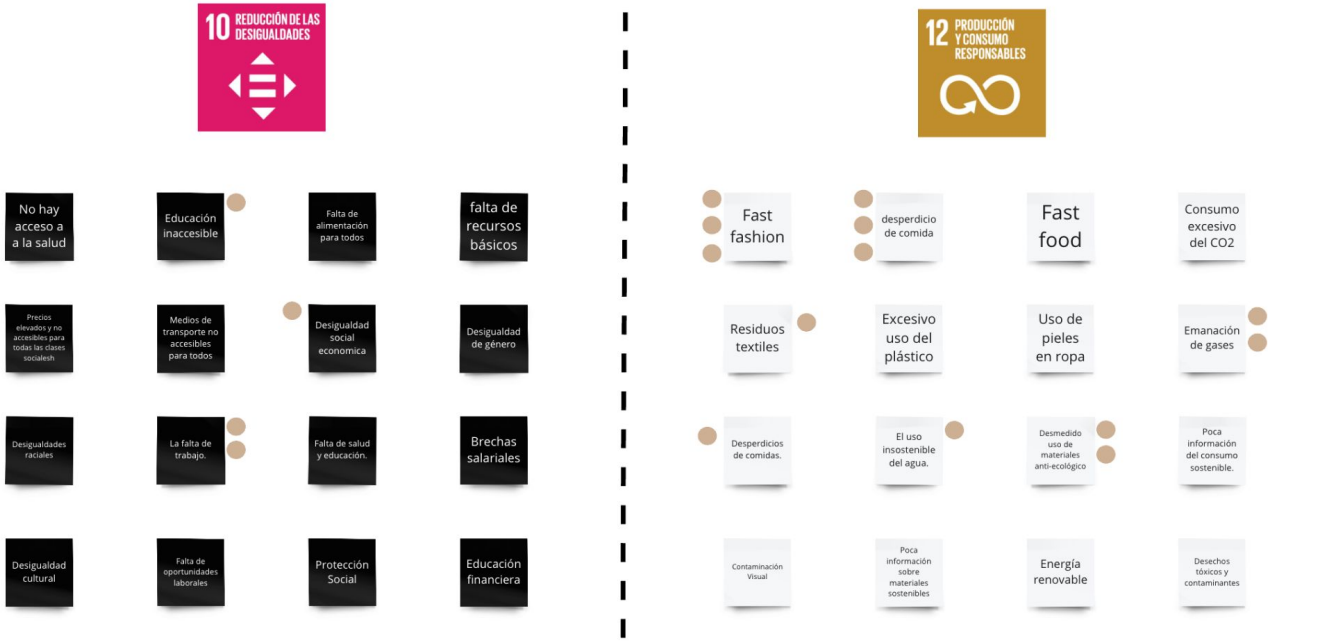


Selección de ODS

ETAPA DE INVESTIGACIÓN

Selección de la ODS

Durante la primera semana dentro del Innovation Challenge nos centramos en realizar la investigación de las ODS 10 y 12 para evaluar cuál sería la problemática a abarcar. Más investigación realizada por el equipo en el siguiente enlace: https://docs.google.com/document/d/1q_uf73DN-Uxddm624qIkieiOgYHqOkrtLDtysaQDkb0/edit





Tema del proyecto

ETAPA DE INVESTIGACIÓN

Selección del tema del proyecto

Se realizó un filtro para evaluar a profundidad cuál sería el tema ideal a abarcar de acuerdo a los gustos, habilidades y conocimientos del equipo. Durante este paso optamos por centrarnos en la Moda Rápida y la contaminación textil que este genera

1. METAS ASOCIADOS A LOS ODS	2. LO QUE NOS APASIONA	2. NUESTRAS HABILIDADES
Fast fashion Reducción de la contaminación textil por medio del slow fashion o second hand fashion	• Second Hand Fashion • Moda y sostenibilidad • Ferias de pulgas y ropa de segunda mano • Prendas y textiles ecológico • Shopping digital	• Diseño de interfaces para apps • Herramientas audiovisuales (fotografía) • UX/UI design • Estrategias de marketing y estudio del mercado
Materiales anti-ecológico Buscar un consumo inteligente de materiales ecológicos, generando en la sociedad una nueva conciencia ambiental	• Implementar biomateriales y nueva tecnología • Tiendas de materiales ecológicos a bajo precio • Comunidad más consciente sobre el consumo y uso de productos	• Conocimientos de edición para video tutoriales • Branding • Estrategias de publicidad • UX/UI design
La falta de trabajo Reducción de la contaminación textil por medio del slow fashion o second hand fashion	• Second Hand Fashion • Moda y sostenibilidad • Ferias de pulgas y ropa de segunda mano • Prendas y textiles ecológico • Shopping digital	• Diseño de interfaces para apps • Herramientas audiovisuales (fotografía) • UX/UI design • Estrategias de marketing y estudio del mercado

1. METAS ASOCIADOS A LOS ODS	2. LO QUE NOS APASIONA	2. NUESTRAS HABILIDADES
Desperdicio de comida Prevenir el consumo masivo de comida que termina siendo desperdiciando y promover la producción de comida sostenible y eco amigable	• Membresías de comidas • Aplicativos de delivery • Planes de nutrición • Producción de comida sostenible • Recetas sostenibles	• Identidad visual de marca • UX/UI design • Investigación y recolección de data • Estrategias de marketing y estudio del mercado
Emanación de gases Promover medios de transportes eco friendly que nos permite reducir la emanación de gases y reducir el consumo de gasolina	• Scooter y bicicletas • Campañas de concientización • Productos eco amigables • Medios de transportes más accesibles • Estilo de vida sano y consciente	• Diseño de apps y web • UX/UI design • Estrategias de publicidad • Conocimientos audiovisuales • Marketing y estudio de mercado

Fast Fashion

PROBLEMÁTICA SELECCIONADA

13

La contaminación textil es responsable del 20% de la contaminación mundial de agua potable. El lavado de ropa sintética representa el 35% de los microplásticos que son liberados en el medio ambiente. La cantidad de ropa comprada aumenta, ya que se da a las prendas poca vida de uso, esto generando vertederos que contaminan el ambiente. Y anualmente, cada vez hay más personas que optan por el fast fashion y botan gran cantidad de prendas que terminan dentro de los desechos por lo que vemos que hay una oportunidad de negocio con prendas de segunda mando, sin embargo hace falta un canal que permite que se desarrolle de manera segura.



Mapa del Problema

ETAPA DE INVESTIGACIÓN

Mapa del problema

Dentro del mapa de problemas evaluamos todo lo que actualmente se había implementado dentro de la problemática y cuáles eran los factores que no estaban funcionando. Esto nos ayudó a ver cuáles eran los retos y los puntos débiles dentro de la industria del fast fashion.

TODO LO QUE FUNCIONA

- Upcycling: transformar y mejorar las prendas de vestir.
- Alquilar o pedir prestada evitando la compra de prendas de baja calidad y de un solo uso
- Donar o hacer trueques de ropa que ya no se utiliza
- Producción en masa que se desecha por su calidad
- Las prendas de segunda mano son una opción que nos ayuda a evitar más consumo masivo
- Textiles o materiales reutilizados o sostenibles
- Aprovechar al máximo todos los residuos y darles segunda vida
- Apoyar a empresas locales que promueven el slow fashion

TODO LO QUE NO FUNCIONA

- Producción en masa que se desecha por su calidad
- Falta de accesibilidad a ropa y consumo sostenible
- Poca cultura e información sobre el reciclaje en la sociedad
- Mayor demanda: se estima que la gente compra un 60 por ciento más de ropa y la usa la mitad de tiempo.
- Prendas obsoletas y, por lo tanto, se destruyen en lugar de venderse.
- Beneficios económicos del fast fashion impulsado por las franquicias
- Recursos tóxicos que se utilizan en la industria textil
- Los residuos que se generan a través de la prenda

Priorización

Una vez seleccionado el tema del proyecto realizamos el mapa de problemas para evaluar todos los retos, problemas y soluciones; para luego realizar una matriz de priorización.

MENOS URGENTE A RESOLVER

MÁS URGENTE A RESOLVER

Recursos tóxicos que se utilizan en la industria textil	Beneficios económicos del fast fashion impulsado por las franquicias	Poca cultura e información sobre el reciclaje en la sociedad	Producción en masa que se desecha por su calidad	Los residuos que se generan a través de la prenda	Prendas obsoletas y, por lo tanto, se destruyen en lugar de venderse.	Mayor demanda: se estima que la gente compra un 60 por ciento más de ropa y la usa la mitad de tiempo.	Falta de accesibilidad a ropa y consumo sostenible



Contexto DPESTA

ETAPA DE INVESTIGACIÓN

Contexto DPESTA

Realizamos un análisis e investigación sobre el tema para poder analizar los factores del contexto y cómo afectan a un problema, nos ayuda a conocer la posición de un negocio en el mercado e identificar oportunidades, amenazas, y la dirección del cambio. Más información a profundidad en el siguiente enlace:
https://docs.google.com/document/d/1U_TF4c1P5u3k8uZv2c6UupeJI00XPbtKnwvUSC1_XIw/edit?usp=sharing

	INVESTIGACIÓN DEL CONTEXTO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
DEMOGRÁFICO	• Público objetivo al que nos enfrentamos: Hombre y mujeres entre 18 a 30 años • Predomina el género femenino • Localidad: Lima metropolitana	Son personas que al ser jóvenes son muy adaptables al cambio y cada vez hay consumidores mucho más informados y con intereses por el cuidado del medio ambiente Así mismo, muchas de estas personas también cuentan con prendas de segunda mano y no saben qué hacer con ellas.	Existe actualmente en la sociedad cierto estigma hacia el uso de prendas o accesorios de segunda mano y falta de canales que promuevan la concientización ambiental dentro del dia a dia.
POLÍTICO	Actualmente en las municipalidades y en los distritos de lima se promueven muy poco la moda lenta y el consumo sostenible. Dificultan el procedimiento de la creación de una marca como emprendedor. Dentro de la politica no está considerado como una problemática actual.	Dentro del mercado se ve de que a pesar del poco apoyo y el estigma que se le da a la ropa de segunda mano hay un público que sí cuenta con un interés por este rubro y estilo de consumo.	Actualmente, no se cuenta con el apoyo de las autoridades en cuanto a la concientización sobre la problemática y se promueven las franquicias de fast fashion dentro de la economía peruana como: H&M, Forever 21, Zara, Shein, etc. haciendo que estas se han más accesibles para el público peruano
ECONÓMICO	Nuestro Target Audience cuenta con un rango de nivel socioeconómico entre el B+ hasta el C. Y muchas veces optan por el fast fashion ya que es más económico y accesible dentro de Perú.	Es favorable para estos grupos socioeconómicos el ten posibilidad de acceder a prendas de buena calidad, en buen estado y resaltar que es mucho más económico que inclusive comprar prendas dentro de franquicias del Fast fashion.	El rubro de la moda cuenta con un gran nivel industrial tanto mundialmente como en el Perú, por lo que hay un alto grado de competitividad cuando se habla acerca de los precios y la parte de accesibilidad en cuanto a tallas y canales
SOCIOCULTURAL	Hay muchos prejuicios sobre el uso de las prendas de segunda mano debido a la preocupación sanitaria, falta de investigación, etc.	A través de las redes sociales o apps nos permite llegar al target audience y generar contenido informativo que elimine prejuicios y se muestre el proceso sostenible y los cuidados que se suelen tomar dentro de las prendas de segunda mano.	La industria sigue creciendo y generando una mayor demanda cada mes, generando enormes cantidades de residuos textiles a su paso. La cantidad de textiles que se producen a nivel mundial por persona se ha más que duplicado de 5,9 kg a 13 kg durante el período 1975-2018.
TECNOLÓGICO	Público objetivo: La mayoría son nómadas digitales que consumen fast fashion suelen estar presentes dentro de las redes sociales. Así mismo en cuanto a la tecnología utilizada para el fast fashion se sigue desarrollando para lo peor aumentando sus fábricas y producciones, promoviendo de la mano la explotación laboral; en vez de invertir en tecnologías que promuevan recursos ecológicos y un ciclo de vida de las prendas sostenibles.	La tecnología dentro de la industria a pesar de que hay mayor apoyo por las autoridades y marcas para invertir en el fast fashion, hay empresas pequeñas y emprendimientos que promueven tecnologías ecológicas y la reutilización de prendas.	La industria produce aproximadamente 92 millones de toneladas de desechos textiles al año, muchos de los cuales se queman o terminan en vertederos, mientras que menos del 1 % de la ropa usada se recicla en prendas nuevas. Parte de este desperdicio consiste en artículos que ni siquiera llegaron al consumidor: líneas de ropa que se han vuelto obsoletas y, por lo tanto, se destruyen en lugar de venderse.
AMBIENTAL	Se calcula que la industria de la moda es responsable del 10 % de las emisiones mundiales de carbono, más que los vuelos internacionales y el transporte marítimo combinados. Así mismo, es responsable por la contaminación del agua por lo que cuenta con un gran impacto dentro del medio ambiente	Hay muchas personas que les importa el medio ambiente pero no están informadas de la severidad del problema pero con la publicidad y comunicación adecuada sí se generaría una mayor concientización sobre las problemáticas que genera el fast fashion.	La industria sigue creciendo y generando una mayor demanda cada mes, generando enormes cantidades de residuos textiles a su paso. La cantidad de textiles que se producen a nivel mundial por persona se ha más que duplicado de 5,9 kg a 13 kg durante el período 1975-2018.

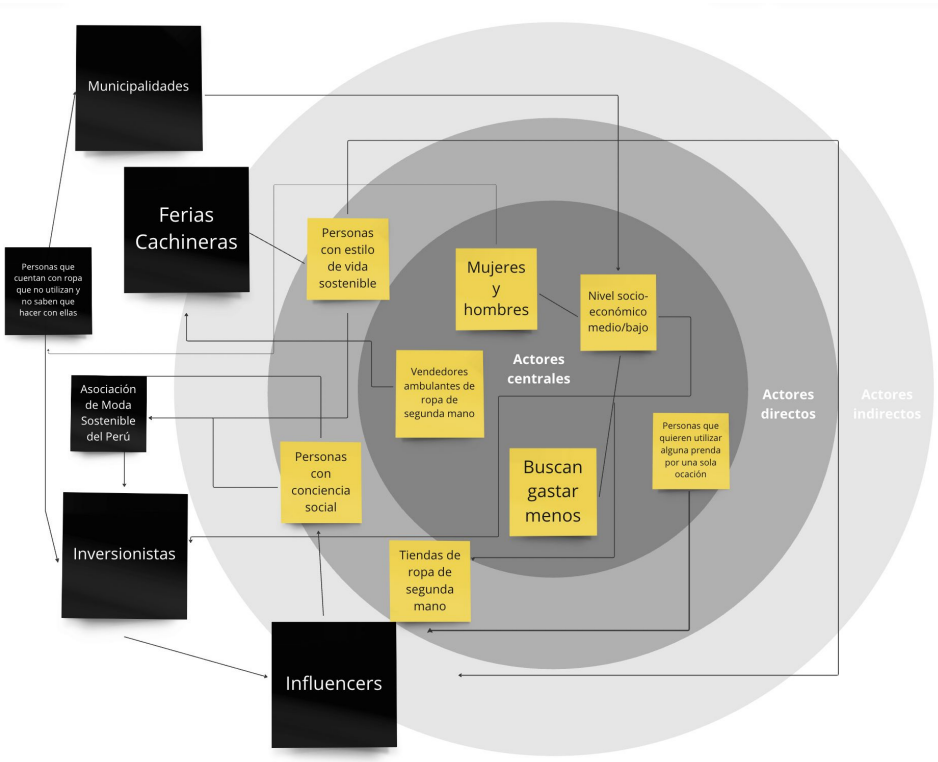


Mapa de Actores

ETAPA DE INVESTIGACIÓN

Mapa de actores

Realizamos un mapa para entender todos los actores que nos encontramos en relación el tema y problema planteado, para poder observar qué relación tienen con respecto al tema (central, directos o indirectos).





Plan de Investigación

ETAPA DE INVESTIGACIÓN

Plan de investigación
centrado en personas

QUÉ QUIERO APRENDER	MÉTODO	CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA	RECURSOS
Muestra 1: ¿Cuál es el comportamiento del consumidor al momento de comprar prendas? Muestra 2: ¿Son conscientes sobre el proceso que se realiza en la industria y los daños que conlleva el fast fashion? Muestra 3: ¿Quién tan rentable es la industria dentro del mercado y cuáles son los canales de venta que utilizan?	80 encuestas dentro de las 3 muestras	Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años Muestra 2: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de fast fashion Muestra 3: Emprendedores que venden ropa de segunda mano o venden dentro del rubro slow fashion	Realizado en Google Forms
Muestra 1: ¿Qué tan importante para ellos es la problemática del fast fashion? ¿Lo conocen y estarían dispuestos a cambiar su comportamiento de compra? Muestra 2: ¿Qué hace que los lleven a optar por el slow fashion? ¿Conocen de sus beneficios y cuáles son los canales donde pueden conseguirlo? Muestra 3: ¿Están informados sobre la problemática y es rentable para ellos adaptarse al slow fashion o prefieren mantenerse en el rubro del fast fashion?	13 encuestas dentro de las 3 muestras	Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 que sea consumidor del fast fashion Muestra 2: Gente joven entre 18 - 30 que sea consumidor del slow fashion Muestra 3: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de fast fashion	Entrevistas a través de Zoom y Google Meets
Cuál es el tráfico y demanda de las empresas fast fashion actualmente durante ofertas y promociones Cuál es el comportamiento de los consumidores al momento de realizar las compras de ropa Qué estrategias utilizando actualmente las marcas de la moda rápida para atraer a nuevos consumidores	4 observaciones	Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 que sea consumidor del fast fashion Muestra 2: Gente joven entre 18 - 30 que sea consumidor del slow fashion *Sitios webs de Empresas fast fashion (durante el cyber week)	Similar web: herramienta de análisis web que se especializa en tráfico y rendimiento web. Análisis de data manual e investigación de mercado

Plan de investigación
centrado en personas

QUÉ QUIERO APRENDER	MÉTODO	CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA	RECURSOS
Saber cuáles son las prendas que actualmente están buscando los consumidores y por qué y cómo las compran de acuerdo a las ocasiones Conocer sus formas de pensar y los criterios que utilizan al momento de comprar una prenda Analizar su proceso de compra y las motivaciones que influyen dentro de este Hallar el canal que mejor consideran para realizar sus compras	TALLERES GENERATIVO 1	Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años	Miro y meet
Cuál es el criterio que tienen al momento de venderle a sus clientes Qué características dentro de sus prendas consideran antes de ponerlas a la venta Identificar el proceso de compra y la experiencia de usuario que ofrecen a sus clientes	TALLERES GENERATIVO 2	Muestra 2: Gente joven entre 18 - 30 que sea consumidor del slow fashion Muestra 3: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de fast fashion	Miro y meet



Guiones

ENTREVISTAS Y ENCUESTAS

Guión de Encuestas

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

INTRODUCCIÓN

Hola somos estudiantes de Toulouse y estamos realizando una investigación sobre el consumo de ropa.

Esto nos ayudará a entender mejor a los usuarios y los comportamientos de compra dentro del mercado. La encuesta tomará menos de cinco minutos y tus respuestas se mantendrán totalmente anónimas.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es el comportamiento del consumidor al momento de comprar prendas?

RESULTADOS ESPERADOS

Objetivos: Conocer sobre los comportamientos de compra de los usuarios y descubrir qué tan informado está sobre la problemática actual y si estaría dispuesto a cambiar su forma de consumo actual

GUIÓN DE ENCUESTA

Banco de preguntas:

- ¿Con qué frecuencia compras ropa
- Prefieres comprar online o en tienda física
- ¿Cuál es tu presupuesto al momento de ir a comprar ropa?
- ¿Cuántas prendas sueles comprar?
- Al momento de comprar que es importante considerar para realizar la compra: precio, diseño, estado de la prenda, canal de compra, tiempo de delivery, y protocolo de higiene
- Usualmente cuáles son las marcas donde sueles comprar ropa
- Puedes identificar qué marcas son fast fashion dentro del mercado; Shein, Zara, mango, H&m, forever 21, Platanitos
- ¿Te sentirías cómodo/a utilizando prendas de segunda mano?
- ¿Alguna vez has comprado una ropa de segunda?
- ¿Si la respuesta fue sí cómo obtuviste esa prenda? (Opción múltiple) Ferias (Feria cachinera, ferias de las pulgas, tacora), Swaping (intercambio de ropa con alguien), Obsequio de alguien, Redes sociales (ropas de segunda)
- ¿Qué cosas sí y qué cosas no te importa que sean de segunda mano (prendas, zapatos, accesorios, etc)?

CIERRE

- ¿Conoces las diferencias entre fast fashion y slow fashion?
- ¿ Sabías que el fast fashion es el principal responsable por estas problemáticas ?: La industria produce aproximadamente 92 millones de toneladas de desechos textiles al año 2. El fast fashion es responsable de alrededor del 20% de la contaminación industrial del agua A cada segundo se quema una cantidad de textiles equivalente a un camión de basura
- Ahora que conoces sobre las problemáticas ¿Seguirías apostando por el fast fashion o tomarías el slow fashion como una opción más viable?

Guión de Encuestas

Muestra 2: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de fast fashion

INTRODUCCIÓN

Hola somos estudiantes de Toulouse y estamos realizando una investigación sobre el consumo de ropa actual, con el objetivo de recolectar data sobre los procesos, recursos, y consumos que conlleva el rubro.
La encuesta tomará menos de cinco minutos y tus respuestas se mantendrán totalmente anónimas.
¡Gracias por tu colaboración!

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Son conscientes sobre el proceso que se realiza en la industria y los daños que conlleva el fast fashion?

RESULTADOS ESPERADOS

Objetivos: Conocer sobre el proceso de venta que realizan, quiénes suelen ser sus consumidores y si están al tanto sobre las problemáticas que conlleva la industria

GUIÓN DE ENCUESTA

Banco de preguntas:

- Cuál es tu tipo de venta: Al por mayor Al por menor
- En qué rubro se encuentra tu empresa o emprendimiento: zapatos, ropa urbana, ropa deportiva, ropa de gala, accesorios
- ¿A través de qué medio suelen vender sus prendas? -Tienda física -Tienda Online
- Al mes qué cantidad de prendas suelen vender
- ¿En qué rango se encuentra tu precio de venta? - Competitivo dentro del mercado (rebajas, ofertas, precios bajos) - Precio regular o estándar - Precio alto dentro de la competencia
- ¿Quienes suelen ser tus consumidores? - Personas entre 18 a 20 años - Personas entre 21 a 25 años - Personas entre 26 a 30 años - Personas mayores de 30
- ¿Conoces cuál es el proceso de la extracción de recursos para generar los textiles que utilizan?
- ¿Qué suelen hacer con la merma de la mercadería? - La reutilizan como recurso - La regalan o donan - La venden - La desechan
- Cuándo quedan prendas fuera de temporada qué suelen hacer: - Realizar rebajas u ofertas - Donar las prendas - Botar las prendas - Guardarlas para campañas a futuro

CIERRE

- Sabías que el fast fashion es el principal responsable por estas problemáticas : La industria produce aproximadamente 92 millones de toneladas de desechos textiles al año 2. El fast fashion es responsable de alrededor del 20% de la contaminación industrial del agua global segundo se quema una cantidad de textiles equivalente a un camión de basura
- Ahora que conoces sobre esta información ¿Optarías por el Slow Fashion cómo una nueva opción para tu emprendimiento? ¿Sí, no, y por qué?

Guión de Encuestas

Muestra 3: Emprendedores que venden ropa de segunda mano o venden dentro del rubro slow fashion

INTRODUCCIÓN

Hola somos estudiantes de Toulouse y estamos realizando una investigación sobre el consumo de ropa actual, con el objetivo de recolectar data sobre los procesos, recursos, y consumos que conlleva el rubro.
La encuesta tomará menos de cinco minutos y tus respuestas se mantendrán totalmente anónimas.
¡Gracias por tu colaboración!

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué tan rentable es la industria dentro del mercado y cuáles son los canales de venta que utilizan?

RESULTADOS ESPERADOS

Conocer su proceso de venta, los ingresos y la influencia con la que cuenta dentro del rubro. Encontrar sus motivaciones y criterios al momento de poner una prenda a la venta.

GUIÓN DE ENCUESTA

Banco de preguntas:

- En qué rubro se encuentra tu empresa o emprendimiento: zapatos, ropa urbana, ropa deportiva, ropa de gala, accesorios
- ¿Desde hace cuánto estás en el rubro de Slow Fashion? - Menos de un mes - 1 a 3 meses - 3 a 6 meses - 6 meses a 1 año - 1 a 3 años - Más de 3 años
- ¿A través de qué medio suelen vender sus prendas? - Ferias (Feria cachinera, ferias de las pulgas, tacora) - Tienda física - Redes sociales (ropas de segunda)
- ¿Cómo consigues las prendas de segunda? - Compras al por mayor o a otros vendedores o usuarios - Donaciones - Canjes o trueques - Yo fabrico las propias prendas
- ¿Qué nivel socioeconómico consideras que cuentan actualmente tu público objetivo en base a las prendas que te compran? - Nivel Socioeconómico Alto - Nivel Socioeconómico Medio - Nivel Socioeconómico Bajo
- Al mes qué cantidad de prendas suelen vender
- ¿Quienes suelen ser tus consumidores? - Personas entre 18 a 20 años - Personas entre 21 a 25 años - Personas entre 26 a 30 años - Personas mayores de 30
- Cómo llegan a conocer tu negocio - A través de las ferias o eventos - A través de las redes sociales - Por conocidos - Por recomendaciones
- Al momento de elegir una prenda para re-venderla qué es lo más importante a considerar : precio, diseño, estado de la prenda, canal de compra, tiempo de delivery, y protocolo de higiene
- ¿Por qué consideras que tu empresa es Slow Fashion?

CIERRE

- ¿Por qué optaste por entrar el rubro del slow fashion en vez del fast fashion?
- ¿Consideras que es rentable trabajar dentro de la industria del slow fashion?¿Por qué?

Con esto culminamos las preguntas muchas gracias por tu participación dentro del proyecto

Guión de Entrevistas

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

INTRODUCCIÓN

Hola, un gusto estar contigo hoy, nosotras somos alumnas del Toulouse Lautrec y estamos realizando una investigación para conocer y entender el comportamiento de los consumidores dentro del rubro del fast fashion. Toda la información y data se mantendrá en confidencialidad y se utilizará netamente para la investigación. Antes de empezar, quisiéramos saber si estás de acuerdo de que la entrevista sea grabada

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:

Muestra 1: ¿Qué tan importante para ellos es la problemática del fast fashion? ¿Lo conocen y estarían dispuestos a cambiar su comportamiento de compra?

RESULTADOS ESPERADOS:

Objetivos: Conocer sobre los comportamientos y conocimientos a profundidad sobre los usuarios que compran ropa dentro de la industria textil

GUIÓN DE ENCUESTA

SECCIÓN 1:

- Cuál es tu nombre y qué edad tienes
- Dónde vives actualmente
- A qué te dedicas
- Cuál es tu ingreso mensual
- De este ingreso qué cantidad lo utilizas para tus gastos personales
- ¿Dentro de tus gastos personales tienes separado alguna cantidad para la compra de ropa?
- ¿Cuál es tu canal de compra favorito (sea digital o físico) ¿por qué?

SECCIÓN 2:

- Actualmente, cuál es tu marca favorita o dónde sueles comprar la mayor cantidad de ropa, y por qué es tu favorita.
- Al momento de comprar una prenda ¿Cuáles son las características principales que buscas en ella?
- ¿Cuáles son las razones por las que sueles comprar una prenda? (sueles comprarlo para usarlo diario u ocasiones especiales)
- ¿Una vez que compras una prenda cuál suele ser su tiempo de vida?
- En base a tus conocimientos, qué es el fast fashion y qué es el slow fashion. Nos podrías dar 3 diferencias entre ellas.
- ¿Alguna vez has prestado, regalado, o donado alguna prenda a un amigo, amiga, familiar, etc ...o te lo han hecho a ti? Sabes que ahí también estás contribuyendo al slow fashion?
- Actualmente cuál consideras que es el rubro que más consumes

SI ES FAST FASHION:

- Consideras que contar con una marca fast fashion es más rentable, por qué
- Consideras que cambiar tu empresa a slow fashion podría ser beneficioso para ti o no, por qué
- Actualmente cuál crees que es el canal más rentable para la industria del fast fashion y el que llega a la mayor cantidad de consumidores, y por qué

SI ES SLOW FASHION:

- ¿Qué características del slow fashion sueles implementar en tu negocio?
- Dentro de una industria donde el slow fashion no es tan accesible como el fast fashion ¿Por qué optaste por la moda sostenibles?
- ¿Consideras que el proceso ha sido retador?¿Por qué?
- Sueles comunicar a tus consumidores que eres una empresa sostenible, cómo lo haces y a través de qué canales lo comunicas
- ¿En base a la calidad de las prendas cuánto sería el tiempo que le darías al ciclo de vida de tus productos?
- Después de realizar la venta de tus productos, ¿sabes qué pasa con ellos una vez se acabe el ciclo de vida?

CIERRE

- Conoces las diferencias entre fast fashion y slow fashion
- Sabías que el fast fashion es el principal responsable por estas problemáticas : 1. La industria produce aproximadamente 92 millones de toneladas de desechos textiles al año 2. El fast fashion es responsable de alrededor del 20% de la contaminación industrial del agua 3. Cada segundo se quema una cantidad de textiles equivalente a un camión de basura
- Ahora que conoces sobre las problemáticas ¿seguirías apostando por el fast fashion o tomarías el slow fashion como una opción más viable?

Con esto culminamos las preguntas muchas gracias por tu participación dentro del proyecto

Guión de Entrevistas

Muestra 2: Emprendedores que venden ropa de segunda mano o venden dentro del rubro fast fashion
Muestra 3: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de slow fashion

INTRODUCCIÓN

Hola, un gusto estar contigo hoy, nosotras somos alumnas del Toulouse Lautrec y estamos realizando una investigación para conocer y entender el comportamiento de los consumidores dentro del rubro del fast fashion. Toda la información y data se mantendrá en confidencialidad y se utilizará netamente para la investigación. Antes de empezar, quisiéramos saber si estás de acuerdo de que la entrevista sea grabada

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:

Muestra 3: ¿Están informados sobre la problemática y es rentable para ellos adaptarse al slow fashion o prefieren mantenerse en el rubro del fast fashion?

RESULTADOS ESPERADOS:

Objetivos: Conocer sobre los comportamientos y conocimientos a profundidad sobre los usuarios que compran ropa dentro de la industria textil

GUIÓN DE ENCUESTA

SECCIÓN 1:

- Cuál es tu nombre y qué edad tienes
- Dónde vives actualmente
- Qué te dedicas
- Cuál es tu ingreso mensual
- Qué tipo de ropa vendes dentro de tu marca
- Cuál es la cantidad promedio que inviertes en tus prendas?
- ¿Qué canales utilizas para vender tus prendas?
- Aproximadamente cuánta ropa sueles vender por mes. Consideras que hay variaciones en la cantidad de venta durante el año. (Si la respuesta es sí, cuándo hay un incremento de ventas y cuándo suele disminuir)
- ¿Cuándo fue la primera vez que te enteraste del slow fashion, qué impresión tuviste?
- Qué retos te tocó pasar con tu marca.

SECCIÓN 2:

- ¿Tú qué consideras que es más importante considerar al momento de vender una prenda? Qué características sientes que esa prenda tiene que tener para estar en el mercado
- ¿Cuál es la inversión mensual que realizas para poder obtener tus productos?
- Conoces el procedimiento y la fabricación por las que pasan tus prendas (en caso la respuesta sea sí, nos podrías contar un poco sobre esta)
- Cuáles son los materiales principales que suelen utilizar
- ¿En base a la calidad de las prendas cuánto sería el tiempo que le darías al ciclo de vida de tus productos?
- ¿Estás conforme con la ganancia obtenida mensualmente u optarías en algún momento por otro método de venta?
- ¿ Qué parte de tu emprendimiento sientes tú que no es tan rentable como te gustaría que fuera?
- ¿Llegas a vender toda la ropa o te queda un saldo que no se logra vender ya sea por alguna falla en la prenda o por ser de una temporada pasada, etc. ?
- ¿Qué haces con las prendas que te sobran?
- En base a tus conocimientos, qué es el fast fashion y qué es el slow fashion. Nos podrías dar 3 diferencias entre ellas.
- ¿ En cuál de estos dos rubros que se encuentra tu emprendimiento?

SI ES FAST FASHION

- Consideras que contar con una marca fast fashion es más rentable, por qué
- Consideras que cambiar tu empresa a slow fashion podría ser beneficioso para ti o no, por qué
- Actualmente cuál crees que es el canal más rentable para la industria del fast fashion y el que llega a la mayor cantidad de consumidores, por qué

SI ES SLOW FASHION:

- ¿Qué características del slow fashion sueles implementar en tu negocio?
- Dentro de una industria donde el slow fashion no es tan accesible como el fast fashion ¿Por qué optaste por la moda sostenibles?
- ¿Consideras que el proceso ha sido retador?¿Por qué?
- Sueles comunicar a tus consumidores que eres una empresa sostenible, cómo lo haces y a través de qué canales lo comunicas
- ¿En base a la calidad de las prendas cuánto sería el tiempo que le darías al ciclo de vida de tus productos?
- Después de realizar la venta de tus productos, ¿sabes qué pasa con ellos una vez se acabe el ciclo de vida?

CIERRE

- ¿Te gustaría compartir un poco más acerca de este tema o añadir algo?

  Con esto culminaríamos nuestra entrevista del día de hoy, muchas gracias por tu tiempo y participación dentro de este proceso de investigación

Con esto culminamos las preguntas muchas gracias por tu participación dentro del proyecto



Resultados de Encuestas

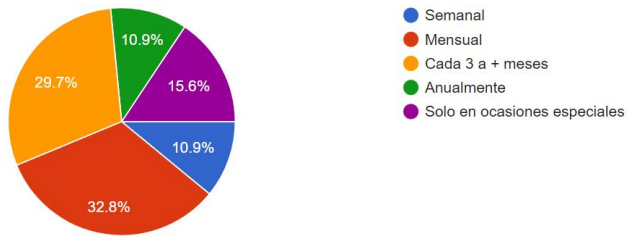
ETAPA DE INVESTIGACIÓN

Respuesta de encuestas

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

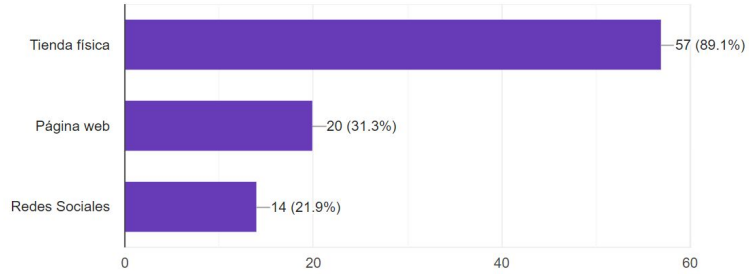
¿Con qué frecuencia compras ropa?

64 responses



¿Por qué medio prefieres comprar tus prendas?

64 responses



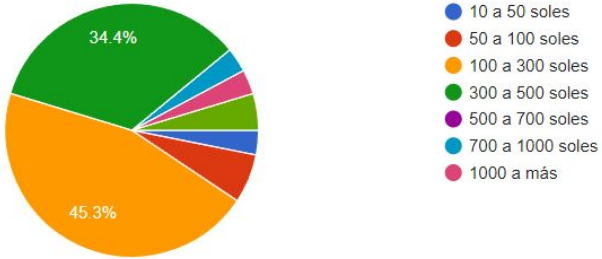
Respuesta de encuestas

9

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

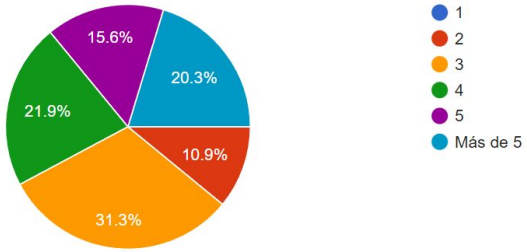
¿Cuál es tu presupuesto al momento de ir a comprar ropa?

64 responses



¿Cuántas prendas sueles comprar?

64 responses



Respuesta de encuestas

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

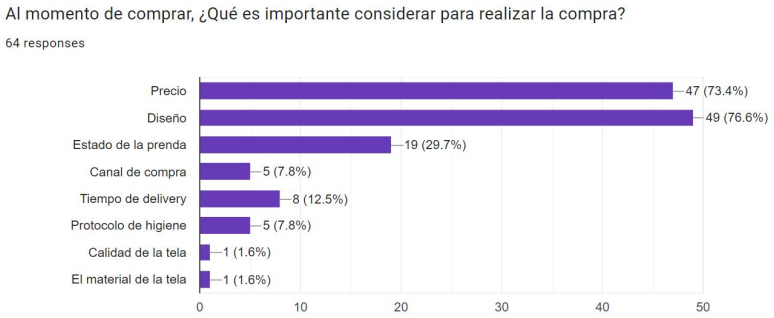


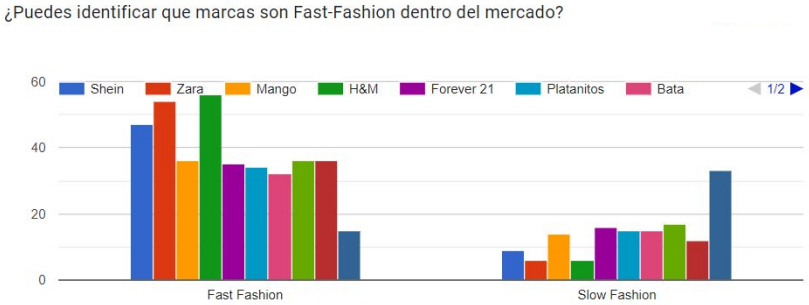


*Las respuestas con más relevancia fueron: H&M, Zara y Sybilla

Respuesta de encuestas

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años





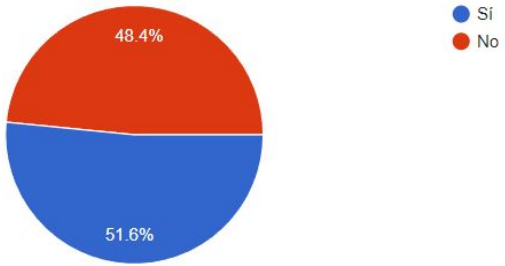


Respuesta de encuestas

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

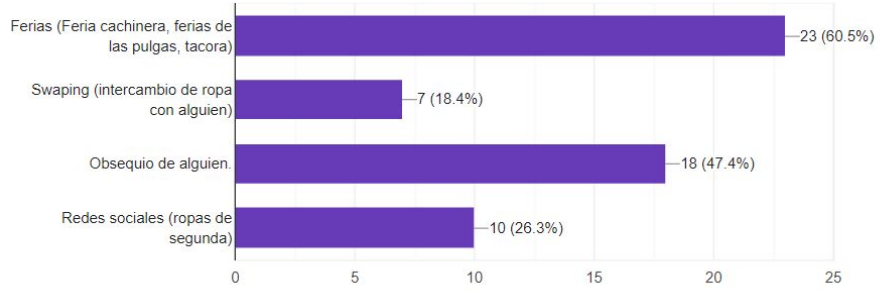
¿Alguna vez has comprado una ropa de segunda?

64 responses



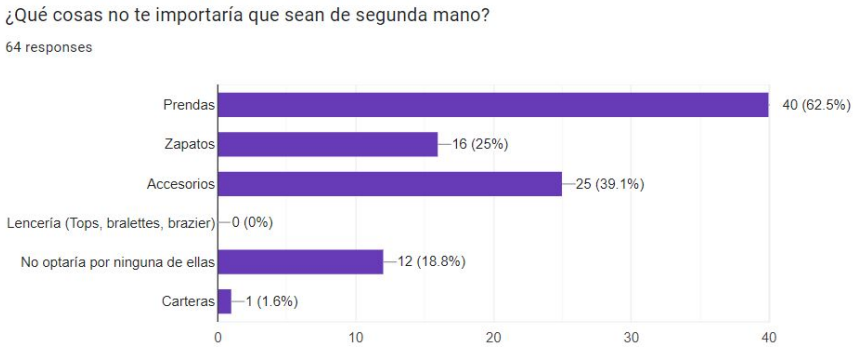
Si la respuesta fue sí ¿cómo obtuviste esa prenda?

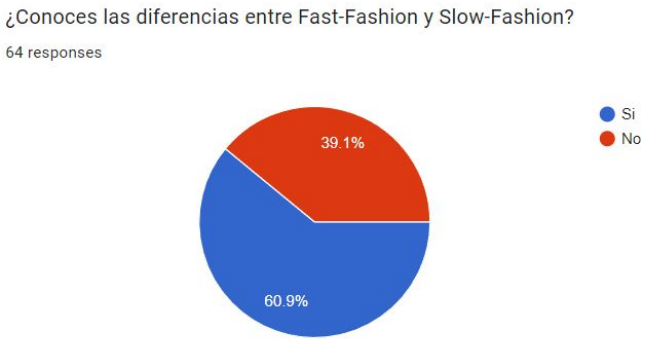
38 responses



Respuesta de encuestas

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años





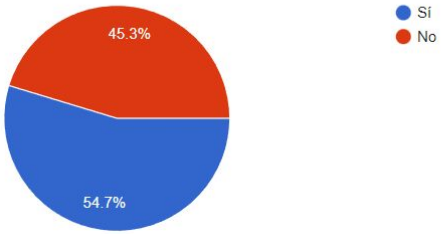
Respuesta de encuestas

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

9

Sabías que el fast fashion es el principal responsable de estas problemáticas :
1. La industria produce aproximadamente 92 millones de toneladas de desechos textiles al año
2. El fast fashion es responsable de alrededor del 20% de la contaminación industrial del agua
3. Cada segundo se quema una cantidad de textiles equivalente a un camión de basura

64 responses



Ahora que conoces sobre las problemáticas ¿seguirías apostando por el fast fashion o tomarías el slow fashion como una opción más viable? ¿Sí, no, y por qué?

64 responses

Sí, siento que es una opción económica y que ayuda tanto al medio ambiente como al usuario. Pero actualemente en Perú no siento que hayan muchos lugares que sean viables para comprar ropa de segunda

Tomaría el slow fashion como una opción así contribuirá con el medio ambiente reduciendo los desperdicios.

Creo que optaría por el slow fashion depende del estado de la ropa

Un equilibrio entre ambos

No estaba muy enterada sobre el tema y no sabía que afectaba tanto al medio ambiente, pero sí optaría por el slow fashion en caso sea una opción que sea accesible y económica

Fast fashion

Si, porque el slow fashion es mucho más caro

De todas formas prefiero slow fashion 💔 pero no voy a mentir, igual seguiré yendo a Luvaro y H&M por prendas básicas. Lo que sí hago es ser SÚUUUPER cuidadosa con mi ropa, entonces todas mis prendas siempre me duran de un par de años para arriba y cuando ya no les tengo uso, las dono o llevo la tela a alguna tienda que recicle tela.

Teniendo en cuenta que no soy un consumidor habitual de marcas optaría por un consumo moderado de algunas marcas de fast fashion por el precio y ocasionalmente alguna de slow fashion, en ambos casos cuidaría las prendas e intentaría hacer que duren el mayor tiempo posible.

Definitivamente slow fashion, no solamente porque el fast fashion es responsable de la problemática medioambiental, sino tmb porque esconde sobreexplotación laboral

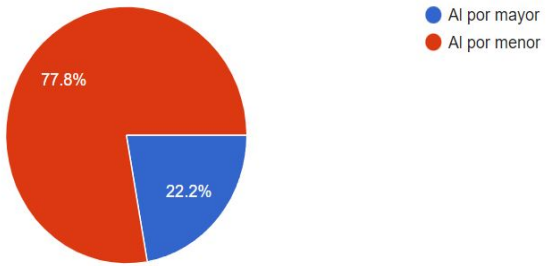
Creo que suelo comprar de tiendas que no son Fast fashion usualmente, pero sí tomaría más a seguido la opción del slow fashion

Respuesta de encuestas

Muestra 2: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de fast fashion

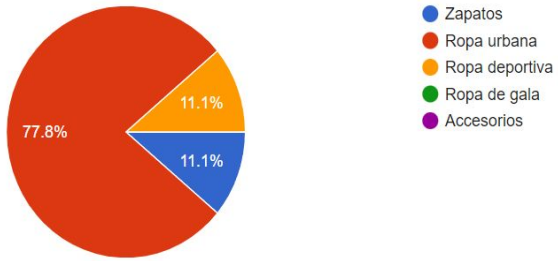
Cuál es tu tipo de venta:

9 responses



En qué rubro se encuentra tu empresa o emprendimiento:

9 responses

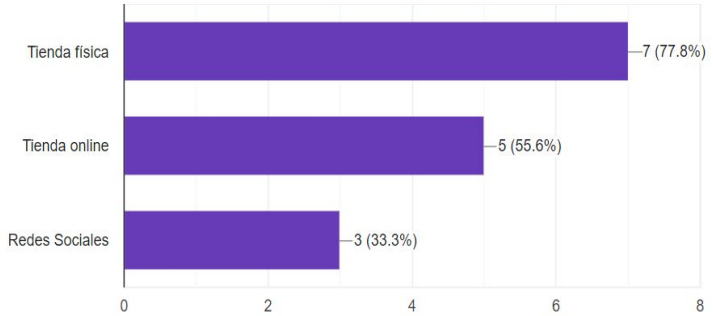


Respuesta de encuestas

Muestra 2: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de fast fashion

¿A través de qué medio suelen vender sus prendas?

9 responses



¿Al mes qué cantidad de prendas suelen vender y suele variar de acuerdo a las estaciones?

9 responses

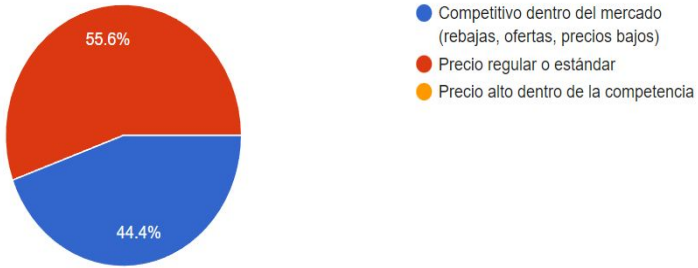
- Suelo vender entre 200 a 300 sets por mes y hay mayor compra durante los cambios de las estaciones
- 150 aprox
- 600 aprox
- 800 aprox
- entre 100 a 300 prendas
- Creo que 180 a 200 o 300 y creo que se vende más durante inicios de invierno o inicios de verano
- Mas de 1000
- Vendemos al rededor de 500 pares y varían los modelos según la estación
- SUELO VENDER A 15 A MÁS PRENDAS, SI SUELE VARIAR DEACUERDO A LAS ESTACIONES, TANTO EN LA ECONOMIA.

Respuesta de encuestas

Muestra 2: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de fast fashion

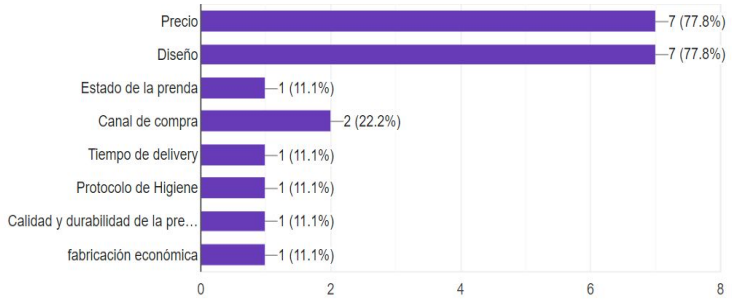
¿En que rango se encuentra tu precio de venta?

9 responses



¿Qué es lo que sientes que es más importante considerar al vender?

9 responses

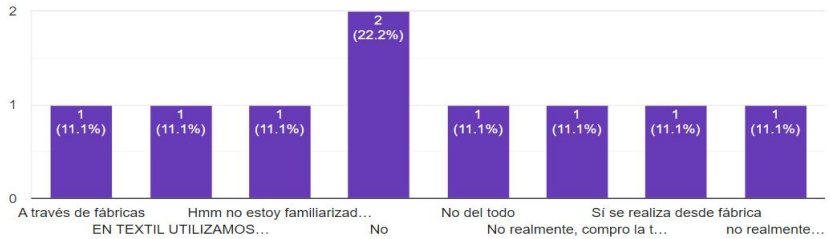


Respuesta de encuestas

Muestra 2: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de fast fashion

¿Conoces cuál es el proceso de la extracción de recursos para generar los textiles que utilizas?

9 responses



¿Qué suelen hacer con la merna de la mercadería?

9 responses



Cuándo quedan prendas fuera de temporada qué suelen hacer:

9 responses

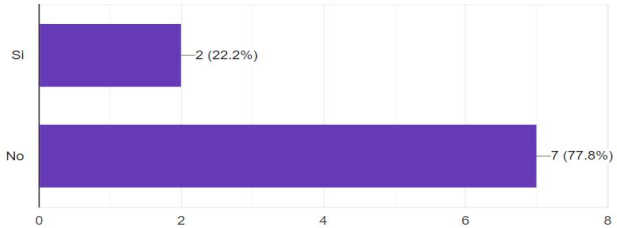


Respuesta de encuestas

Muestra 2: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de fast fashion

Sabías que el fast fashion es el principal responsable por estas problemáticas :
1. La industria produce aproximadamente 92 millones de toneladas de desechos textiles al año
2. El fast fashion es responsable de alrededor del 20% de la contaminación industrial del agua
3. Cada segundo se quema una cantidad de textiles equivalente a un camión de basura

9 responses



Ahora que conoces sobre esta información optarías por el Slow Fashion cómo una nueva opción para tu emprendimiento? ¿Sí, no, y por qué?

9 responses

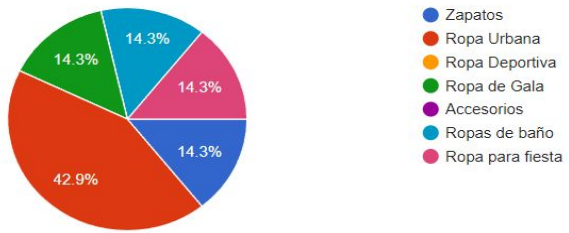
- No sabía que la problemática era tan grave, actualmente contamos con packaging de reutilizable pero no sé si optaría por cambiar todo a slow fashion, por lo menos actualmente, ya que siento que sería mayor costo y tendríamos que cambiar todo el flujo de trabajo actual
- Sí en un futuro tal vez
- No sabía que causaba tanto daño, pero sería difícil hacer el cambio del fast fashion al slow fashion
- No estaba enterada, pero creo que por el momento seguiría con el fast fashion porque es más rentable en mi opinión
- No estaba enterada, pero ahorita no creo que optaría por el slow fashion por temas de costo
- Creo que podría ser una opción pero ahorita no lo creo, por temas de inversión
- Tal vez, dependiendo de que tan rentable sea
- Creo que no porque no me convendría económicamente

Respuesta de encuestas

Muestra 3: Emprendedores que venden ropa de segunda mano o venden dentro del rubro slow fashion

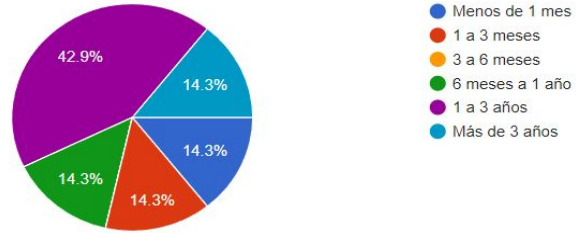
¿En qué se centra en vender actualmente tu empresa o emprendimiento?

7 responses



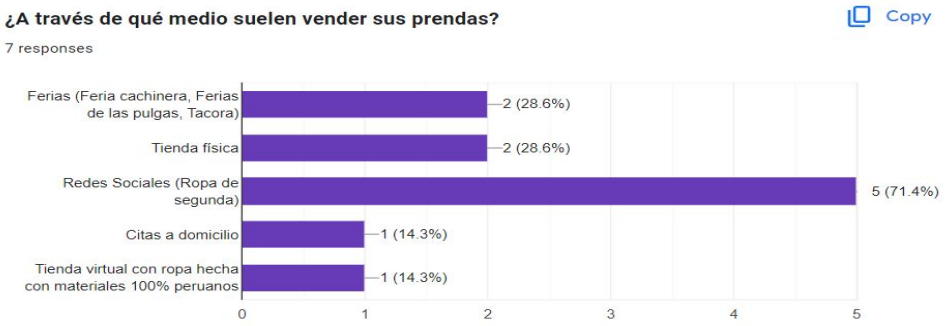
¿Desde hace cuánto estás en el rubro del slow fashion?

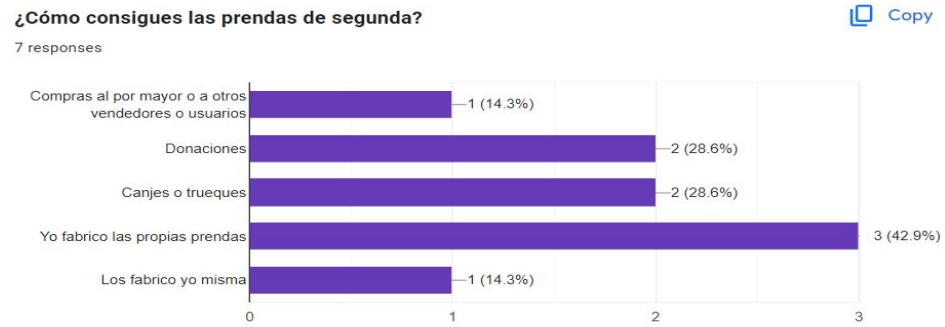
7 responses



Respuesta de encuestas

Muestra 3: Emprendedores que venden ropa de segunda mano o venden dentro del rubro slow fashion



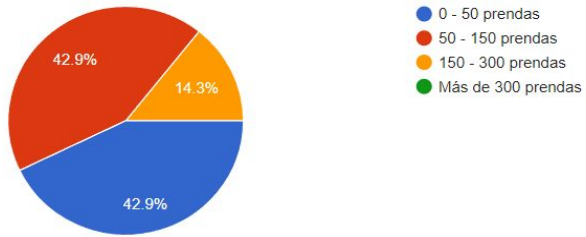


Respuesta de encuestas

Muestra 3: Emprendedores que venden ropa de segunda mano o venden dentro del rubro slow fashion

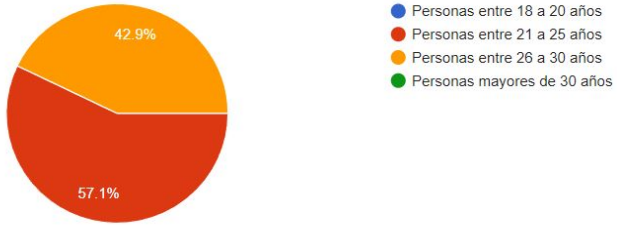
Al mes, ¿Qué cantidad de prendas suelen vender?

7 responses



¿Quiénes suelen ser tus consumidores?

7 responses

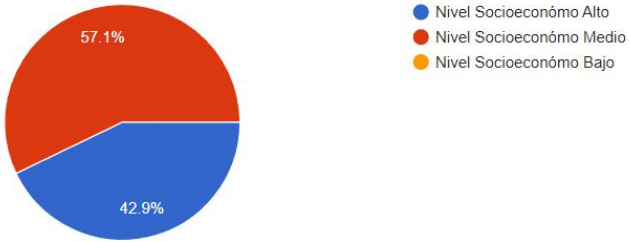


Respuesta de encuestas

Muestra 3: Emprendedores que venden ropa de segunda mano o venden dentro del rubro slow fashion

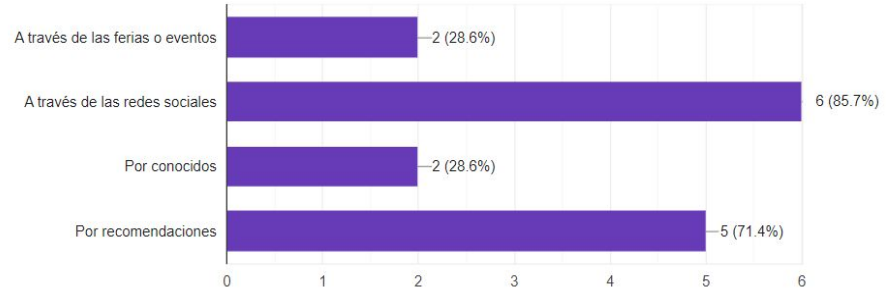
¿Qué nivel socioeconómico consideras que cuentan actualmente tu público objetivo en base a las prendas que te compran?

7 responses



¿Cómo llegan a conocer tu negocio?

7 responses



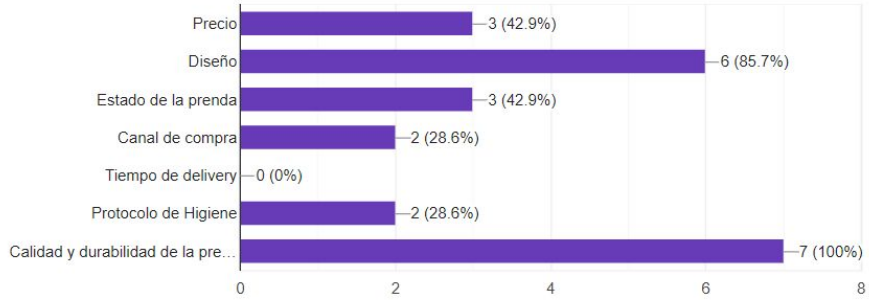
Respuesta de encuestas

11

Muestra 3: Emprendedores que venden ropa de segunda mano o venden dentro del rubro slow fashion

¿Qué es lo que sientes que es más importante considerar al vender ropa slow fashion o de segunda mano?

7 responses



¿Por qué consideras que tu empresa es Slow Fashion?

7 responses

Todo el proceso de producción se realiza con personas dentro de la comunidad arequipeña por lo que evitamos la producción en fabricas y buscamos brindar trabajo seguro y justo para los empleados. Así mismo todo nuestro packaging es ecológico por lo que evitamos plástico y el uso inecesario de la materia prima. Las telas son también de la comunidad y son de alta y larga durabilidad.

Utilizamos materiales reciclados para las plantas de los zapatos y contamos con un proceso de producción local

Nosotros nos centramos en vender ropa de segunda el cual contribuye al ciclo circular de las prendas evitando que terminen en la basura

Por que se hace en menor cantidad y de prendas de durabilidad alta

Busco reutilizar y darle una segunda vida a prendas que se encuentran en buen estado

Todas las prendas las confeccionamos a mano con nuestro equipo de artesanos y buscamos prendas que no contengan micro plásticos o licra

Porque vendo prendas de segunda mano

Respuesta de encuestas

Muestra 3: Emprendedores que venden ropa de segunda mano o venden dentro del rubro slow fashion

¿Por qué optaste por entrar el rubro del Slow Fashion en vez del Fast Fashion?

7 responses

- Siento que es un nicho que cuenta con un alto potencial a futuro
- Considero que esto ayuda mucho más a la comunidad y genera mayor impacto positivo
- Creo que nació de una manera orgánica, al inicio solía poner ropa mía en redes que ya no iba a usar y la vendía. Poco a poco fue creciendo y me daban ropa para vender o me pedían si podía donarme la ropa porque ya no sabían que hacer y comencé a publicar más por las redes, ahora cuento con 2mil seguidores y las ropas suelen venderse bien rápido
- Al principio fue por que encontraba prendas de alto precio con durabilidad baja que me hacían comprar estás en poco tiempo
- Creo que en mi caso es más factible hacerlo ya que no hago el armado de la prenda
- Creo que me gusta la idea de generar ropa que no solo le sume a tu vida sino que al medio ambiente, y como vendemos vestidos de gala para nosotras es súper importante que no solo se vea bien pero que dure y que sea de una alta calidad para que esa prenda se conmemore con los recuerdo
- Siento que es más rentable y ayuda al medio ambiente

¿Consideras que es rentable trabajar dentro de la industria del Slow Fashion?¿Por qué?

7 responses

- Sí, sin embargo no es fácil, es importante conocer a tu público objetico y saber cómo llegar a ellos ya que no contamos con los mismos accesos que cuentan las competencias de la industria textil
- Sí, definitivamente, y hay muchas personas que apuestan por este rubro, pero definitivamente no es fácil
- Sí, porque siento que en mí caso que vendo de segunda, ahorro en costo de producción y aparte le doy una segunda vida a prendas. Siento que es muy rentable tanto para el que vende como para el que compra. Lo que sí puede ser difícil es conseguir un local pero desde canales digitales cualquier puede hacerlo
- Si por que puedes hacer prendas nuevas con un estilo único y a la moda
- Sí, y siento que ahorita es un nicho que tiene mucho potencial solo que a veces es dificil competir con industrias tan grandes que se encuentran en todas partes
- Sí, pero no es fácil, tienes que tener consistencia y saber los canales ideales para llegar a tus clientes
- Si claro, porque no se invierte tanto en conseguir la mercancía y al ser más barato adquieren más prendas

ENCUESTAS

Hallazgos encontrados

MUESTRA 1

- Muchos de los encuestados consideran marcas como Mango, Nike, y Adidas (todas empresas fast fashion) son slow fashion pero al momento de preguntarles si conocen las diferencias del fast fashion consideran que sí lo pueden reconocer.
- Más de la mitad de usuarios estarían dispuestos a comprar ropa de segunda en caso que se trate de prendas o accesorios. Sin embargo ninguno de ellos optaría por lencería, y muy pocos aceptarían comprar zapatos de segunda.
- La mayoría de los encuestados consideran que el slow fashion es la opción ideal, sin embargo, al momento de comprar optan por marcas que ellos también consideran fast fashion, siendo las más populares H&M, Zara y Forever 21.
- Más de la mitad de usuarios sí conocen las consecuencias que conlleva el fast fashion, sin embargo, igual optan por él debido a su accesibilidad y precio cómodo.
- Los usuarios relacionan el precio de las prendas con la calidad y del rubro que pertenecen y así deliberan si es fast fashion o slow fashion. Por lo que muchas de las marcas "High end" las consideran slow fashion a pesar de ser fast fashion.
- Hay usuarios interesados por el slow fashion o second hand fashion pero no conocen los canales para conseguirlos y consideran que no podrían encontrar ropa barata y con buen diseño. Los cuales hay actualmente en el mercado pero suelen ser para un nicho mucho más pequeño.
- A pesar de que en las ferias hay más accesibilidad a ropa de segunda o de slow fashion, uno de los principales canales donde se genera un consumo consciente es a través de obsequios o donaciones de prendas a otras personas.
- La mayoría de los usuarios cuenta actualmente con un presupuesto entre los 100 a 300 soles, sin embargo la mayoría que cuentan con un presupuesto más elevado optan por marcas fast fashion con menor duración. Actualmente los usuarios se centran más en el precio y el diseño que en la calidad y durabilidad de las prendas, por lo que muchos terminan pagando más a largo plazo.
- Actualmente la mayoría de usuarios opta por comprar en tiendas físicas o páginas webs, sin embargo cuando compran ropa slow fashion o de segunda mano suelen ser obsequios o de las redes sociales.
- Algunos sí son conscientes de las consecuencias del fast fashion pero optan por generar un balance entre prendas slow fashion y fast fashion.

ENCUESTAS

Hallazgos encontrados

ENCUESTA MUESTRA 2

- Un mayor porcentaje de los encuestados maneja sus ventas al por menor y pertenecen al rubro de la ropa urbana
- No están muy familiarizados con el proceso y fabricación de las telas
- La cantidad de prendas vendidas oscila entre los 150 y 800 sets por mes, siendo las tiendas físicas el medio de venta más utilizado
- Como hemos podido investigar, los gráficos demuestran que para los emprendedores es muy poco importante la durabilidad y la calidad de la prenda que ponen en venta, lo cual hace que su tiempo de vida sea mínimo
- Según las gráficos se puede observar que la diferencia entre los emprendedores que mantienen precios acorde al mercado y los que manejan un precio más competitivo es bastante notoria
- El 50% de los encuestados, es decir la mitad de los emprendedores suelen desechar las prendas que quedan como merma

ENCUESTA MUESTRA 3

- La mayoría ya cuenta con una experiencia dentro del mercado entre 1 a 3 años
- Sus consumidores cuentan con NSE A o B
- El primer canal de compra dentro del rubro son las redes sociales y así también es como suelen llegar a nuevos posibles clientes
- Todos los que están dentro del rubro del Slow fashion consideran que sí es un mercado rentable a diferencia de los empresarios que actualmente se encuentran en el fast fashion
- La mayor parte de sus consumidores suelen estar en un rango de edad entre 21 a 30 años
- Los empresarios dentro del slow fashion se centran en la durabilidad de sus prendas y el diseño como uno de los factores más importantes para poder vender



Descargas de entrevistas

ETAPA DE INVESTIGACIÓN

Respuesta de entrevistas 1

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Javier
Fecha y hora: 7 de abril (4pm)

- Dónde vives actualmente: En Lima Metropolitana
- A qué te dedicas: Yo soy Ingeniero Mecánico
- Cuál es tu ingreso mensual: Mi ingreso mensual es de 7000 soles aproximado
- De este ingreso qué cantidad lo utilizas para tus gastos personales: Suele ser la mitad de mi sueldo aprox
- ¿Dentro de tus gastos personales tienes separado alguna cantidad para la compra de ropa?: No específicamente, cuando compro ropa suele ser porque veo algo en la tienda que me llama la atención o en las webs pero no es que todos los meses compre
- ¿Cuál es tu canal de compra favorito (sea digital o físico) ¿por qué?: Me gusta el digital porque es más rápido y cuenta con promociones pero a veces también me gusta ir a la tienda para ver cómo me queda una prenda
- Actualmente, cuál es tu marca favorita o dónde sueles comprar la mayor cantidad de ropa, y por qué es tu favorita: Suelo comprar de Adidas, porque tiene buena calidad, y tienen diseños innovadores
- Al momento de comprar una prenda ¿Cuáles son las características principales que buscas en ella?: Que sea cómoda y de buena calidad y con buen diseño
- ¿Cuáles son las razones por las que sueles comprar una prenda? (sueles comprarlo para usarlo diario u ocasiones especiales): Suelo comprar para hacer deporte o para ir al trabajo, que considero que son los que más consumo actualmente
- ¿Una vez que compras una prenda cuál suele ser su tiempo de vida?: Las prendas me suelen durar aproximadamente 4 años
- En base a tus conocimientos, qué es el fast fashion y qué es el slow fashion. Nos podrías dar 3 diferencias entre ellas: No tengo muchos conocimientos sobre eso pero considero que el fast fashion es más efímero, es producción masiva y tiene más campañas
- ¿Alguna vez has prestado, regalado, o donado alguna prenda a un amigo, amiga, familiar, etc ...o te lo han hecho a ti? Sabes que ahí también estás contribuyendo al slow fashion?: Sí suelo donar bastante o regalarle a mis amigos, pero no sabía que estaba dentro del slow fashion. También suelen darse ropa que ya no les queda a mis tíos entonces re-utilizo bastante la ropa
- Actualmente cuál consideras que es el rubro que más consumes: Creo que consumo más fast fashion, aunque alguno de ellos son reutilizados de mis familiares también
- Cuáles son los factores principales que te llevan a elegir marcas fast fashion: Creo que la variedad de los modelos

4

Respuesta de entrevistas 1

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Javier
Fecha y hora: 7 de abril (4pm)

- Consideras que el fast fashion es más viable dentro de tu estilo de vida u optarías por otras opciones para comprar ropa, por qué: Nunca me había puesto a pensar en eso, usualmente cuando compro una prenda suele ser bien orgánico y si me gusta me lo compro. Y actualmente no suelo fijarme si es fast fashion o no

- Qué es lo que te más gusta actualmente del fast fashion y que te gustaría ver en el slow fashion: Hmm, me gusta que se renueva bastante, tienen más campañas y trends pero es difícil para mí diferenciar tiendas que sean fast fashion o slow fashion

- Alguna vez has utilizado ropa de segunda mano (Si la respuesta es sí que te gustó y no gustó durante la experiencia, lo volverías a hacer)(Si la respuesta es no, te gustaría hacerlo y cuáles crees que son las razones por las que aún no lo has hecho): Oh sí he utilizado, una vez me compré una camisa y una casaca por redes sociales. Tuve una muy buena experiencia, con un precio cómodo, de buena calidad y en buen estado. En caso tuviera la oportunidad y encuentro algo que me guste sí volvería a comprar de segunda mano o de slow fashion.

4

Respuesta de entrevistas 2

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Aranza
Fecha y hora: 10 de abril (8pm)

- Dónde vives actualmente: En Lima Metropolitana
- A qué te dedicas: Soy estudiante de medicina pero todavía me falta como 4 años para terminar mi carrera
- Cuál es tu ingreso mensual: Actualmente no cuento con sueldo propio debido a que la duración de mis estudios es más largo
- De este ingreso qué cantidad lo utilizas para tus gastos personales: Suelo obtener mecenas de parte de mis padres para mi consumo diario en la universidad
- ¿Dentro de tus gastos personales tienes separado alguna cantidad para la compra de ropa?:Sí suelo ahorrar para comprar para salir con mis amigas principalmente pero en caso quiera alguna prenda en específico sí ahorro pero no cuento con plata separada específicamente para ello
- ¿Cuál es tu canal de compra favorito (sea digital o físico) ¿por qué?: Me gusta que sea digital, es más fácil para mí visualizar la ropa y es mucho más rápido y práctico para mi estilo de vida
- Actualmente, cuál es tu marca favorita o dónde sueles comprar la mayor cantidad de ropa, y por qué es tu favorita: Me gusta mucho Shein porque es barato y hay ofertas constantemente.
- Al momento de comprar una prenda ¿Cuáles son las características principales que buscas en ella?: Que me guste el diseño y que cuente con un buen precio
- ¿Cuáles son las razones por las que sueles comprar una prenda? (sueles comprarlo para usarlo diario u ocasiones especiales): Si me voy a ir de viaje o es un cambio de temporada suelo comprar un par de prendas pero no es algo constante
- ¿Una vez que compras una prenda cuál suele ser su tiempo de vida?: Suele durar entre 2 a 3 creo aproximadamente
- En base a tus conocimientos, qué es el fast fashion y qué es el slow fashion. Nos podrías dar 3 diferencias entre ellas: Creo que el fast fashion tiene una producción más grande y rápida...y el slow fashion es más local?
- ¿Alguna vez has prestado, regalado, o donado alguna prenda a un amigo, amiga, familiar, etc ...o te lo han hecho a ti? Sabes que ahí también estás contribuyendo al slow fashion?: Sí, tengo 2 hermanas entonces entre nosotras solemos intercambiar ropa a regalarnos prendas, pero no sabía que ahí formaba parte del slow fashion
- Actualmente cuál consideras que es el rubro que más consumes: Creo que consumo más fast fashion
- Cuáles son los factores principales que te llevan a elegir marcas fast fashion: El precio y que hay mucha variedad, y también que es más fácil obtenerlo porque está en casi todas partes no?

4

Respuesta de entrevistas 2

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Aranza
Fecha y hora: 10 de abril (8pm)

- Consideras que el fast fashion es más viable dentro de tu estilo de vida u optarías por otras opciones para comprar ropa, por qué: Creo que por lo menos en perú sí, recuerdo que cuando fui a españa solía comprar en un montón de ferias y prendas de segunda porque habían muchas y tenían un montón de prendas a buen precio y de buena calidad, pero aquí siento que es difícil ser consumidor del slow fashion

- Qué es lo que te más gusta actualmente del fast fashion y que te gustaría ver en el slow fashion: La accesibilidad que tengo porque lo puedo pedir por web a cualquier momento del día

- Alguna vez has utilizado ropa de segunda mano (Si la respuesta es sí que te gustó y no gustó durante la experiencia, lo volverías a hacer)(Si la respuesta es no, te gustaría hacerlo y cuáles crees que son las razones por las que aún no lo has hecho): Sí, me gustó mucho y aún tengo la prenda. Lo volvería hacer solo que no soy mucho de estar viendo las ferias que hay porque se suelen cruzar con mis clases pero sí hubiera otro canal sí optaría por ellas. Incluso por redes sociales a veces no es factible porque hay miles de usuarios peleándose por una prenda en un post y luego ya no hay más variedades o están en otras cuentas que no conozco

4

Respuesta de entrevistas 3

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Yumi
Fecha y hora: 7 de abril (7pm)

- Dónde vives actualmente: En Lima
- A qué te dedicas: Soy tatuadora y diseñadora gráfica freelance
- Cuál es tu ingreso mensual: Mi ingreso suele estar entre los 1200 soles
- De este ingreso qué cantidad lo utilizas para tus gastos personales: Suele ser 500 mínimo aproximado
- ¿Dentro de tus gastos personales tienes separado alguna cantidad para la compra de ropa?: No realmente compro si encuentro algo usualmente
- ¿Cuál es tu canal de compra favorito (sea digital o físico) ¿por qué?: Creo que trato de ir por lo más económico como el mercado de jesús maría. Busco en H&M los modelos que me gustan y voy a buscar lo mismo en el mercado. Y de vez en cuando voy a now y si hay ofertas lo compro
- Actualmente, cuál es tu marca favorita o dónde sueles comprar la mayor cantidad de ropa, y por qué es tu favorita: Por web solo compro en h&m por las ofertas. Pero de ahí prefiero ir a una tienda física o que cuente con las medidas, porque soy muy chiquita y a pesar de ser talla s me puede quedar grande.
- Al momento de comprar una prenda ¿Cuáles son las características principales que buscas en ella?: Me gusta la ropa versátil, para el día a día, y me gusta ir a comprar en lugares que cuenten con variedad también para el deporte. Que la tela sea cómoda, que el diseño vaya con mi estilo. Normalmente no busco cosas llamativas entonces me fijo bastante en eso. Si es un pantalón o un short prefiero probarlo o que cuenten con un formato de devolución en caso no me queda. Problemas de ser chiquita
- ¿Cuáles son las razones por las que sueles comprar una prenda? (sueles comprarlo para usarlo diario u ocasiones especiales): No suelo comprar para uso diario, normalmente va a ser cuando realmente necesito. Como cuando tengo una reunión y no tengo un top o hay una fiesta y necesito un vestido. Pero no es como que sea un hobbie habitual comprar ropa. Otra cosa que considero es el tiempo de delivery
- ¿Una vez que compras una prenda cuál suele ser su tiempo de vida?: De hecho hoy día estaba limpiando mi closet, y mientras seleccionaba prendas había uno que otro polo que la tela se había estirado. Pero creo que lo que más me dura son los jeans. Lo máximo que me dura son 3 años si lo cuido bien bien
- En base a tus conocimientos, qué es el fast fashion y qué es el slow fashion. Nos podrías dar 3 diferencias entre ellas: El fast fashion es masivo, con cadenas grandes, explotan niños, y suele ser en china. El fast fashion la ropa puede que no sea de tan buena calidad, está hecho en masa se fijan en detalles mínimos pero no está hecho con tanta dedicación como el slow fashion, como las marcas de emprendedores que venden en ferias. El diseño en el fast fashion se puede repetir en el slow fashion es más único

Respuesta de entrevistas 3

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Yumi
Fecha y hora: 7 de abril (7pm)

- Alguna vez has prestado, regalado, o donado alguna prenda a un amigo, amiga, familiar, etc ...o te lo han hecho a ti? Sabes que ahí también estás contribuyendo al slow fashion?: Sí, por eso es que no voy a comprar mucho por que sin querer yo practico mucho esto de reciclar ropa. De verdad fue de la nada pero voy a la casa de mi tía que me dice que encontró cosas que ya no la va a usar. Y al comienzo estaba un poco dudosa de encontrar cosas pero luego buscando habían un montón de cosas chéveres. Y tengo ropa que he rescatado y reutilizado

- Actualmente cuál consideras que es el rubro que más consumes: Yo considero que el slow fashion

- Cuáles son los factores principales que te llevan a elegir marcas fast fashion:Más allá de porque me gusta los estilos que puedo encontrar, creo que me gusta la idea de darle una segunda vida a la ropa que realmente está en buen estado y reutilizar algo que actualmente sirve

- Consideras que el fast fashion es más viable dentro de tu estilo de vida u optarías por otras opciones para comprar ropa, por qué: En instagram sigo a varias cuentas de ropa de segunda mano, pero realmente nunca he llegado a comprar. Porque son prendas que quiero y que no encuentro porque son piezas únicas que han trascendido con el tiempo. Y lo que hacen en IG es suben la foto y en el caption ponen los datos de las prendas y tienes que estar atento porque todo el mundo lo ve y varios lo quieren entonces tampoco voy a estar todo el día pendiente y puede ser frustrante.

- Qué es lo que más te gusta actualmente del fast fashion y que te gustaría ver en el slow fashion:Creo que la que comenté antes, y creo que haya más variedad de tallas y que vaya con mi cuerpo. También como no es slow fashion no es que sean tiendas grandes que puedes encontrar en todos sitios, entonces tienes que encontrar ferias pero creo que no es posible siempre ir

- Alguna vez has utilizado ropa de segunda mano (Si la respuesta es sí que te gustó y no gustó durante la experiencia, lo volverías a hacer)(Si la respuesta es no, te gustaría hacerlo y cuáles crees que son las razones por las que aún no lo has hecho): Que sea más accesible. Siento que aún están muy atrasados a comparación al fast fashion. Pero creo que nadie se lo ha tomado en serio y sería interesante que haya una propuesta digital que sea más elaborada en la industria

4

Respuesta de entrevistas 4

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Fiorella
Fecha y hora: 10 de abril (4pm)

- Dónde vives actualmente: Vivo en Lima Jesús María
- A qué te dedicas: Actualmente, Soy estudiante de Administración en la Pacífico
- Cuál es tu ingreso mensual: Actualmente cuento con un sueldo aprox de 2500 como practicante y trabajos freelance
- De este ingreso qué cantidad lo utilizas para tus gastos personales: Sí suele ser aprox el 10%, igual vivo con mis padres por lo que el gasto es netamente por cosas personales
- ¿Dentro de tus gastos personales tienes separado alguna cantidad para la compra de ropa?: No suelo guardar específicamente para comprar una ropa pero si veo algo que me llama la atención lo compro
- ¿Cuál es tu canal de compra favorito (sea digital o físico) ¿por qué?: Me gusta ir a ferias pero suelo comprar digital porque para estudiando o trabajando entonces no tengo mucho espacio en mi rutina para salir a comprar
- Actualmente, cuál es tu marca favorita o dónde sueles comprar la mayor cantidad de ropa, y por qué es tu favorita: Hmm no podría decir que tengo marca favorita? Me suele guiar más por mí estilo dependiendo de la ocasión, por ejemplo si voy a ir a trabajar, irme a una fiesta, etc
- Al momento de comprar una prenda ¿Cuáles son las características principales que buscas en ella?: Creo que me guste el estilo o el diseño y me represente. Para mí siento que me ayuda a presentarme de alguna manera al mundo
- ¿Cuáles son las razones por las que sueles comprar una prenda? (sueles comprarlo para usarlo diario u ocasiones especiales): Compro en ocasiones si necesito ropa para el trabajo o para el día a día, si es una fiesta suelo buscar entre lo que ya tengo o lo que mi hermana tiene, o prestarme de una amiga porque es solo una ocasión
- ¿Una vez que compras una prenda cuál suele ser su tiempo de vida?: Entre 4 a 7 años con un buen cuidado, creo que eso también para mí es súper importante, centrarme en los cuidados que le doy a mi prenda especialmente si sé que no es la mejor calidad porque me ayuda a no comprar tan seguido en mi caos.
- En base a tus conocimientos, qué es el fast fashion y qué es el slow fashion. Nos podrías dar 3 diferencias entre ellas: El fast fashion son franquicias grandes y con un montón de temporadas al año, y el slow fashion creo que es súper amplio porque también engloba a marcas del fast fashion que están siendo reutilizadas, o empresas locales.
- ¿Alguna vez has prestado, regalado, o donado alguna prenda a un amigo, amiga, familiar, etc ...o te lo han hecho a ti? Sabes que ahí también estás contribuyendo al slow fashion?: Sii, de hecho siempre lo hago con mi hermana o con mis primas. Nos intercambiamos ropa o regalamos pero es interesante porque cada una tiene su propio estilo.

4

Respuesta de entrevistas 4

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Fiorella
Fecha y hora: 10 de abril (4pm)

- Dentro de una industria que es liderada por el fast fashion cuál es la razón por la que optas comprar ropa slow fashion o de segunda: Creo que es más que nada porque me gusta encontrar ropa que sea netamente mi estilo, siento que ahora en el fast fashion toda la ropa es la que está "trendy" pero todos terminan usando la misma ropa por un mes para luego cambiar por otra tendencia. Y en. mi caso siento que la ropa influye en mi día y me visto de acuerdo a como me siento, por lo tanto también es un modo de mostrarme y mi personalidad que siento que se pierde en el fast fashion

- ¿Por dónde sueles comprar prendas slow fashion o de segunda? ¿Tienes alguna marca, tienda o feria favorita? Por qué es tu favorita: En redes sociales la mayor parte del tiempo y si tengo tiempo voy a ferias pero como decía por mi horario a veces puede ser un poco difícil

- ¿Consideras que actualmente hay ciertas circunstancias que hacen que se te dificulte mantener este consumo consciente con el medio ambiente? Y si la respuesta es sí cuáles son: Sí definitivamente creo que el mayor problema en el slow fashion es la accesibilidad por lo que no hay webs o tiendas físicas que estén presentes en lima al 100%

- Sé que ahora estás apostando por el slow fashion, pero hubo algún momento ya sea del pasado o actualmente donde optaste por el fast fashion? Sí la respuesta es sí qué fue lo que te convenció o te motivó a comprar?: Sii especialmente cuando estaba creciendo en mi adolescencia y no sabía cómo vestirme, y simplemente iba por lo que había de moda ese mes, pero ahora que he encontrado lo que me gusta no solo compro slow fashion sino que compró menos porque las prendas me gustan y no se pierden con el tiempo

- Alguna vez has utilizado ropa de segunda mano (Si la respuesta es sí que te gustó y no gustó durante la experiencia, lo volverías a hacer) (Si la respuesta es no, te gustaría hacerlo y cuáles crees que son las razones por las que aún no lo has hecho): Sí, es una de mis cosas favoritas en realidad, también cuando me voy a estados unidos me encanta ir a thrift stores, creo que encuentras cosas únicas y más valiosas con mayor calidad a bajo precio, solo que a veces puede ser poco higiénico entonces lo ideal es siempre lavarlo o asegurarte que la tienda a la que vayas cuente con un protocolo de higiene

- ·Como un consumidor que forma parte de la industria del slow fashion ¿qué cambios te gustaría ver en ella?: Creo que más que nada la accesibilidad, porque es difícil estar en las redes o estar chequeando cuando hay otra feria

Respuesta de entrevistas 5

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Fernando Pulache
Fecha y hora: 10 de abril (8pm)

- Dónde vives actualmente: En San Miguel, Lima
- A qué te dedicas: Soy freelance y me enfoco en la parte de diseño gráfico, marketing y publicidad
- Cuál es tu ingreso mensual: 650 soles, dependiendo de cuantos trabajos he tenido en el mes
- De este ingreso qué cantidad lo utilizas para tus gastos personales: 200 soles, siempre trato de darme un espacio para mis necesidades y mis gustos
- ¿Dentro de tus gastos personales tienes separado alguna cantidad para la compra de ropa?: Sí, de 50 a 100 soles, me gusta tener un poco más de ropa de lo usual
- ¿Cuál es tu canal de compra favorito (sea digital o físico) ¿por qué?: Marcas independientes que encuentro en Instagram. Porque encuentro ropa que me gusta a buen precio y más opciones de prendas ya que hay muchas páginas de venta de ropa.
- Actualmente, cuál es tu marca favorita o dónde sueles comprar la mayor cantidad de ropa, y por qué es tu favorita: Hay una tienda de instagram que se volvió mi favorita, se llama Ezzetacompay, venden polos oversize y también venden paquetes con polo, jogger o shorts y zapatilla, de varios estilos.
- Al momento de comprar una prenda ¿Cuáles son las características principales que buscas en ella?: En el precio, si es bueno y me parece una buena prenda o un buen pack lo compro.
- ¿Cuáles son las razones por las que sueles comprar una prenda? (sueles comprarlo para usarlo diario u ocasiones especiales): Depende que prenda si es una camisa la usare en una ocasión especial, si es cualquier prenda para uso diario o intercalar mientras se vea nuevo.
- ¿Una vez que compras una prenda cuál suele ser su tiempo de vida?: Normalmente me duran mucho tiempo, como 1 año.
- En base a tus conocimientos, qué es el fast fashion y qué es el slow fashion. Nos podrías dar 3 diferencias entre ellas: El fast fashion es ropa que se usa del momento, se desperdicia creando residuos de ropa, y esta contamina porque son desechados en el medio ambiente por otro lado el slow fashion, son prendas que son duraderas, se puede reciclar y eso ayuda a que no se desperdicie tanta ropa.
- ¿Alguna vez has prestado, regalado, o donado alguna prenda a un amigo, amiga, familiar, etc ...o te lo han hecho a ti? Sabes que ahí también estás contribuyendo al slow fashion?: Sí, me han regalado prendas que han comprado y nunca han usado o prendas que están en buen estado.

Respuesta de entrevistas 5

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Fernando Pulache
Fecha y hora: 10 de abril (8pm)

- Cuáles son los factores principales que te llevan a elegir marcas fast fashion: Los diseños son lo que principalmente me llaman la atención, en estos puedo ver reflejado mi personalidad
- Consideras que el fast fashion es más viable dentro de tu estilo de vida u optarías por otras opciones para comprar ropa, por qué: El slow fashion, ya que ayuda a que no se desperdicie ropa.
- Qué es lo que más te gusta actualmente del fast fashion y que te gustaría ver en el slow fashion: La variedad de prendas y estilos. Y el slow fashion está bien.
- Alguna vez has utilizado ropa de segunda mano (Si la respuesta es sí que te gustó y no gustó durante la experiencia, lo volverías a hacer)(Si la respuesta es no, te gustaría hacerlo y cuáles crees que son las razones por las que aún no lo has hecho): Si, el precio favorece mucho, si lo volvería hacer, solo hay que saber donde para no caer en estafas.

Respuesta de entrevistas 6

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Silvana Flores
Fecha y hora: 9 de abril (9pm)

- Dónde vives actualmente: En San Borja, Lima Metropolitana
- A qué te dedicas: Soy estudiante y trabajo en atención al cliente.
- Cuál es tu ingreso mensual: 1200 soles aproximado dependiendo del mes también
- De este ingreso qué cantidad lo utilizas para tus gastos personales: 700 soles
- ¿Dentro de tus gastos personales tienes separado alguna cantidad para la compra de ropa?: Sí, yo considero que debe ser un aproximado de, 300 soles
- ¿Cuál es tu canal de compra favorito (sea digital o físico) ¿por qué?: En tienda física es Falabella y en cuanto a digital marcas independientes que encuentro en Instagram.
- Actualmente, cuál es tu marca favorita o dónde sueles comprar la mayor cantidad de ropa, y por qué es tu favorita: Suelo comprar en H&M y Falabella, porque están cerca de mi hogar y encuentro variedad de prendas.
- Al momento de comprar una prenda ¿Cuáles son las características principales que buscas en ella? Principalmente la talla, porque en algunas tiendas la talla que uso la suelen hacer más pequeña. Además, suelo fijarme en el precio, ya que si la prende tiene un alto costo y lo vale, la compro.
- ¿Cuáles son las razones por las que sueles comprar una prenda? (sueles comprarlo para usarlo diario u ocasiones especiales): Depende que prenda si es una camisa la usare en una ocasión especial, si es cualquier prenda para uso diario o intercalar mientras se vea nuevo.
- ¿Una vez que compras una prenda cuál suele ser su tiempo de vida?: Normalmente me duran mucho tiempo, como 1 año.
- En base a tus conocimientos, qué es el fast fashion y qué es el slow fashion. Nos podrías dar 3 diferencias entre ellas: Para mi, fast fashion es moda que se produce en cantidades, por lo cual deja demasiados desperdicios y residuos que contaminan al medio ambiente, pero también es la moda que más se consume actualmente. Por otro lado, el slow fashion es más sostenible, la producción no es demasiada y se busca que las prendas realizadas sean de calidad.
- ¿Alguna vez has prestado, regalado, o donado alguna prenda a un amigo, amiga, familiar, etc ...o te lo han hecho a ti? Sabes que ahí también estás contribuyendo al slow fashion?: Sí, muchos de mis familiares me han regalado prendas suyas, las cuales he remodelado y usado como cualquier otra prenda.
- Actualmente cuál consideras que es el rubro que más consumes: Considero que consumo más fast fashion.

Respuesta de entrevistas 6

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Silvana Flores
Fecha y hora: 9 de abril (9pm)

- Cuáles son los factores principales que te llevan a elegir marcas fast fashion: La variedad de colores y diseños.
- Consideras que el fast fashion es más viable dentro de tu estilo de vida u optarías por otras opciones para comprar ropa, por qué: Creo que optaría más por el slow fashion, porque contribuyo con el medio ambiente y además, me ofrecen mejor calidad en mis prendas.
- Qué es lo que más te gusta actualmente del fast fashion y que te gustaría ver en el slow fashion: Me gusta que cuenten con una gran variedad de tallas. Me gustaría ver lo mismo en el slow fashion.
- Alguna vez has utilizado ropa de segunda mano (Si la respuesta es sí que te gustó y no gustó durante la experiencia, lo volverías a hacer)(Si la respuesta es no, te gustaría hacerlo y cuáles crees que son las razones por las que aún no lo has hecho): No, pero sí me gustaría hacerlo. Creo que la razón por la que aún no compro de segunda mano es porque no sé en qué canales comprar.

4

Respuesta de entrevistas 7

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Martha
Fecha y hora: 7 de abril (7pm)

- Dónde vives actualmente: Actualmente estoy viviendo en Lince
- A qué te dedicas: Soy practicante de Derecho y a la vez estudiante
- Cuál es tu ingreso mensual: Varía de acuerdo al mes y temporada pero mi monto mínimo vendría a ser 1080
- De este ingreso qué cantidad lo utilizas para tus gastos personales: Uhmm la mitad, vendrían a ser 500
- ¿Dentro de tus gastos personales tienes separado alguna cantidad para la compra de ropa?: Sí, una cantidad de 200 0 250
- ¿Cuál es tu canal de compra favorito (sea digital o físico) ¿por qué?: Páginas de Instagram o podrían ser tiendas grandes como Ripley o Zara, porque son los más difundidos en redes.
- Actualmente, cuál es tu marca favorita o dónde sueles comprar la mayor cantidad de ropa, y por qué es tu favorita: Yo creería que en Zara porque tienen diseños actualizados y más que todo por los conocidos que tengo
- Al momento de comprar una prenda ¿Cuáles son las características principales que buscas en ella?: Que me gusten y sean de mi estilo, tienen que ser prendas con las que esté cómoda y me sienta bien conmigo misma
- ¿Cuáles son las razones por las que sueles comprar una prenda? (sueles comprarlo para usarlo diario u ocasiones especiales): Varía mucho de mi estado de ánimo, pero mayormente suele ser para situaciones específicas.
- ¿Una vez que compras una prenda cuál suele ser su tiempo de vida?:Puede variar entre un año y dos años, depende mucho del tipo de prenda y el uso que le de, si es diario, interdiario y así
- En base a tus conocimientos, qué es el fast fashion y qué es el slow fashion. Nos podrías dar 3 diferencias entre ellas: El fast fashion vendría a ser tal vez algo que vas a usar a corto plazo y el slow fashion algo a largo plazo según lo que me guio por el nombre, otra característica vendría a ser que no pase de moda, el fast fashion es más una tendencia algo del momento y el slow fashion algo más clásico, algo que vas a usar mas seguido, el fast fashion también como tema de característica podría ser que tenga algo raro o algo característico de una marca
- ¿Alguna vez has prestado, regalado, o donado alguna prenda a un amigo, amiga, familiar, etc ...o te lo han hecho a ti? Sabes que ahí también estás contribuyendo al slow fashion?: Oh sí, varias veces entre mis amigas pero no sabía que también era una forma de ayudar.
- Actualmente cuál consideras que es el rubro que más consumes: Desde mi punto de vista yo creo que sería el fast fashion

Respuesta de entrevistas 7

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Martha
Fecha y hora: 7 de abril (7pm)

- Cuáles son los factores principales que te llevan a elegir marcas fast fashion: Son más famosas por así decirlo, no hay tanta contribución de publicidad
- Consideras que el fast fashion es más viable dentro de tu estilo de vida u optarías por otras opciones para comprar ropa, por qué: Creo que de ambas. Me encanta la ropa y usualmente compro de acuerdo a lo que esté frente a mí, osea si veo algo que me gusta lo compro
- Qué es lo que más te gusta actualmente del fast fashion y que te gustaría ver en el slow fashion: Yo sigo un poco de tendencias así que me gustaría ver ese tipo de moda en el slow fashion
- Alguna vez has utilizado ropa de segunda mano (Si la respuesta es sí que te gustó y no gustó durante la experiencia, lo volverías a hacer)(Si la respuesta es no, te gustaría hacerlo y cuáles crees que son las razones por las que aún no lo has hecho): Lo que me gusto es que el precio era mucho menor que en el fast fashion, por lo tanto mucho más accesible, lo que no me gusto es que en esa experiencia la ropa no era totalmente mi estilo así que terminé donándola, lo volvería hacer porque siento que no intervenido tanto en el slow fashion yo como compradora pero si me gustaría intentarlo y ver si algunas de esas prendas puede ajustarse a mi estilo

4

Respuesta de entrevistas 8

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Raul
Fecha y hora: 8 de abril (5pm)

- Dónde vives actualmente: En Lince
- A qué te dedicas: Soy iluminador
- Cuál es tu ingreso mensual: Entre 2300 y 2500
- De este ingreso qué cantidad lo utilizas para tus gastos personales: Aprox de 300 o 400 por ahí
- ¿Dentro de tus gastos personales tienes separado alguna cantidad para la compra de ropa?: Más o menos unos 100 soles, aunque también puede variar según los gastos que tenga en el mes o las otras cosas que quiera comprar
- ¿Cuál es tu canal de compra favorito (sea digital o físico) ¿por qué?: Prefiero tienda física, Ripley, Zara a veces, porque me gusta algunos diseños que tiene, algunas marcas que tiene, por ejemplo, Ripley tiene Index
- Actualmente, cuál es tu marca favorita o dónde sueles comprar la mayor cantidad de ropa, y por qué es tu favorita: Ripley y siempre me voy por Index, porque tiene buenos diseños y buenos precios, más que nada eso, me gusta comprar prendas de estilos que siento que me pueden quedar bien
- Al momento de comprar una prenda ¿Cuáles son las características principales que buscas en ella?: Que tenga muy buena calidad, y un precio regular, mas que nada eso, que tenga una calidad buena pero a un precio razonable
- ¿Cuáles son las razones por las que sueles comprar una prenda? (sueles comprarlo para usarlo diario u ocasiones especiales): Normalmente veo un polo o una camisa que me gusta y si tengo la oportunidad de comprarlo lo compro, pero en si podría ser para ocasiones especiales
- ¿Una vez que compras una prenda cuál suele ser su tiempo de vida?:Yo creo que un aprox de un año más o menos
- En base a tus conocimientos, qué es el fast fashion y qué es el slow fashion. Nos podrías dar 3 diferencias entre ellas: Okay, creo que una de esas es mas o menos varía entre la ropa de segunda mano y la ropa de tienda, no conozco otras diferencias

48

- ¿Alguna vez has prestado, regalado, o donado alguna prenda a un amigo, amiga, familiar, etc ...o te lo han hecho a ti? Sabes que ahí también estás contribuyendo al slow fashion?: Si claro, por supuesto, también me han regalado o me han donado

Al ser un consumidor tanto del fast fashion como del slow fashion pasaremos a realizar ambos layouts de preguntas

FAST FASHION

- Cuáles son los factores principales que te llevan a elegir marcas fast fashion: Supongo que más que todo por marca, encuentras diseños exclusivos, nuevos modelos, más que nada es por la marca

4

Respuesta de entrevistas 8

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Raul
Fecha y hora: 8 de abril (5pm)

- Consideras que el fast fashion es más viable dentro de tu estilo de vida u optarías por otras opciones para comprar ropa, por qué:Podría si optar por otras opciones, no me cierro a compras solo así, porque creo que si hay una manera de contribuir a no cooperar siempre con las tiendas que sacan ropa a cada rato y todo, después hay ropa que se desecha, más que todo por el medio ambiente

- Qué es lo que más te gusta actualmente del fast fashion y que te gustaría ver en el slow fashion: A ver, del fast fashion lo que más me gusta es el tema de que sacan nuevos diseños, nuevas prendas, nuevos estilos, y es lo que me gustaría también ver en el slow fashion, más modelos, más estilos, más variedad

- Alguna vez has utilizado ropa de segunda mano (Si la respuesta es sí que te gustó y no gustó durante la experiencia, lo volverías a hacer)(Si la respuesta es no, te gustaría hacerlo y cuáles crees que son las razones por las que aún no lo has hecho): Si, maso o menos, en realidad me gusta mucho porque he encontrado muy buenas cosas y a un precio muy accesible

SLOW FASHION:

- Dentro de una industria que es liderada por el fast fashion cuál es la razón por la que optas comprar ropa slow fashion o de segunda: Mas que todo lo principal para mi es el tema del medio ambiente, no estar comprando ropa a cada rato, se gasta en el material, tengo entendido que a veces hay prendas que se hacen con animales y hay que concientizar a la gente y decir oye si puedes utilizar prendas de segunda mano y buscar algo que te guste entonces chévere

- ¿Por dónde sueles comprar prendas slow fashion o de segunda? ¿Tienes alguna marca, tienda o feria favorita? Por qué es tu favorita: He llegado a comprar en Tacora, en Gamarra, o en tiendas vintage de Miraflores, me gusta el mercado de pulgas, hay muchas ferias que venden ropa de segunda de mano, me gustan las ferias por la variedad, muchas veces encuentras no solo ropa sino también accesorios

- ¿Consideras que actualmente hay ciertas circunstancias que hacen que se te dificulte mantener este consumo consciente con el medio ambiente? Y si la respuesta es sí cuáles son: Por un tema de tiempo, no existen muchas plataformas virtuales para poder obtener variedad de opciones al momento de comprar ropa de segunda mano, por lo cual tener que ir hasta tacora o la cachina me consume tiempo y el dinero de los pasajes, además de hacer que me exponga a que me puedan robar

27

- Sé que ahora estás apostando por el slow fashion, pero hubo algún momento ya sea del pasado o actualmente donde optaste por el fast fashion? Si la respuesta es sí qué fue lo que te convenció o te motivó a comprar?: Antes me fijaba demasiado en el tema de las marcas, hubo un tiempo en el que yo compraba mucho en ZARA, H&M, Forever 21, que son fast fashion, digamos que lo más comercial. Después poco a poco me fui concientizando sobre el medio ambiente, el uso de las prendas, como las realizan están grandes empresas y ahí tomé un poco de conciencia

4

Respuesta de entrevistas 8

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Raul
Fecha y hora: 8 de abril (5pm)

- Alguna vez has utilizado ropa de segunda mano (Si la respuesta es sí que te gustó y no gustó durante la experiencia, lo volverías a hacer)(Si la respuesta es no, te gustaría hacerlo y cuáles crees que son las razones por las que aún no lo has hecho): Supongo que más que todo por marca, encuentras diseños exclusivos, nuevos modelos, más que nada es por la marca

- ¿Cómo un consumidor que forma parte de la industria del slow fashion ¿qué cambios te gustaría ver en ella?: Mayor variedad y un acceso a las prendas mucho más sencillo y más publicidad para los medios de venta

- ¿Te gustaría compartir un poco más acerca de este tema o añadir algo?: Creo que no toman suficiente conciencia sobre lo que hay detrás de cada empresa para hacer sus marcas, creo que en realidad deberíamos ponernos a investigar y decir mira sabes que, esto es lo que pasa para que puedas tener esto

Respuesta de entrevistas 9

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Fernando Minchola
Fecha y hora: 9 de abril (6pm)

- Dónde vives actualmente: En Lima, SMP
- A qué te dedicas: Actualmente estudio Arquitectura en la UPC, de San miguel
- Cuál es tu ingreso mensual: No tengo un ingreso mensual aún
- De este ingreso qué cantidad lo utilizas para tus gastos personales: La cantidad que hago uso para mis gastos personales unos 400 soles.
- ¿Dentro de tus gastos personales tienes separado alguna cantidad para la compra de ropa?: Generalmente siempre cuando hago compras gasto 400 soles
- ¿Cuál es tu canal de compra favorito (sea digital o físico) ¿por qué?: Creo que sería en digital porque es más factible dentro de mi rutina
- Actualmente, cuál es tu marca favorita o dónde sueles comprar la mayor cantidad de ropa, y por qué es tu favorita: Mi marca favorita es tommy hilfiger y la compro en el jockey plaza, porque me gusta mucho su calidad los materiales que usa la marca, me siento cómodo, me gusta el estilo de ropa que tiene.
- Al momento de comprar una prenda ¿Cuáles son las características principales que buscas en ella?: Sería la calidad, el tipo de material que usan también me gustan los colores atractivos.
- ¿Cuáles son las razones por las que sueles comprar una prenda? (sueles comprarlo para usarlo diario u ocasiones especiales): Sería para usarlo diario ya que tengo clases presenciales en la universidad y también para ocasiones especiales.
- ¿Una vez que compras una prenda cuál suele ser su tiempo de vida?:Como me gusta cuidar bastante mi ropa y trato de no gastarla usándola tantas veces me dura 3 años a más
- En base a tus conocimientos, qué es el fast fashion y qué es el slow fashion. Nos podrías dar 3 diferencias entre ellas: Tengo entendido que el fast fashion es la ropa que siempre sale en tendencia y que se va cambiando constantemente conforme pasa la moda y el slow fashion es la ropa sostenible que sirve para no dañar el medio ambiente.
- ¿Alguna vez has prestado, regalado, o donado alguna prenda a un amigo, amiga, familiar, etc ...o te lo han hecho a ti? Sabes que ahí también estás contribuyendo al slow fashion?: Sí un par de veces entre mis primos
- Actualmente cuál consideras que es el rubro que más consumes: Yo considero que sería fast fashion
- Cuáles son los factores principales que te llevan a elegir marcas fast fashion: Bueno como dije antes, la calidad, considero que es importante, además de las tendencias que están de moda entre nosotros los jóvenes es como que cool, chevere llevar puesto.

Respuesta de entrevistas 9

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Fernando Minchola
Fecha y hora: 9 de abril (6pm)

- Consideras que el fast fashion es más viable dentro de tu estilo de vida u optarías por otras opciones para comprar ropa, por qué: Yo creo que el fast fashion va con mi estilo de vida, porque me gusta estar a la moda en tendencia, usar lo último pero siempre que tenga mi esencia y me sienta cómodo.

- Qué es lo que te más gusta actualmente del fast fashion y que te gustaría ver en el slow fashion: Lo que más me gusta del fast fashion es que siempre están actualizando en nuevas ropas, en nuevos estilos y me gustaría en el slow fashion que se siga conservando la calidad de la ropa que no se vea desgastada, que se vea bien.

- Alguna vez has utilizado ropa de segunda mano (Si la respuesta es sí que te gustó y no gustó durante la experiencia, lo volverías a hacer)(Si la respuesta es no, te gustaría hacerlo y cuáles crees que son las razones por las que aún no lo has hecho): No, nunca. Si porque no. Creo que porque tengo bastante ropa y como digo, cada cierto tiempo me gusta comprar nueva por las tendencias y no estar repitiendo la misma ropa, entonces la ropa más antigua la uso en días de casa como diario y ya no tengo necesidad de comprar otro tipo de ropa.

Respuesta de entrevistas 10

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Diego Hans Cáceres
Fecha y hora: 9 de abril (7 pm)

- Dónde vives actualmente: Actualmente vivo en San Miguel
- A qué te dedicas: Soy asesor de créditos del banco Scotiabank
- Cuál es tu ingreso mensual: Mi ingreso mensual está dentro de los 7 mil
- De este ingreso qué cantidad lo utilizas para tus gastos personales: La mitad lo divido en mi tema de los estudios y casi abarco un 70% del tema de mis ingresos porque tengo una hijita.
- ¿Dentro de tus gastos personales tienes separado alguna cantidad para la compra de ropa?: Si, no suelo comprarme ropa muy continuamente, pero si guardo un poco para ello.
- ¿Cuál es tu canal de compra favorito (sea digital o físico) ¿por qué?: Yo diría que sería digital en mi caso porque no me gusta esperar a las colas o ir buscando entre ropas a cada rato
- Actualmente, cuál es tu marca favorita o dónde sueles comprar la mayor cantidad de ropa, y por qué es tu favorita: Hoy en día la marca que me agrada bastante es Adidas, porque antes de trabajar en el banco yo era más urbano, siempre use eso por el tema de la tendencia.
- Al momento de comprar una prenda ¿Cuáles son las características principales que buscas en ella?: Que sea de un buen algodón, que sea lo más fresco posible y los acabados a perfección.
- ¿Cuáles son las razones por las que sueles comprar una prenda? (sueles comprarlo para usarlo diario u ocasiones especiales): Sería más que todo por necesidad, en ocasiones especiales.
- ¿Una vez que compras una prenda cuál suele ser su tiempo de vida?:Dependiendo, eso es una pregunta un poco ambigua, pero sí cuando son polos 6 meses a 1 año y cuando son pantalones incluso un poco más.
- En base a tus conocimientos, qué es el fast fashion y qué es el slow fashion. Nos podrías dar 3 diferencias entre ellas: Como veo el fast fashion son prendas rápidas, que innovan con rapidez es continuo, y lo otro es algo ecológico sostenible, en el fast fashion no les importa mucho lo ambiental y el slow fashion priorizan lo ecológico para el bien de la humanidad.
- ¿Alguna vez has prestado, regalado, o donado alguna prenda a un amigo, amiga, familiar, etc ...o te lo han hecho a ti? Sabes que ahí también estás contribuyendo al slow fashion?: Sí un par de veces entre mis primos pero no había pensado en eso como una acción sostenible antes
- Actualmente cuál consideras que es el rubro que más consumes: Hmm Fast fashion
- Cuáles son los factores principales que te llevan a elegir marcas fast fashion: Están más expuestas mediáticamente hablando como ZARA tiendas por departamento, son más accesibles al público general, por ello creo que somos más consumidores al fast fashion.

Respuesta de entrevistas 10

Muestra 1: Gente joven entre 18 - 30 años

Nombre del entrevistado/a: Diego Hans Cáceres
Fecha y hora: 9 de abril (7 pm)

- Consideras que el fast fashion es más viable dentro de tu estilo de vida u optarías por otras opciones para comprar ropa, por qué: Yo sí siento la verdad que es lo más factible, porque prácticamente la ropa está más centralizada en ese aspecto por las tiendas, son muy pocos las personas o el gremio que se une por el otro.

- Qué es lo que te más gusta actualmente del fast fashion y que te gustaría ver en el slow fashion:Lo que más me gusta del fast fashion es el tema de la variedad de tiendas tienes todo tipo de ropa y en el slow fashion me gusta mucho que traten de reciclar como para conllevar a tener productos económicos, eso también es contribuyente para el público.

- Alguna vez has utilizado ropa de segunda mano (Si la respuesta es sí que te gustó y no gustó durante la experiencia, lo volverías a hacer)(Si la respuesta es no, te gustaría hacerlo y cuáles crees que son las razones por las que aún no lo has hecho): Si, bueno antes se veía que tu primito de heredaba las prendas y aveces suelo comprar en closet sale por instagram o tik tok. Me gusta, lo primero que veo es el precio muy accesible, si lo volvería hacer siempre y cuando esté bien cuidado.

- Te gustaría añadir algo acerca de este tema:Me gustaría que digamos puedan desarrollarse más las tiendas de slow fashion y nada, ha sido una bonita entrevista.

Respuesta de entrevistas 11

Muestra 2: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de fast fashion

Nombre del entrevistado/a: Melady
Fecha y hora: 7 de abril (8pm)

- Dónde vives actualmente: En San Borja, Lima Metropolitana
- A qué te dedicas: Soy comerciante
- Cuál es tu ingreso mensual: Depende mucho del volumen de las ventas
- Qué tipo de ropa vendes dentro de tu marca: Ropa interior para damas y caballeros
- ¿Cuál es la cantidad promedio que inviertes en tus prendas?: Un 75% de las ventas del mes
- ¿Qué canales utilizas para vender tus prendas?: Actualmente sólo tienda física ubicada en Gamarra
- Aproximadamente cuánta ropa sueles vender por mes. Consideras que hay variaciones en la cantidad de venta durante el año. (Si la respuesta es sí, cuándo hay un incremento de ventas y cuándo suele disminuir): 3000 prendas, hay bastante variación durante el año, las fechas en las que más se venden es en festividades, día de la madre y día del padre, los feriados y navidad.
- ¿Cuándo fue la primera vez que te enteraste del slow fashion, qué impresión tuviste?: Muy buena, porque están apuntando hacia un sondeo, el cual trae muy buenos beneficios.
- Qué retos te tocó pasar con tu marca: Los que han pasado y vendrán, son muchísimos, entre estos son establecerse y comenzar.
- ¿Tú qué consideras que es más importante considerar al momento de vender una prenda? Qué características sientes que esa prenda tiene que tener para estar en el mercado: Dar buena calidad y buena atención al público.
- ¿Cuál es la inversión mensual que realizas para poder obtener tus productos?: Depende mucho de lo que se obtiene mensual, cómo te digo depende de las ganancias, yo utilizo el 70% de las ventas para mejorar todo.
- Conoces el procedimiento y la fabricación por las que pasan tus prendas (en caso la respuesta sea sí, nos podrías contar un poco sobre esta): Sí, el proceso va desde comprar tela o mandarla a hacer, la costura y el corte, pasan a acabados, al final pasan a distribución y venta al cliente.
- Cuáles son los materiales principales que suelen utilizar: Nosotros trabajamos con algodón(no el orgánico), elásticos, encajes y también con látex que tienen cierto contenido de plástico pero son más fáciles de conseguir dentro de perú
- ¿En base a la calidad de las prendas cuánto sería el tiempo que le darías al ciclo de vida de tus productos?: Las prendas íntimas duran aproximadamente un año y es recomendable cambiarlas al año, pero pueden durar más si se les da el debido cuidado.

Respuesta de entrevistas 11

Muestra 2: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de fast fashion

Nombre del entrevistado/a: Melady
Fecha y hora: 7 de abril (8pm)

- ¿Estás conforme con la ganancia obtenida mensualmente u optarías en algún momento por otro método de venta?: Existen otros métodos de venta pero también implica tener mayor logística, invertir en publicidad, se podría seguir creciendo y que el negocio sea grande y obviamente esto generaría un aumento en el precio.
- ¿ Qué parte de tu emprendimiento sientes tú que no es tan rentable como te gustaría que fuera?:En la parte de hacer un mayor estudio, si uno no le hace el estudio adecuado y no logra hacer una rotación adecuada.
- ¿Llegas a vender toda la ropa o te queda un saldo que no se logra vender ya sea por alguna falla en la prenda o por ser de una temporada pasada, etc.?: Sí, no todo lo que se produzca se va a vender, aproximadamente un 15% no se vende. Y siento que varía de acuerdo a las temporadas
- ¿Qué haces con las prendas que te sobran?:Pasan a remate. La mayor parte de los casos, porque tampoco queremos botarla y desperdiciar el costo del producto y la fabricación
- En base a tus conocimientos, qué es el fast fashion y qué es el slow fashion. Nos podrías dar 3 diferencias entre ellas:La diferencia es la forma de comercializar el producto, que tenga que ver con la sostenibilidad y los materiales que se utilicen.
- ¿ En cuál de estos dos rubros se encuentra tu emprendimiento?:El fast fashion considero por la forma en la que hemos fabricado la ropa sí considero que no es totalmente sostenible a largo plazo
- Consideras que contar con una marca fast fashion es más rentable, por qué: Sí, sale rentable porque hay mayor volumen de rotación.
- Consideras que cambiar tu empresa a slow fashion podría ser beneficioso para ti o no, por qué: Podría considerar llevarlo de las dos maneras, actualmente no.
- Actualmente cuál crees que es el canal más rentable para la industria del fast fashion y el que llega a la mayor cantidad de consumidores, por qué: Sí, definitivamente, la venta al mayor es mejor.

Respuesta de entrevistas 12

Muestra 2: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de fast fashion

Nombre del entrevistado/a: Estrella
Fecha y hora: 11 de abril (9pm)

- Dónde vives actualmente: En San Luis, Lima Metropolitana
- A qué te dedicas: Estudiante y Empresaria
- Cuál es tu ingreso mensual: Varía de acuerdo a las ventas mensuales
- Qué tipo de ropa vendes dentro de tu marca: Ropa de fiesta para damas
- ¿Cuál es la cantidad promedio que inviertes en tus prendas?: Un aproximado del 27% según la prenda
- ¿Qué canales utilizas para vender tus prendas?: Ahorita estoy centrándome en utilizar Instagram y en tienda física
- Aproximadamente cuánta ropa sueles vender por mes. Consideras que hay variaciones en la cantidad de venta durante el año. (Si la respuesta es sí, cuándo hay un incremento de ventas y cuándo suele disminuir): Entre 5 a 10 prendas. Si en temporadas de cambio de estación o en días especiales como Black Friday.
- ¿Cuándo fue la primera vez que te enteraste del slow fashion, qué impresión tuviste?: Una amiga cercana me habló de este tema pero durante el comienzo de mi juventud pude ver como el fast fashion afecta al entorno y a las personas involucradas en este.
- Qué retos te tocó pasar con tu marca: Pues no todos los proveedores tiene como objetivo la mejora del ambiente y eso hace que sea dificultoso el hallazgo de estos.
- ¿Tú qué consideras que es más importante considerar al momento de vender una prenda? Qué características sientes que esa prenda tiene que tener para estar en el mercado: Calidad y durabilidad
- ¿Cuál es la inversión mensual que realizas para poder obtener tus productos?: 250 a 400 unidades aproximadamente pero va cambiando de acuerdo a las estaciones.
- Conoces el procedimiento y la fabricación por las que pasan tus prendas (en caso la respuesta sea sí, nos podrías contar un poco sobre esta): No realmente
- Cuáles son los materiales principales que suelen utilizar: Algodón, jean, gasa, etc.
- ¿En base a la calidad de las prendas cuánto sería el tiempo que le darías al ciclo de vida de tus productos?: Casi entre 3-5 años según el uso y cuidado
- ¿Estás conforme con la ganancia obtenida mensualmente u optarías en algún momento por otro método de venta?: Me gustaría aumentar la llegada de mi marca a través de otras redes.

4

Respuesta de entrevistas 12

Muestra 2: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de fast fashion

Nombre del entrevistado/a: Estrella
Fecha y hora: 11 de abril (9pm)

- ¿ Qué parte de tu emprendimiento sientes tú que no es tan rentable como te gustaría que fuera?: Por ahora es comprado todo vestuario a proveedores, me gustaría poder trabajar desde 0 esto
- ¿Llegas a vender toda la ropa o te queda un saldo que no se logra vender ya sea por alguna falla en la prenda o por ser de una temporada pasada, etc.?: Si, es un poco bajo el nivel de venta por el mismo tema de tiempos o al público que se quiere llegar
- ¿Qué haces con las prendas que te sobran?:Todavía no tenemos un plan proyectado a esas prendas, solemos botarlas
- En base a tus conocimientos, qué es el fast fashion y qué es el slow fashion. Nos podrías dar 3 diferencias entre ellas:El fast fashion es conocido por su comportamiento en el consumismo actual El fast fashion es conocido por su comportamiento en el consumismo actual de querer solo vender de manera compulsiva porque estos productos son creados para tener un tiempo de vida muy limitado y el slow fashion está enfocado en preservar prendas el mayor tiempo posible para no generar sobreproducción que dañe a los trabajadores o al ambiente.
- ¿ En cuál de estos dos rubros se encuentra tu emprendimiento?:Yo creo que esta en el medio de estos dos rubros por ahora
- Consideras que contar con una marca fast fashion es más rentable, por qué: Si, porque se suele gastar menos en la producción o confección
- Consideras que cambiar tu empresa a slow fashion podría ser beneficioso para ti o no, por qué: Si, en el tema de imagen pública e inspiración
- Actualmente cuál crees que es el canal más rentable para la industria del fast fashion y el que llega a la mayor cantidad de consumidores, por qué: Las redes sociales o Sponsors publicitarios

15

Respuesta de entrevistas 13

Muestra 2: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de fast fashion

Nombre del entrevistado/a: Bryan Arteta
Fecha y hora: 9 de abril (10 pm)

- Dónde vives actualmente: En Lima Perú
- A qué te dedicas: Soy Administrador logístico y tengo una marca de ropa propia de hombres.
- Cuál es tu ingreso mensual: Mi salario por mi empleo y mis ganancias por mi marca.
- Qué tipo de ropa vendes dentro de tu marca: Ropa exclusiva, oversize, sobre todo moda limitada.
- ¿Cuál es la cantidad promedio que inviertes en tus prendas?: Bueno depende, si veo potencial entre 1000 algo menos o a más.
- ¿Qué canales utilizas para vender tus prendas?: Redes sociales, ventas directas al público y ferias.
- Aproximadamente cuánta ropa sueles vender por mes. Consideras que hay variaciones en la cantidad de venta durante el año. (Si la respuesta es sí, cuándo hay un incremento de ventas y cuándo suele disminuir): Por mes depende de la temporada entre 20 a 15 prendas. Si sobre todo por temporadas y por otro tema la situación del país.
- ¿Cuándo fue la primera vez que te enteraste del slow fashion, qué impresión tuviste?: Me enteré sobre todo por los recursos que se usa de mala manera.
- Qué retos te tocó pasar con tu marca: Los que han pasado y vendrán, son muchísimos, entre estos son establecerse y comenzar.
- ¿Tú qué consideras que es más importante considerar al momento de vender una prenda? Qué características sientes que esa prenda tiene que tener para estar en el mercado: Calidad, sobre todo un buen diseño y que sea única que no haya otra igual.
- ¿Cuál es la inversión mensual que realizas para poder obtener tus productos?: Mensualmente depende de la cantidad que quisiera sacar entre 300 a 1000.
- Conoces el procedimiento y la fabricación por las que pasan tus prendas (en caso la respuesta sea sí, nos podrías contar un poco sobre esta): Desde la materia prima si, pero no desde el proceso de la tela en sí.
- Cuáles son los materiales principales que suelen utilizar: La tela, depende de la prenda que vamos a sacar, la variación de tela, el color de hilo, accesorios puede ser botones, cierres, los diversos acolchonado. Pero casi siempre usamos algodón
- ¿En base a la calidad de las prendas cuánto sería el tiempo que le darías al ciclo de vida de tus productos?: Con un buen cuidado puede durar 2 años aproximado
- ¿Estás conforme con la ganancia obtenida mensualmente u optarías en algún momento por otro método de venta?: Si estoy conforme, pero también optaría por otro tipo de venta que vea que sea rentable.

Respuesta de entrevistas 13

Muestra 2: Emprendedores que trabajan dentro del rubro de fast fashion

Nombre del entrevistado/a: Bryan Arteta
Fecha y hora: 9 de abril (10 pm)

- ¿ Qué parte de tu emprendimiento sientes tú que no es tan rentable como te gustaría que fuera?: El tema de la producción, porque es un poco complicado a veces coordinar con terceros, porque si uno hace todo propio sería más fácil.
- ¿Llegas a vender toda la ropa o te queda un saldo que no se logra vender ya sea por alguna falla en la prenda o por ser de una temporada pasada, etc.?: Siempre queda un saldo
- ¿Qué haces con las prendas que te sobran?:A veces las donamos, rematamos, o tratamos de manejarlo como marketing para publicidad a la marca.
- En base a tus conocimientos, qué es el fast fashion y qué es el slow fashion. Nos podrías dar 3 diferencias entre ellas: El fast fashion yo lo considero como para cubrir una necesidad más rápida de ciertas cosas que vez o accesorios que necesitas en el momento, encontrar lugares más accesibles por donde vivas, el slow fashion es donde buscas algo más exclusivo, detallado y buscas una prenda donde tú solo lo puedas tener o pocas personas lo tengan, va ser un poco complicado encontrarlo porque la demanda es menor.
- ¿ En cuál de estos dos rubros se encuentra tu emprendimiento?:Yo considero el fast fashion
- Consideras que contar con una marca fast fashion es más rentable, por qué: Depende de donde te ubiques y los factores que analices, si puede ser más rentable pero a la larga puede generar más problemas y tendrías que adecuarte.
- Consideras que cambiar tu empresa a slow fashion podría ser beneficioso para ti o no, por qué: Depende de la persona considero que sí, si vas a reducir temas de problemas, también tu carga sobre laboral entonces sí, pero si tu eres alguien que mueve su producto de diferente manera y estás acostumbrado obviamente sería complicado.
- Actualmente cuál crees que es el canal más rentable para la industria del fast fashion y el que llega a la mayor cantidad de consumidores, por qué: Las redes sociales o Sponsors publicitarios: Creo que es la función visual que tiene y sobre todo la publicidad que manejan en la redes, las ofertas creo que eso es su mayor fuerte.
- Te gustaría añadir algo acerca de este tema: Bueno que la gente sobretodo aprende no siempre vestir lo que uno por quedar bien, sino lo que uno quiera y se sienta cómodo y marcar un propio estilo independiente.



Talleres Generativo 1

ETAPA DE IDEAR

TALLER GENERATIVO 1

OBJETIVO PRINCIPAL: Encontrar cuál es el criterio que tienen al momento de venderle a sus clientes, y cuál es su proceso de venta

PERFILES DE LOS PARTICIPANTES: Emprendedores que sean del rubro de ropa

INTRODUCCIÓN: Hola a todos bienvenidos a este taller, somos alumnos de toulouse lautrec y el día de hoy realizaremos unas dinámicas para entender un poco más sobre el desarrollo y las compra y venta de los usuarios dentro de la industria textil. ¿Comenzamos?

PASO 1: Explicación: Les pedimos que se presenten y digan cuál es el rubro en el que se desempeñan, y preguntarles cuál es el criterio más importante para ellos: Precio, y Calidad y estado de la prenda

PASO 2: Los dividimos en 2 grupos según los criterios escogidos y les pedimos que abran su pinterest o donde suelen sacar inspiración para prendas que ponen en venta, y que vayan buscando imágenes de prendas que les llamen la atención.

PASO 3: Armar en cada grupo 2 moodboards con las imágenes que cada uno utiliza, 1 para las prendas que podrían vender en un emprendimiento ficticio, y 1 de las prendas que no venderían.

PASO 4: Fundamentar: ¿Por qué eligieron ese estilo de ropa? - ¿Por qué creen que las prendas que colocaron en cada respectivo moodboard se podrían vender o no? - ¿Cuál ha sido tu experiencia en el rubro vendiendo este tipo de prendas, cuáles son las que venderías y cuáles no, por qué? - Con las prendas/materiales que les sobran, ¿Qué es lo que hacen con ellas?

CIERRE:Con esto culminaríamos el taller del día de hoy. Muchas gracias por tu participación en este te ayer y por tu tiempo.

Taller 1

En el primer paso del taller nos centramos en analizar los criterios

CALIDAD Y ESTADO DE LA PRENDA

- **Nicole**: Siento que muchas veces he visto que hay clientes que compran por el precio cómodo pero luego cuando se los ponen lo ven cómo les queda o cómo termina después del día todo arrugado, no vuelven a comprar de ese lugar. Entonces siento que si se le brinda una buena calidad que no solo se vea bien sino que también cuenta con duración de vida los clientes vuelven a ti para comprar y ya se hace un lazo mucho más confiable
- **Brayan**: Creo que en mí caso me enfoco más que la calidad de los productos que vendan sean rentables para mi negocio pero también que satisfaga lo que necesita el usuario. Y creo que importa mucho la parte de la estructura de la prenda y luego eso también te permite a trabajar con materiales un poco más económicos pero que igual se vea de alta calidad.
- **Raúl**:Yo vendo dentro del rubro del slow fashion y creo que hay esta idea de mientras más barato mejor para el usuario y mejor para mí porque hay más ventas, cómo se le malogra más rápido la ropa viene más y más veces. Sin embargo dentro de las marcas del slow fashion creo que si bien genera un mayor costo a largo plazo es más beneficioso para el cliente porque una prenda que le podría haber durado 1 año, al haber estado elaborado con materiales de alta calidad puede durar 6 a 7 años.

PRECIO DE LA PRENDA

- **Fernando:** Yo creo que el precio dentro del mercado peruano es una de las motivaciones más importantes cuando deciden si van a comprar una ropa o no, entonce siento que es más rentable brindar prendas que sean baratas.
- **Daniela:** Desde mi perspectiva ayuda mucho cuando el precio es bajo especialmente para los tipos de prendas que quieras usar una o dos veces, o para ocasiones especiales, como una fiesta o un evento porque no lo van a usar siempre y lo pueden botar después de un par de usos.
- **Ximena:** Creo que hay muchas personas que buscan tener mayor cantidad de prendas para poder adaptarlos en todas las ocasiones entonces tener un precio que sea cómodo ayuda mucho.

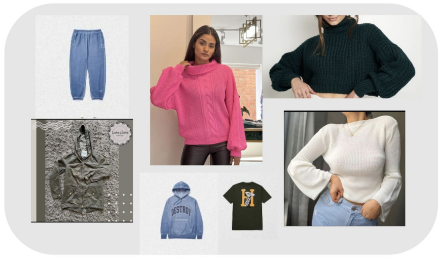
Taller 1

Les pedimos que se presenten y digan cuál es el rubro en el que se desempeñan, y preguntarles cuál es el criterio más importante para ellos: Precio, y Calidad y estado de la prenda

CALIDAD Y ESTADO DE LA PRENDA

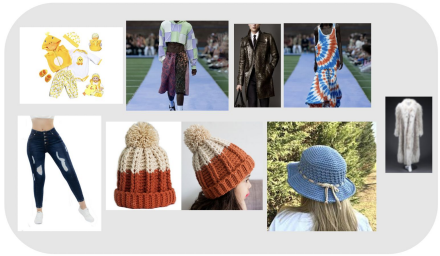
Moodboard 1: Prendas que venderías

Nicole Brayan Raúl



Moodboard 2: Prendas que no venderías

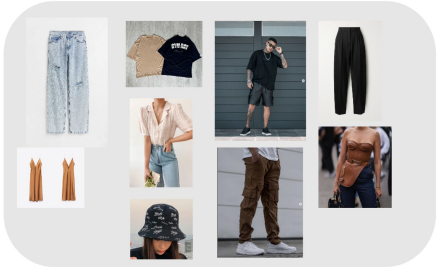
Nicole Brayan Raúl



PRECIO DE LA PRENDA

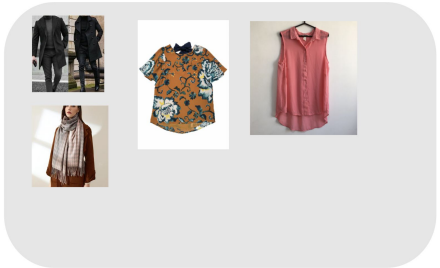
Moodboard 1: Prendas que venderías

Fernando Daniela Ximena



Moodboard 2: Prendas que no venderías

Fernando Daniela Ximena



Taller 1

Les pedimos que se presenten y digan cuál es el rubro en el que se desempeñan, y preguntarles cuál es el criterio más importante para ellos: Precio, y Calidad y estado de la prenda

1. ¿Por qué eligieron ese estilo de ropa?

- **Nicole**: porque personalmente me encuentro en la parte sierra de Perú el cual hace mucho frío y la gente necesita cosas abrigadoras
- **Brayan**: Por que son prendas en tendencia que imponen las casas de la moda.
- **Raúl**:Lo elegí por el medio ambiente y por una responsabilidad con la naturaleza, hay mucha explotación en las empresas para hacer ropa y muchas muertes de animales para hacer la ropa
- **Ximena**: Porqué, actualmente es lo que se usa hoy en día, se puede combinar a uno formal y casual.
- **Daniela**: Yo escogí la ropa urbana y de fiesta para vender porque es lo que usualmente veo que consumen más en la tienda en la que trabajo. (H&M)
- **Fernando**:En las prendas que se venden puse el estilo oversize y urbano, actualmente es un estilo muy de moda, tengo mucho target y personalmente me gusta mucho por eso me dedico a eso. En las prendas que no se venden, no es que no se vendan no es mi público y no es mi estilo de confección, hacer un abrigo no es lo mismo que hacer un polo o un short, el abrigo tiene que ser de buen calidad para que sea duradero.

2. ¿Por qué creen que las prendas que colocaron en cada respectivo moodboard se podría vender o no?

- **Nicole:** se podría vender porque las personas eligen prendas de buena calidad a un costo considerable y porque están en tendencia
- **Brayan:** creo que se debe realizar un análisis de cuáles son las que compraría el mercado en el que te ubicas y la zonificación por eso las que se adecuan al mercado peruano son las que sí se podrían vender y las más inusuales no creo que se vendan tanto.
- **Raúl:** Se podría vender por qué es ropa que un mismo fast fashion lo hizo, pero es ropa que otras personas no lo han usado, o simplemente lo usaron un par de veces, entonces se busca calidad de la ropa, con un precio acorde a la prenda
- **Ximena:** porque son prendas a bajo costo para que sea más accesible a los consumidores y estarían en todos los centros comerciales.
- **Daniela:** Creo que el estilo de prendas que escogimos para vender es mucho más comercial por lo cual sería escogido por una mayor cantidad de consumidores, las prendas que no venderíamos se ven antiguas y pasadas de temporada
- **Fernando:** El estilo oversize y urbano tiene mucho target como la gente que escucha hip hop, raperos, bailarines, artistas, gente que va al gimnasio, y se extiende mucho más, ya que mas gente esta conociéndolo y se hace de moda, por otro lado, los abrigos las bufandas las, etc. son ropa que se pueden heredar no necesariamente la compras.

Taller 1

Les pedimos que se presenten y digan cuál es el rubro en el que se desempeñan, y preguntarles cuál es el criterio más importante para ellos: Precio, y Calidad y estado de la prenda

3. ¿Cuál ha sido tu experiencia en el rubro vendiendo este tipo de prendas, cuáles son las que venderías y cuáles no, por qué?

- **Nicole:** me ha ido bien ya que por donde vivo hay mucha demanda de los productos que vendo, no vendería ropa de bebé porque son muy pocas las personas que en mi negocio consumen ese tipo de ropa.
- **Brayan:** En mi experiencia el cliente siempre busca las 3B y uno tiene que adecuarse a lo que busca el cliente por tal motivo no haría prendas que la calidad salga muy costosa me enfocaría en prendas que la calidad pueda sustentar el buen precio.
- **Raúl:** No todos están abiertos a usar ropa slow fashion, pero es una manera muy buena de vender ropa, por nada en el mundo vendería ropa de piel, por lo mismo que hicimos este emprendimiento para ser conscientes con la naturaleza.
- **Ximena:** Mi experiencia me a ido bien, algunas prendas son fuera de lo común es muy poco visitado el local, optó por algo más común pero con un valor agregado.
- **Daniela:** Dentro del fast fashion, y en la tienda en la que trabajo todo se maneja por tendencias, cada temporada se sacan nuevos modelos en masa y todo se vende super rápido. Creo que lo que más se consume son los jeans y shorts porque son prendas que se usan para el día a día, al igual que los tops, blusas o polos básicos, no vendería ropa muy extravagante porque creo que no lo compraría un grupo grande de personas.
- **Fernando:** Hasta ahora me ha ido bien al público le gusta los diseños que sacamos y los packs que vendemos, por ahora no vendería ropa elegante, es un público que quizás en un futuro quiera captar pero no mezclando con mi tienda actual.

4. Con las prendas/materiales que les sobran, ¿Qué es lo que hacen con ellas?

- **Nicole:** en mi caso, las dono a familias que las necesitan
- **Brayan:** Con las prendas que sobran se realizan ofertas y promociones o canjes, y con los materiales que sobran realizamos merchandising, y regalos para nuestros clientes
- **Raúl:** Con las prendas que nos quedan los donamos a gente que realmente lo necesite y lo utilice, por que no tenemos la mentalidad de desechar la prenda si está en óptimas condiciones
- **Ximena:** Lo que hago con las prendas es hacer sorteo, así mi marca se haría más conocida.
- **Daniela:** La ropa que no se llegó a vender al final de la temporada se remata en los sales o se pone en descuentos y promociones como el 3x2 en prendas seleccionadas que es lo que más utilizamos en la tienda
- **Fernando:** Se hace un muestreo y ver si se puede aprovechar y si no se bota, si sobran prendas se rematan si esta por salir una nueva colección.

HALLAZGOS ENCONTRADOS DEL TALLER GENERATIVO 1

- Los emprendedores del fast fashion se guían de las tendencias y el sector al que se dirigen para poder escoger el tipo de prenda que van a vender.
- La mayoría vende prendes pertenecientes al rubro que más les llama la atención o es de su gusto personal.
- Los emprendedores buscan que sus prendas tengan durabilidad, calidad (según el precio) y que se adapten a las necesidades de sus usuarios.
- El precio y la calidad terminan siendo los criterios principales al momento de seleccionar la ropa que van a vender sean emprendedores de la moda lenta o moda rápida
- Se debe realizar un análisis de cuáles son las que compraría el mercado en el que te ubicas y la zonificación.
- Los emprendedores del fast fashion no generan rentable cambiar de rubro al slow fashion porque ya tienen un presupuesto y un target específico.
- Los emprendedores de la moda lenta tienen una responsabilidad con el entorno natural y animal, ya que hay mucha explotación en la industria de la moda rápida.
- Evaluamos y descubrimos que los emprendedores de la moda rápida no optarían por cambiar su estructura de negocio y pasar a la moda lenta ya que no lo consideran rentable



Organización de datos

ETAPA DE INVESTIGACIÓN

Compilar

Dentro de esta etapa realizamos una recolección de todos los datos obtenidos durante de la investigación (encuestas, talleres, entrevistas, observaciones, y estudios externos de escritorio). Todos centrados en el problema de la investigación del contexto DPESTA y categorizados.

CAUSAS DE LA CONTAMINACIÓN DEL FAST FASHION

- Muchos de los que venden fast fashion no conocen a detalle el proceso de elaboración de sus ropas. Solo saben que lo hacen en una fábrica
- Los emprendedores del fast fashion suelen utilizar algodón pero no algodón orgánico
- Las fibras sintéticas de petróleo, como el poliéster, necesitan menos agua y tierra que el algodón, pero emiten más gases de efecto invernadero por kilogramo. En cambio, los polímeros sintéticos creados a partir de cultivos renovables como el maíz o la caña de azúcar emiten un 60% menos de carbono. Toda esta información se puede encontrar en las etiquetas: busca las siglas rPET para saber si lo que te compras está fabricado con poliéster reciclado.
- Algunos emprendedores del fast fashion consideran que no siempre es factible hacer la conversión al slow fashion dependiendo del contexto laboral que te encuentres
- Muchos promocionan el algodón como algo sostenible sin embargo, si no es orgánico la producción de algodón utiliza el 6% de los pesticidas del mundo y el 16% de los insecticidas.

CONSECUENCIAS DEL FAST FASHION EN EL MEDIO AMBIENTE

- La industria vierte medio millón de toneladas de micro fibras en el océano cada año. Esto equivale a más de 50 000 millones de botellas de plástico
- Cada año, el sector requiere 93 mil millones de metros cúbicos de agua, suficiente para satisfacer las necesidades de consumo de cinco millones de personas, y es responsable de alrededor del 20% de la contaminación industrial del agua como resultado del tratamiento y teñido de textiles.
- La industria también tiene una gran huella de carbono, que es responsable de hasta el 10 % de las emisiones globales totales de carbono, y se estima que aumentará en un 50 % para 2030.
- La industria también es responsable de enormes cantidades de residuos textiles. La cantidad de textiles que se producen a nivel mundial por persona se ha más que duplicado de 5,9 kg a 13 kg durante el período 1975-2018.
- Los consumidores tanto como los fabricantes generan contaminación ambiental

FACTORES QUE DEFINEN LA COMPRA DE UNA PRENDA

- El principal factor de decisión de compra del fast fashion en la mayoría de los casos surge por la accesibilidad que este rubro brinda
- Muchos son conscientes de la problemática sin embargo prefieren fast fashion ya que sienten que sacia más necesidades que el slow fashion actualmente
- Los consumidores del slow fashion les gustaría ver un mejor desarrollo dentro de la industria sin necesidad de tener que estar al tanto de ferias o ventas por IG
- Muchos consideran que el slow fashion cuenta con menos variedad
- Los factores principales que suelen buscar es el diseño y el precio
- Actualmente la mayor cantidad de personas compran en marcas fast fashion grandes como H&M
- La mayoría de personas compran ropa de manera esporádica cuando encuentran una prenda que les gusta
- Los empresarios dentro del slow fashion se centran en la durabilidad de sus prendas, mientras que en el fast fashion se centran en el precio. Y ambos ven el diseño como otro de los factores más importantes para poder vender

Compilar

Dentro de esta etapa realizamos una recolección de todos los datos obtenidos durante de la investigación (encuestas, talleres, entrevistas, observaciones, y estudios externos de escritorio). Todos centrados en el problema de la investigación del contexto DPESTA y categorizados.

POSIBLES SOLUCIONES AL FAST FASHION

- Llevar una prenda solo 9 meses más reduce un 20 % su huella: aumentar la vida útil de una prenda durante unos 9 meses más eliminará sus impactos ambientales entre un 20 % y un 30 % en comparación con comprar una nueva.
- «El traje más sostenible es ese que ya tenemos», asegura el informe del comité medioambiental de la Cámara de los Comunes británica. Solo en ese país, si se extendiese nueve meses la vida activa del 50% de la ropa, se ahorraría un 8% de carbono, un 10% de agua y un 4% de residuos por tonelada métrica de ropa.
- La falta de accesibilidad es la primera problemática que se tiene en el slow fashion

GREEN WASHING EN EL FAST FASHION

- **Campañas GREENWASHING Saga Falabella:** https://vm.tiktok.com/ZMYqppUUt/
- **Campañas GREENWASHING H&M:** https://vm.tiktok.com/ZMYqppUUt/
- Ahora hay empresas fast fashion que realizan el greenwashing: El **Greenwashing es una práctica o estrategia de mercadotecnia** esta estrategia, al fin y al cabo, es un engaño porque en el fondo ni los procesos son respetuosos con el entorno, ni los productos o servicios que ofrecen a su público. Por lo que no generan una solución real a la problemática que ellos mismos causan.

DESINFORMACIÓN DEL FAST FASHION

- Hay información transgiversada de los usuarios entre lo que se considera fast fashion y lo que realmente es.
- Muchos no pueden identificar dentro del mercado una marca fast fashion y una slow fashion
- Actualmente se utilizan campañas greenwashing dentro del fast fashion para mejorar la imagen de la empresa sin tener que realizar una solución que verdaderamente funcione, generando una transparencia falsa confundiendo a los usuarios
- La mayoría de los usuarios cuenta actualmente con un presupuesto entre los 100 a 300 soles, sin embargo la mayoría que cuentan con un presupuesto más elevado optan por marcas fast fashion que no cuentan con tan buena duración.
- Fast fashion en realidad es una estrategia que ha utilizado el sector de la moda en los últimos años. Se trata de renovar siempre que sea posible las colecciones elaborando prendas de acuerdo a las preferencias de los consumidores. La motivación es hacerlo en el menor tiempo posible para que de esta manera los consumidores tengan una nueva tendencia que comprar y puede ser difícil de identificar en ciertos contextos

Compilar

Dentro de esta etapa realizamos una recolección de todos los datos obtenidos durante de la investigación (encuestas, talleres, entrevistas, observaciones, y estudios externos de escritorio). Todos centrados en el problema de la investigación del contexto DPESTA y categorizados.

RELACIÓN DE LOS USUARIOS CON EL SLOW FASHION

- Los usuarios no cuenta con un pensamiento blanco y negro por lo que muchos son consumidores tanto del slow fashion como del fast fashion, sin embargo varía el porcentaje de compra de cada rubro
- La moda de segunda mano alcanzará los 64.000 millones de dólares en 5 años: Según el informe de reventa más reciente de thredUP, el mercado de segunda mano está a punto de alcanzar la friolera de 64.000 millones de dólares estadounidenses en los próximos cinco años, y liderando este crecimiento está el sector de reventa, que superará al segmento tradicional de segunda mano para 2024.
- La moda de segunda mano alcanzará los 64.000 millones de dólares en 5 años: Según el informe de reventa más reciente de thredUP, el mercado de segunda mano está a punto de alcanzar la friolera de 64.000 La reutilización de ropa es una forma increíble de reducir la cantidad de agua utilizada para la producción de ropa, ya que no es necesario fabricar prendas nuevas.
- Aumento del 31 % en los anuncios de segunda mano en eBay durante los últimos 3 años: ha habido un aumento del 31 % en la cantidad de artículos de moda preferidos enumerados en el sitio, lo que demuestra un alejamiento generalizado de la moda convencional.
- Los compradores más jóvenes están impulsando la tendencia de compra de segunda mano: es la Generación Z quienes están impulsando la tendencia de compra de segunda mano. Según thredUP, el 80 % de este grupo de edad dice que no existe ningún estigma asociado con la compra de moda usada. La encuesta también encontró que el 90% de los compradores de la Generación Z están dispuestos a comprar de segunda mano, particularmente cuando "el dinero escasea".
- Muchas personas que optan por el fast fashion también donan, reutilizan y compran ropa de segunda en ciertas ocasiones.
- Los consumidores del slow fashion resaltan que hay modelos más únicos y con personalidad, pero no son tan accesibles
- Hay un interés de parte de los usuarios del fast fashion por utilizar slow fashion

Compilar

Dentro de esta etapa realizamos una recolección de todos los datos obtenidos durante de la investigación (encuestas, talleres, entrevistas, observaciones, y estudios externos de escritorio). Todos centrados en el problema de la investigación del contexto DPESTA y categorizados.

FACTORES QUE AUMENTAN LA INDUSTRIA DE FAST FASHION Y SU CONTAMINACIÓN

- El fast fashion y la contaminación va incrementando a un paso tan acelerado porque los consumidores lo respaldamos con nuestros hábitos.
- Los que suelen buscar fast fashion se dejan guiar por las tendencias
- El ciclo de vida de las prendas suele ser en promedio 3 años pero varía de acuerdo a la calidad y la marca
- En el centro de la estrategia fast fashion está el concepto de «**micro temporadas**». Esta idea se relaciona con la capacidad que tienen las grandes marcas de interpretar más rápido las tendencias y gustos de los consumidores. Lanzando productos adaptados al mercado, con precios más económicos, las grandes marcas se aseguran llegar a un público mayor.
- La mayoría de los encuestados compran de 3 a más meses, y por cada compra suelen adquirir 3 prendas
- Gran parte de la compra en ropas se suele dar durante los cyber u ofertas especiales, en tiendas como Saga, Ripley, H&M, o Bata
- En base a estudios de la RSA los que generan mayor daño son las cadenas de ropa grandes como H&M, Zara o Mango
- Gran parte del desperdicio textil consiste en artículos que ni siquiera llegaron al consumidor: líneas de ropa que se han vuelto obsoletas y, por lo tanto, se destruyen en lugar de venderse. (usualmente de franquicias grandes)
- Mientras más accesible y apareces más veces dentro de la vida de los usuarios hay más probabilidad de que decidan comprar las prendas. Y eso es una de las cosas que mejor hace el fast fashion ya que trabaja con publicidad btl y atl en todo el Perú
- Gran parte de la compra en ropas se suele dar durante los cyber u ofertas especiales, en tiendas como Saga, Ripley, H&M, o Bata
- Cada vez que ponemos una lavadora con unos seis kilos de ropa, más de 700.000 fibras acaban colándose por las cañerías y van a parar a ríos y mares, por lo que es esencial que la ropa que metamos en el cesto esté realmente sucia. Lavar a baja temperatura para ahorrar energía o darle la vuelta a las prendas para evitar su desteñido y alargar su vida útil son otros pequeños cambios que pueden ayudarnos a ser más respetuosos con el medio ambiente.
- Hoy en día en base a las redes sociales y el consumismo, cada vez hay más tendencias dentro del rubro generando que haya menos personas que busquen su propio estilo y que se mantenga a largo plazo
- Los diseños, el precio, y la calidad son los principales factores que buscan al momento de comprar ropa. Pero no se suele tomar a consideración el tiempo de vida que puede llegar a tener esa prenda

Compilar

Dentro de esta etapa realizamos una recolección de todos los datos obtenidos durante de la investigación (encuestas, talleres, entrevistas, observaciones, y estudios externos de escritorio). Todos centrados en el problema de la investigación del contexto DPESTA y categorizados.

LA PSICOLOGÍA ENTRE LOS USUARIOS Y LA ROPA QUE UTILIZAN

- Los estudios han demostrado que las personas que tienden a la introversión y tienen problemas para expresarse a través de palabras tienden a beneficiarse enormemente de la moda, ya que la moda puede proporcionar una salida más cómoda para la autoexpresión. Cuando me siento deprimido, un buen atuendo puede ayudarme a recuperar el control sobre mi propio cuerpo a nivel físico y emocional y me da confianza para continuar con mi día. Me permite remodelar y redefinir varias facetas de mi identidad a medida que evolucionó continuamente como persona
- Minaa B., LCSW, entrenadora y terapeuta de bienestar, explicó que idear un atuendo "implica el poder de elegir cómo vestirte como quieras, encontrar elementos que te hagan sentir bien en tu cuerpo y usar la coordinación y el estilo como un forma de contar una historia sobre ti mismo y quién eres", que también juega un papel importante en el manejo del estado de ánimo y la confianza.
- Los expertos han acuñado el término cognición envuelta: la influencia sistemática que tiene la ropa en los procesos y habilidades psicológicas del usuario.
- Los consumidores dentro del rubro del fast fashion consideran que las marcas **suelen solo contar con los mismos estilos de marca que van de la mano con las tendencias**. Generando micro temporadas donde todas las ropas son parecidas.
- Encontramos que hay una relación entre la ropa y la persona quien la usa, ya que a través de las prendas son capaces de comunicar su personalidad y parte de quiénes son
- Según estudios realizados las personas a menudo encarnan el significado abstracto de la ropa que llevan puesta. La "cognición envuelta" puede ser buena o mala, dependiendo de si está asociada con una construcción negativa o positiva. Esto podría explicar por qué permanecer en pantalones deportivos o pijamas todo el día durante la pandemia afectó la productividad de algunas personas debido a su asociación con la pereza o el ocio.
- La moda es un catalizador social pero también es un espejo de lo que ya está pasando ahora en el mundo
- Cada persona cuenta con un estilo único
- Las personas relacionan las prendas con lo momentos que viven usando esos outfits

Observaciones

Hasta esta etapa del proceso estábamos analizando las muestras para evaluar cuáles íbamos a descartar y cuáles íbamos a realizar investigación más profunda.

Si bien al inicio pensábamos en mantener todas las muestras, las cuales eran:

1. Emprendedores de la moda rápida
2. Emprendedores de la moda lenta (locales y de ropa de segunda)
3. Consumidores de ropa entre los 18 a 30 años

Sin embargo, en base a los hallazgos decidimos re-evaluarlos y quedarnos solo con los emprendedores de la moda lenta y los consumidores de ropa puesto que descubrimos que los emprendedores de moda rápida no estaban dispuestos a generar un cambio y no iban a poder alinearse con los objetivos del proyecto y de la ODS



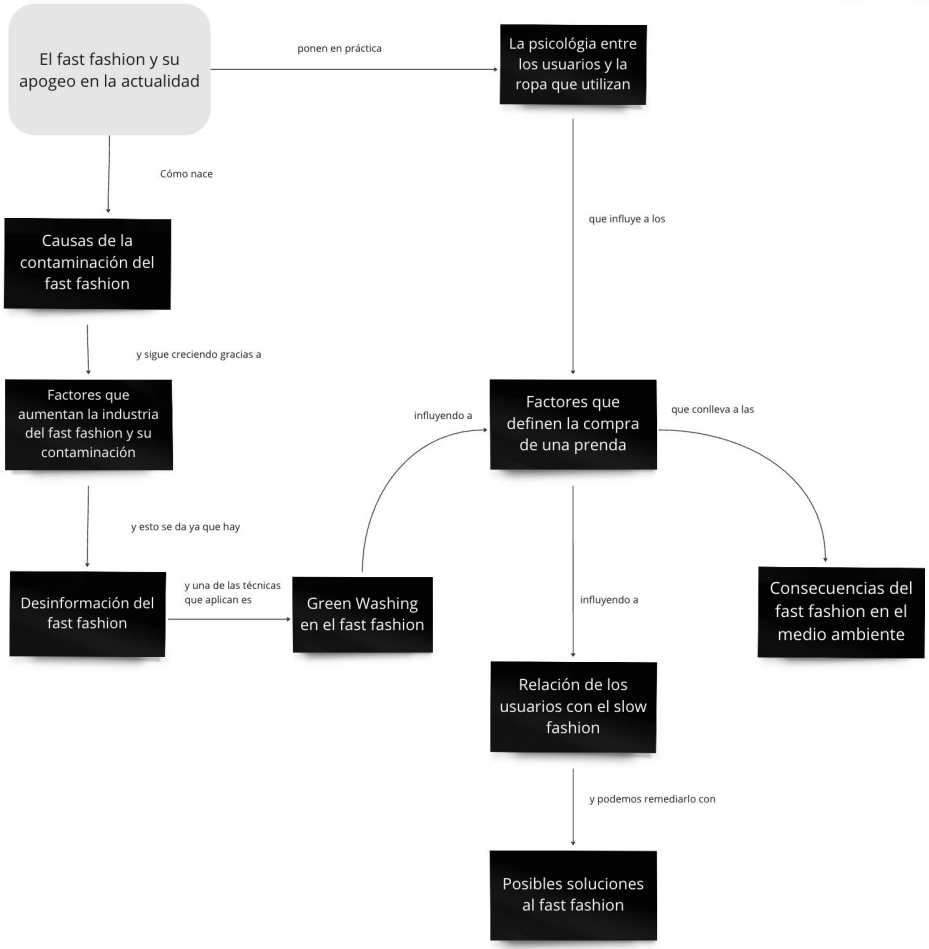
Mapa Mental

ETAPA DE INVESTIGACIÓN

INTERPRETAR

Realizamos un mapa mental con las categorías identificadas en el paso anterior, Relacionamos estas categorías para establecer hallazgos que sean explicativos del problema, las personas y sus contextos.

Esto nos ayudó para simplificar la data obtenida y organizarnos con mayor claridad.





Insights

ETAPA DE INVESTIGACIÓN

Creación del Insight

Se escribieron los insights producto del análisis, estos son hallazgos sobre los usuarios que explican el porqué de sus comportamientos, acciones, necesidades, dolores, beneficios, entre otros.

1. DESCRIBIMOS EL CONTEXTO...	2. COMUNICAMOS EL DILEMA...	3. IDENTIFICAMOS EL PORQUÉ...	4. DESCUBRIMOS LA MOTIVACIÓN	5. ESTADO IDEAL
Tener mi estilo de ropa me ayuda a poder expresarme a través de el de manera más auténtica y sentirme mejor	Pero termino comprando prendas de centros comerciales que son más accesible para mí que no necesariamente me gustan al 100% y las termino dejando de usar después de un tiempo	Pero opto por ellas porque no tengo tiempo para centrarme solo en buscar ropas y esas tiendas siempre están disponibles	Cuando encuentro prendas que realmente me gustan y con las que me siento a gusto. Mejora la forma en cómo me siento ese día y puede cambiar la forma en la que me percibo a mí y al mundo que me rodea.	Quisiera tener acceso a más variedad de prendas que me permitan crear mi propio estilo sin la necesidad de tener que adaptarme a las tendencias que cambian constantemente en la moda.

INSIGHT FINAL:

Tener mi propio estilo me ayuda a sentirme bien no solo físicamente sino que también psicológicamente durante el día de acuerdo a las prendas que esté utilizando, sin embargo es difícil poder encontrar prendas únicas con las que realmente me sienta identificad@ y que sean accesibles para mí.



Arquetipos

ETAPA DE INVESTIGACIÓN

ARQUETIPO 01

Mayte Anardo Pisca



- Tiene 21 años
- Estudia Derecho en la USMP
- vive con sus mamá, y su hermano mayor
- NSE: B
-

¿Qué dice o piensa?

- Quiero estar al día en las tendencias de ahorita
- No quiero gastar mucha plata en ropa
- Tengo que buscar outfits para mi presentación y las prácticas
- ¿Habrán ofertas ahorita en las tiendas de ropa?
- No me queda bien este estilo de ropa, tengo que comprarme otras prendas.

Comportamientos

¿Cómo vive tu arquetipo el problema? ¿Qué es importante saber sobre sus comportamientos? ¿Cómo tu arquetipo ve el mundo?

- Actualmente está realizando sus prácticas profesionales en una notaría.
- Recibe el sueldo mínimo por lo cual su presupuesto para gastos personales es ajustado.
- Piensa que es mucho más sencillo ver ropa a través de catálogos virtuales porque no necesita invertir mucho tiempo en salir a buscar en las tiendas.
- Busca ahorrar lo más que pueda por lo que suele optar por rebajas, y ofertas en las tiendas.
- Le gusta las tendencias de moda y los estilos diversos que se muestran dentro de redes sociales, sin embargo, cambian constantemente por lo que a veces suele optar por cantidad antes de calidad o duración.
- Suele botar prendas constantemente ya que se rompen o se ven muy utilizadas en un corto plazo.

Redes sociales que más utiliza:
Instagram, TIKTOK, Whatsapp

Marcas que más utiliza:
ZARA, H&M, Forever 21

Comportamiento de compra:
Cada cuánto compra: Cada final de mes
Cuántas prenda compra: De 5 a más prendas
Y cuánto gasta: 300 soles aproximadamente

Motivaciones de compra (1 al 5):
Diseño 5
Precio 4
Calidad 5
Tiempo de delivery 2
Durabilidad de la prenda 4

Pains y Gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

- Muchas veces solo puede acceder a una cantidad de prendas limitada ya que los precios son muy altos
- Le incomoda tener tantas prendas acumuladas que no le quedan bien o que ya no utiliza dentro de su armario
- No le gusta tener que ir hasta la tienda y tener que buscar y rebuscar para ver si hay ofertas ya que consume tiempo también
- Le molesta no poder encontrar un estilo propio por lo que busca adaptarse a lo que la industria está vendiendo actualmente.

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

- Quiere liberarse de las prendas que ya no utiliza y que están guardadas en su closet
- Buscar ropa que pueda usar para distintos contextos sea para ir a sus prácticas, para hacer deporte o salir con sus amigas.
- Quiere ahorrar y no gasta más en ropa pero a la vez que esta sea de buena calidad y de adapte a las últimas tendencias
- Quiere siempre mantenerse en las últimas modas para poder encajar con los demás.

ARQUETIPO 02

Antonia Yagui



- Tiene 29 años | Soltera
- Es arquitecta y trabaja en una empresa limeña
- NSE: B+

¿Qué dice o piensa?

- No tengo mucho tiempo para ir de compras
- Creo que no tengo nada que ponerme para la reunión del fin de semana, ¿tal vez le pido prestado a mi prima?
- Tengo que limpiar mi closet y ver prendas que ya no uso para donar
- Creo que me perdí una feria que había hoy en barranco
- Comprar slow fashion suele ser más económico pero sí es tedioso tener que estar constantemente al tanto de ello.

Comportamientos

¿Cómo vive tu arquetipo el problema? ¿Qué es importante saber sobre sus comportamientos? ¿Cómo tu arquetipo ve el mundo?

- Cuenta con una gata, y aparte de ella se centra en sus gastos financieros centrados netamente en ella.
- Vive con una roomate por lo que al ser independiente en la parte financiera busca ahorrar y no gastar en ropa todos los meses.
- Le gusta salir con sus amigas los fines de semana o viajar por lo que busca prendas versátiles para diversas ocasiones.
- No cuenta con mucho tiempo libre por lo que gran parte de las veces opta por realizar sus compras de manera online.
- Suele salir con sus amigos o ir a reuniones por lo que busca comprar ropa versátil y atemporal.
- Ve y siente que hay mucha desinformación sobre el slow fashion y que muchas personas no conocen los verdaderos beneficios que tiene para ofrecer.

Redes sociales que más utiliza:
Instagram, TIKTOK, Whatsapp

Marcas que más utiliza:
El Closet de mi hermana, Las Traperas, Ofelia

Comportamiento de compra:
Cada cuánto compra: Cada 3 meses
Cuántas prenda compra:
Entre 3 y 5 prendas
Y cuánto gasta: 200 soles aproximadamente

Motivaciones de compra (1 al 5):
Diseño 5
Precio 4
Calidad 5
Tiempo de delivery 2
Durabilidad de la prenda 4

Pains y Gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

- No poder ir siempre a las ferias o perdérselas por no estar al tanto
- Cada vez que ve una prenda de segunda en redes usualmente ya la compraron
- No contar con una página web digital donde comprar ropa
- A veces no encontrar ropa de su talla
- Tener que comprar a veces del fast fashion por necesidad o accesibilidad.

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

- Necesita que dentro del slow fashion implementen más canales digitales
- Busca que ella más variedad en cuanto a las tallas
- Le gustaría que sus amigas también entiendan y se informen un poco más sobre el slow fashion pero actualmente este tan bien viene con muchos inconvenientes
- Necesita contar con un servicio rápido que se adapte al estilo de vida urbano de cierta manera y que cuente también con un tiempo de delivery no tan prolongado.

ARQUETIPO 03

Carolina Braes



- Tiene 29 años
- Es emprendedora y administradora de su tienda de ropa sostenible
- NSE: A

¿Qué dice o piensa?

- Ahora solo cuento con una tienda física y no sé si será posible llegar a todos mis usuarios
- Tengo que expandir mi empresa
- Tengo que generar ingresos para poder pagarles a mis empleados
- Tendré tiempo para organizar todo y seguir publicitando mi marca
- Hace tiempo que no posteo en redes

Comportamientos

¿Cómo vive tu arquetipo el problema? ¿Qué es importante saber sobre sus comportamientos? ¿Cómo tu arquetipo ve el mundo?

- Vive con su enamorado en su departamento en San Isidro
- Cuentan con una tienda local en Dasso. Le importa mucho la moda consciente y crear colecciones de ropa con trabajadores locales.
- Cuenta con una vida activa y su círculo de amigas también mantinenen esta vida y también son sus clientes potenciales
- Le importa mucho la moda sostenible y siempre se ha sentido apasionada por el tema
- Tiene un equipo mediano dentro de su empresa donde busca que todo se realice desde un comercio justo
- Es workaholic y pasa mucho tiempo diseñando una colección y busca calidades de alto nivel para que las prendas se sientan cómodas pero también sean duraderas
- Ve constantemente el apoyo al fast fashion y siente de que hay mucha desinformación dentro del rubro

Canales que más utiliza para sus ventas: Redes Social (IG y tiktok) y Tienda física

Marcas que considera competencias: Zara y Mango

Qué considera más importante al momento de vender una prenda (del 1 al 5):
Diseño 5
Precio 3
Calidad 5
Tiempo de delivery 4
Durabilidad de la prenda 5

Pains y Gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

- Poco apoyo y truncas que pone la municipalidad y la sunat en las empresas pequeñas a comparación de las grandes industrias
- El poco interés por los usuarios para informarse sobre la inversión en una prenda
- Las microtendencias que generan grandes desperdicios de ropa, ella opta por prendas más atemporales
- Cuenta con un nicho muy pequeño y le gustaría conseguir más clientes.

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

- Quiere y necesita expandir su negocio a través de más canales para llegar a nuevas personas
- Quiere que hayan más usuarios y consumidores informados sobre el fast fashion y los beneficios del slow fashion
- Necesita estar en más canales digitales
- Quiere adaptarse y llegar a las generaciones jóvenes sin tener que ser fast fashion.

ARQUETIPO 04

Diego Donoso



- Tiene 34 años
- Emprendedor, cuenta con una tienda de ropa urbana de segunda mano
- NSE: B

¿Qué dice o piensa?

- Se preocupa por las generaciones a venir y piensa qué mundo le quiere dejar a sus hijos
- Piensa que la moda puede ayudar a muchas personas mostrar quienes son a través de la ropa y enseñar su personalidad y estilo al resto del mundo
- "Quiero darles a otras personas un lugar donde pueden encontrar piezas únicas que no los podrás encontrar en un centro comercial, y a un bajo precio"
- No está buscando expandirse necesariamente pero si se le da la oportunidad le gustaría tener otro canal de compra

Comportamientos

¿Cómo vive tu arquetipo el problema? ¿Qué es importante saber sobre sus comportamientos? ¿Cómo tu arquetipo ve el mundo?

- Vive en Barranco con su roomate
- Trabaja tiempo completo y es su propio jefe
- Le gusta mantener un balance entre su trabajo y su vida personal por lo que no siempre hace ventas dentro de redes todo el día
- Le gusta participar constantemente en ferias durante los fines de semana por las tardes
- Durante su tiempo libre le gusta buscar prendas que otras personas no utilicen
- Después del trabajo le gusta salir con sus amigos a tomar algo por los bares o restaurantes de barranco
- Tiene un estilo de vida más tranquilo que el resto de la ciudad.

Canales que más utiliza para sus ventas: Ferias de pulgas en barranco, red social instagram

Marcas que considera competencias: Ripley, Saga, y Oeschle.

Qué considera más importante al momento de vender una prenda (del 1 al 5):
Diseño 5
Precio 5 (busca que sea lo más barato)
Calidad 2.5
Tiempo de delivery 4
Durabilidad de la prenda 1

Pains y Gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

- Le molesta la falta de conciencia de las franquicias masivas y la contaminación y explotación que conlleva
- Le molesta que las personas boten ropa que compraron por impulso y se encuentra en buen estado
- Le fastidia que la moda se haya vuelto algo comercial donde las personas no encuentran opciones que se adapten a más de un solo estilo.

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

- Siente que necesita apoyo para seguir vendiendo más ropa sin necesidad de afectar otras áreas de sus vidas
- Quiere llegar a más personas y ser una opción igual de accesible que las tiendas del fast fashion
- Necesita más exposure y hacerse más conocido para llegar a su público objetivo.



Reto de diseño

ETAPA DE INVESTIGACIÓN

TEMA: El Fast fashion y su contaminación ambiental que sigue aumentando en Lima

PROBLEMA: Poca accesibilidad a la moda y consumo sostenible

PERFILES	ARQUETIPO 1	ARQUETIPO 2
ARQUETIPO 1 Consumidores (Seguidores de tendencias y los consumidores eco friendly)	• **Dolor:** Se les dificulta encontrar marcas que cuenten con diversidad de estilos de buena calidad y que sean accesibles de conseguir dentro de su rutina • **Necesidad**: Necesitan un canal de compra donde puedan acceder a cualquier hora del día y que les permite encontrar prendas que se adapten a sus estilos • **Insight**: Los consumidores suelen comprar la ropa que sea más accesible para ellos en ese momentos sea del slow fashion o el fast fashion	• **Dolor:** No logran conectar con todo su público objetivo por lo que tienen un menor alcance dentro de la industria • **Necesidad**: Necesitan más puntos de contacto para así poder promover el slow fashion y expandir sus negocios • **Insight**: Estar en el rubro del slow fashion hace que sean menos accesible debido a los pocos canales que tienen y se les dificulta poder competir contra las grandes industrias del fast fashion
ARQUETIPO 2 Emprendedores del Slow fashion (local fashion y second hand fashion)		

RETO DE DISEÑO

cómo podríamos + dolor/necesidad + insight

¿Cómo podríamos crear un espacio mucho más accesible a las prendas y el consumo sostenible para los consumidores de ropa entre 18 a 30 años y así puedan encontrar cada uno de sus estilos a cualquier hora del día?

* En esta etapa realizamos diversas propuestas para el reto de diseño sin embargo, decidimos centrarnos en el arquetipo 1 y centrarnos en el cliente directo



Lienzo, tema, problema, y reto

ETAPA DE INVESTIGACIÓN

ODS

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

META

16

12.5 Para el 202[illegible] reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización

CONTEXTO

El fast fashion genera gran cantidad de basura cada año. Por persona se ha más que duplicado el consumo de 5,9 kg a más de13 kg desde el período 1975

5

[illegible]ta idea se relaciona con la capacidad que tienen las grandes marcas de interpretar más rápido las tendencias y gustos de los consumidores que cambia constantemente y que cada vez tienen menor tiempo de duración

TEMA SELECCIONADO

El Fast fashion y su contaminación ambiental que sigue aumentando en Lima

DATOS RELEVANTES DEL PROYECTO

1

«El trajes sostenible es ese que ya tenemos[illegible] se extendiese nueve meses la vida activa del 50% de la ropa, se ahorraría un 8% de carbono, un 10% de agua y un 4% de residuos por tonelada métrica de ropa.(Contar con un estilo propio también va de la mano con la sostenibilidad)

Gran parte del desperdicio textil consiste en artículos que ni siquiera llegaron al consumidor: líneas de ropa que se han vuelto obsoletas y, por lo tanto, se destruyen en lugar de venderse. (usualmente de franquicias grandes)

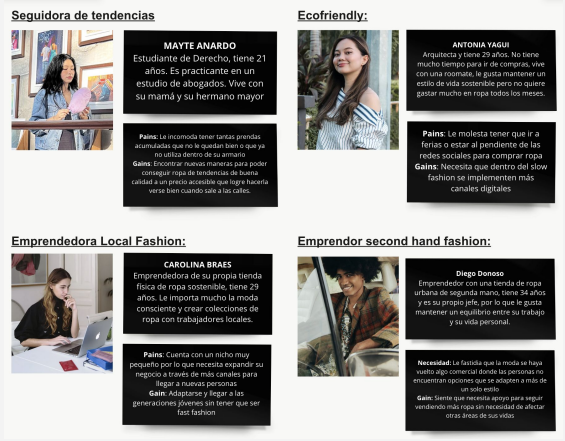
PROBLEMA

Poca accesibilidad a la moda y consumo sostenible

DATOS RELEVANTES DE LA INVESTIGACIÓN

Los usuarios no cuenta con un pensamiento blanco y negro por lo que muchos son consumidores no solo de uno sino que optan tanto por el slow fashion como por el fast fashion. Sin embargo los empresarios fast fashion si y no optarían por el slow fashion.

La falta de accesibilidad es la primera problemática que se tiene en el slow fashion y la mayor fortaleza en el fast fashion. Muchos consumidores actuales optarían por el slow fashion si fuera igual que accesible como lo es la industria del fast fashion.



INSIGHT



RETO DE DISEÑO

¿Cómo podríamos crear un espacio mucho más accesible a las prendas y el consumo sostenible para los consumidores de ropa entre 18 a 30 años y así puedan encontrar cada uno de sus estilos a cualquier hora del día?



02
Etapa de idear

INNOVATION CHALLENGE

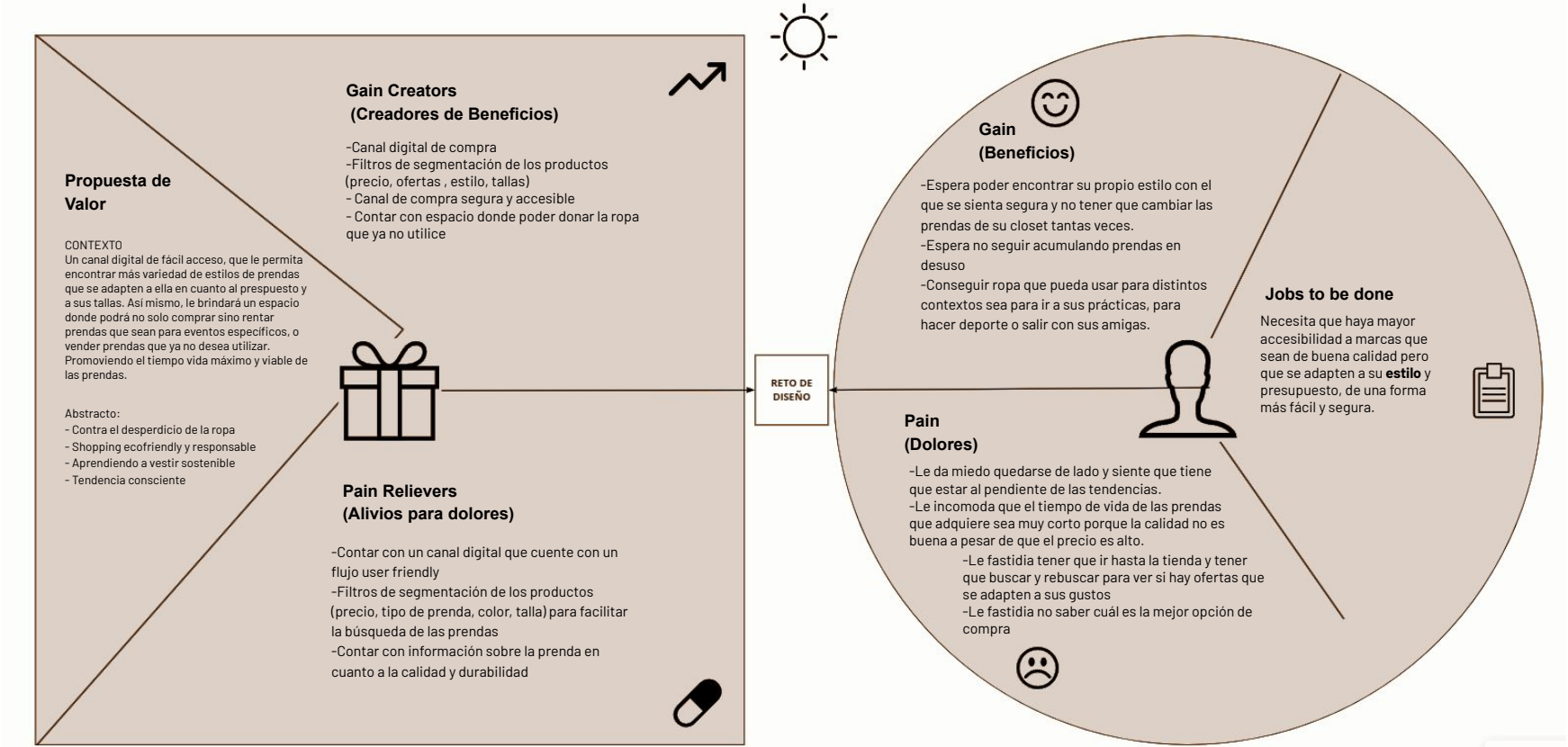


Lienzo de propuesta de Valor Arquetipos

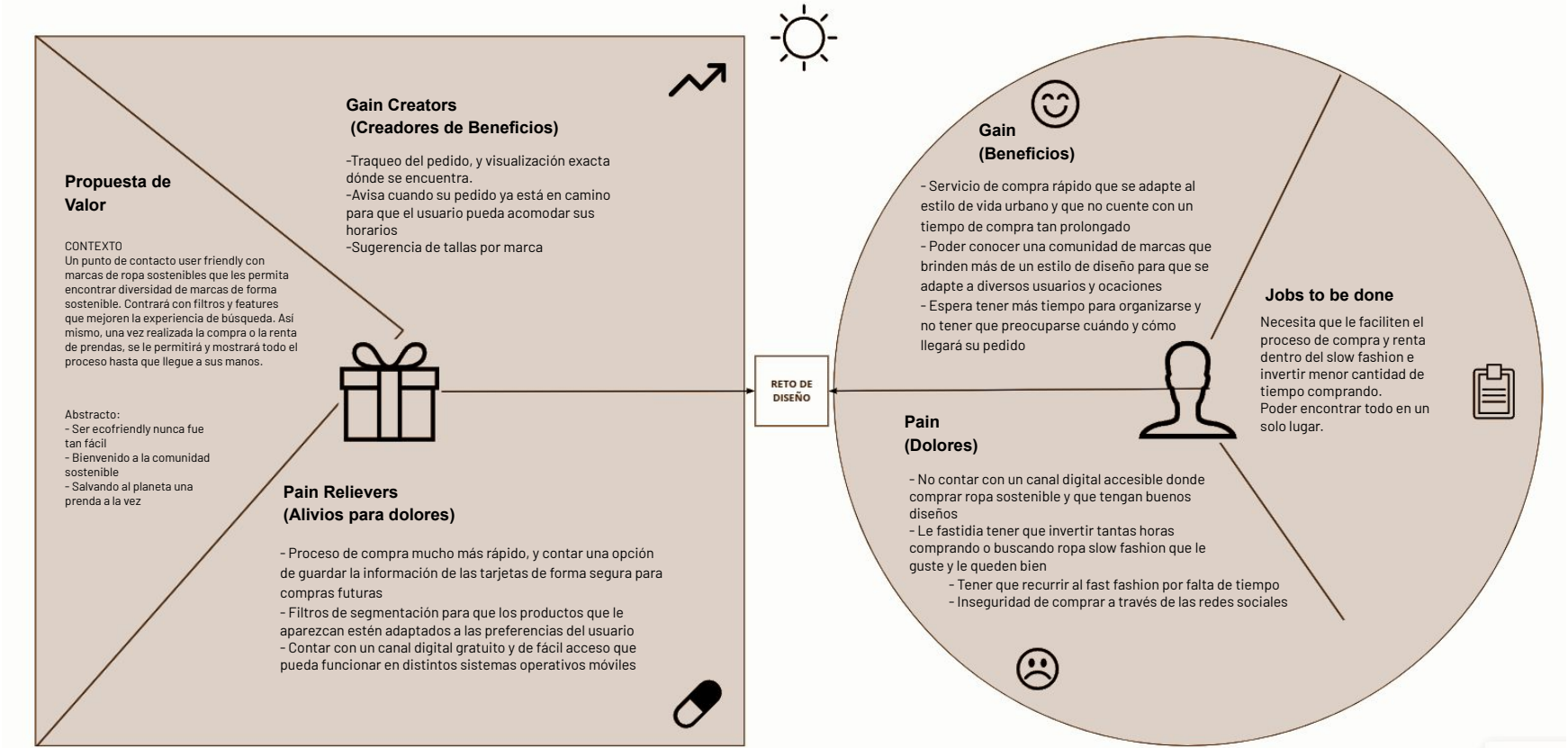
ETAPA DE IDEAR

Lienzo de Propuesta de Valor

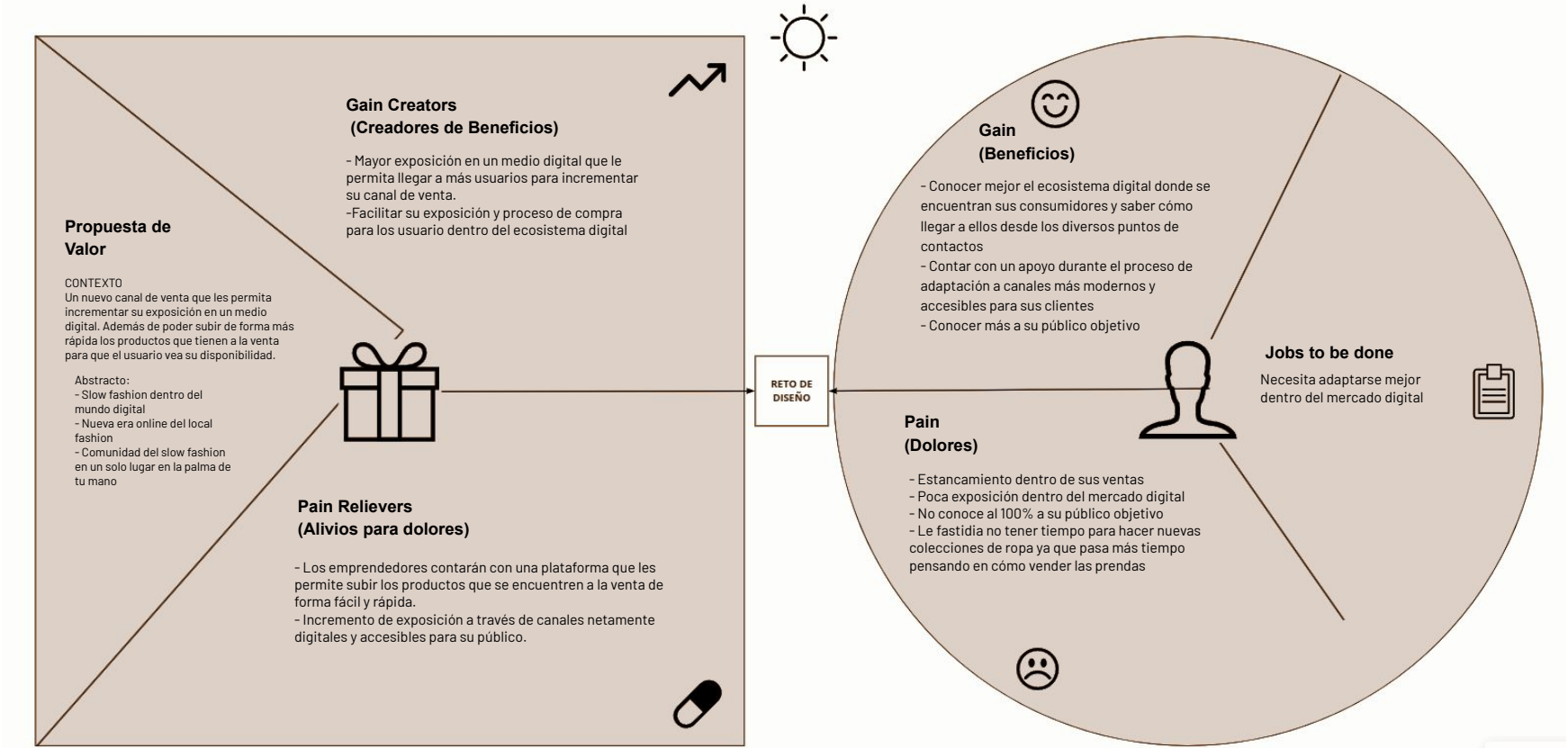
Seguidora de tendencias



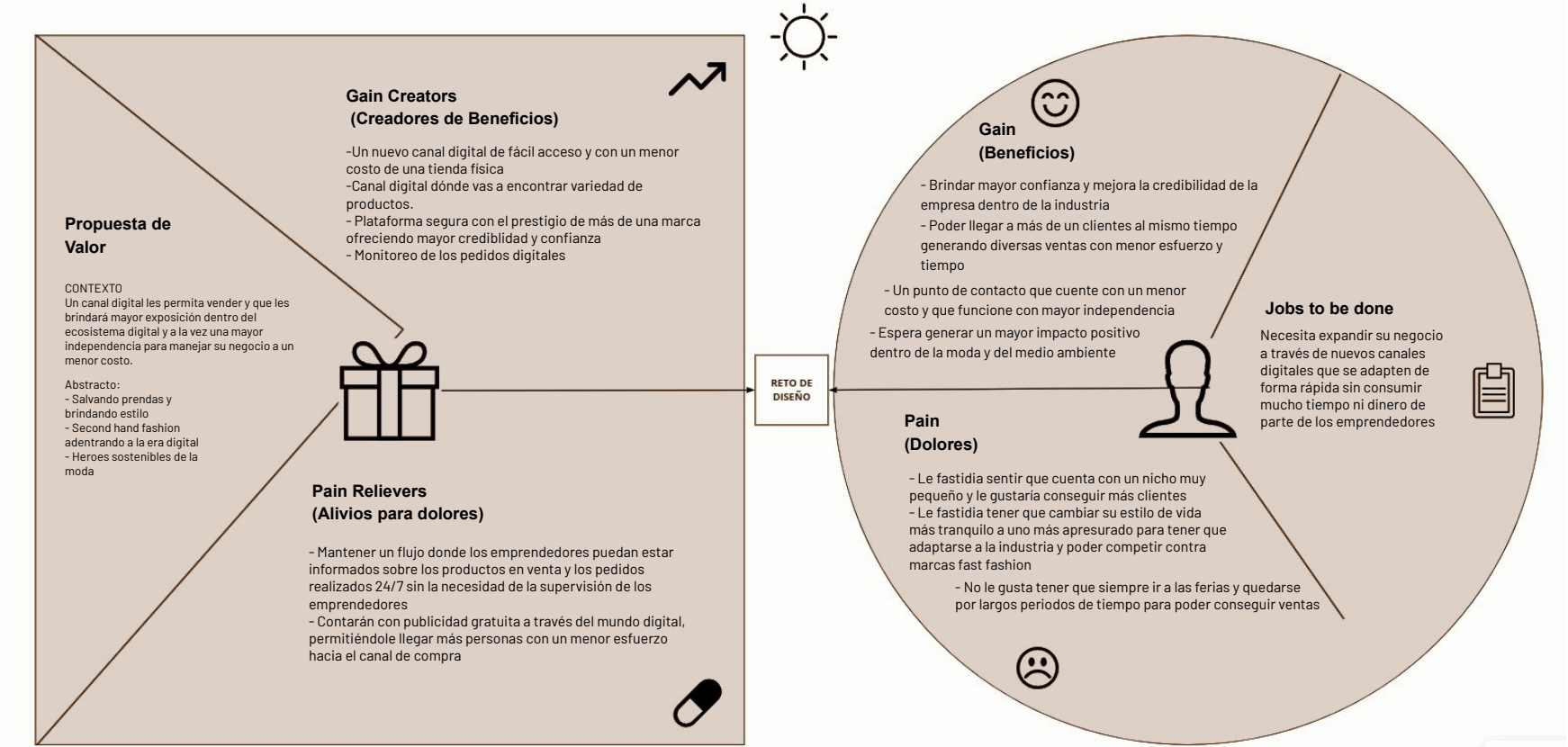
Lienzo de Propuesta de Valor
Ecofriendly



Lienzo de Propuesta de Valor
Emprendedora de Local Fashion



Lienzo de Propuesta de Valor
Emprendedora de Second Hand Fashion



Nivel de Innovación

- Dentro del proyecto no nos estamos centrando en crear algo completamente nuevo, sino en brindar la mejor solución que se adapte a las necesidades actuales del usuario, por lo que nuestro producto y servicio es una **innovación incremental**, donde buscamos generar features tecnológicos innovadores que actualmente no se encuentran dentro de los apps de ropa, pero que mejoran la experiencia de compra y motivan al usuario, debido a que el flujo es mucho más asequible y rápido.

Observaciones

dentro del Lienzo de Propuesta de Valor

- En esta etapa hubieron muchos cambios dentro de los lienzos para poder decidir en qué centrarnos. Durante de la etapa de investigación recolectamos muchos hallazgos y necesidades, y en la primera elaboración del lienzo lo llenamos de todo lo que habíamos encontrado, pero esto hacía que no pudiéramos enfocarnos en algo en específico y crear una propuesta poco viable por lo que realizamos adaptaciones, y en el lienzo de propuesta de valor buscamos enfocarnos mucho más.

- Así mismo pudimos segmentar la información más importante que era centrarnos en la accesibilidad de tallas, precios, diseños, y canales de compra. Los cuales influencian mucho más al consumidor y son un factor decisivo al momento de elegir una marca.



Ideación

ETAPA DE IDEAR

Ideación

Realizamos una lluvia de ideas para evaluar diversos caminos y materializar la propuesta de valor. Luego las agrupamos según las variables de la PV y niveles de innovación. Aquí dejamos volar un poco más nuestra creatividad con todas las ideas posibles para luego poder pulirlas.

REDES SOCIALES

- Una red social que se centre netamente en la venta y compra de ropa ya sea nueva o de segunda mano de manera sostenible
- Una red que te permita conocer a más personas que cuenten con estilos de ropa similares y que puedas realizar trueques por prendas y así darle una segunda vida de dos prendas y evitar el desecho
- Una red social en donde puedan interactuar directamente con los creadores de la marca para generar mayor confianza
- Una cuenta de instagram que cuente con una comunidad interesada en el slow fashion y que cada día promocione a diversas marcas dentro del rubro
- Una plataforma como Linkedin pero que se centre netamente en ropa y que permita a los usuarios ver a las diversas marcas, seguirlas y comprar dentro de ella
- Una red digital en dónde sólo se publiquen los outfits de las personas y las marcas en dónde compraron las prendas

PÁGINA WEB

- Página web, donde puedan ayudar a crear un tablero de todas las ropas que te gusten y puedas crea tu propio estilo
- Una página web, donde puedas alquilar prendas a un costo accesible y tenga 3 días de devolución, casi de todas las marcas.
- Una página web en cuál se encuentre una comunidad en el que se compartan información sobre marcas y tendencias de moda, al mismo tiempo preguntas cosas respecto a la moda
- Una página en dónde se puedan encontrar las marcas y sus inicios, motivaciones, misión y visión
- Página web user friendly que le permita a los usuarios encontrar todas las marcas en un solo lugar

TIENDAS DIGITALES CENTRADAS EN EL SLOW FASHION

- Tiendas retail, en el cual se junten solo los del slow fashion
- Tienda física que realice actividades para explorar las tendencias de moda
- Tienda física en donde puedas dejar tus prendas y puedas customizarlas agregándole o arreglándose a tu gusto
- Una tienda donde reparen o modifiquen la ropa, reparen tejidos desgastados, que se adapte a tu cuerpo.
- Una tienda que reciba prendas que se encuentren en mal estado o que ya no sean utilizadas por el usuario, y que por un costo de mano de obra y servicio lo reconstruye con un nuevo diseño y le de una segunda vida

Ideación

Realizamos una lluvia de ideas para evaluar diversos caminos y materializar la propuesta de valor. Luego las agrupamos según las variables de la PV y niveles de innovación. Aquí dejamos volar un poco más nuestra creatividad con todas las ideas posibles para luego poder pulirlas.

EVENTOS Y FERIAS PRESENCIALES

- Realizar un evento mensual en el cual participan marcas slow fashion, brindando sus canales de ventas y al mismo tiempo información actualizada de la moda
- Un evento semanal en dónde los usuarios se reúnan para realizar intercambio de prendas
- Una página en dónde se puedan encontrar las marcas y sus inicios, Una feria de moda que esté presente todos los días del año pero cada mes invitan a diversas marcas sostenibles y le dan un espacio para mostrar sus prendas dándoles un espacio de exposición.

SERVICIOS DE ASESORÍA

- Brindar asesorías de modas donde a partir de tus gustos, estilos y presupuesto; los asesores de moda te brindarán diversas opciones de marcas sostenibles para que las puedas añadir dentro de tu closet
- Una membresía mensual que te brindará 5 prendas sorpresa en base a asesores de moda, las cuales son sostenibles y que se adapten a tu estilo
- Crear un asesor de moda, que a través de un app y de la cámara identifique las prendas que son sostenibles y la durabilidad de ellas para saber si estás comprando ropa duradera

OTROS FORMATOS DE ENTRETENIMIENTO (BLOGS, PODCASTS)

- Un blog que cuente con diversas secciones ya sean informativas, de tendencias, etc centradas en empresas del slow fashion y que redirija a los usuarios a través de links a las tiendas digitales de cada uno de ellos
- Un podcast que hable sobre la moda sostenible, los estilos, tendencias y todo lo relacionado al mundo de la ropa, y que en cada episodio tenga como invitado a un emprendedor de una marca sostenible que hablé un poco de su empresa y que a través de el podcast puedas ir conociendo a diversas marcas del slow fashion

TIENDAS DIGITALES CENTRADAS EN EL SLOW FASHION

- Tienda digital donde los consumidores puedan diseñar alguna prenda, y lleven el nombre de la persona que diseñó
- Tienda digital que esté en el metaverso y le permite a los usuarios probarse la ropa y verlas desde el mundo digital

CALENDARIOS DIGITALES PARA NOTIFICACIONES DE EVENTOS

- Un calendario móvil, donde te permita saber las ferias que se aproximan durante la semana, cada cierto tiempo te envía notificaciones.
- Un calendario digital que te permite ver todos los eventos y tiendas de ropa sostenibles que estarán disponibles cerca de ti durante ese mes

Ideación

Realizamos una lluvia de ideas para evaluar diversos caminos y materializar la propuesta de valor. Luego las agrupamos según las variables de la PV y niveles de innovación. Aquí dejamos volar un poco más nuestra creatividad con todas las ideas posibles para luego poder pulirlas.

APLICATIVO MÓVIL CON EXPERIENCIA PERSONALIZADA

- Un aplicativo que te permite rentar prendas así como vender las que ya no utilices o ya no te quedan
- Un aplicativo donde subas fotos de ropa que te gusta y que a partir de él te brinde opciones de marcas sostenibles que cuenten con una prenda similar
- Un aplicativo que cuente con tutoriales de cómo cuidar tus prendas y darles una nueva vida, y una vez cuentes con los productos puedas venderlos dentro de él
- Realidad aumentada que permita a los usuarios ver y probarse la ropa de forma digital sin la necesidad de tener que salir de casa
- Un aplicativo móvil que te ayude a encontrar tu talla ideal y el estilo que se adapta mejor a ti y que a partir de ahí te de recomendaciones de marcas sostenibles que cuentan con ese estilo de ropa
- Un aplicativo móvil, donde te puedas ubicar todas las tiendas más cercanas sobre el slow fashion
- Aplicativo donde puedas tomar foto a tu closet y te indique qué prenda o color no te favorece para poder donar.
- Aplicativo móvil que cuente con asistencia para ayudar a los usuarios a elegir prendas
- Un aplicativo móvil en dónde puedas crear tus outfits, publicarlas y tener referencias de otros outfits
- Un espacio en el aplicativo móvil para que puedan explorar los diversos estilos que están en tendencia de moda y mezclar a su comodidad
- Aplicativo donde puedas programar tus outfits, ya que esto te ayudará a tener planificado tu atuendo para la semana para ganar tiempo.
- Un aplicativo con realidad aumentada para darte a conocer la forma de tu cuerpo y los colores que te favorecen. Y una vez analizado los resultados te brinde sugerencias de diversas marcas que se pueden adaptar a ti
- Un marketplace que junte tanto a los usuarios y a los emprendedores para que puedan ver los productos disponibles y cada día hacer en vivos con una marca en específico para que los consumidores puedan ir expandiendo su conocimiento de marcas sostenibles

Observaciones

dentro de la etapa de ideación

- Aquí también realizamos diversos cambios a partir de las asesorías y recomendaciones de los jurados. Si bien mantuvimos la idea de hacer un aplicativo móvil, los features, las características, y los servicios de este fueron evolucionando durante todo el proceso, por lo que generamos más de una propuesta y lo fuimos evaluando cada semana para asegurarnos que cumpla con nuestros objetivos de la ODS y a la vez cuente con innovación y viabilidad.



Características de la propuestas de valor

ETAPA DE IDEAR



Sistema que promueve la sostenibilidad a través de la compra, venta y renta de ropa sin esfuerzo; potenciando las opciones de moda y consumo sostenible, reduciendo el desperdicio textil.

CON UN NIVEL DE INNOVACIÓN INCREMENTAL

Características de la propuesta de Valor

Aplicativo donde cada usuario pueda vender, comprar, y rentar sus prendas para reducir la basura textil y promover la moda y el consumo sostenible dentro de Lima Metropolitana

A través del aplicativo se brindarán features que permitan expandir el mercado más allá de los círculos sociales inmediatos, la aplicación aumenta la accesibilidad y ofrece una solución rentable para compradores, vendedores, e inquilinos.

Traqueo de los pedidos realizados de forma fácil y rápida

Canal que permita publicidad de las marcas para brindarles mayor exposición

Filtros de segmentación de los productos (precio, tipo de prenda, color, talla, y tipos de materiales)

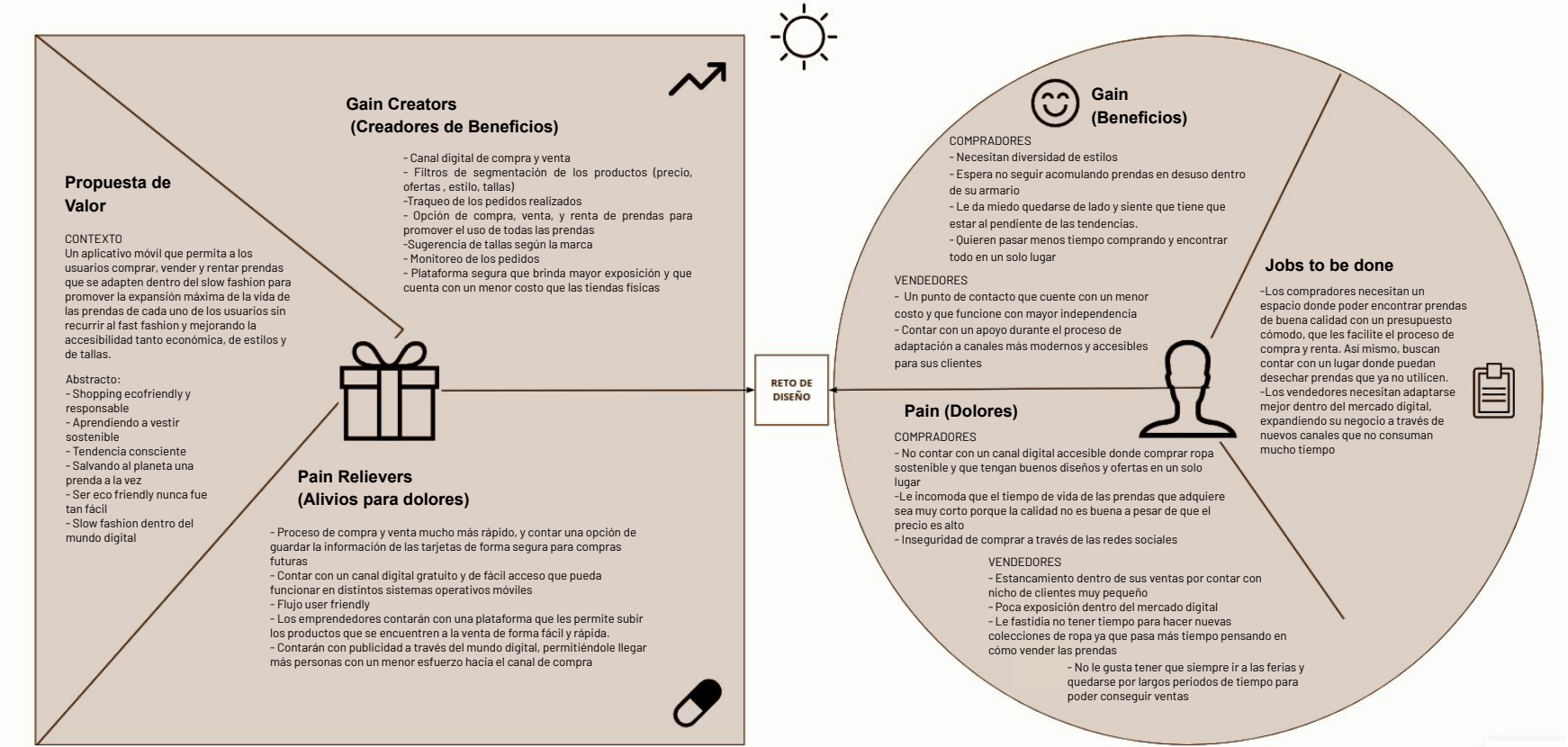
Les brindará un espacio donde no solo podrán vender su ropa sino comprar ropa de otros a un menos precio para remodelarla, utilizarlo de materiales, o re-utilizarla de acuerdo a las necesidades del usuario.



Lienzo de propuesta de Valor Final

ETAPA DE IDEAR

Lienzo de Propuesta de Valor
General del Proyecto





Talleres Generativo 2

ETAPA DE IDEAR

TALLER GENERATIVO 2

OBJETIVO PRINCIPAL: Identificar sus motivaciones junto con sus criterios de compra,y evaluar los canales donde suelen realizarlos y por qué.

PERFILES DE LOS PARTICIPANTES: 6 personas (Gente joven entre 18 - 30)

INTRODUCCIÓN: Hola a todos bienvenidos a este taller, somos alumnos de toulouse lautrec y el día de hoy realizaremos unas dinámicas para entender un poco más sobre el desarrollo y la compra y venta de los usuarios dentro de la industria textil. ¿Comenzamos?

PASO 1: Explicación: Les pedimos que abran su pinterest o donde suelen sacar inspiración para sus outfits y que vayan buscando imágenes de prendas que les llamen la atención y que les guste

PASO 2: Armar 4 moodboards en base a ropa que utilizarías:para ir al trabajo, para salir con tus amigos o a una cita, para ir a tu concierto favorito, ropa que utilizas en el día a día, para la casa

PASO 3: Les damos un 15-20 minutos de tiempo para que puedan ir encontrando las fotos y clasificándolas en las 4 categorías dadas

PASO 4: Paso 4: Una vez que cuenten con sus 4 moodboards listos comenzamos con el momento del diálogo donde les pediremos a cada uno de ellos que nos comenten:
¿Por qué seleccionaron ese estilo de ropa para cada una de las ocasiones?
¿Sueles vestirte así?
Qué sienten al momento de ver los moodboards e imaginar estar usando esas prendas
¿Cuántas prendas similares tienes en tu closet?
¿Dónde compras esto dentro de Lima?
Y si no las has podido encontrar dónde sueles comprarlas
Cuál es tu precio y cada cuánto compran (rangos de precio entre 50 a 100 - 100 a 200, etc) y por qué

PASO 5: Les preguntamos por sus criterios y prioridades al momento de comprar ropa:Diseño, Precio, Calidad, Durabilidad de la prenda, y Canal de compra

PASO 6: Ver qué priorizan y categorizarlos por grupos para que juntos armen con post its sus procesos de compra

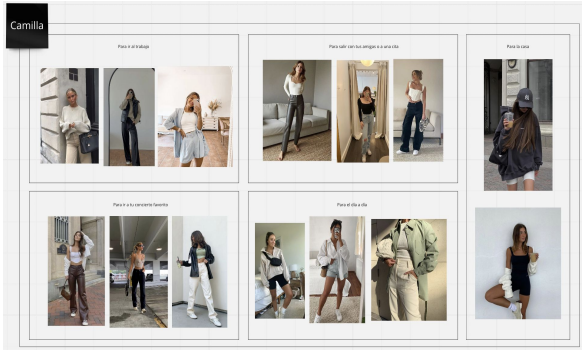
PASO 7: Mostrarles por qué canal digital optarían, y también que dispositivo electrónico ellos optarían para comprar. Luego siguiendo los grupos hacer que nos digan features que ellos consideran importantes en ese canal y cómo se verían

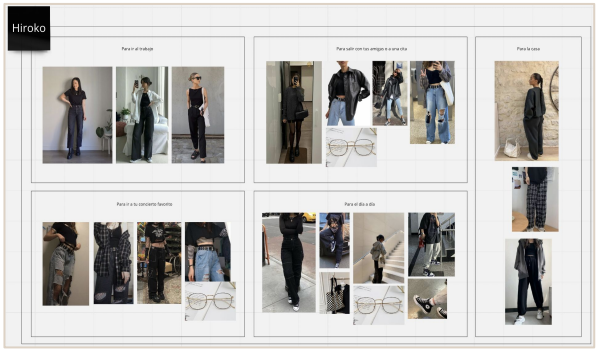
CIERRE: Con esto culminaríamos el taller del día de hoy. Muchas gracias por tu participación en este te ayer y por tu tiempo.

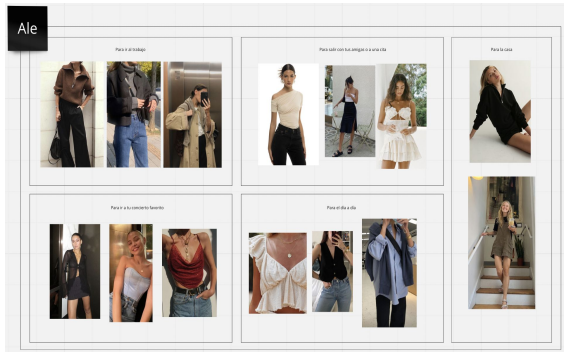
Taller 2

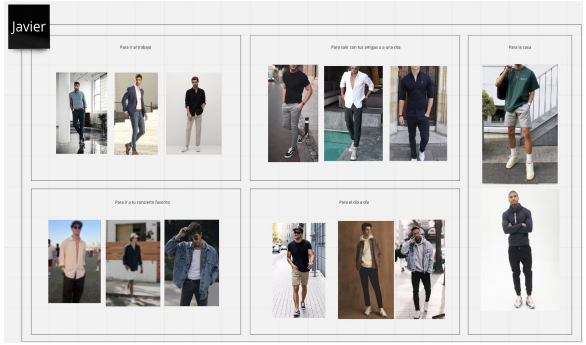
Este taller nos ayudó a entender con mayor claridad la forma de pensar de los usuarios y el por qué en la selección de las marcas y estilos. También nos permitió conocer un poco más sobre sus procesos de compra y qué canales son los que más preferían o utilizaban.

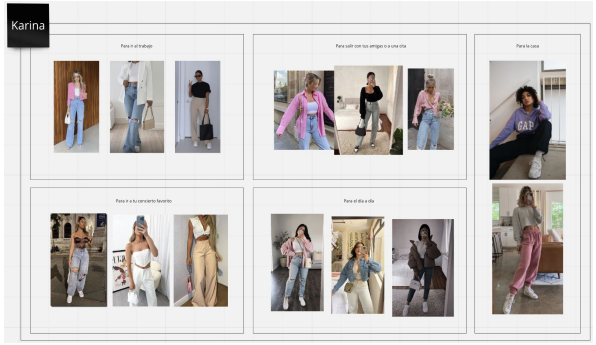
PASO 1 - MOODBOARDS

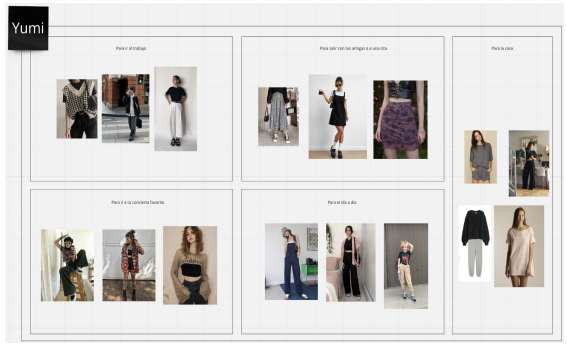












Taller 2

A cada uno les hicimos las mismas preguntas para entender más sobre cuánto, cómo y dónde realizaban sus compras. También les hicimos preguntas para poder entender más sobre por qué compran la ropa que compran y entender más su perspectiva al momento de hacer las compras

CAMILA

- **¿Por qué seleccionaron ese estilo de ropa para cada una de las ocasiones?** Siento que muestra mi personalidad, y por ejemplo ir con ropa que me hace sentir segura y bien me ayuda a sentirme más empoderada y preparada al trabajar. Usar ropa cómoda me ayuda a sentirme relajada en casa y desestresarme. Ir con ropa que se vea juvenil y me haga lucir bien me hace sentirme más segura para ir a una cita.
- **¿Sueles vestirte así?** No siempre realmente, hay días donde no me siento al 100% y bueno en esos casos me ayuda mantenerme con mi estilo de ropa para estar en casa que me hace sentir más en confort. Pero no siempre me visto así
- **¿Qué sienten al momento de ver los moodboards e imaginar estar usando esas prendas?** Creo que me hace sentirme motivado o emocionada por los outfits que voy a utilizar para experiencias bonitas o momentos importantes y placenteros
- **¿Cuántas prendas similares tienes así en tu closet?** Algunas tengo como las básicas pero hay varias prendas que me gustaría tener y no las he podido encontrar
- **¿Dónde compras esto en Lima?** Suelo comprar casi todo en Zara o Mango pero hay varios modelos que no están disponibles aquí
- **Y si no has podido encontrarlo ¿Dónde sueles comprarlo?** Hmm a veces cuando voy de viaje, suelo comprar en aritzia o lululemon
- **¿Cada cuánto sueles comprar una prenda?** Suelo comprar cada 2 o 3 meses, usualmente cuando tengo un evento o me voy de viaje y compro fuera
- **Cuál es tu precio (rangos de precio entre 50 a 100 - 100 a 200, etc) y por qué:** Aproximadamente 1000, y veo las compras que hago como una inversión para ver la forma de que sean duradera

Taller 2

A cada uno les hicimos las mismas preguntas para entender más sobre cuánto, cómo y dónde realizaban sus compras. También les hicimos preguntas para poder entender más sobre por qué compran la ropa que compran y entender más su perspectiva al momento de hacer las compras

HIROKO

- **¿Por qué seleccionaron ese estilo de ropa para cada una de las ocasiones?** Me gusta la ropa negra y creo que tengo un estilo muy específico pero me gusta implementarlo en los distintos ámbitos, además cuento con un trabajo creativo en el rubro audiovisual lo que me permite también mantener ese estilo casual
- **¿Sueles vestirte así?** Sí, suelo vestirme así casi siempre
- **¿Qué sienten al momento de ver los moodboards e imaginar estar usando esas prendas?** Me gusta, me siento identificada y me siento cómoda, creo que muchas veces con la ropa nos podemos sentir inseguras y más si tu cuerpo no encaja con el estándar pero he encontrado este estilo que me hace sentirme más segura
- **¿Cuántas prendas similares tienes así en tu closet?** Creo que tengo prendas similares pero hay ciertos diseños y modelos que no hay aquí
- **¿Dónde compras esto en Lima?** Suelo ir a ferias o comprar de segunda mano
- **Y si no has podido encontrarlo ¿Dónde sueles comprarlo?** Usualmente termino utilizando las prendas que solo hay accesibles aquí
- **¿Cada cuánto sueles comprar una prenda?** Creo que cada 3 meses, igual no es como tenga un día o tiempo determinado, si me gusta algo o encuentro algo opto por ello
- **Cuál es tu precio (rangos de precio entre 50 a 100 - 100 a 200, etc) y por qué:** Entre 300 a 500 y en realidad no es mucha ropa pero sí me enfoco que sea de buena calidad o cuente con buen estado

Taller 2

A cada uno les hicimos las mismas preguntas para entender más sobre cuánto, cómo y dónde realizaban sus compras. También les hicimos preguntas para poder entender más sobre por qué compran la ropa que compran y entender más su perspectiva al momento de hacer las compras

JIMENA

- **¿Por qué seleccionaron ese estilo de ropa para cada una de las ocasiones?** Me hace sentirme preparada para el día o para descansar, creo que me permite prepararme para lo que sea que vaya a hacer, como mi armadura
- **¿Sueles vestirte así?** Algunas veces sí, pero no siempre por temas de tiempo o por la ropa disponible ahorita hay en las tiendas
- **¿Qué sienten al momento de ver los moodboards e imaginar estar usando esas prendas?** Me siento como más resuelta? Como si tuviera la vida resuelta por lo menos a la vista del resto del mundo. Pero también visionándome usando esta ropa me hace sentir feliz
- **¿Cuántas prendas similares tienes así en tu closet?** Algunas, pero hay algunas que me encantaría tener en mi closet pero no encuentro donde comprarlos
- **¿Dónde compras esto en Lima?** La mayoría la compra de emprendimientos peruanos que encuentro en redes sociales. Ya que casi todas las tiendas de los centros comerciales no cuentan con estilos que me gusten, algunos son muy huachafos, otros no son de buena calidad, etc.
- **Y si no has podido encontrarlo ¿Dónde sueles comprarlo?** Creo que no he comprado afuera, pero si compro algo todo suele ser online y la gran parte a través de las redes
- **¿Cada cuánto sueles comprar una prenda?** Cada 7 meses aprox, casi siempre al cambio de las estaciones
- **Cuál es tu precio (rangos de precio entre 50 a 100 - 100 a 200, etc) y por qué:** Creo que está entre 400 a 1000, varía si me compro unas zapatillas, o si es verano, usualmente gasto más en invierno por los abrigos pero intento no comprar muy seguido

Taller 2

A cada uno les hicimos las mismas preguntas para entender más sobre cuánto, cómo y dónde realizaban sus compras. También les hicimos preguntas para poder entender más sobre por qué compran la ropa que compran y entender más su perspectiva al momento de hacer las compras

JAVIER

- **¿Por qué seleccionaron ese estilo de ropa para cada una de las ocasiones?** Para el trabajo también por el rubro profesional en el que estoy es mandatorio pero siento que me ayuda a sentirme más profesional, para salir alistarme y arreglarme también me empila a ir a la fiesta o a la reunión, y para el día a día o estar en casa me gusta sentirme cómodo y eso me permite relajarme
- **¿Sueles vestirte así?** Sí a veces
- **¿Qué sienten al momento de ver los moodboards e imaginar estar usando esas prendas?** Me da ganas de comprar creo ciertas ropas que no tengo o no he encontrado
- **¿Cuántas prendas similares tienes así en tu closet?** Algunas sí pero hay otras que no hay en Lima o están demasiado caras
- **¿Dónde compras esto en Lima?** Suelo comprar por web, en adidas o nike o the box, h&m, y zara pero para ropa de trabajo o camisas me gusta ir a tommy o calvin klein y probarme el modelo para ver qué tal me queda
- **Y si no has podido encontrarlo ¿Dónde sueles comprarlo?** Cuando voy a Miami para visitar a mi madrina suelo comprar ahí porque hay variedad y es más barato
- **¿Cada cuánto sueles comprar una prenda?** Cuando encuentro algo que me gusta, casi siempre es cuando hay ofertas o cybers
- **Cuál es tu precio (rangos de precio entre 50 a 100 - 100 a 200, etc) y por qué:** 1000 Aproximadamente y creo es gran parte por la ropa del trabajo que suelo comprar sin considerar los zapatos, o ropa para estar en casa o hacer deporte porque suelo usarla todos los días

Taller 2

A cada uno les hicimos las mismas preguntas para entender más sobre cuánto, cómo y dónde realizaban sus compras. También les hicimos preguntas para poder entender más sobre por qué compran la ropa que compran y entender más su perspectiva al momento de hacer las compras

YUMI

- **¿Por qué seleccionaron ese estilo de ropa para cada una de las ocasiones?** Siento que desde pequeña intenté encajar con el resto y ahora que he encontrado quién soy y cómo me quiero ver en el mundo la ropa también forma parte de eso
- **¿Sueles vestirte así?** Quisiera pero tampoco es que encuentre ropa de mi estilo y de mi talla siempre entonces usualmente tengo los mismos outfits
- **¿Qué sienten al momento de ver los moodboards e imaginar estar usando esas prendas?** Siento emoción por ejemplo al ver outfits para conciertos porque me mentaliza y me hace imaginarme esos momentos, y lo mismo pasa para cuando salgo con mis amigas
- **¿Qué sienten al momento de ver los moodboards e imaginar estar usando esas prendas?** Siento emoción por ejemplo al ver outfits para conciertos porque me mentaliza y me hace imaginarme esos momentos, y lo mismo pasa para cuando salgo con mis amigas
- **¿Dónde compras esto en Lima?** Es bien difícil para mí, usualmente compro en tiendas como H&M o en ferias de barranco o también de ropa de mis tías o primas que ellas usaban de jóvenes
- **Y si no has podido encontrarlo ¿Dónde sueles comprarlo?** Creo que termino comprando y usando la ropa que haya disponible dentro de Lima
- **¿Cada cuánto sueles comprar una prenda?** No tengo como una fecha específica, si veo algo que me gusta o necesito un outfit para una fiesta lo compro
- **Cuál es tu precio (rangos de precio entre 50 a 100 - 100 a 200, etc) y por qué:** Entre 300 a 500 aprox porque no compro muy seguido y suele ser para ocasiones específicas, ejem tengo una reu con mis amigas o hay una fiesta o un concierto

Taller 2

A cada uno les hicimos las mismas preguntas para entender más sobre cuánto, cómo y dónde realizaban sus compras. También les hicimos preguntas para poder entender más sobre por qué compran la ropa que compran y entender más su perspectiva al momento de hacer las compras

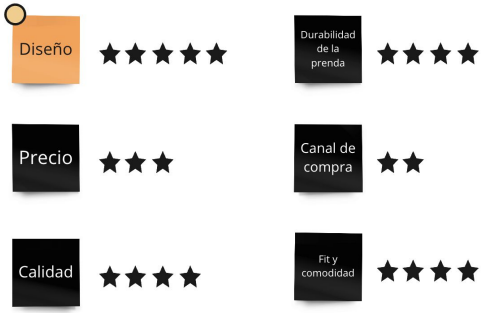
KARINA

- **¿Por qué seleccionaron ese estilo de ropa para cada una de las ocasiones?** Creo que porque me gusta mucho el rosa, y colores que vayan con mi estilo y creo que me identifica
- **¿Sueles vestirte así?** Quisiera siempre pero en ciertas ocasiones, no todos los días hay ese nivel de producción
- **¿Qué sienten al momento de ver los moodboards e imaginar estar usando esas prendas?** Creo que me hace sentir mejor con mi cuerpo cuando estoy usando ropa que me gusta y me hace sentir bien
- **¿Cuántas prendas similares tienes así en tu closet?** Creo que la mitad y la otra mitad es de ropa random que tengo que compré alguna vez que no uso
- **¿Dónde compras esto en Lima?** Compro en H&M y Zara más que nada
- **Y si no has podido encontrarlo ¿Dónde sueles comprarlo?** Creo que opto por lo que hay disponible en Lima
- **¿Cada cuánto sueles comprar una prenda?** Creo que cada 2 meses
- **Cuál es tu precio (rangos de precio entre 50 a 100 - 100 a 200, etc) y por qué:** De 800 a 1500 aprox, porque me gusta comprar de acuerdo a la estación que estamos y si veo ropa que me gusta la compro

Taller 2

Luego les mostramos los criterios de compra para poder encontrar sus similitudes y entender mejor el porqué de la selección de sus prendas, junto con sus procesos de compra. Una vez que terminaron de calificar todos los criterios los separamos por grupos

CAMI



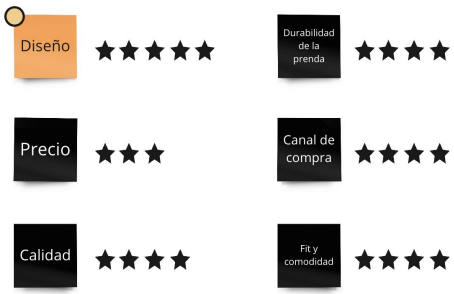
HIROKO



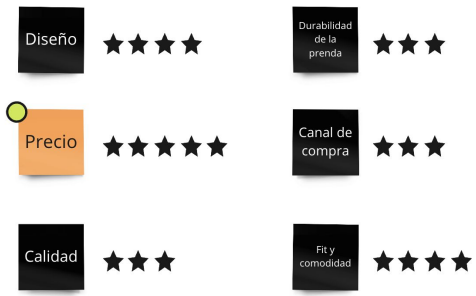
JIMENA



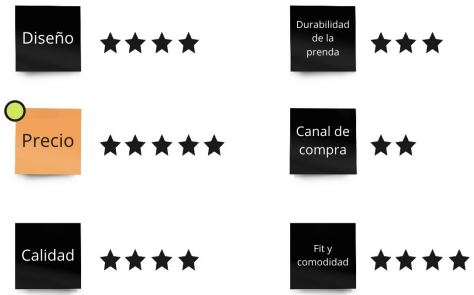
JAVIER



YUMI



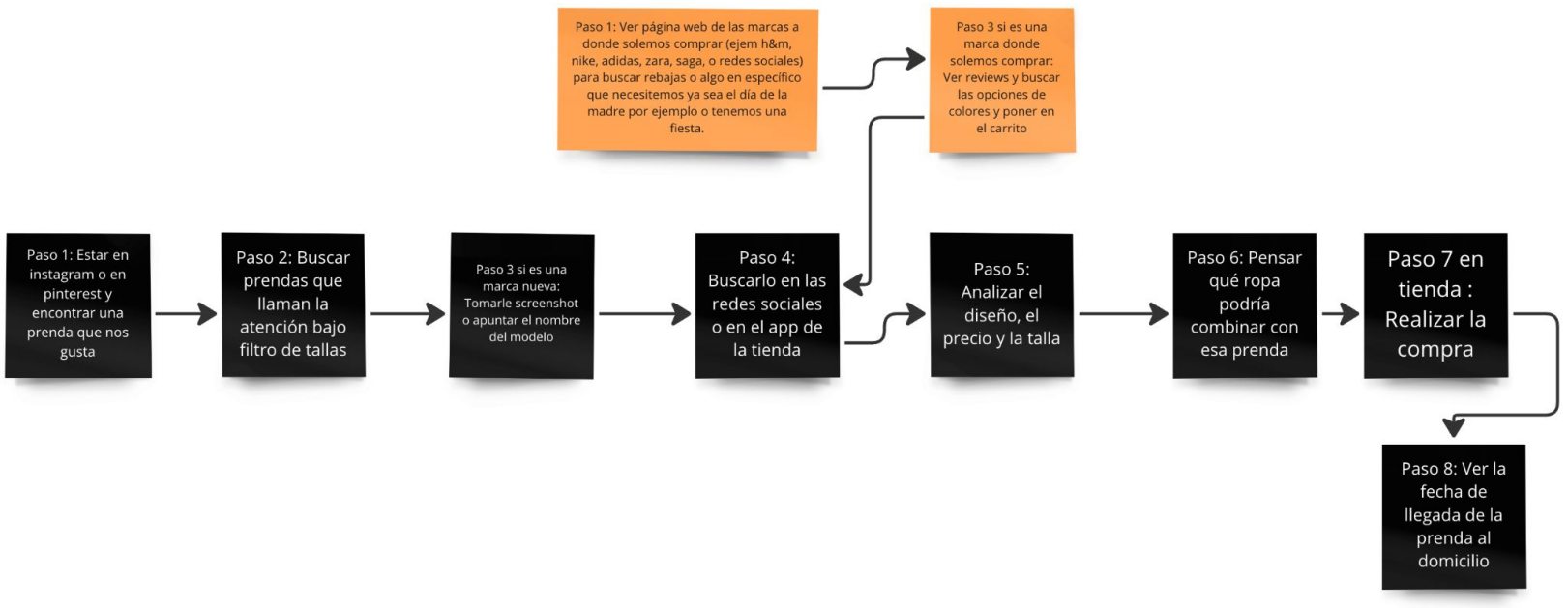
KARINA



Taller 2

Luego les pedimos que en grupo realicen un paso a paso de lo que suele ser su proceso de compra de acuerdo a su criterio de selección de prendas

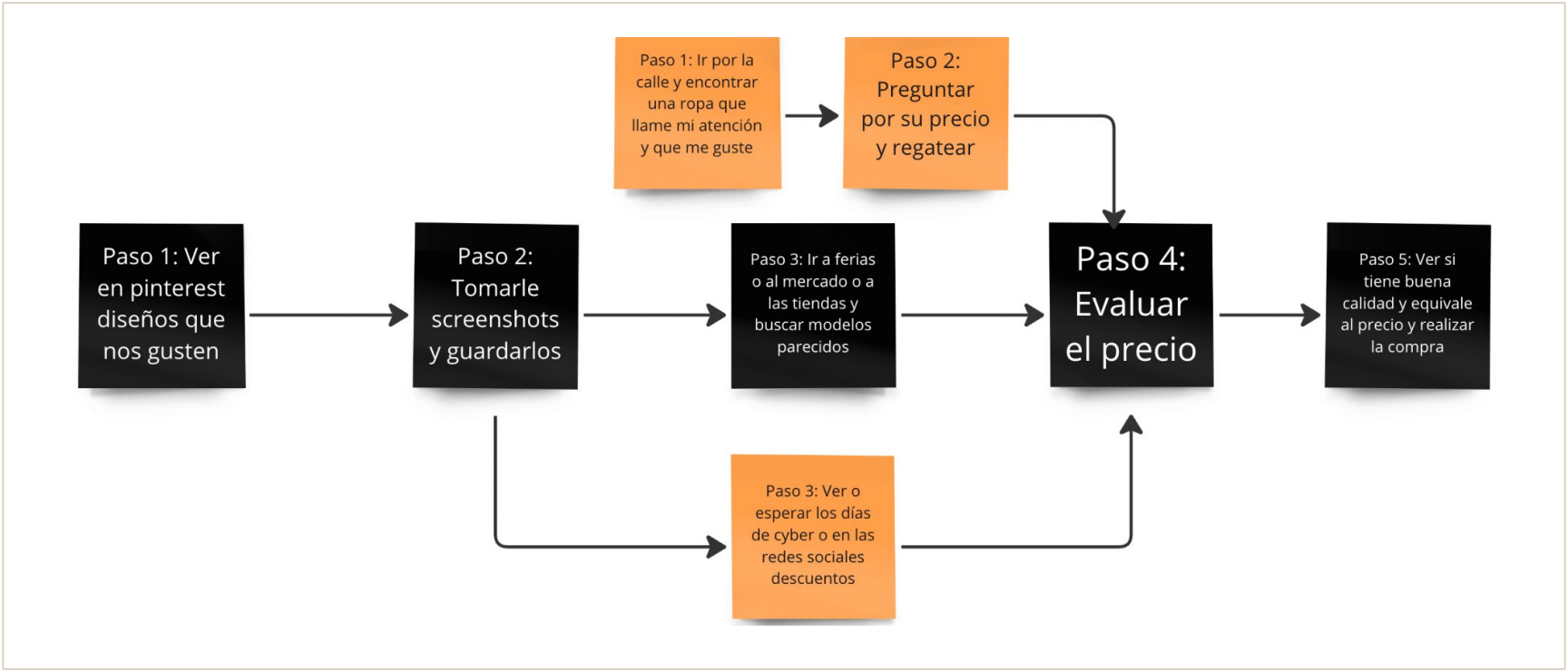
GRUPO 1 (DISEÑO)



Taller 2

Luego les pedimos que en grupo realicen un paso a paso de lo que suele ser su proceso de compra de acuerdo a su criterio de selección de prendas

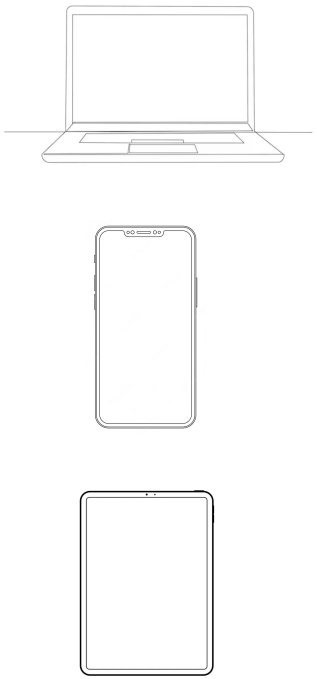
GRUPO 2 (PRECIO)



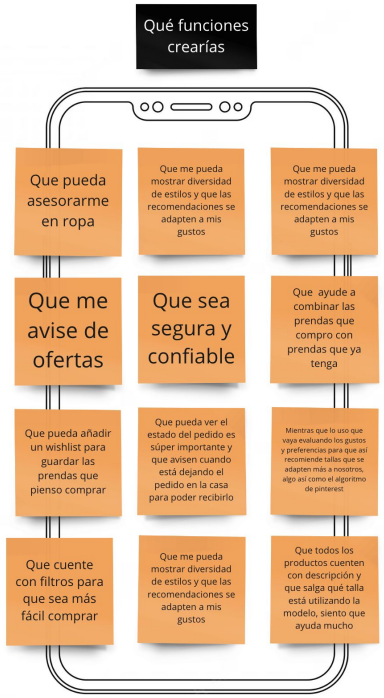
Taller 2

Finalmente les mostramos diversos dispositivos y les preguntamos cuál de ellos preferían, la decisión en este caso fue unánime y todos optaron por el celular como el ideal para comprar. Aquí los grupos nos dijeron: qué les gustaría ver y cómo lo visualizan.

DISPOSITIVOS



GRUPO 1 (DISEÑO)

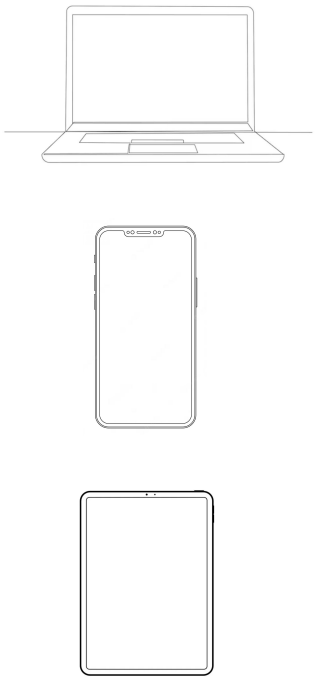




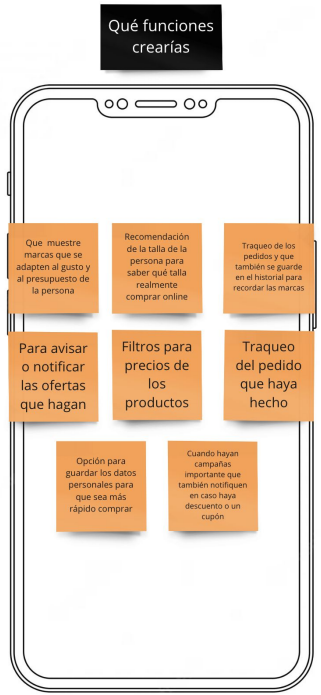
Taller 2

Finalmente les mostramos diversos dispositivos y les preguntamos cuál de ellos preferían, la decisión en este caso fue unánime y todos optaron por el celular como el ideal para comprar. Aquí los grupos nos dijeron: qué les gustaría ver y cómo lo visualizan.

DISPOSITIVOS



GRUPO 1 (PRECIO)





HALLAZGOS ENCONTRADOS DEL TALLER GENERATIVO 2

- El diseño y el precio son los factores más importante al momento de comprar
- Hay prendas que el usuario quiere comprar sin embargo no conoce dónde comprarlas
- Hay usuarios que compran una prenda sin considerar cómo combinaría con las prendas que actualmente tiene en su closet
- Cada usuario cuenta con un estilo establecido que le gustaría usar pero no todo lo encuentra dentro de las tiendas en Lima
- Suelen comprar cada 2 a 3 meses como promedio general
- Zara y H&M son las marcas que más compran actualmente
- Los canales digitales suelen ser favoritos por la reducción de tiempo que conlleva
- La mayoría entra a redes sociales como IG o pinterest y encuentran una prenda generando una necesidad o motivación de compra
- No quieren invertir tanto tiempo buscando o comprando ropa por lo que el proceso de compra no debe ser tan extenso
- Optan por canales de venta que cuentan con más estilos minimalistas y con poca carga visual
- El fit y la comodidad es el tercer factor más importante para ellos por lo que también buscan que la talla que escojan sea la ideal
- Muchos buscan mantenerse atentos al momento de los cybers o si hay ofertas para comprar
- La ropa que utilizan también es un canal para mostrar una parte de su identidad
- Algunos también optan por comprar a través de las redes sociales al ver que las tiendas más grandes no se adaptan a estilos que no son tan trendy
- Buscan un Diseño legible y que se pueda entender con facilidad
- Muchos cuentan con ropa dentro de su closet que no usan a pesar de haberlo comprado
- Al momento de vestirse con prendas que les gustan generan sentimientos positivos en el usuario
- Prefieren app que web, al momento de preguntarles por qué es porque prefieren que los datos ya estén guardados
- La calidad de la fotografía de los productos es importante para la experiencia de usuario
- A pesar de que todos compramos ropa, este proceso es individualista ya que es único dependiendo de muchos factores ya sea tu estilo, tu presupuesto, tu rutina, tus hábitos de consumo, etc. Por lo que el proceso de compra también tiene que estar personalizado para que facilite la compra a todos.
- **Todos optan por los celulares como el dispositivo ideal digital**
- **Las personas no están dispuestas a ellos mismos reutilizar o reciclar sus propias ropas debido a que no cuentan con las habilidades o conocimientos necesarios**
- **Muchas personas prefieren comprar en tiendas físicas cuando no conocen sus tallas de acuerdo a la marca**
- **Muchos cuentan con ropa que no utilizan dentro de su closet**



03
Etapa de desarrollo

INNOVATION CHALLENGE



Autoevaluación de innovación

ETAPA DE DESARROLLO

Autoevaluación

Identificación del nivel de innovación





Estudio de competencias

ETAPA DE DESARROLLO

Competencia

	Competencia 1	Competencia 2	Competencia 3	Competencia 4	Competencia 5
Producto/servicio	Thredup (EEUU)	Las Traperas (Lima, Perú)	Green look (Perú)	Alleviare (Lima, Perú)	By Rotation (Reino Unido)
Breve descripción	Es una tienda de segunda mano en línea donde la gente puede vender su ropa usada y comprar artículos de segunda mano de sus marcas favoritas	Tienda virtual de ropa y accesorios de segunda mano, que funciona a través de un sistema de trueque y puntajes.	Es una startup peruana que cree en la moda sostenible, en el valor de las prendas que se encuentran guardadas en nuestros armarios con la compra y venta.	Tienda virtual de ropa sostenible (uso de fibras naturales), eco-amigable que valoran la calidad por encima de la cantidad.	Líder de alquiler de moda peer-to-peer del Reino Unido. Te permite alquilar ropa y accesorios de diseñador de las mejores marcas en Londres y el Reino Unido. Sin lista de espera.
¿En qué se parece a mi solución?	Busca vender prendas más allá de que hayan sido utilizadas para que su tiempo de vida sea menor y no terminen en vertederos. También promueve que los usuarios vendan prendas que ya no utilizan.	Promueve la venta de ropa de segunda mano y le da una mayor exposición al rubro del slow fashion. Cuenta también con un sistema de envío de motorizados dentro de Lima.	Busca siempre alinearse con los objetivos de desarrollo sostenible. Tiene como objetivo mejorar la accesibilidad del precio de las prendas, y promover la reutilización de estas a través de la compra y venta para cada uno de los usuarios	Incentiva a consumir ropa que viene de materiales sostenibles, al mismo tiempo teniendo un buen impacto en el medio ambiente.	Busca que los usuarios puedan prevenir la compra de prendas que les vayan a dar un solo uso, a través de la rentabilidad. Generando un ahorro de materiales, y producción.
¿En qué se diferencia de mi solución?	Ellos cuentan con diversas sucursales, y ellos se encargan de todo el almacenamiento de las prendas. Por lo que cuenta con un sistema y costo mayor. Los usuarios pueden enviar las prendas que ya no utilicen a sus locales, ThredUp les paga por las prendas y ellos se encargan de venderlas, adaptarlas, arreglarlas,etc.	Tienen la opción de trueque y el sistema de puntaje que ayuda al usuario a poder intercambiar la ropa que ya no usa por otras prendas que desee según el puntaje que tiene.	Se centra en recalcar siempre los descuentos y promociones dentro de su estrategia de negocio. Así mismo no cuenta con un servicio de rentabilidad de las prendas.	Sólo poseen el feature de comprar ropa, pero poseen diversidad, de mujer, hombre y hasta para mascotas. También cuentan con un blog donde informan sobre los materiales sostenibles y la moda sostenible.	Se centra netamente en marcas de lujo y también cuentan con un blog donde muestran los últimos acontecimientos de la moda.



Lienzo Modelo de Negocio

ETAPA DE DESARROLLO

Lienzo Modelo de Negocio MVP/MSV

8. ALIADOS CLAVE

- Empresa de motorizados
- Emprendedores del Local Fashion
- Emprendedores Second Hand Fashion
- Usuarios independientes que busquen vender sus propias prendas de segunda

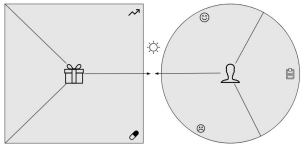
7. ACTIVIDADES CLAVE

- Recolección de la información de compra, venta y renta del día
- Realizar envíos
- Diseñar y evaluar el mantenimiento y las actualizaciones del aplicativo
- Mantenimiento de las redes sociales
- Administración de costos y data

6. RECURSOS CLAVE

- Personal administrativo
- Plataforma: App
- Motorizados
- Content manager
- Diseñador UX-UI
- Software

2. PROPUESTA DE VALOR



- Sistema que promue[17]sostenibilidad a trave[17]la compra, venta y renta de ropa sin esfuerzo; potenciando las opciones de moda y consumo sostenible, reduciendo el desperdicio textil.

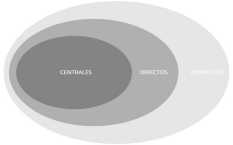
4.RELACIÓN CON LOS CLIENTES

- Tono de comunicación: Cercana y coloquial
- Reseñas y calificaciones al momento de descargar el aplicativo
- Cupones de descuento cada 10 pedidos para el siguiente

3. CANALES

- Aplicativo móvil
- Redes Sociales: IG
- Mailing: Para los comprobantes de pago

1.SEGMENTO DE CLIENTES: ARQUETIPOS



- Emprendedores del local fashion
- Emprendedores de ropa de segunda mano
- Consumidores de ropa entre 18 a 30 años (tanto consumidor del fast fashion como del slow fashion)

*Sector geográfico: Dentro de Lima Metropolitana

9. PRESUPUESTOS

- Creación del aplicativo móvil y Mantenimiento del aplicativo (Pago del alojamiento de data en la nube)
- Mantenimiento de redes sociales (Marketing y publicidad)
- Sueldo del personal administrativo
- Pago del servicios de motorizados

5. FUENTES DE INGRESO

- Cobro de un 18% del precio de la prenda (Se le cobra al usuario que vende el producto) *Generar más accesibilidad para los usuarios
- Cobro del envío de los pedidos (Se le cobra al usuario que está comprando el producto)
- Cobros por mayor exposición publicitaria dentro del homepage al inicio del aplicativo (pensado especialmente para los emprendedores del slow fashion que buscan expandir su marca y hacerse más conocidos desde un canal más accesible para su público objetivo)



Prototipo del aplicativo

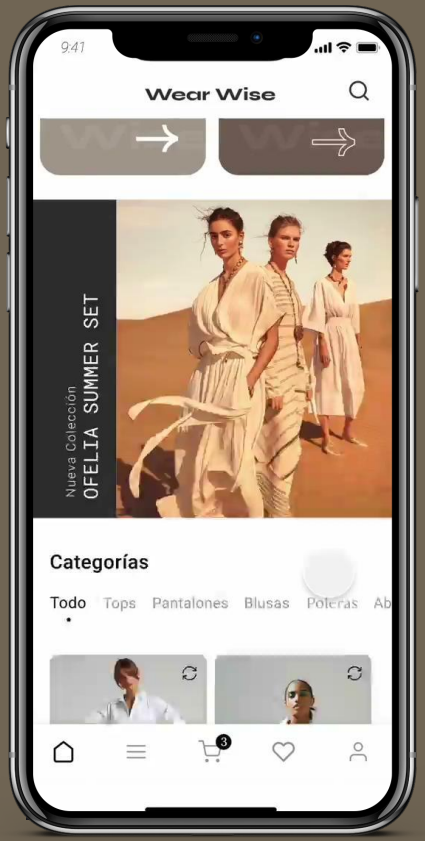
ETAPA DE DESARROLLO


9:41
Wear Wise
¡Bienvenida!
Antes de comenzar te recordamos las leyendas que te permitiran identificar más rápido las prendas dentro del app
PRENDAS NUEVAS
PRENDAS DE SEGUNDA
PRENDAS A LA RENTA
¿Cómenzamos?

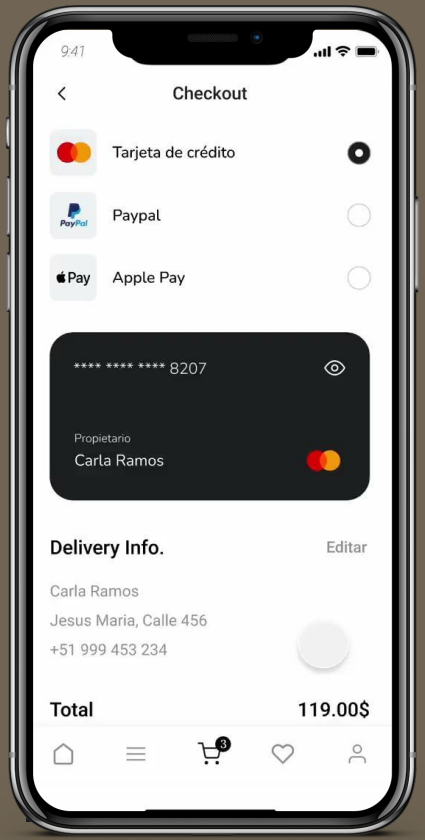
INICIO DE SESIÓN



NAVEGACIÓN DE PRODUCTOS



CHECK OUT


9:41
Checkout
Tarjeta de crédito
Paypal
Apple Pay
**** **** **** 8207
Propietario
Carla Ramos
Delivery Info.
Editar
Carla Ramos
Jesus Maria, Calle 456
+51 999 453 234
Total
119.00$

MI PERFIL


9:41
Mi perfil
Activity
Usuario
Orders
Ventas
Support
Preguntas
Chatea con nosotros
Privacidad
Ayuda
Contraseña
Settings
Idioma
Salir de la sesión
3



Presupuestos

ETAPA DE DESARROLLO

PRESUPUESTO PARA INICIAR EL PROYECTO

RECURSOS DE PRODUCCIÓN	Encriptación y desarrollo del app (Programador Freelance) 8000 soles	+	Diseño visual de redes y de marca 1000 soles				9,000 soles
RECURSOS ADMINISTRATIVOS	Teléfono de segunda mano 950 soles	+	Computadora de segunda mano 1500 soles	+	Plan de Internet 70 soles	+	Servicios de Luz 250 soles	2,770 soles
RECURSOS LOGÍSTICOS	Motorizado (Tercerizado) 700 soles *Varía de acuerdo al número de pedidos al mes							700 soles

MONTO TOTAL:
12,400 soles

PRESUPUESTO DEL GASTO MENSUAL

RECURSOS DE PRODUCCIÓN	Bolsas de papel - Packaging (560 unidades) 600 soles	600 soles
RECURSOS ADMINISTRATIVOS	Plan de Internet 30 soles + Plan fijo de Wifi 70 soles + Servicio de Luz 250 soles	350 soles
RECURSOS LOGÍSTICOS	Computadora de segunda 1500 soles + Teléfono de Segunda 950 soles + Mantenimiento del aplicativo (Freelance) 183 soles	2,633 soles
RECURSOS DE DIFUSIÓN	Personal Administrativo 1300 soles + Community Manager 1000 soles + Motorizado (tercerizado) Varía de acuerdo al n# de delivery + Diseñador freelance (de medio tiempo) 950 soles + Canje con influencers (cupones y dsct) 300 soles	4,250 soles

MONTO TOTAL:
7,833 soles

LIENZO DE INGRESOS

COSTO UNITARIO	ESTIMADO DE UNIDADES VENDIDAS	INGRESO ESTIMADO MENSUAL	INGRESO ESTIMADO TRIMESTRAL
18% del precio de la prenda	550 unidades	**5,500 soles aprox**	**16,500 soles**
Cobro del envío de los pedidos	550 deliveries	**8,250 soles aprox**	**24,750 soles**
Cobros por mayor exposición publicitaria dentro del app: 450 soles por aparición en el homepage x 1 semana (3 marcas por semana)	15 marcas x mes	**6,750 soles**	**20,250 soles**
		MONTO TOTAL: 20,500 soles	**MONTO TOTAL: 61,500 soles**

ESTIMADOS DE INGRESOS

ESTIMADO TRIMENSTRAL						
Total de ingresos estimados		Total de inversión		Total de gastos		Utilidad / Pérdida
61,500	-	12,400	-	23,499	=	Utilidad = 25,601 Pérdida = 0

POSIBLES INGRESOS						
Total de ingresos estimados		Total de inversión		Total de gastos		Utilidad / Pérdida
20,500	-	12,400	-	7,833	=	Utilidad = 267 Pérdida = 0

Podemos observar que cuenta con utilidad desde el primer considerando las inversiones, así mismo estamos considerando se generen 550 ventas, si se le agrega un aumento de este gracias a la exposición de las redes se podrán realizar más ventas y seguir aumentando cada mes las ganancias dentro de la empresa.



Prototipos y resultados

ETAPA DE DESARROLLO

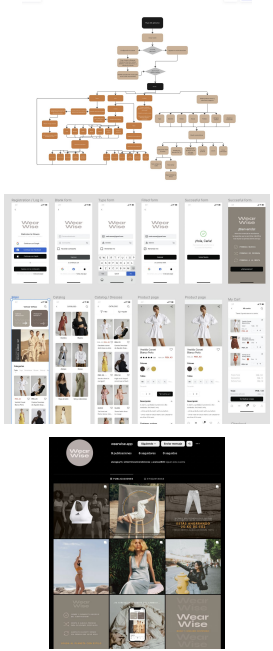
Observaciones

Prototipos y ejercicios de validación

Esta fue una etapa enriquecedora ya que nos ayudó a poner a prueba el modelo de negocio y su factibilidad.

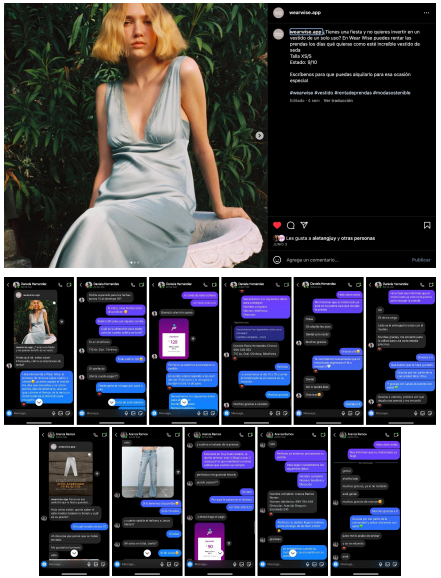
Nos ayudó para poder analizar puntos a futuro donde el aplicativo podría seguir desarrollándose, y analizar cuáles eran las respuestas y las necesidades de los usuarios. Así mismo nos ayudó a estar en contacto con más de un solo arquetipo al trabajar con emprendedores y con personas que buscan alquilar o vender prendas.

TESTEO DEL PRODUCTO



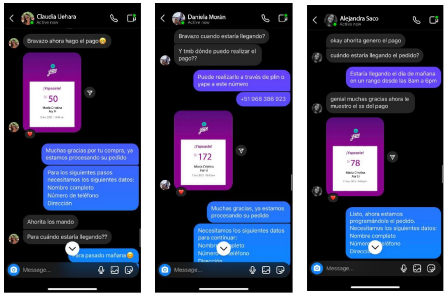
Dentro de esta etapa nos centramos en estructurar el proceso y el diseño visual tanto del aplicativo como de las redes sociales.

TESTEO DEL SERVICIO



Aquí nos centramos en el flujo de compra, les mostramos a los usuarios la información de cada prenda y los acompañamos durante el proceso de compra. (Esto se realizó a través de una cuenta de Instagram donde simulaba el aplicativo donde podías comprar o vender ropa)

TESTEO DEL MODELO DE NEGOCIO



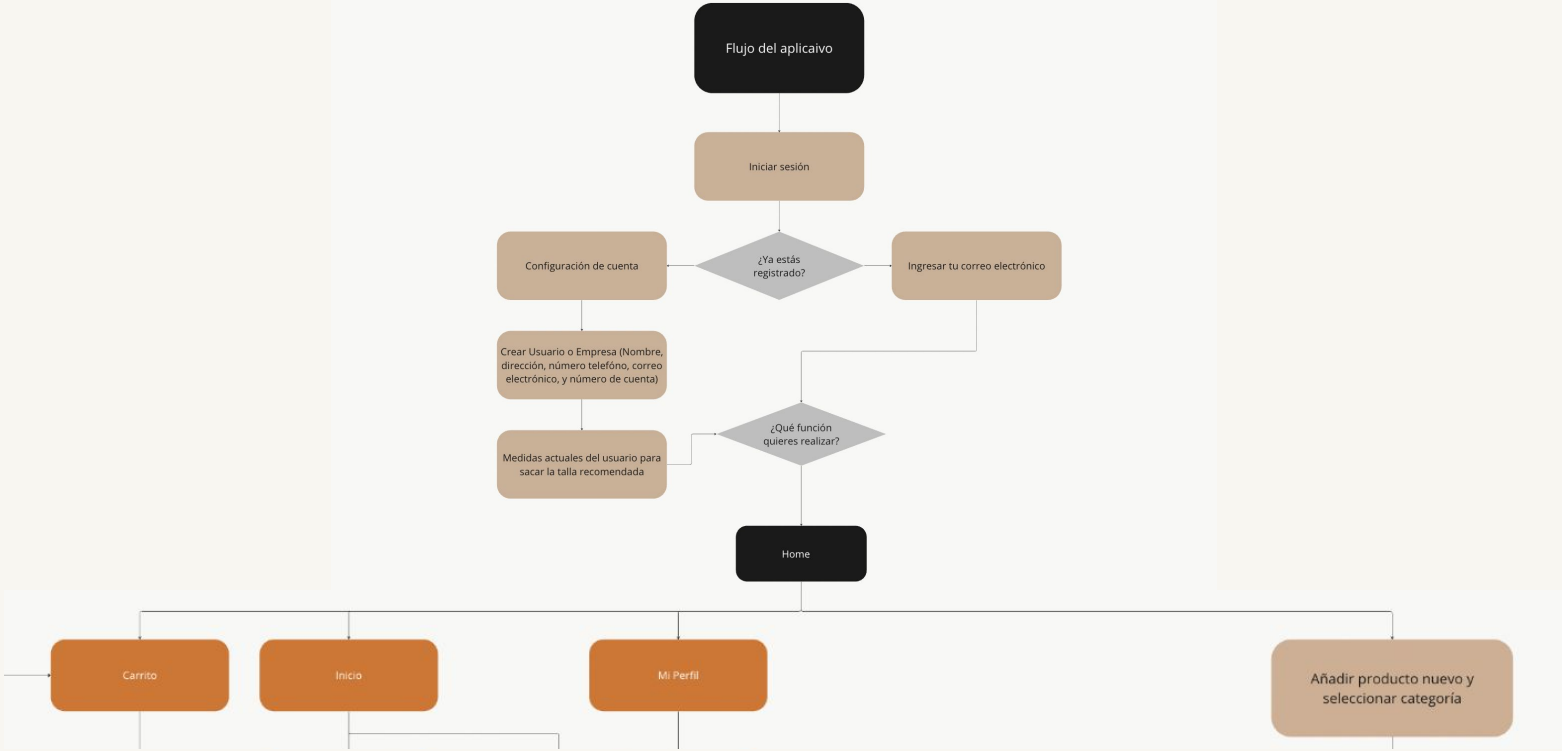
Edad	Cómo le was utilizando el aplicativo	Cuentas con un emprendimiento de la moda sostenible	Cuéntanos que es lo que te gustó, no te gustó, o qué mejoraría dentro del aplicativo
25	Ambos	No	Me encanta la propuesta, personalmente siento que lo utilizaría un montón porque tengo ropa de segunda mano está idea me gusta siento que es una opción muy asequible para la comunidad porque ahorra mucho tiempo entre vendedores y compradores. Me gustó que contará con tiempo para saber si estaba o no renta o era nuevo o de segunda porque no tenía que entrar a ver por cada producto, y siento que el diseño no se hiper limpio entonces no es tan aburrido. Me gusta mucho
27	Vendedor	Si	Bueno como emprendedora del sector fashion me encanta la propuesta, siento que es mucho más difícil en el perú y creo puede ser un canal que nos ayude en el rubro. La verdad bastante intuitivo, y me gusta la idea de que puede tener publicidad en el homepage. Lo que si tal vez le agregaría en los métodos de pago Yape y Plin porque son los métodos de pagos que más utilizan, no siento mucho que apple pay desde mi experiencia que he tenido con mis clientes, pero de verdad que está muy interesante.
24	Consumidor	No	Antes, siento que en Perú no hay nada como esto y me gusta la idea, me encanta la propuesta de valor, siento que es muy completo y me gusta que tenga varias opciones incluso en ropa de segunda pero si es así de accesible si le vería como una buena opción. Me gusta que también tengan un monton de filtros como alguien petite siendo que es más difícil pero con esto andiera el proceso.
27	Ambos	No	Me encanta que se pueda rentar, creo que especialmente en la época de fiestas o bodas es muy difícil encontrar algo que no sea caro y que no sea de segunda mano, a veces uno solo va a utilizar una vez y tener la opción de rentarlo o alquilarlo está muy muy bueno. En general me gusta el diseño y que sea minimalista.
23	Consumidor	No	Como alguien que compra ropa de segunda mano está idea me gusta siento que es una opción muy asequible para la comunidad porque se ahorra mucho tiempo entre vendedores y compradores. Me gustó que contará con tiempo para saber si estaba o no renta o era nuevo o de segunda porque no tenía que entrar a ver por cada producto, y siento que el diseño no se hiper limpio entonces no es tan aburrido. Me gusta mucho
24	Consumidor	No	Me encanta la idea de poder rentar desde un app porque yo soy fan de ese estilo de cuerpo pero casi todos los lugares tienen que ser fijo pero creooo que yo le agregaría expresamente para el de renta agregar calificaciones y comentarios para que las otras personas que estén pensando comprar ropa como un feedback, siento que igual funciona en pero ayuda un montón para vender si ayio por un app o ir y buscar algún lugar físico, pero de ahí creo que está muy muy genial
25	Ambos	No	Me encanta la idea de poder rentar desde un app porque yo soy fan de ese estilo de cuerpo pero casi todos los lugares tienen que ser fijo pero creooo que yo le agregaría expresamente para el de renta agregar calificaciones y comentarios para que las otras personas que estén pensando comprar ropa como un feedback, siento que igual funciona en pero ayuda un montón para vender si ayio por un app o ir y buscar algún lugar físico, pero de ahí creo que está muy muy genial

Dentro de este segmento evaluamos la viabilidad de Wear Wise y determinar si a los usuarios tanto emprendedores como clientes o vendedores estarían dispuestos a usarlo. Se lograron finalizar ventas y así mismo se realizó una encuesta donde los clientes nos dieron sus opiniones sobre el modelo de negocio y la propuesta.

En las siguientes diapositivas mostraremos el paso a paso de cada uno de los prototipos y testeos realizados.

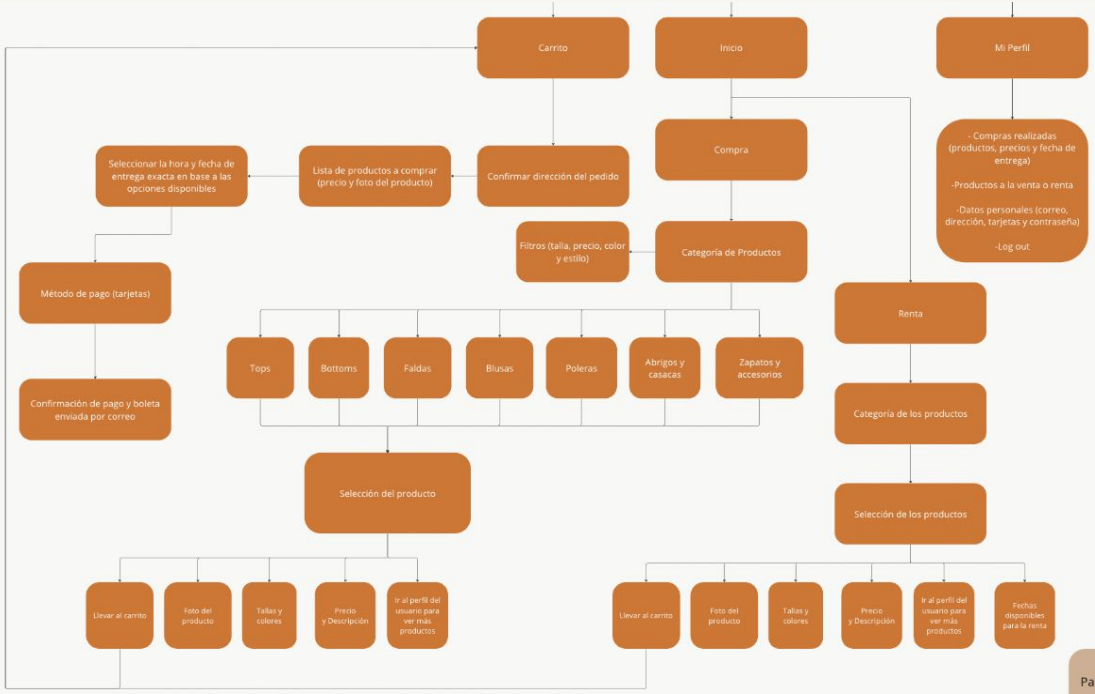
Flujo del aplicativo

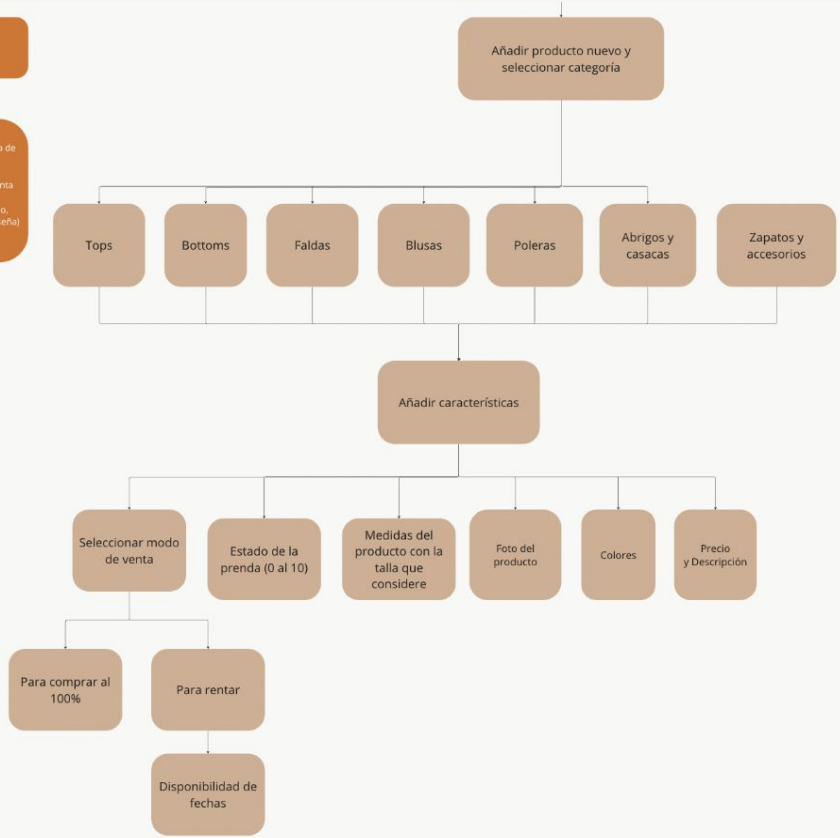
Centrado en la experiencia del usuario
(Parte 1)



Flujo del aplicativo

Centrado en la experiencia del usuario
(Parte 2)





Validación: Modelo de Negocio

Prototipo: Tienda MVP de la compra, venta y renta de prendas de moda y consumo sostenible a través de una cuenta de INSTAGRAM (Prototipo del diseño y flujo del aplicativo Wear Wise)
Objetivo de validación: Evaluar el interés de los usuarios por el modelo de negocio y determinar qué tan factible es la propuesta (Evaluar el flujo del aplicativo y efectividad del diseño)

INTRODUCCIÓN A LA DINÁMICA

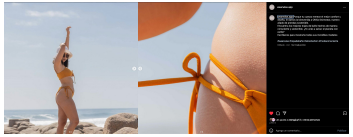
Creación de una cuenta de instagram que simule el modelo de negocio del aplicativo donde los usuarios puedan comprar, vender o rentar prendas a través de ella.

Se consiguieron:
- 3 personas que buscaban vender prendas dentro de su closet que ya no utilizaban
- 1 persona que contaba con una prenda que buscaba alquilar una de sus prendas
- 1 empresa de moda sostenible

DINÁMICA







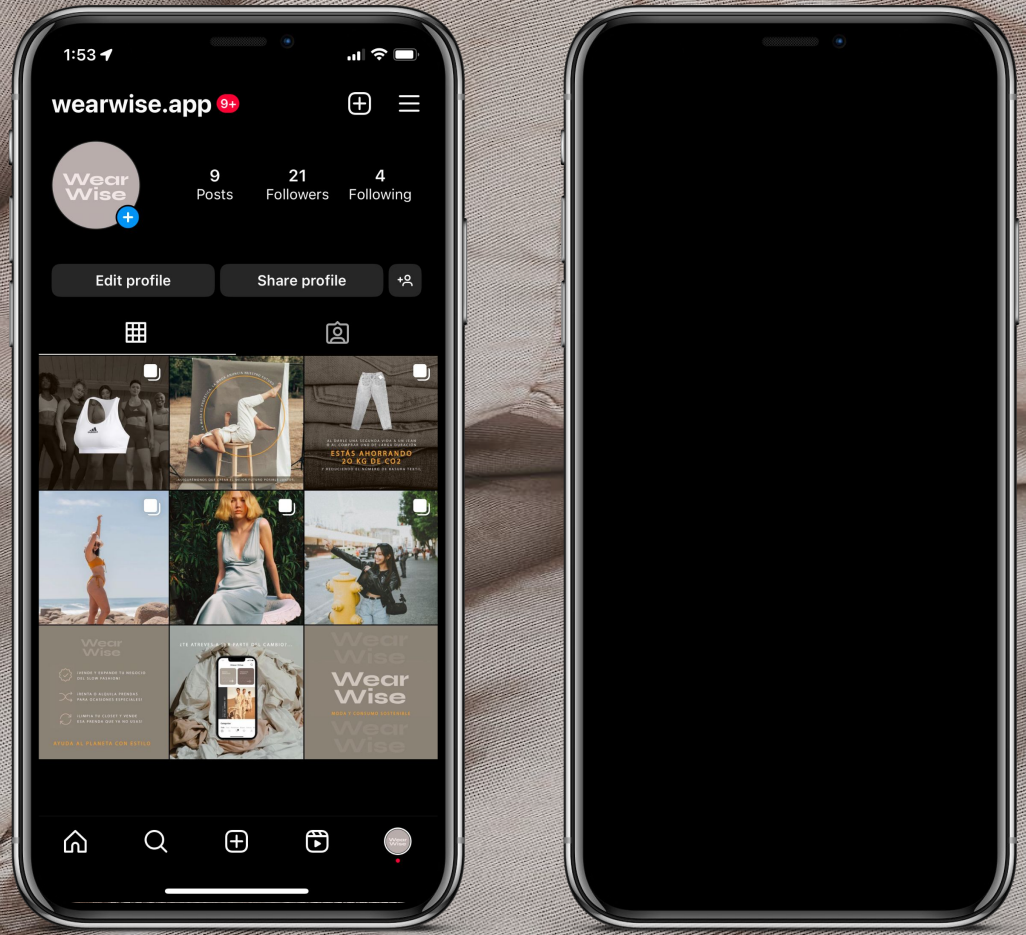
Ventas obtenidas 5
=
5 usuarios

1. En cada post nos centramos en mostrar el producto en distintos ángulos y dentro del caption contar con una descripción que permite brindarle al usuario la talla y el estado de la prenda.
2. Los usuarios interesados nos escribieron a través de los DMs para brindarle la información sobre el producto y de estar interesados se generaba la compra a través de los mensajes y se coordinaba con el motorizado con el que llegamos a trabajar para los pedidos.
3. Los usuarios realizaban el pago, nos enviaban las capturas de pantallas y les avisábamos cuando su pedido había llegado al domicilio.
4. Nos confirmaron cuando ya habían recibido su pedido y se daba como culminado el pedido. En caso del usuario que realizó el servicio de renta nos confirmaba cuando recibió el pedido y le recordamos la fecha y hora en el día que el motorizado lo recogería. Al momento de recoger la prenda del usuario el motorizado se lo regresa a su dueño originario y se da como culminado el pedido.

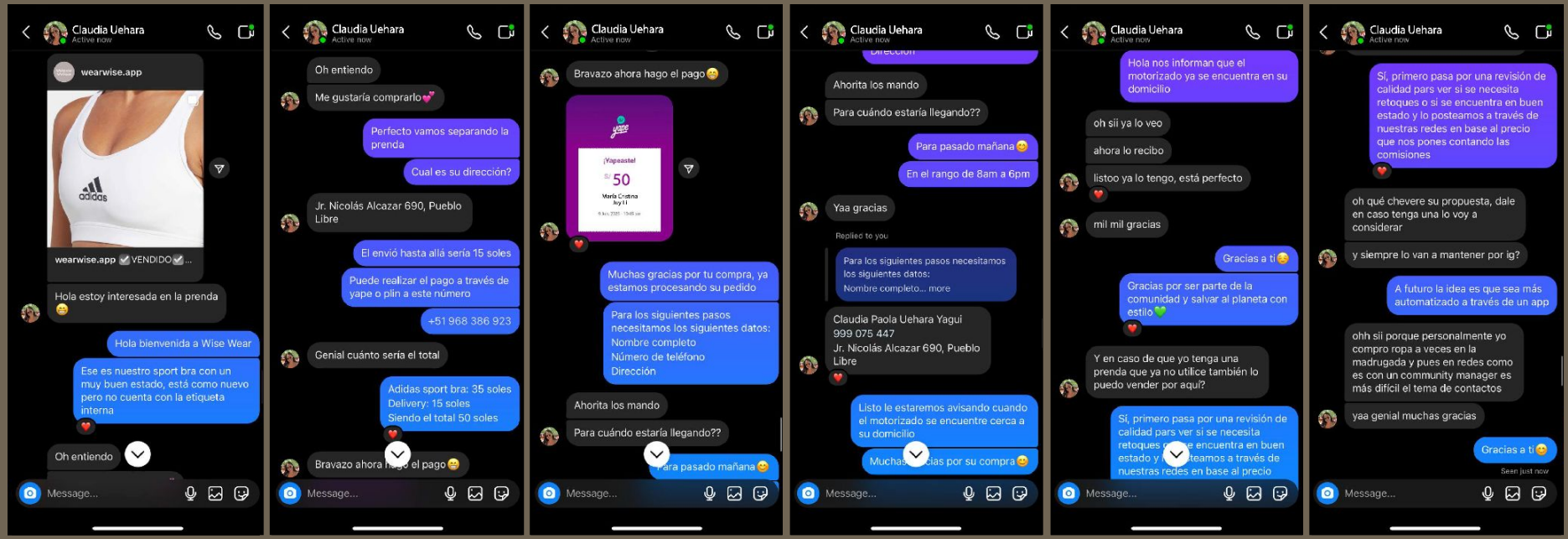
CIERRE

Una vez que terminamos todos los pedidos realizamos la captura de pantalla de cada uno de los usuarios para realizar un registro de todo el testeo desde el diseño, la experiencia de usuario y lo más importante la validación de la viabilidad del modelo de negocio.

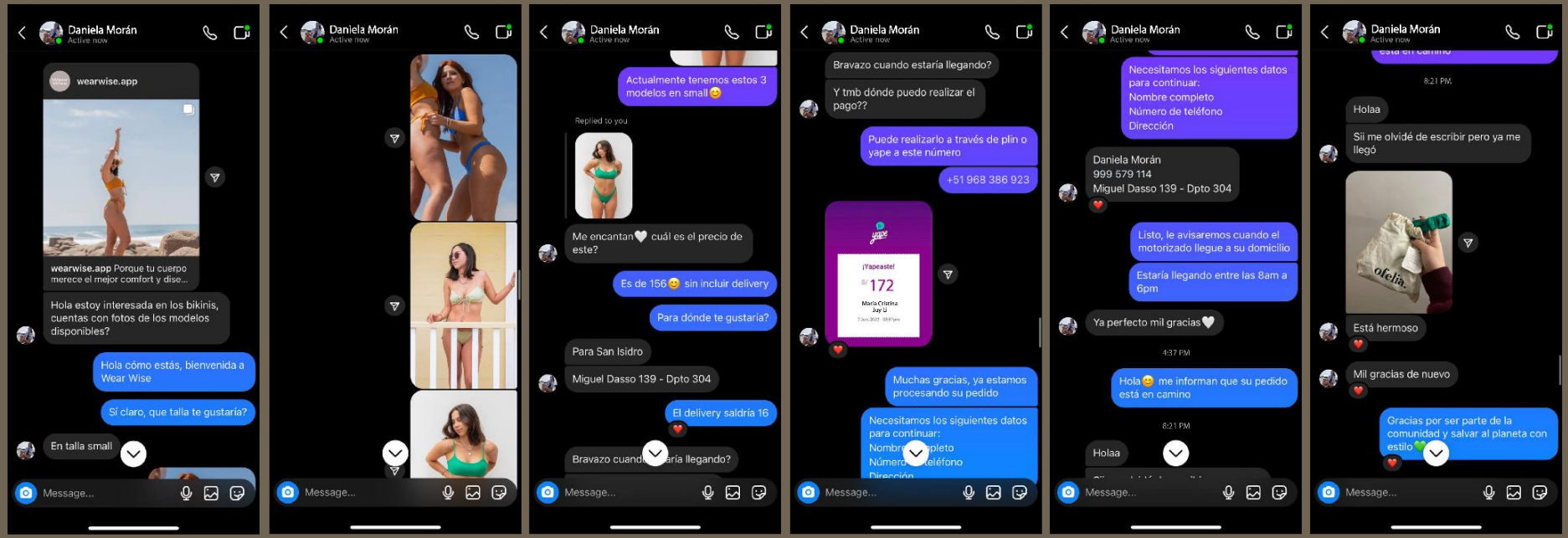
Hallazgos claves:
- Se puede ver el interés de los usuarios que buscan comprar las prendas.
- Hay una necesidad de otros usuarios para librarse de las prendas que ya no utilizan dentro de sus closets.
- La tienda también puede llegar a generar mayor visibilidad y exposición a empresas del slow fashion donde los consumidores si llegan a comprar desde tiendas terceristas.
- Los consumidores que compran también prefieren contar con un canal que esté activo las 24 horas para que se pueda adaptar, por lo que un aplicativo puede ayudar más para automatizar el proceso y mejorar la experiencia del usuario para el consumidor como para la marca.


1:53
wearwise.app
9+
Wear Wise
9 Posts
21 Followers
4 Following
Edit profile
Share profile
ESTÁS AHORRANDO 20 KG DE CO2
Wear Wise

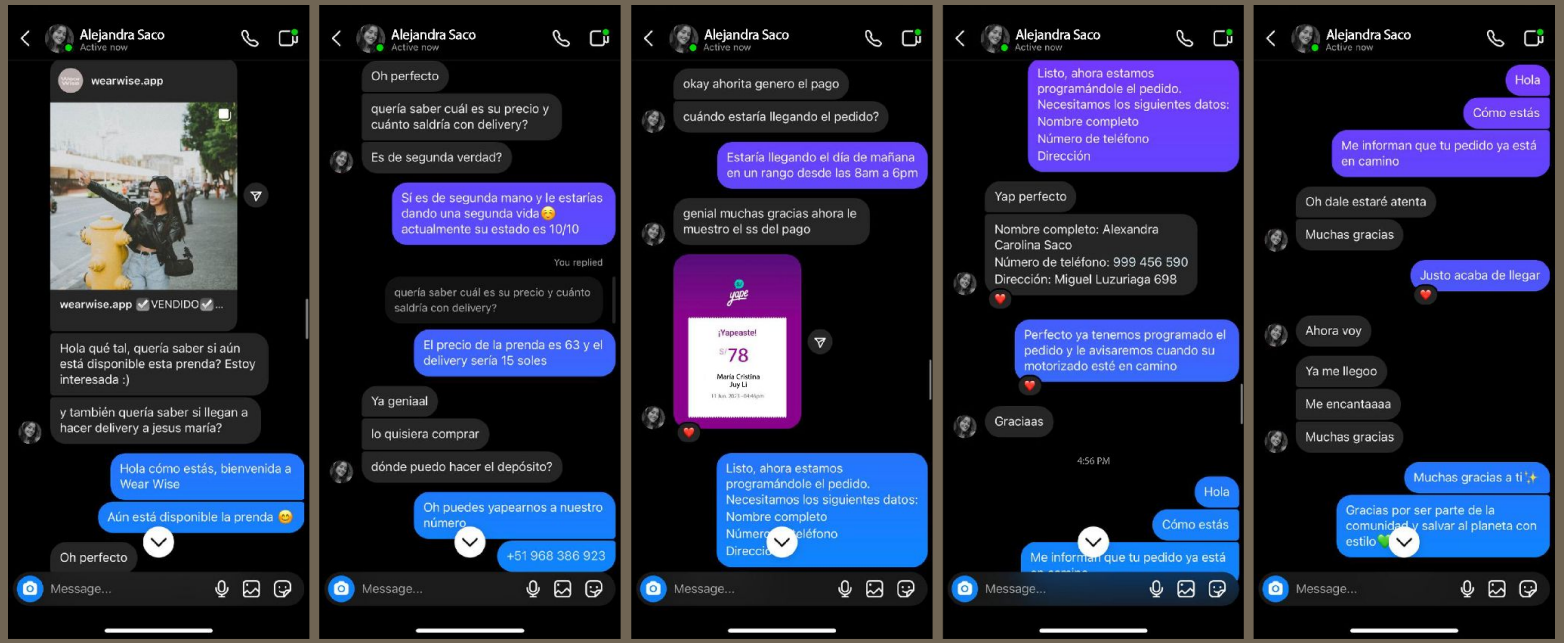
PROTOTIPO 01 / VENTA DE SEGUNDA



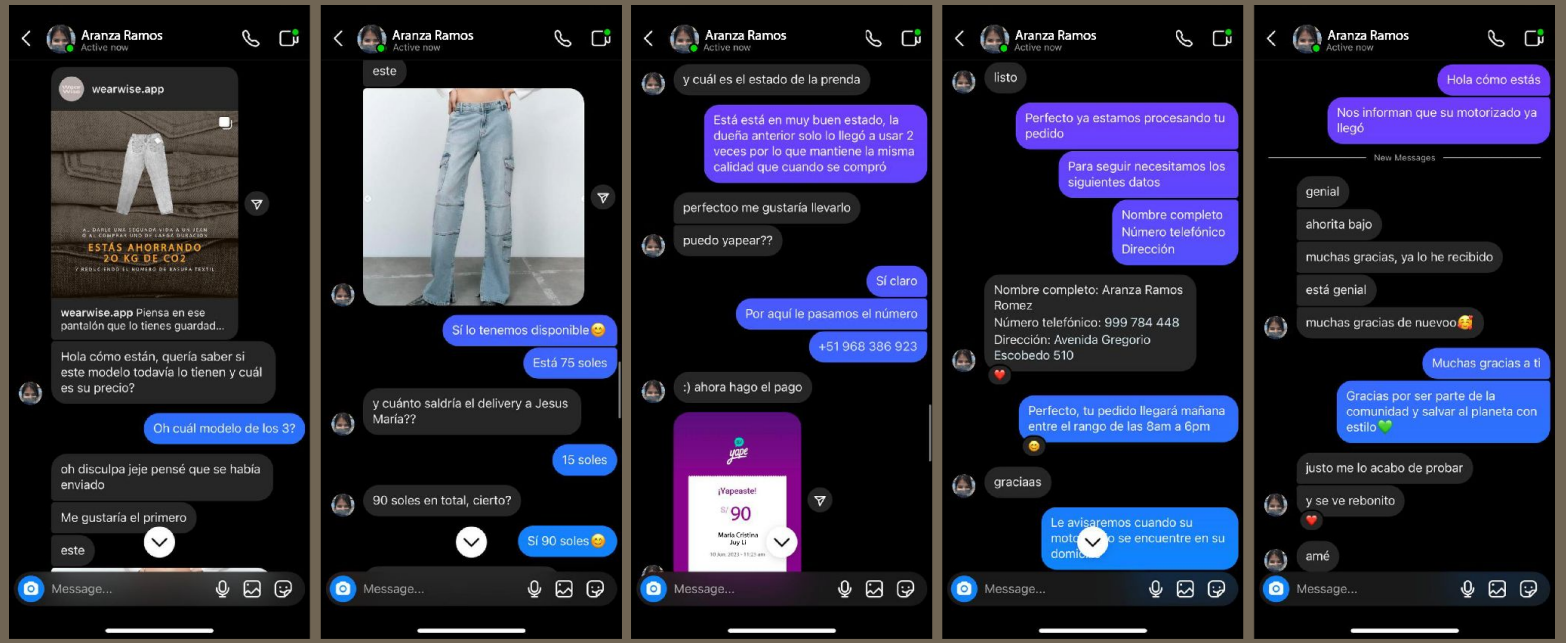
PROTOTIPO 01 / EMPRENDIMIENTO LOCAL FASHION



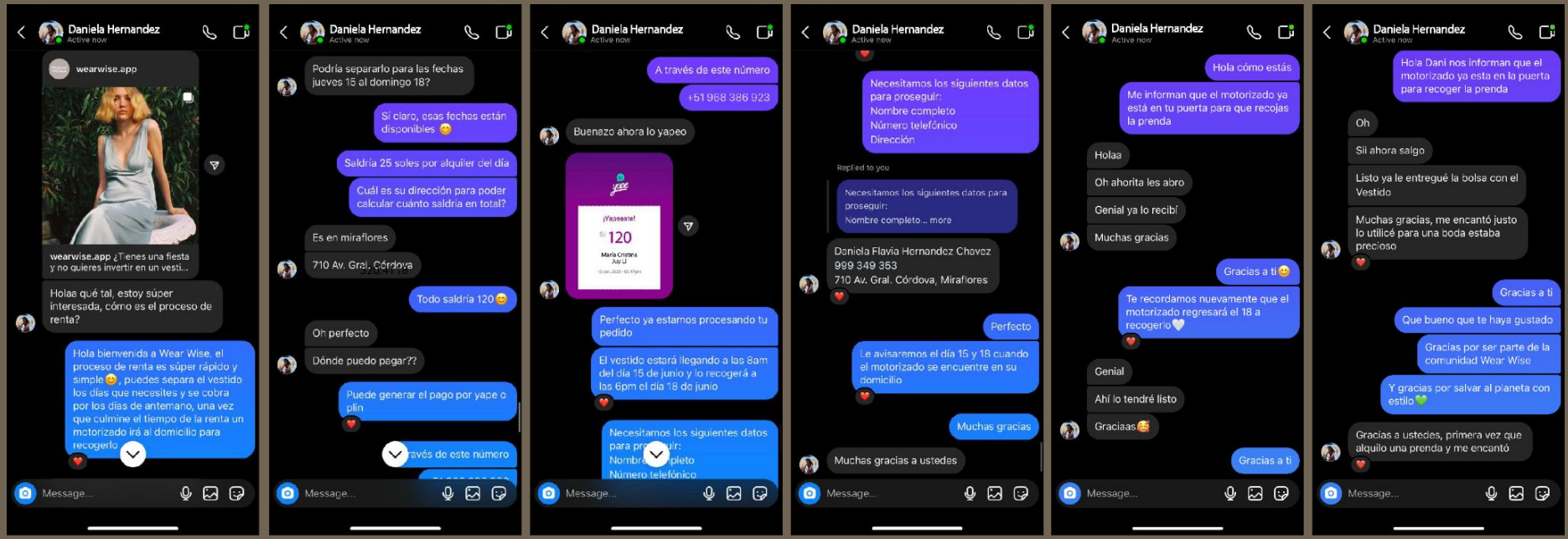
PROTOTIPO 01 / VENTA DE SEGUNDA



PROTOTIPO 01 / VENTA DE SEGUNDA



PROTOTIPO 01 / RENTA



PROTOTIPO 01 / HALLAZGOS

01 Se puede ver el interés de los usuarios que buscan comprar las prendas

02 Hay una necesidad de otros usuarios para librarse de las prendas que ya no utilizan dentro de sus closets

03 La tienda también puede llegar a generar mayor visibilidad y exposición a empresas del slow fashion donde los consumidores si llegan a comprar desde tiendas terceristas

04 Los consumidores que compran también prefieren contar con un canal que esté activo las 24 horas para que se pueda adaptar, por lo que un aplicativo puede ayudar más para automatizar el proceso

Validación: Modelo de Negocio

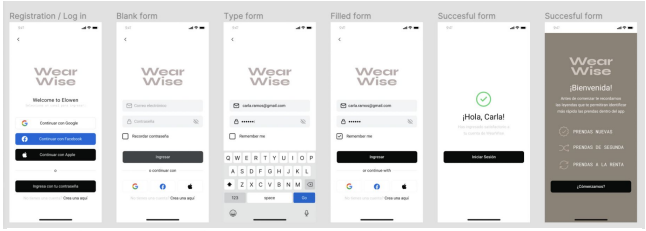
Prototipo: Prueba del diseño y flujo del aplicativo Wear Wise
Objetivo de validación: Evaluar la experiencia de usuario durante el proceso de navegación del aplicativo y efectividad del diseño

INTRODUCCIÓN A LA DINÁMICA

Creación del diseño del aplicativo a través de un prototipo para evaluar el flujo de este y si es fácil y accesible para los usuarios

Se consiguieron:
- 7 personas a quienes les pedimos navegar a través del aplicativo y una vez culminado dejar su feedback a través de google form para evaluar las cosas que le gustaron, no le gustaron, o que mejorarían.

DINÁMICA



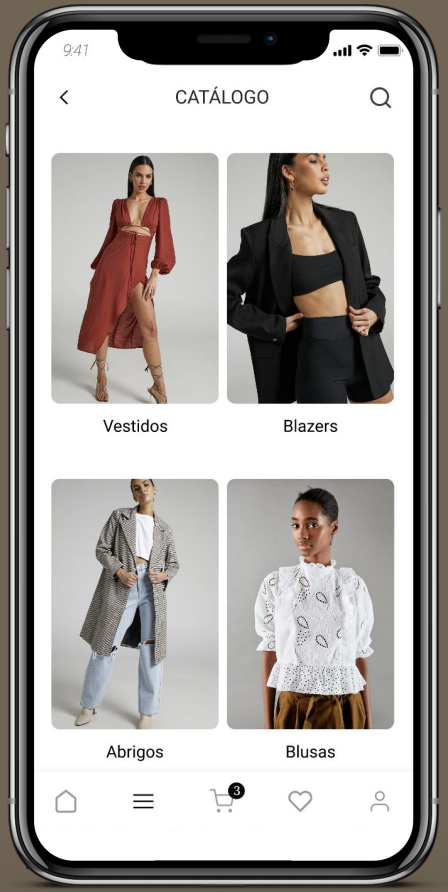
B	C	D	E
Edad	Cómo te ves utilizando el aplicativo	Cuentas con un emprendimiento de la moda sostenible	Cuéntanos que es lo que te gustó, no te gustó, o qué mejoraría dentro del aplicativo
25	Ambos	No	Me encanta la propuesta, personalmente siento que lo utilizaría un montón porque tengo mucha ropa que no utilizo y también me gusta el slow fashion pero casi nunca encuentro entonces me gusta mucho. Me gustó que contará con íconos para saber si estaba a la renta o era nuevo o de segunda porque no tenía que entrar a ver por cada producto, y siento que el diseño se ve super limpio entonces no es tan abrumador. Me gusta mucho :)
27	Vendedor	Sí	Bueno como emprendedora del slow fashion me encanta la propuesta, siento que es mucho más difícil en el perú y esto puede ser un canal que nos ayude en el rubro. Lo sentí bastante intuitivo, y me gusta la idea de que pueda tener publicidad en el homepage. Lo que sí tal vez le agregaría en los métodos de pago Yape y Plin porque son los métodos de pagos que más utilizan, no siento mucho que apple pay desde mi experiencia que he tenido con mis clientes, pero de verdad que está muy interesante.
24	Consumidor	No	Amee, siento que en Perú no hay nada como esto y me gusta la idea, me encanta la moda y nunca había pensado en moda sostenible como una opción para ser honesta o incluso en ropa de segunda pero si es así de accesible sí lo vería como una buena opción. Me gusta que también tengan un montón de filtros como alguien petite siento que es más difícil pero con esto acelera el proceso.
27	Ambos	No	Me encanta que se pueda rentar, creo que especialmente en la época de fiestas o bodas a veces es un despiflarro de plata tener que pagar 600 o 800 soles por un vestido que vamos a utilizar una vez y tener la opción de rentarlo o alquilarlo está muy muy bueno. En general me gusta el diseño y que sea minimalista.
23	Consumidor	No	Como alguien que compra ropa de segunda mano está idea me gusta siento que es una opción muy asequible para la comunidad porque se ahorra mucho tiempo entre encontrar una feria, coordinar, ver si le queda la prenda, etc etc, siento que esta opción es mucho más viable y promueve en general un consumo más consciente que definitivamente no se pone en práctica actualmente pero también siento que es por la falta de canales que hay y este definitivamente sería uno que ayudaría, muy buen trabajo chicas
24	Consumidor	No	Me gusta, creo que la experiencia es muy placentera, creo que la idea es innovadora pero el proceso no es complicado entonces es fácil de adaptarse.
25	Ambos	No	Me encanta la idea de poder rentar desde un app porque yo soy fan de ese estilo de compra pero casi todos los lugares tienen que ser fijo pero creoco que yo le agregaría especialmente para el de renta agregar calificaciones y comentarios para que las otras personas que estén pensando comprar tengan como un feedback, siento que igual funciona sin pero ayuda un montón para decidir si optó por un app o ir y buscar algún lugar físico, pero de ahí creo que está muy muy genial

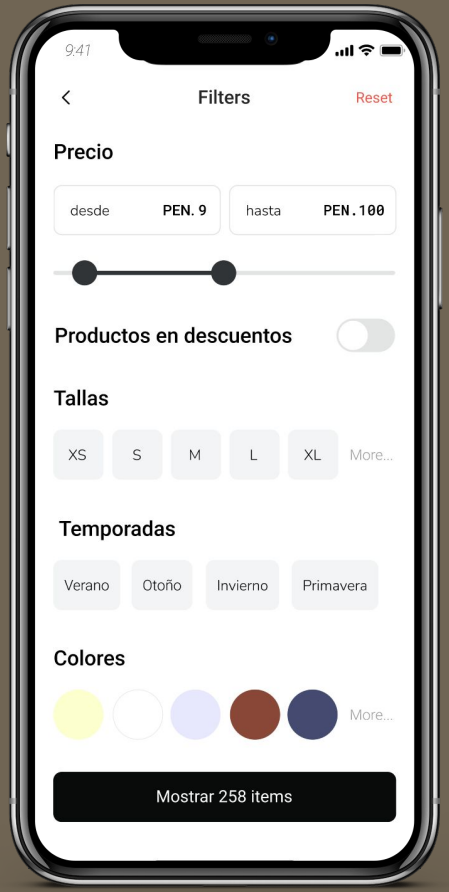
Usuarios 7 personas

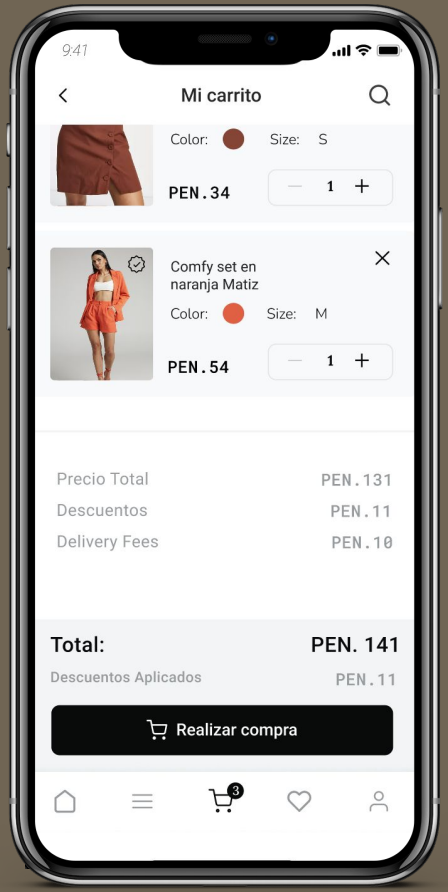
CIERRE

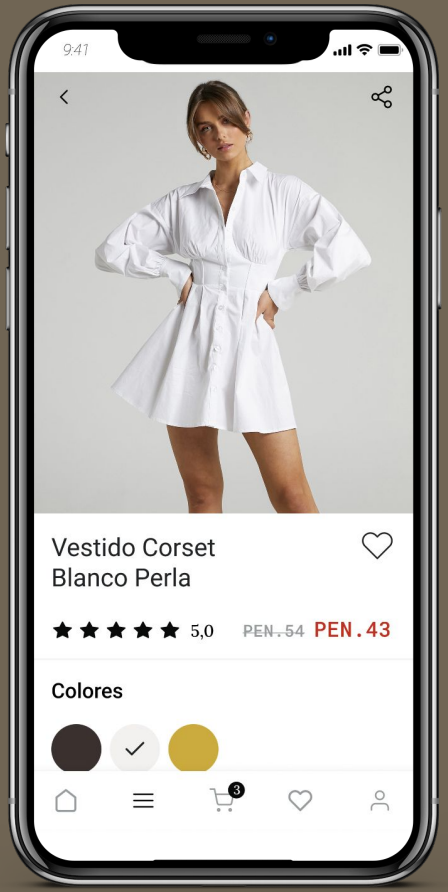
Una vez terminada la encuesta recolectamos la data obtenida del Feedback para analizarlo y evaluar los hallazgos

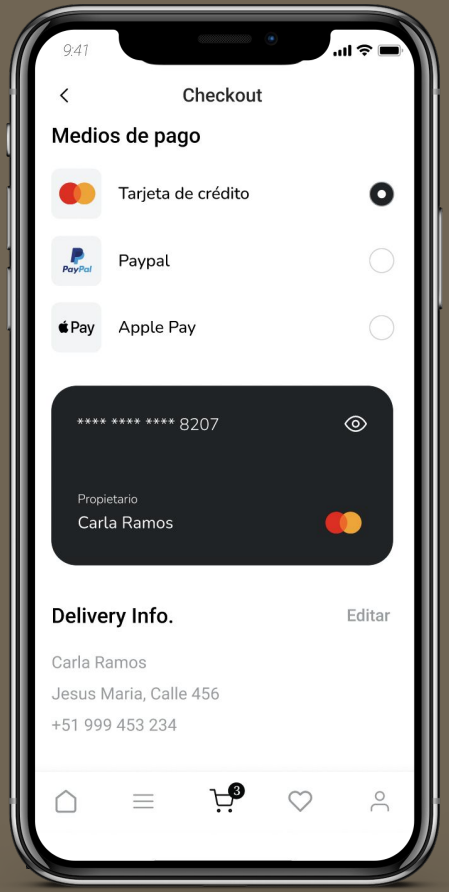
Hallazgos Claves:
- Los usuarios consideran que sí se está resolviendo una necesidad que actualmente en Lima no es accesible.
- Consideraron que el flujo era intuitivo y fácil de entender.
- Les gustaron los íconos para identificar si era ropa nueva, de segunda, o de renta
-Les gustaría que dentro de los medios de pago se ponga directamente Yape y Plin y no solo tarjetas de crédito para facilitar el proceso de compra.
- Considerar a futuro tener una sección de comentarios y calificación para las prendas (especialmente para las rentas)
- Les gusta que los filtros les brinden mejor accesibilidad a las prendas que se acomodan mejor a ellos ya sea por talla, precio, material o color.
- Les gusta la idea de poder vender o rentar prendas que ya no utilizan en vez de botarlas o invertir más plata en una prenda completamente nueva para un solo uso.


9:41
CATÁLOGO
Vestidos
Blazers
Abrigos
Blusas
3


9:41
Filters
Reset
Precio
desde PEN. 9
hasta PEN.100
Productos en descuentos
Tallas
XS
S
M
L
XL
More...
Temporadas
Verano
Otoño
Invierno
Primavera
Colores
More...
Mostrar 258 items

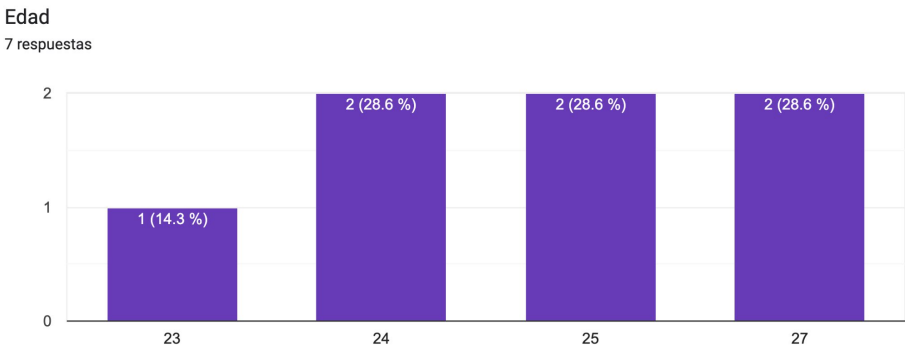

9:41
Mi carrito
Color:
Size: S
PEN.34
1
Comfy set en naranja Matiz
Color:
Size: M
PEN.54
1
Precio Total PEN.131
Descuentos PEN.11
Delivery Fees PEN.10
Total: PEN. 141
Descuentos Aplicados PEN.11
Realizar compra
3

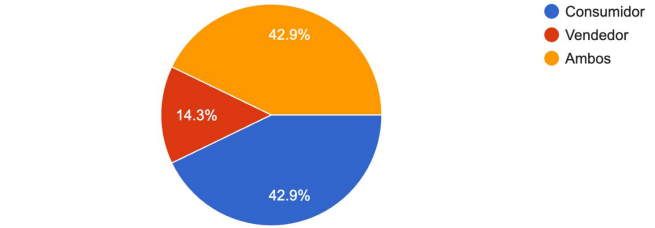

9:41
Vestido Corset
Blanco Perla
5,0
PEN.54
PEN.43
Colores
3


9:41
Checkout
Medios de pago
Tarjeta de crédito
Paypal
Apple Pay
**** **** **** 8207
Propietario
Carla Ramos
Delivery Info.
Editar
Carla Ramos
Jesus Maria, Calle 456
+51 999 453 234
3


9:41
¡Gracias por tu compra!
Número de orden: 24587745633248
Tu boleta te llegará
al correo electrónico
Continue

RESULTADOS
obtenidos del feedback







RESULTADOS
obtenidos del feedback

Cuéntanos qué es lo que te gustó, no te gustó, o qué mejoraría dentro del aplicativo

- Me encanta la propuesta, personalmente siento que lo utilizaría un montón porque tengo mucha ropa que no utilizo y también me gusta el slow fashion pero casi nunca encuentro entonces me gusta mucho. Me gustó que contará con íconos para saber si estaba a la renta o era nuevo o de segunda porque no tenía que entrar a ver por cada producto, y siento que el diseño se ve súper limpio entonces no es tan abrumador. Me gusta mucho :)

- Bueno como emprendedora del slow fashion me encanta la propuesta, siento que es mucho más difícil en el perú y esto puede ser un canal que nos ayude en el rubro. Lo sentí bastante intuitivo, y me gusta la idea de que pueda tener publicidad en el homepage. Lo que sí tal vez le agregaría en los métodos de pago Yape y Plin porque son los métodos de pagos que más utilizan, no siento mucho que apple pay desde mi experiencia que he tenido con mis clientes, pero de verdad que está muy interesante.

- Amee, siento que en Perú no hay nada como esto y me gusta la idea, me encanta la moda y nunca había pensado en moda sostenible como una opción para ser honesta o incluso en ropa de segunda pero si es así de accesible sí lo vería como una buena opción. Me gusta que también tengan un montón de filtros como alguien petite siento que es más difícil pero con esto acelera el proceso.

- Me encanta que se pueda rentar, creo que especialmente en la época de fiestas o bodas a veces es un despilfarro de plata tener que pagar 600 u 800 soles por un vestido que vamos a utilizar una vez y tener la opción de rentarlo o alquilarlo está muy muy bueno. En general me gusta el diseño y que sea minimalista.

- Como alguien que compra ropa de segunda mano esta idea me gusta siento que es una opción muy asequible para la comunidad porque se ahorra mucho tiempo entre encontrar una feria, coordinar, ver si te queda la prenda, etc etc, siento que esta opción es mucho más viable y promueve en general un consumo más consciente que definitivamente no se pone en práctica actualmente pero también siento que es por la falta de canales que hay y este definitivamente sería uno que ayudaría, muy buen trabajo chicas

- Me gusta, creo que la experiencia es muy placentera, creo que la idea es innovadora pero el proceso no es complicado entonces es fácil de adaptarse.

- Me encanta la idea de poder rentar desde un app porque yo soy fan de ese estilo de compra pero casi todos los lugares tienen que ser fijo pero creo que yo le agregaría especialmente para el de renta agregar calificaciones y comentarios para que las otras personas que estén pensando comprar tengan como un feedback, siento que igual funciona sin pero ayuda un montón para decidir si opto por un app o ir y buscar algún lugar físico, pero de ahí creo que está muy muy genial

PROTOTIPO 02 / HALLAZGOS

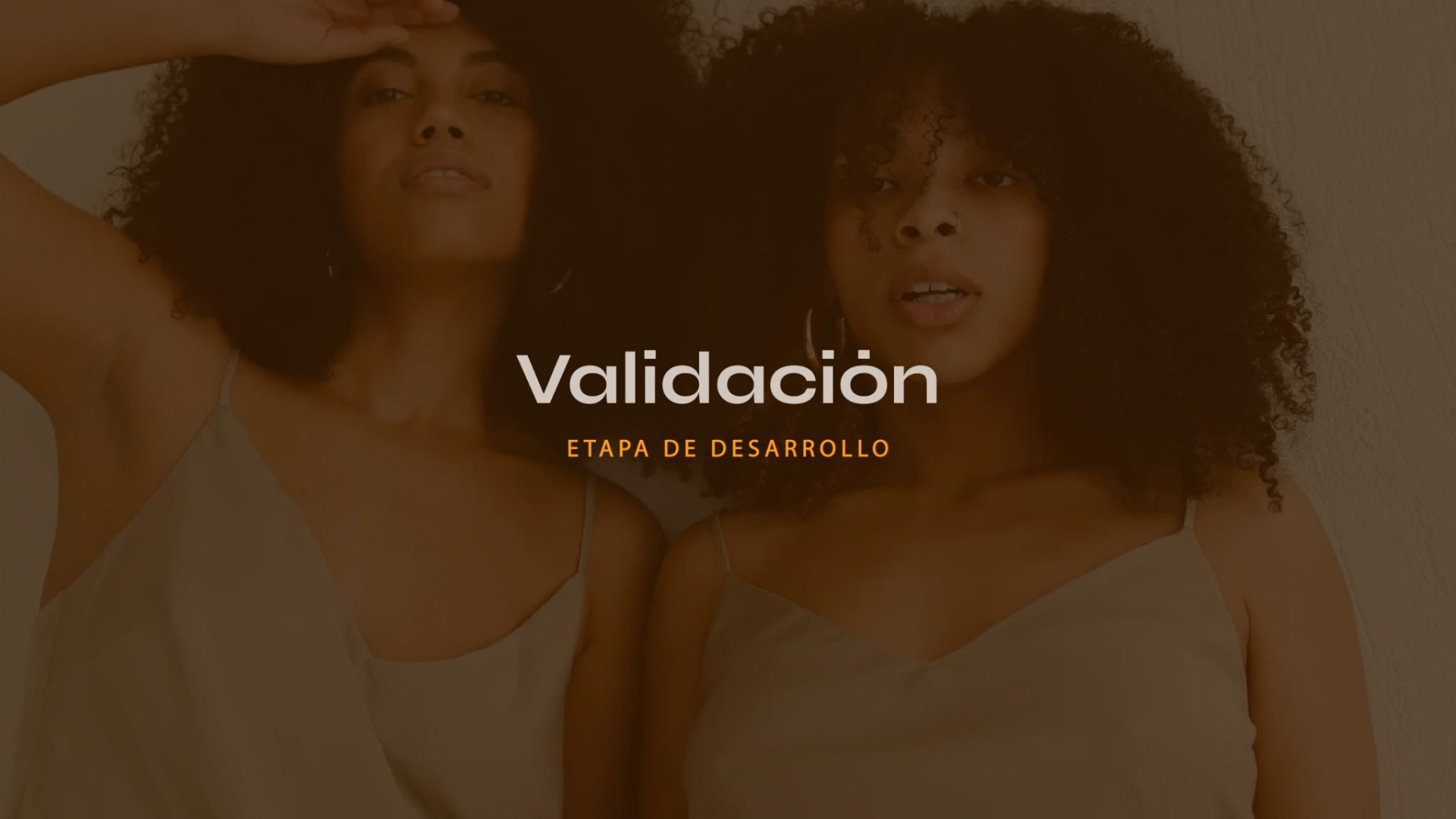
01 Considerar medios de pago como Yape y Plin y no solo tarjetas de crédito

02 Contar con una sección de comentarios y calificación para las prendas

03 Les gusta que los filtros les brinden mejor accesibilidad a las prendas que se acomodan mejor a ellos ya sea por talla, precio, material o color.

04 Consideraron que el flujo era intuitivo y fácil de entender

05 Les gustaron que los íconos para identificar si era ropa nueva, de segunda, o de renta



Validación

ETAPA DE DESARROLLO

VALIDACIONES

HIPÓTESIS

- Sistema que promueve y brinda mayor accesibilidad la moda y el consumo sostenible
- Aplicativo de fácil navegación
- Buena experiencia de usuario
- Motivar a los usuarios a vender, comprar o rentar prendas
- Mayor exposición y apoyo para la comunidad de emprendedores y usuarios de la moda lenta

OBSERVACIONES

USUARIOS QUE PROBARON LA INTERFAZ DEL APP

- Me gusta, creo que la experiencia es muy placentera, creo que la idea es innovadora pero el proceso no es complicado entonces es fácil de adaptarse.
- Me encanta que se pueda rentar, creo que especialmente en la época de fiestas o bodas a veces es un despilfarro de plata tener que pagar 600 u 800 soles por un vestido que vamos a utilizar una vez y tener la opción de rentarlo o alquilarlo está muy muy bueno. En general me gusta el diseño y que sea minimalista.
- Bueno como emprendedora del slow fashion me encanta la propuesta, siento que es mucho más difícil en el perú y esto puede ser un canal que nos ayude en el rubro. Lo sentí bastante intuitivo, y me gusta la idea de que pueda tener publicidad en el homepage. Lo que sí tal vez le agregaría en los métodos de pago Yape y Plin porque son los métodos de pagos que más utilizan, no siento mucho que apple pay desde mi experiencia que he tenido con mis clientes, pero de verdad que está muy interesante.

CLIENTES QUE REALIZARON LA COMPRA DE PRODUCTOS

- Gracias a ustedes primera vez que alquilo una prenda y me encantó
- Justo me lo acabo de probar, se ve re bonito, amé
- Ya me llegó, me encanta, muchas gracias
- Listo ya lo tengo, está perfecto, mil gracias

*Selección de comentarios y observaciones principales realizados durante el proceso de la prueba del MVP y el prototipado

RESULTADOS

- Según los resultados obtenidos el flujo del aplicativo es bueno y entendible para el usuario.
- Según los usuarios, los diseños, la fotografía y los íconos utilizados son atractivos y funcionales.
- La rentabilidad dentro de un aplicativo móvil de consumo sostenible es un feature nuevo y atractivo para el usuario.
- En base al MVP realizado, se puede ver el interés de los usuarios que buscan comprar las prendas tanto la necesidad de librarse de las prendas.
- El filtro con segmentaciones de precio, tallas, colores, estaciones, y materiales ayuda a que el proceso de compra sea más práctico.
- Los emprendedores si consideran que es un buen canal para seguir expandiendo su negocio y les gusta la idea de la publicidad en el homepage
- Hay una necesidad de otros usuarios para librarse de las prendas que ya no utilizan dentro de sus closets
- Es una solución viable que logra satisfacer necesidades actuales de los usuarios y promover la moda y el consumo sostenible

ACCIONES

ACCIONES:

- Agregar métodos de pago comerciales como Yape y Plin para facilitar el proceso de compra
- Mantener los íconos de la ropa de segunda, ropa nueva, y ropa de alquiler dentro del aplicativo y mostrarlo en redes también generando más familiaridad

ACCIONES FUTURAS:

- Añadir un apartado de comentarios y calificaciones, para poder tener un feedback directo del usuario, sobre todo para la parte de renta de prendas



CONCLUSIONES

- Podemos concluir que sí es una solución viable e innovadora dentro del mercado.
- Al fusionar diversos servicios que actualmente en el rubro se ofrecen por separado y adaptarlos a un canal digital, podemos llegar a un nivel de innovación mayor para promover la moda y consumo sostenible.
- Se cuenta con una respuesta positiva de parte de los consumidores al realizar las validaciones del modelo de negocio.
- Se recomienda brindar métodos de pagos comerciales como Plin y Yape y contar con una sección de comentarios a futuro.

5% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 4% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	ethic.es Internet	<1%
2	repositorio.tls.edu.pe Internet	<1%
3	mastersonline.com.es Internet	<1%
4	Universidad de Guadalajara on 2022-05-18 Submitted works	<1%
5	ambarplus.com Internet	<1%
6	coursehero.com Internet	<1%
7	Universidad Autónoma de Nuevo León on 2021-01-06 Submitted works	<1%
8	Aliat Universidades on 2020-08-10 Submitted works	<1%

9	ITESM: Instituto Tecnologico y de Estudios Superiores de Monterrey o... Submitted works	<1%
10	bloo.media Internet	<1%
11	Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC on 2022-1... Submitted works	<1%
12	todosloshechos.es Internet	<1%
13	Universidad Carlos III de Madrid on 2021-12-12 Submitted works	<1%
14	medicusmundi.es Internet	<1%
15	Universidad TecMilenio on 2024-01-19 Submitted works	<1%
16	slideshare.net Internet	<1%
17	Universidad Anahuac México Sur on 2021-11-04 Submitted works	<1%
18	shves.buncombeschools.org Internet	<1%
19	care.org.ec Internet	<1%
20	blog.hubspot.es Internet	<1%

21	vykthors.wordpress.com Internet	<1%
22	IED Barcelona on 2021-12-20 Submitted works	<1%
23	Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Grad... Submitted works	<1%
24	transportesynegocios.wordpress.com Internet	<1%
25	dialoguewithchina.eu Internet	<1%
26	de.slideshare.net Internet	<1%
27	University of the Arts, London on 2023-09-14 Submitted works	<1%
28	Corporación Universitaria Iberoamericana on 2023-12-17 Submitted works	<1%
29	Universidad Adolfo Ibáñez on 2021-12-09 Submitted works	<1%
30	Universidad Estatal a Distancia on 2018-01-15 Submitted works	<1%
31	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2022-06-28 Submitted works	<1%
32	catalonica.bnc.cat Internet	<1%

33	expoknews.com Internet	<1%
34	publicacoes.amigosdanatureza.org.br Internet	<1%
35	befashionvictim.com Internet	<1%
36	hoteles.bz Internet	<1%
37	nuteca.com Internet	<1%
38	Hogeschool Rotterdam on 2023-06-21 Submitted works	<1%
39	Infile on 2020-06-17 Submitted works	<1%
40	Universidad Europea de Madrid on 2020-05-22 Submitted works	<1%
41	Universidad Gerardo Barrios de El Salvador on 2023-09-02 Submitted works	<1%
42	apspanlang.com Internet	<1%
43	dge1.insp.mx Internet	<1%
44	es.weforum.org Internet	<1%

45	fido.palermo.edu Internet	<1%
46	fleshmuseum.blogspot.com Internet	<1%
47	luz-aldia.com.ve Internet	<1%
48	trueloveandpoems.com Internet	<1%
49	ofirent.com.mx Internet	<1%
50	yumpu.com Internet	<1%
51	ESC Rennes on 2021-09-29 Submitted works	<1%
52	ESIC Business & Marketing School on 2020-05-07 Submitted works	<1%
53	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2016-03-16 Submitted works	<1%
54	Universidad San Ignacio de Loyola on 2018-11-08 Submitted works	<1%
55	inba.info Internet	<1%
56	prezi.com Internet	<1%

57	redsirevista.cebs-es.org Internet	<1%
58	repositorio.ug.edu.ec Internet	<1%
59	riunet.upv.es Internet	<1%
60	formacionsanitaria.com Internet	<1%
61	Instituto de Empress S.L. on 2019-04-12 Submitted works	<1%
62	ojoalclima.com Internet	<1%