

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA**

**TOULOUSE LAUTREC**

**TOULOUSE  
LAUTREC**

**Creación de un servicio “Eco Deco” que ayude a concientizar sobre el Fast Fashion  
en jóvenes de 20 a 35 años de Lima Sur**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño Publicitario:

**AUTORES:**

**DANIELA MERCADO MARQUEZ**

(CÓDIGO ORCID: 0009-0005-3842-8664)

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de Interiores:

**JOSE SANTIAGO SOSA LAGUNA**

((CÓDIGO ORCI : 0009-0005-2581-7732)

Asesor

**LENI AMELIA PERCCA TREJO**

((CÓDIGO ORCID : 0000-0002-8363-8354)

Lima - Perú

**Junio 2023**

## ● 12% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### FUENTES PRINCIPALES

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

1	<b>repositorio.tls.edu.pe</b> Internet	4%
2	<b>Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2021-12-12</b> Submitted works	1%
3	<b>clientearth.org</b> Internet	<1%
4	<b>hdl.handle.net</b> Internet	<1%
5	<b>Universidad Adolfo Ibáñez on 2023-06-14</b> Submitted works	<1%
6	<b>coursehero.com</b> Internet	<1%
7	<b>Universidad Francisco de Vitoria on 2022-09-28</b> Submitted works	<1%
8	<b>Pontificia Universidad Catolica del Ecuador - PUCE on 2023-12-01</b> Submitted works	<1%

9	<b>apirepositorio.unh.edu.pe</b> Internet	<1%
10	<b>upc.aws.openrepository.com</b> Internet	<1%
11	<b>slideshare.net</b> Internet	<1%
12	<b>University of Portsmouth on 2021-06-21</b> Submitted works	<1%
13	<b>repositorio.usmp.edu.pe</b> Internet	<1%
14	<b>(11-12-02) http://209.41.185.60/salud/cda/print/0_1675_5038_00.html</b> Internet	<1%
15	<b>Fundación Universitaria del Area Andina on 2022-06-17</b> Submitted works	<1%
16	<b>banguat.gob.gt</b> Internet	<1%
17	<b>nicolasfalcioni.com.ar</b> Internet	<1%
18	<b>archive.aidsmap.com</b> Internet	<1%
19	<b>prezi.com</b> Internet	<1%
20	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Internet	<1%

21	<b>repository.upb.edu.co</b> Internet	<1%
22	<b>banex.fi.cr</b> Internet	<1%
23	<b>grafiati.com</b> Internet	<1%
24	<b>Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec on 2023-08-04</b> Submitted works	<1%
25	<b>Instituto Superior Tecnológico San Antonio on 2023-12-27</b> Submitted works	<1%
26	<b>Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2023-05-16</b> Submitted works	<1%
27	<b>Universidad Catolica De Cuenca on 2017-08-23</b> Submitted works	<1%
28	<b>Universidad Francisco de Vitoria on 2021-11-29</b> Submitted works	<1%
29	<b>Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo on 2023-05-18</b> Submitted works	<1%
30	<b>Universidad TecMilenio on 2024-01-25</b> Submitted works	<1%
31	<b>docs.google.com</b> Internet	<1%
32	<b>internacional.eluniversal.com</b> Internet	<1%

- 33 bajoelagua.com <1%  
Internet

---
- 34 Southern New Hampshire University - Continuing Education on 2023-0... <1%  
Submitted works

---
- 35 expouniversidad.net <1%  
Internet

## **Resumen del Trabajo de Investigación**

Una de las problemáticas más relevantes que perjudica al medio ambiente son los desechos textiles generados por el fast fashion; este se caracteriza por la producción de prendas a bajo costo, un cambio rápido de tendencias, una calidad cuestionable y generar malos hábitos de consumo.

La administración adecuada de los residuos textiles es un gran reto para muchos países que carecen de infraestructuras y métodos eficaces para reutilizarlos o reciclarlos, lo que muchas veces lleva a que se acumulen en vertederos o se incineren causando un mayor impacto ambiental.

Por ello se decidió desarrollar Eco Deco un servicio que busca crear una comunidad de consumidores conscientes y mejorar su estilo de vida en armonía con la naturaleza.

Eco deco se dedicará a la venta de mobiliario y accesorios para el hogar hechos a base de desechos textiles, buscando así reducir la huella ambiental y a su vez concientizando a los jóvenes económicamente independientes de edades entre 20 a 35 años que residen en Lima sur.

Para la obtención de datos se llevaron a cabo experimentos tales como entrevistas, encuestas y talleres generativos que nos ayudaron a saber las necesidades y conocimientos de nuestro público. Así mismo se desarrolló un taller de validación mostrando la propuesta final, para saber que tan factible es la solución.

Se logró causar una buena aceptación del público objetivo al ser presentada la propuesta de Eco Deco. En dicha presentación, se expuso las características, beneficios y prototipos realizados, del mismo modo se mostró un breve video en donde se enseñaron las diferentes formas de reciclar las prendas.

En conclusión, Eco Deco busca crear conciencia a la población mediante la venta de mobiliarios y accesorios para el hogar elaborados con materiales que aporten a la reducción de desechos textiles para mejorar la calidad de vida del planeta.

Palabras claves: *Fast Fashion, Upcycling, Desechos textiles.*

## TABLA DE CONTENIDO

### Resumen del Trabajo de investigación

1. Contextualización del problema.....	12
2. Justificación.....	15
2.1 Justificación social.....	15
2.2 Justificación práctica.....	16
2.3 Justificación metodológica.....	16
3. Reto de Innovación.....	17
3.1 Pregunta General.....	17
3.2 Preguntas Específicas.....	18
3.3 Objetivo General.....	18
3.2 Objetivos Específicos.....	18
4. Sustento teórico.....	18
4.1 Estudios previos.....	18
4.2 Marco teórico.....	21
4.2.1 Conceptualización de servicio ecoamigable.....	21
4.2.2 Características de un servicio ecoamigable.....	22
4.2.3 Beneficios de un servicio ecoamigable.....	22
4.2.4 Tipos de Servicios ecoamigables.....	22
4.2.4.1 Fabricación de bolsas biodegradables.....	23
4.2.4.2 Venta de ropa ecológica.....	23
4.2.4.3 Creación de juguetes ecológicos.....	23
4.2.4.4 Venta de productos reciclados.....	23

4.2.5 Materiales para un servicio ecoamigable.....	23
4.2.6 Importancia de crear un servicio ecoamigable .....	23
5. Beneficiarios.....	24
5.1 Directos.....	24
5.2 Indirectos.....	24
5.3 Arquetipo del cliente.....	24
5.4 Cantidad de beneficiarios.....	26
6. Propuesta de valor.....	26
6.1 Propuesta de valor.....	26
6.2 Segmento de clientes.....	26
6.3 Canales.....	27
6.4 Relación con los clientes.....	27
6.5 Actividades clave.....	27
6.6 Recursos clave.....	27
6.7 Aliados clave.....	27
6.8 Fuentes de ingresos.....	28
6.9 Presupuestos.....	28
7. Resultados.....	33
8. Conclusiones.....	33
9. Bibliografía.....	35
10. Anexos.....	39
10.1 Guión de encuesta.....	39

10.2 Descarga de encuestas.....	40
10.3 Guión de entrevista.....	41
10.4 Descarga de entrevistas.....	43
10.5 Taller generativo.....	45
10.6 Prototipos.....	45
10.7 Validaciones.....	46

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Inversión Inicial</i> .....	28
Tabla 2. <i>Gastos mensuales</i> .....	30
Tabla 3. <i>Ingresos</i> .....	32

## 1. Contextualización del Problema

La industria textil es una de las industrias que afecta de gran manera al planeta debido a que, consume varios recursos vitales para la fabricación de prendas como el agua, el transporte, materias primas naturales y sintéticas, la energía, los químicos como colorantes, tintes y agentes humectantes son algunos de los rubros que se ven involucrados en su producción. Lamentablemente, así es el comentario de Notimex (2019), estas industrias son las causantes de aproximadamente el 19% de la contaminación de las aguas residuales y un 9,99% de la emisión global de carbono que es igual a 2000 mg de CO<sub>2</sub>.

Más del 69 % aproximadamente, de las prendas que se elaboran en las fábricas acaban congestionando los basurales, esto en el país Norte Americano, además que cerca del 17% termina siendo quemada. este país y los que se ubican en Europa botan cientos de prendas en el páramo de Atacama, aproximadamente el 14,99% es trasladada a puestos en donde se venderán y más de un 84% para en basureros ilegales. (De Vettori et al., 2022).

En el planeta enterramos e incineramos grandes cantidades de textiles, proporcionalmente a un volquete por segundo, según la Organización de las Naciones Unidas (García & Tiburcio, 2021).

El sector textil ha generado, en cierto grado. contaminación por cromo, dicho problema está aumentando ya que las empresas están creciendo y la escasez de vigilancia de las autoridades (Sumalave & Cristal, 2022)

Además, se genera más de un 30% de la contaminación del agua debido al proceso de teñido de prendas sintéticas, llegando a descubrir residuos textiles en la fauna marina. Por otro lado, se estima que los textiles a base de poliéster tardan hasta casi medio siglo en descomponerse.

A comparación de las que son hechas en su totalidad de algodón que pueden tardar máximo 20 años, por lo cual podemos concluir que las fibras naturales son la mejor opción para disminuir el impacto ambiental. (Gregolin,2022)

Realmente esto es algo preocupante, el planeta está siendo muy dañado debido al sector textil, estamos acabando con los recursos y no solo con eso, también con la biodiversidad, los ecosistemas, la flora y fauna. Se puede decir que la industria textil tiene consecuencias agresivas con el planeta pero a su vez es pasada por alto ya que es uno de los pilares económicos del país, además que las personas estamos acostumbrados a seguir ciertos parámetros o estigmas de la moda por lo que será un tanto difícil cambiar los hábitos de la sociedad en un periodo corto.

En la actualidad, las personas desconocen el significado del Fast Fashion y los efectos negativos que van de la mano con la producción masiva de prendas, dos de las consecuencias más perjudiciales son la sobreexplotación de recursos y la contaminación del planeta.

Dicha estrategia otorga al cliente ropa de bajo costo y de renovación rápida, con esto alentamos al comprador a que adquiera ropa con más frecuencia y que rápidamente las elimine por la cualidad deplorable de estas, debido a la cadencia de la sobre elaboración de bienes el cuál implica la producción es elevado (Pastrana & Almanza, 2021)

En el país de los Incas se bota una cifra mayor de las 47000 toneladas de desecho textil anualmente y más del 50% se produce en Lima metropolitana, mayormente proveniente de grupos de costura y prendas que ya no son usadas (Perú 21, 2022). Por la entrada de nuevos tipos de tiendas, la compra de prendas alcanzó un aumento en competitividad, sobre todo los mercados del fast fashion, las cuales tienen la característica de otorgar prendas que se encuentren de modas a bajos costos. Esto ha hecho que los clientes estén más atentos a la oferta, en especial los millennials

(personas que han nacido entre 1980 a 1997) (Soria & Bellido 2017). Esto impacta de manera negativa al planeta, si antes la industria textil contaminaba con solo la fabricación de 4 colecciones por año, hoy en día que ya se sacan hasta 52 micro colecciones por año, el daño es incalculable, generando una gran preocupación por la exagerada cantidad de desechos que se producen y la falta de preocupación por parte de los consumidores que dejan pasar por alto todo esto por el simple hecho de estar a la moda.

A partir de todo lo redactado anteriormente y partiendo de las carreras de “Arquitectura de Interiores” y “Dirección y Diseño Publicitario”, se creará un servicio llamado Eco Deco que ayude a concientizar sobre los estragos causados por el Fast Fashion y la cantidad masiva de desechos que genera.

Se ofrecerá un catálogo variado de productos para el hogar, desde mesas auxiliares y bancas hasta accesorios como cojines o colchas. Estos productos estarán fabricados a base de merma textil, el cual pasará por un proceso de triturado para finalmente crear una materia prima que nos ayudará con la formación del producto.

A su vez se desea concientizar a las personas por medio de una campaña publicitaria en donde se exhibirá un video sobre el daño que origina el Fast Fashion al planeta y los beneficios de adquirir un producto de la marca.

Además, se busca enganchar a los compradores brindando una experiencia reconfortante y agradable al momento de donar la ropa que ya no utilicen y recibir una retribución por ello.

Finalmente, se concluye que, la creación del servicio Eco Deco ayudará a disminuir los residuos textiles que son generados por el Fast Fashion y sensibilizar a los jóvenes de 20 a 35 años que residen en Lima sur.

## **2. Justificación**

La presente investigación tiene como objetivo solucionar la falta de conciencia acerca del fast fashion y disminuir los desechos de ropa que las personas eliminan al ya no usarla y el deadstock de tiendas que eliminan sus productos que ya no están en la nueva colección, con un servicio innovador, usando el upcycling y videos para concientizar.

### **2.1. Justificación Social**

Disminuir la contaminación del planeta es una prioridad ya que con el pasar del tiempo hemos visto cómo ha ido en aumento los desechos que contaminan nuestro suelo y mares, a pesar de que es vital el cuidado de nuestros recursos, la población de jóvenes peruanos ignora completamente el hecho de que el fast fashion sea uno de los potentes contaminantes en el Perú. Uno de los principales problemas es que los jóvenes se han visto influenciados en la moda rápida y buscan estar al día en las tendencias, por lo que consumen de manera poco controlada prendas de vestir que terminarán rápidamente en los vertederos, ya que se conoce que son productos de mala calidad. Dado esto hemos decidido centrar la investigación en jóvenes de 20 a 35 de Lima sur, pues es un grupo de personas que bajo un previo análisis se encontró que no solo consumen mucha moda rápida, sino que también busca independizarse y empezar a acomodar su espacio. Ellos se verán beneficiados al recibir un mobiliario económico y duradero, que les permitirá implementar su ambiente y de una manera mucho más rentable que la convencional. Los usuarios se verán beneficiados ya que podrán darles una segunda oportunidad a sus prendas, enfocándonos ahora en el reciclaje. Por último los usuarios se beneficiarán ya que al ver nuestra propuesta creativa tendrán más opciones de realizar upcycling y no solo sacarle provecho a prendas que ya no uses, si no a todo lo que puedas volver a usar.

## **2.2. Justificación práctica**

El problema se presenta en los jóvenes de 20 a 35 años que habitan en la zona de Lima sur, muchos de ellos cuentan con ingresos económicos los cual les facilita el acceso a adquirir prendas nuevas, lo cual trae con ello que muchas de la prendas que ya no usan sean desechadas, sin importar el daño que estos desechos textiles puedan generar al medio ambiente. Lo que ocasiona diversos problemas ambientales debido a la incineración de productos textiles que emite gases tóxicos dañando la capa de ozono y también crea químicos que contaminan las aguas subterráneas, entre otras cosas. La industria textil causa un aproximado de 4,9% a 9,9% de la radiación del dióxido de carbono (Saéz, 2023).

Por lo que se buscará resolver dicho problema para obtener una mejor calidad de vida y otorgar a los demás los conocimientos del mal producido por desechar prendas y el bien que se hace al donarlas o darle una segunda vida.

## **2.3. Justificación metodológica**

En Eco Deco se buscará un futuro más sostenible, donde la moda y la decoración de interiores se combinan para crear funcionalidad en un producto diferente y respetuoso con el medio ambiente. Las colecciones de muebles se desarrollará utilizando nuevas técnicas en conjunto con materiales como prendas recicladas y merma textil para crear piezas diferentes que se adaptan a cualquier estilo y presupuesto que no solo serán novedosas en el mercado peruano, sino que también busca reducir el impacto de desechos textiles y concientizar a la población.

Se llegara a está solución por herramientas como el DPESTA, cuadro por donde se sacarán datos relevantes, como información Demográfica, Política, Económica, Socio Cultural, Tecnológica y Ambiental, acerca de nuestro tema, también utilizamos encuestas que servirán de soporte para conocer la opinión de varias personas con preguntas cerradas para la obtención de

datos puntuales, en donde se pudo observar que muchas de las personas no conocían el significado del fast fashion o el impacto de los desechos textiles en el Perú, otra herramienta que ayudó fueron las entrevistas, conversaciones en las cuales se hicieron preguntas abiertas para conocer más a profundidad sobre el tema y cómo se comportan las personas frente a este, de ahí salieron datos de cada cuanto compran ropa, saber sus pensamientos sobre el fast fashion, y conocer qué hacen con la ropa que ya no usan, otra herramienta que resultó relevante fue el mapa de actores, el cuál sirve para delimitar a los involucrados en el problema o el tema, dependiendo de cómo son afectados por esté.

### **3. Reto de innovación**

Concientizar sobre el Fast Fashion en jóvenes de 20 a 35 años de Lima Sur

#### **3.1. Pregunta General**

¿De qué manera se podría ayudar a concientizar sobre el Fast Fashion en jóvenes de 20 a 35 años de Lima Sur?

#### **3.2. Preguntas Específicas**

**P1:** ¿De qué manera se podría adquirir los materiales para el desarrollo del servicio “Eco Deco” que ayuda a concientizar sobre el Fast Fashion en jóvenes de 20 a 35 años de Lima Sur?

**P2:** ¿Qué medios digitales se necesitaría para difundir el servicio “Eco Deco” que ayude a concientizar sobre el Fast Fashion en jóvenes de 20 a 35 años de Lima Sur?

**P3:** ¿Qué actividades se podrían realizar en el servicio “Eco Deco” que ayude a concientizar sobre el Fast Fashion en jóvenes de 20 a 35 años de Lima Sur?

### **3.3. Objetivo General**

Crear un servicio “Eco Deco” que ayude a concientizar sobre el Fast Fashion en jóvenes de 20 a 35 años de Lima Sur

### **3.4. Objetivos Específicos**

**O1:** Determinar de qué manera se podría adquirir los materiales para el desarrollo del servicio “Eco Deco” que ayuda a concientizar sobre el Fast Fashion en jóvenes de 20 a 35 años de Lima Sur

**O2:** Analizar qué medios digitales se necesitaría concientizar sobre el Fast Fashion en jóvenes de 20 a 35 años de Lima Sur

**O3:** Investigar qué actividades se podría realizar en el servicio “Eco Deco” que ayude a concientizar sobre el Fast Fashion en jóvenes de 20 a 35 años de Lima Sur,

## **4. Sustento Teórico**

### **4.1. Estudios previos**

Delgado, L. (2017) Desarrolló la tesis *Paneles para absorción acústica con desechos textiles* Para optar al título de Diseño industrial textil - Moda. Universidad de la República de Uruguay.

El objetivo es brindar una nueva solución en cuanto a materiales de acondicionamiento acústico, donde utilizarán como materia prima la tela. El tipo de investigación es experimental, para su desarrollo se realizó una investigación previa, se hizo elección de la materia prima, se tanteó el mercado, y finalmente se experimentó con los materiales previamente elegidos. La metodología escogida fue la metodología proyectual de Bruno Munari. Los resultados indican que se cumplió con los objetivos planteados al inicio, ya que la etapa experimental ayudó para saber

qué tan viable era el proyecto, en cuanto a funcionamiento, materiales, costos de producción, estética del producto, entre otros. Finalmente esta tesis ayudará al desarrollo del proyecto ya que compartimos una de las bases que son los desechos textiles, y optar por formas de desarrollo más eco amigables y consumiendo los recursos necesarios.

Gutiérrez, M. A. (2021) Desarrolló la tesis *Fabricación de mobiliario a base de textil reciclado de México*. Para optar a la Maestría de Diseño de Producto. Universidad Autónoma de Ciudad de Juárez. en México

El objetivo consiste en impulsar el progreso de los distintos tipos de reutilización dedicados al mundo del diseño. El tipo de diseño de investigación Investigación de Campo. La metodología utilizada fue experimental, Estudios fijados, Encuadre cualificativo, diálogos y sondeos, contemplaciones y testeos. Los resultados indican que gracias a las pruebas hechas se pudo demostrar que las telas poseen características útiles para la elaboración de mobiliario. Esta tesis ayudará como un ejemplo para nuestro proyecto, con ella conoceremos más de cómo fabricar los mobiliarios y decoraciones que haremos con desechos textiles.

Hernández, M. C. (2022) Desarrolló la tesis *Emprendimiento de la marca Jumaso en Medellín*. Para optar al título de Profesional en Gestión del Diseño. Institución Universitaria Pascual Bravo. en Colombia.

Su objetivo es dar a conocer la importancia y el impacto que traería el medio ambiente si diseñan productos innovadores para el hogar. Como diseño de investigación se encuentra en etapa de planeación y esto se debe a que se encuentra desarrollando de manera clara sus objetivos. Por otro lado, la metodología es la investigación de campo, ya que ayudará a buscar diferentes formas de poder concientizar y cambiar los hábitos del público objetivo. Además, sus resultados siguen en planeación debido a la realización de prototipos que ayudarán a cumplir los objetivos de dicha

solución. Finalmente, su utilidad será buscar diferentes formas de poder concientizar y cambiar los hábitos de nuestro público objetivo, utilizando la materia prima de los desechos textiles.

Espino, R. J P. (2020) Desarrolló la tesis *Producción y comercialización de zapatos para bebés a base de tela reciclada*. Para optar por el título profesional de licenciado en administración. Universidad San Martín de Porres, en Perú.

El objetivo es ofrecer un producto de buena calidad a un bajo precio producido con material reciclado mediante Upcycling para la creación de una marca llamada Retazos. El diseño de investigación es descriptivo y la metodología fue exponer el producto directamente al target para conocer la respuesta directa y orgánica del consumidor. Los resultados indican que la marca tuvo gran aceptación por el público, ya que no hay mejor producto que el que te ofrece calidad, durabilidad y bajos precios. Resulta muy útil la tesis presentada porque brinda un modelo de negocio similar al nuestro con una estructura de gastos muy bien elaborada que nos permitirá tener un mejor orden al momento de hacer la inversión y financiamiento.

Estrada, V. C. (2019) Desarrolló la tesis *Diseño de productos de interior con el uso de remanente textil, proveniente de pequeñas empresas de confección de Chile*. Para optar el Título de Diseñadora. Universidad de Valparaíso Chile.

El objetivo de la tesis es utilizar los desechos que provengan de empresas textiles de menor escala, crear un repertorio de módulos decorativos de muros. El diseño de investigación se basó en la observación de un enigma: Desecho textil. Se desarrolló una metodología experimental en la cual se recopiló información importante mediante breves encuestas. Los resultados de la investigación concluyen que para los empleadores aumentar la durabilidad del artículo descartado podría crear otras conveniencias, favoreciendo al planeta y modificando lentamente el modo de fabricación en estos días. Esta tesis ayudará a ver otros tipos de beneficios que obtenemos al

ampliar la vida útil del producto y a poder ver otros objetos decorativos que se puede hacer con los residuos textiles.

Reyna, N. (2019) Desarrolló la tesis *Uso de tejidos sintéticos en el Fast Fashion: Percepciones del impacto medioambiental por microplásticos en el agua*. Para completar las exigencias del Grado de Magíster en Gestión de la Sustentabilidad. Universidad del Desarrollo, en Chile.

El objetivo es entregar una investigación acerca de las utilidades que presta el fast fashion a las prendas sintéticas, así mismo saber de qué manera esta moda perjudica a nuestro entorno. El diseño de investigación realizado fue el de tipo de campo ya que hicieron conversaciones parcialmente organizadas para conseguir críticas y comentarios de manera cualitativa, para lograr conocer el estatus de conciencia acerca de la huella que deja las prendas sintéticas a nuestro entorno. La metodología aplicada fue la cualitativa ya que usaron instrumentos como entrevistas abiertas, conversaciones en grupos además de diferentes tácticas en donde indagaron a su público. Los resultados de la investigación concluyen que se ha generado una huella a nuestro entorno gracias a la utilización y fabricación de las prendas sintéticas dentro del establecimiento del fast fashion, debido a que dichas prendas poseen partículas diminutas que dañan al agua y a toda la vida que se encuentra en ella. Dicha tesis ayudará a saber los distintos modos de cómo esta moda rápida o fast fashion perjudica al agua y a la vida marina.

## **4.2. Marco teórico**

Creación de un servicio ecoamigable.

### **4.2.1. Conceptualización de servicio ecoamigable**

El servicio eco amigable es aquel que promueven las prácticas y productos que protejan el entorno ambiental. Este tipo de servicios deben contribuir con la reducción del impacto ambiental

y que brinden un servicio de calidad a los consumidores que buscan cambiar su calidad de vida. Existen una gran variedad de servicios que buscan diferentes estrategias que no impacten de manera negativa al medio ambiente, como por ejemplo transporte, turismo, alimentación, alojamiento, entre otros. (Sanitisu, 2022)

#### **4.2.2. Características de un servicio ecoamigable**

Un servicio ecoamigable se caracteriza por adoptar acciones que aportan de manera positiva al cuidado del medio ambiente. Por ejemplo, el cuidado del consumo de servicios (Agua y luz), seleccionar los residuos por tipos, tener aliados respetuosos con el medio ambiente, utilizar en la elaboración de sus productos materiales reciclados y personal alineado a los valores de la empresa.(Tarqui,2023)

#### **4.2.3. Beneficios de un servicio ecoamigable**

En la actualidad la preocupación por el medio ambiente y la sostenibilidad va en aumento. Y no es extraño que cada vez más empresas sean eco amigables y promuevan un desarrollo sostenible y estilos de vida en armonía con la naturaleza.

Algunos de los beneficios de un servicio ecoamigable son que tiene una mejor aceptación en los consumidores al ser responsables con el planeta, tiene un mejor consumo de recursos, reducen el impacto de la contaminación, tienen un valor agregado al emplear acciones respetuosas con el ecosistema, muchas prácticas eco amigables pueden conducir a la reducción de costos a largo plazo y contribuyen al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible (Arana,2021).

#### **4.2.4. Tipos de Servicios ecoamigables**

**4.2.4.1 Fabricación de bolsas biodegradables:** hechas con bioplásticos que son extraídos de insumos de la naturaleza. Es consumido por organismos diminutos, en los cuales hallamos

algas, hongos o bacterias es por ello que se descomponen sin afectar al planeta (Emprendedores tv, 2022).

**4.2.4.2 Venta de ropa ecológica:** Los telares son obtenidos de plantaciones conscientes dentro de su esperanza vital. Son fabricadas con insumos orgánicos (Emprendedores tv, 2022).

**4.2.4.3 Creación de juguetes ecológicos:** Hechos con recursos provenientes de la naturaleza, por ejemplo, piezas de leños, plásticos derivados de productos vegetales, además de diferentes artículos reutilizados que se obtuvieron mediante una forma sustentable (Emprendedores tv, 2022).

**4.2.4.4 Venta de productos reciclados:** Se fabrican utilizando materiales de un diferente artículo. son seleccionados y luego reciclados para obtener otra mercancía, la cuál podría repetir este proceso para que sea reutilizado, dependiendo del producto (Nestlé, 2014).

#### **4.2.5. Materiales para un servicio ecoamigable**

Gracias a su elaboración, desarrollo, duración, aspecto visual, además de ser reutilizable, todos los componentes junto con los artículos terminados dejan marcas al medio ambiente. Dentro del ámbito sobre las materias, la sostenibilidad adopta una contextura parecida a las técnicas sobre la productividad con mayor conciencia, que se pueda volver a usar, que tenga un mayor tiempo de vida, que sean biodegradables, que generen menos CO<sub>2</sub> y que establezca un tipo de metodología económica que sea ecológica y sea fijada correctamente. (mdec, 2023)

#### **4.2.6. Importancia de crear un servicio ecoamigable**

Los servicios eco amigables tienen como objetivo fundamental reducir el impacto ambiental que generamos en la actualidad. Esto nos ayuda a fomentar la importancia de los materiales sostenibles y la innovación de dicha solución; generando así, un futuro más

sostenible y siendo responsables con el medio ambiente. Además, encontraremos nuevas oportunidades en el mercado y ahorraremos costos de producción.

## **5. Beneficiarios**

### **5.1. Directos**

El servicio de venta de productos sostenibles está enfocado en jóvenes estudiantes de Lima sur que sean independientes económicamente de nivel socioeconómico B - C de 20 a 35 años de edad, que buscan opciones económicas para implementar su hogar y vestirse, con productos que sean sostenibles para el planeta.

### **5.2. Indirectos**

Los beneficiarios indirectos del servicio de Eco Deco serían organizaciones públicas del estado como Perú Sostenible, sociedad que no posee ánimos lucrativos, quien con un papel de agente de bolsa con el fin de promocionar un progreso en la sostenibilidad de nuestro país, el cual al partir del 2016 atendieron a la llamada del acto corporativo sobre el cronograma 2030 promovidos por la ONU con la finalidad de cumplir las ODS (Perú Sostenible, 2023). También incluimos al Ministerio del Ambiente (MINAM) quien promueve la conservación de los bienes naturales, además de su utilidad de forma sustentable (Gob.pe, 2023), y al Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) por lo que nuestro proyecto generará ingresos por la venta de mobiliarios y decoraciones hechas con desechos textiles y por ende se generarán impuestos.

### **5.3. Arquetipo del cliente**

Los beneficiarios son jóvenes de 20 a 35 años de edad, independientes económicamente en Lima Sur. Son jóvenes que económicamente pueden sustentarse e independizarse en un futuro.

Este arquetipo está al tanto de las últimas tendencias de modas, pero son conscientes del daño que causa el fast fashion y quieren buscar opciones más eco amigables con precios más accesibles y que, a su vez, ayude a concientizar a sus consumidores.

Luciana es una joven emprendedora de 26 años de edad , tiene un emprendimiento que busca que sus clientes tengan un estilo propio utilizando prendas de segunda mano y de esta manera ayudar a no contribuir con el fast fashion. Es una persona que busca mejorar sus hábitos de consumo e influenciar de manera positiva a su comunidad, ayudando a reciclar y donar ropa a las personas que más necesitan. Busca una sociedad que contribuya en reducir el impacto ambiental al adquirir productos sostenibles y de buena calidad.

Los arquetipos fueron desarrollados tomando en cuenta toda la información recopilada en entrevistas, encuestas y mapa de actores.

Sección 1- Centrales: Dentro de esta sección tenemos a nuestro público objetivo, qué son los jóvenes de 20 a 35 años que viven en Lima Sur. Ellos son los beneficiarios de la solución que se plantea.

Sección 2- Directos: En esta sección se encuentran las personas y los medios en los cuales se difundirá mayormente nuestro servicio y forman parte del proceso de dar a conocer la calidad y beneficios de la marca. Encontramos a creadores de contenido, emprendimientos locales del mismo rubro y como medio de comunicación a las redes sociales en tendencia como son Instagram y Tik tok.

Sección 3- Indirectos: En esta sección se encuentran organizaciones públicas que no tienen contacto directo con nuestro público objetivo. Dentro de las organizaciones públicas tenemos al Ministerio de Ambiente del Perú (MINAM), y al Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), junto

con la asociación Perú Sostenible. Cabe recalcar que estos no influyeron en el desarrollo previo de los arquetipos.

#### **5.4. Cantidad de beneficiarios**

La marca Eco Deco va enfocada a jóvenes y adultos de 20 a 35 años de Lima Sur (aproximadamente 200 jóvenes). Fueron escogidos según la delimitación social y propia investigación, con el fin de ofrecer el nuestro productos a público que busque mobiliario, accesorios y prendas de buena calidad y a bajos precios. También, se espera concientizar al público debido a que uno de los puntos principales de la marca es reducir el exceso de contaminación por la industria textil y el fast fashion.

### **6. Propuesta de Valor**

Explicación del Lienzo del Modelo de Negocio elaborado en los siguientes puntos:

#### **6.1. Propuesta de valor**

La propuesta de valor es la creación de una marca que se dedique a la fabricación y venta de productos mediante la técnica de Upcycling. Que tenga como misión concientizar al público de las consecuencias del Fast Fashion.

#### **6.2. Segmento de clientes**

El segmento serán, Adultos jóvenes de 20 a 35 años que sean independientes económicamente, pese a que fueran o no estudiantes, y que busquen independizarse, de Lima Sur.

#### **6.3. Canales**

Las principales canales son Redes sociales (Instagram, Facebook y Tik tok), una página web que nos ayude a formalizar nuestras ventas y por supuesto que por medio del boca a boca.

#### **6.4. Relación con los clientes**

Captaremos la atención de los clientes mediante nuestros servicios de upcycling, al crear muebles y decoraciones con desechos textiles, y nuestro video para concientizar acerca del daño al medio ambiente ocasionado por el fast fashion.

#### **6.5. Actividades clave**

Las actividades claves para el crecimiento de la empresa son expandir nuestro catálogo de productos comenzando con la venta de mesas, sillas, ceniceros, posavasos, individuales, lámparas de mesa, maceteros, jarrones, cuadros para fotos, repisas y bandejas. Promoverse mediante una campaña 360 que permitirá estar en la mente del consumidor y por último formar alianzas con marcas con el mismo objetivo.

#### **6.6. Recursos clave**

Los recursos claves serán los insumos primarios (desechos textiles), por supuesto que un recurso clave que no puede pasar por alto son las Redes Sociales, que son las que nos permitirán llegar de manera rápida y orgánica a los clientes, cabe resaltar que para la fabricación de los productos se necesitarán implementos como: tijeras, hilos, agujas, descosedor, reglas, tiza, cutting matts y entre otros, por último consideramos el alquiler de la desfibradora textil como el recurso que nos ayudará con la fabricación de la mayoría de nuestras prendas.

#### **6.7. Aliados clave**

Los aliados clave serán principalmente nuestros proveedores, diseñadores de interiores que nos inspiran a la innovación del mobiliario, diseñadores gráficos para la ejecución de la campaña 360 y un equipo de marketing para perfeccionar las ventas.

#### **6.8. Fuentes de ingresos**

Este proyecto generará ingresos por la venta de muebles y accesorios para el hogar, utilizando nuevas técnicas con materiales reciclados (desechos textiles). El valor del proyecto es crear productos usando el upcycling, lo que ayudará al medio ambiente.

## 6.9. Presupuestos

Tabla 1: *Inversión Inicial*

<b>Item</b>	<b>Descripción de recursos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>UM</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Importe</b>
Máquinas de coser	Producción	3	UN	S/ 669 c/u	S/ 2007
Personal de producción	Apoyo de producción	2	UN	S/ 1025	S/ 3075
Página Web	Contenido de productos	1	MES	S/90	S/ 90
Capital Propio	Recursos de producción			S/. 8500	S/. 8500
Desechos Textiles	Recursos de producción	100	KG	S/2.50	S/.82.50
Computadora	Apoyo administrativo	1	UN	S/.1728	S/.1728
Servicios	Recursos de	3		S/. 800	S/.2400

	producción				
Préstamos de terceros	Recursos de producción			S/. 8000	S/. 8000
Tijera de metal	Recursos de producción	3	UN	S/. 90	S/. 270
Kit de costura	Recursos de producción	3	UN	S/. 30	S/. 90
Descosedor	Recursos de producción	3	UN	S/. 6	S/. 18
Regla	Recursos de producción	3	UN	S/. 10.50	S/. 31.50
Cutting matt	Recursos de producción	3	UN	S/. 61.2	S/. 183.6
Tiza	Recursos de producción	6	UN	S/. 10.50	S/. 63
Silicona	Recursos de producción	5	KG	S/. 295	S/. 1475
Celular	Apoyo administrativo	1	UN	S/.599	S/.599

Alquiler del local	Zona de producción	1	MES	S/.1800	S/.1800
Moldes	Recursos de producción	6	UN	S/.40 c/u	S/. 240
Movilidad	Transporte	1	UN	S/.100	S/.100
Total					S/.32,912.6

Tabla 2. *Gastos mensuales*

Item	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe total
Desechos textiles	Recursos de producción	33	Kg	S/.2.50	S/.82.50
Hilos	Recursos de producción	6	Un	S/. 8.00	S/.48.00
Pegamento	Recursos de producción	2	Kg	S/.295.00	S/.590.00
Servicios (Agua, Luz, Internet)	Recursos administrativos	1	Un	S/.800.00	S/.800.00

Alquiler de local para Taller de producción	Recursos administrativos	1	Un	S/.1800.00	S/.1800.00
Movilidad	Recursos administrativos	1	Un	S/.100.00	S/.100.00
Página Web	Recursos Logísticos	1	Un	S/.90	S/.90
Alquiler de stand en ferias	Recursos Logísticos	1	Un	S/.600	S/.600
Préstamo	Recursos Financieros	1	Un	S/.666.60	S/.8000
Publicidad en redes sociales	Recursos de difusión	1	Un	S/.500.00	S/.500.00
Total					S/. 11 892,50

Tabla 3. Ingresos

Item	Modelo de sostenibilidad	Costo unitario	Estimado total de unidades vendidas por mes	Ingreso estimado mensual	Ingreso estimado trimestral
Tote bag	Gran Catálogo	S/. 25	24 unidades	S/.600	S/.1800
Lámpara de mesa	Gran Catálogo	S/. 59.90	10 unidades	S/. 599	S/.1797
Mesa auxiliar	Gran Catálogo	S/.120	12 unidades	S/.1440	S/. 4320
Puff	Gran Catálogo	S/.85.90	10 unidades	S/. 856	S/. 2568
Bandejas decorativas	Gran Catálogo	S/. 17.90	12 unidades	S/.178.80	S/.536.4
Funda de cojín decorativo	Gran Catálogo	S/.45.90	14 unidades	S/.642	S/.1926
Total				S/.4 362.60	S/.12 947.40

## **7. Resultados**

Se logró cumplir con la elaboración del proyecto respondiendo a todas las partes del reto de innovación, ya que se pudo encontrar una solución a la problemática de la contaminación causada por los desechos textiles y en el proceso concientizar a nuestra comunidad, mediante encuestas, entrevistas, talleres generativos y de validación al target que son los jóvenes de 20 a 35 años de Lima Sur.

En los talleres generativos se presentó la propuesta de Eco Deco, explicando a detalle las características y beneficios del servicio, así mismo mediante medios audiovisuales informativos mostrando distintas formas de reciclaje para fomentar y mejorar su estilo de vida en armonía con el planeta.

Finalmente se realizaron encuestas en los talleres donde obtuvimos la validación de Eco Deco.

Al lograr validar nuestro proyecto, obtuvimos resultados positivos en su mayoría junto a buenos comentarios e ideas de mejora. Les pareció una solución factible a la problemática de los desechos textiles generados por el fast fashion y a su vez una opción más económica que podría competir en el mercado.

## **8. Conclusiones**

Por medio del presente proyecto de investigación, se puede concluir que se logró de manera formidable encontrar una solución que ayude a reducir la contaminación generada por el fast fashion y concientizar en el proceso, de igual manera logramos conocer a nuestro público objetivo y sus hábitos de consumo, dando como resultado insights y hallazgos que nos ayudaron al desarrollo del proyecto.

Así mismo, gracias a los experimentos realizados tales como encuestas, entrevistas, talleres generativos y de validación, llegamos al desarrollo de nuestra marca llamada Eco Deco, la cual por medio de el Upcycling y medios audiovisuales buscamos sensibilizar, informar y cambiar los hábitos de consumo de jóvenes de 20 a 35 años.

Eco Deco es una propuesta que busca concientizar a la población mediante la venta de productos y accesorios para el hogar elaborados con diferentes técnicas del Upcycling donde el material principal serán los residuos textiles que se obtendrán principalmente de proveedores y también de los clientes que podrán donar sus prendas y conseguir un beneficios en sus compras. Por otro lado, queremos generar conciencia e informar sobre dicha problemática a través de una campaña en donde mostraremos videos acerca del impacto del fast fashion sobre el planeta, estos se compartirán en las redes sociales y también podrás acceder a la página web de Eco Deco para conocer más sobre esta iniciativa, que funcionará como un medio profesional de e-commerce y difusión.

Finalmente, sabemos que no se podrá eliminar por completo los desechos textiles del país, pero se podrá reducir un porcentaje significativo de éste, y su vez concientizar a las personas sobre los estragos que causa el fast fashion, y quizás en el proceso inspirar a otras marcas a optar por algo más sostenible.

## **9. Bibliografía**

Arana, V. (2021, 12 de mayo) *Los beneficios de ser una marca ecoamigable*. Metrica.

<https://metrica.pe/blog/los-beneficios-de-ser-una-marca-ecoamigable/>

Dannel, L. (2021) *La economía circular en la industria de la moda: el caso del upcycling*

[Trabajo fin de grado, Comillas Universidad Pontificia] KE4-Trabajos Fin de

Grado.

<http://hdl.handle.net/11531/52244>

De Vettori, D., et al (2022) Los impactos ambientales y jurídicos de la industria textil en el derecho de la moda. *Revista UNIFE LUMEN*, 18 (2), 83 -84.

<https://doi.org/10.33539/lumen.2022.v18n2.2678>

Delgado, L. (2017) *Paneles para absorción acústica con desechos textiles*. [Tesis de grado, Escuela Universitaria Centro de Diseño] Trabajo de suficiencia profesional (Planes)

<https://hdl.handle.net/20.500.12008/9946>

Emprendedores tv (2022, 9 de mayo) *8 Emprendimientos ecoamigables*. Emprendedores tv tu canal por internet.

<https://emprendedores.tv.pe/8-emprendimientos-ecoamigables/>

Espino, J. (2020) *Producción y comercialización de zapatos para bebés a base de tela reciclada. (Retazos)* [Trabajo de suficiencia profesional, Universidad de San Martín de Porres] Trabajo de suficiencia profesional (Planes).

<https://hdl.handle.net/20.500.12727/7271>

Estrada, V. C. (2019) *Diseño de productos de interior con el uso de remanente textil, proveniente de pequeñas empresas de confección* [Tesis de grado, Universidad de Valparaíso Chile] Tesis.

<http://repositoriobibliotecas.uv.cl/handle/uvsc1/4341>

Galeano, D., Rodríguez, G., Téllez, L. (2021). *Epia Deco: Fabricación y venta de muebles basados en la reutilización de materiales con técnicas de upcycling (supra*

*reciclaje*) [Tesis de maestría, Universidad ean] 36.Maestría en Innovación.

<http://hdl.handle.net/10882/11143>

García, D & Tiburcio, C. (2021) Consumismo de ropa y contaminación de la industria

textil: Una propuesta para revertirlo. *Revista Dis*, , (9), 7.

<https://doi.org/10.48102/dis.9.5.87>

Gob.pe (2023). Ministerio del Ambiente. *Gob.pe Plataforma digital única del Estado*

*Peruano*.

<https://www.gob.pe/minam>

Gregolin, A. (2022, 17 de abril). *Hacia una industria textil más responsable*. Diario Oficial

del Bicentenario del peruano.

<https://www.elperuano.pe/noticia/144558-hacia-una-industria-textil-mas-responsable>

Gutierrez, M. (2021) *Fabricación de mobiliario a base de textil reciclado* [Tesis de

maestría, Universidad Autónoma de Ciudad de Juárez] Productos de Investigación

IADA-MDDP.

<http://hdl.handle.net/20.500.11961/6094>

Hernández, M. (2022) *Emprendimiento de la marca Jumaso en Medellín* [Trabajo de

Grado, Institución Universitaria Pascual Bravo] Profesional en Gestión del Diseño.

<https://repositorio.pascualbravo.edu.co/handle/pascualbravo/1489>

Mdec (2023, 27 de abril). Guía de materiales sostenibles: todo lo que necesitas saber para

ser eco-responsable en tus elecciones de diseño. *Mdec maderas de profesionales*.

<https://www.emedec.com/guia-materiales-sostenibles-para-tus-elecciones-de-diseno/>

Nestlé (2014) ¿Qué materiales reciclados existen y cuál es su proceso de creación?. *Nestlé*

*a gusto con la vida.*

[https://www.nestleagustoconlavida.com/re/materiales-reciclados#:~:text=Un%20material%20reciclado%20es%20aquel,seg%C3%BA%20el%20tipo%20de%20material\).](https://www.nestleagustoconlavida.com/re/materiales-reciclados#:~:text=Un%20material%20reciclado%20es%20aquel,seg%C3%BA%20el%20tipo%20de%20material).)

Notimex (2019, 26 de junio) La fabricación de ropa genera el 20% de las aguas residuales

del mundo. *Expansión.*

[https://expansion.mx/vida-arte/2019/06/26/la-fabricacion-de-ropa-genera-el-20-de-las-aguas-residuales-del-mundo#:~:text=NUEVA%20YORK%20%2D%20Considerada%20como%20una,las%20Naciones%20Unidas%20\(ONU\).](https://expansion.mx/vida-arte/2019/06/26/la-fabricacion-de-ropa-genera-el-20-de-las-aguas-residuales-del-mundo#:~:text=NUEVA%20YORK%20%2D%20Considerada%20como%20una,las%20Naciones%20Unidas%20(ONU).)

Pastrana, M. & Almanza, M (2021). Fast Fashion: ¿moda o contaminación?. *Jóvenes*

*en la Ciencia, 12, 6.*

<http://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/3272>

Perú Sostenible (2023). Nuestra historia. *Perú Sostenible.*

<https://perusostenible.org/nosotros/>

Perú21 (2022, 29 de octubre). Lanza primera colección de alta costura con prendas

recicladas del desierto de Atacama. *Diario Perú21.*

<https://peru21.pe/peru/lanzan-primera-coleccion-de-alta-costura-con-prendas-recicladas-del-desierto-de-atacama-oeфа-electrolux-lima-metropolitana-moda-residuos-textiles-noticia/>

- Reyna, N. (2019) *Uso de tejidos sintéticos en el Fast Fashion: Percepciones del impacto medioambiental por microplásticos en el agua* [Tesis de Postgrado, Universidad del Desarrollo. Facultad de Ingeniería] Tesis de Postgrado Ingeniería.  
<http://hdl.handle.net/11447/3662>
- Saez, C. (2023, 30 de enero) ¿Sabemos cuánta ropa se recicla y cómo contamina?.  
*RETEMA, Revista Técnica del Medio Ambiente.*  
<https://www.retema.es/actualidad/sabemos-cuanta-ropa-se-recicla-y-como-contamina>
- Sanitisu (2022, 28 de agosto). Conoce los beneficios de ser una empresa ecoamigable.  
*Sanitisu Profesional.* <https://sanitisu.com/conoce-los-beneficios-de-ser-una-empresa-ecoamigable/>
- Soria, D., Belliado, F. (2017). *Identificación de factores que inciden en la compra de ropa fast fashion en millennials : aplicación de modelo de Bae, Pyun y Lee a través de análisis factorial* [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Perú] Gestión con mención en Gestión Empresarial (Lic.)  
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/8091>
- Sumalave, C. (2022) *Biosorción de cromo de efluentes de la industria textil mediante el uso de microalgas en la ciudad de Arequipa - 2022* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo] Lima Este.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/91695>
- Tarqui, V. (2021, 30 de octubre ). Cinco claves para ser ecoamigable en tu emprendimiento.  
*Andina.*

<https://andina.pe/agencia/noticia-cinco-claves-para-ser-ecoamigable-tu-emprendimiento-770604.aspx>

Vilnove, A. (2021) Ropas que importan. Utilizando el Upcycling como intervención en el sistema de la Moda e Indumentaria para transicionar hacia futuros sostenibles. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (132).  
<https://doi.org/10.18682/cdc.vi132.4982>

## 10. Anexos

### 10.1. Guión de encuesta

#### GUIÓN DE ENCUESTA

**Introducción:** Somos un grupo de estudiantes de Toulouse Lautrec, estamos realizando una encuesta sobre los hábitos de consumo y conocimientos que tengas sobre la influencia del fast fashion, sobreproducción de prendas y consumo de recursos naturales.  
 Gracias por tu tiempo

##### Banco de preguntas:

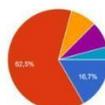
- ¿Cada cuanto tiempo compras ropa nueva?
- ¿Cómo es tu modalidad de compra?
- ¿Qué haces con la ropa que ya no usas?
- ¿Qué tanta importancia le das a la marca de la ropa que compras?
- ¿Qué importancia le das a la calidad de la ropa?
- ¿Qué es lo que mas influye para ti en el consumo de prendas
- Cuéntanos las experiencias que has tenido con ropa de segunda mano.
- ¿Consumes más de marcas extranjeras o nacionales?
- Cuéntanos tus experiencias al donar o vender ropa en alguna plataforma.
- ¿Qué tan seguido haces una depuración de tu closet? que haces con esa ropa?
- ¿Recomendarías usar ropa de segunda mano? Si tu respuesta es afirmativa indica porque.
- ¿Cómo te sentiste al comprar un producto de mala calidad?
- ¿Cuál considerarías que es el mayor problema con el fast fashion?

### 10.2. Descarga de encuestas

#### DESCARGA DE ENCUESTAS

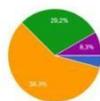
##### RESULTADOS

¿Cada cuánto tiempo compras ropa nueva?  
 24 respuestas



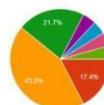
- Cada año
- Cada 6 meses
- Cada mes
- Cada semana
- Pocas veces
- Regularmente

¿Qué haces con la ropa que ya no usas?  
 24 respuestas



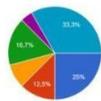
- Deshechar
- Reciclar
- Donar a beneficencia
- Regalar a un familiar o amigo
- Vender (Closet sale)
- Recomprar

¿Qué tan seguido haces una depuración de tu closet?  
 22 respuestas



- cada día
- cada seis meses
- cada año
- Paradamente
- Casi Nunca
- Frecuentemente
- Cada 3 años
- Boo solo ropa muy vieja

¿Cuál considerarías que es el mayor problema con el Fast Fashion?  
 24 respuestas



- Contaminación
- Consumo mayor consumismo
- Mal uso de recursos naturales
- Explotación laboral
- Baja calidad de las prendas
- Todos los anteriores

## DESCARGA DE ENCUESTAS

## Resultados

Consumes más de marcas extranjeras o nacionales? ¿Cuáles son?

- Zara
- H&M
- Nacional (Gamarra)
- Cat
- Billabong
- Quiksilver
- Onell
- Forever 21
- Basement
- Exit
- Sybilla
- Falabella
- Mentha y Chocolate
- Levis
- cacharel
- Mango
- Nacionales / segunda mano
- Adidas
- Tommy
- Puma
- Calvin Klein
- Nike

Cuántanos tus experiencias al donar o vender ropa en alguna plataforma.

- Muy eficaz, recupero un porcentaje de dinero.
- Principalmente a familiares o amigos que necesiten
- Al donar se la doy a un albergue o en campañas navideñas, o a personas que pasan por casa a veces pidiendo ropa en ciertas épocas del año.
- Prefiero la donación presencial porque me aseguro que la ropa llegue a su destino
- No hay ninguna mala experiencia ya que dono la ropa a hospitales y no hay inconvenientes al entregarlo.
- Fueron buenas ya que estoy ayudando a personas que lo necesitan y también al planeta
- Mi experiencia vendiendo ha sido positiva, porque, además de tener un ingreso, el hacer este tipo de acciones te permite entrar a una comunidad de personas que les gusta la moda o les gusta armar un estilo en base a lo que les gusta y creo que esa es una de las mejores cosas: el compartir.
- Normalmente voy a ferias de second hand , a vender o al baratillo de cusco .
- Es difícil vender ropa de segunda por diversas plataformas como ig debido a que no tenemos una cultura sostenible desarrollada en el país. Sin embargo, cada vez son más las páginas en ig que ofrecen este tipo de prendas.
- Normalmente la dono a gente de la calle o familiares de pocos recursos. He vendido ropa por Instagram y me fue bien.

## DESCARGA DE ENCUESTAS

## Resultados

¿Recomendarías usar ropa de segunda mano? Si tu respuesta es afirmativa indica porque.

- Creo que la ropa vieja puede ser revalorizada y convertida en algo nuevo que al ser reciclada tendría un valor añadido y si recomendaría el reciclaje de ropa.
- Si, porque le das una segunda oportunidad a esas prendas que de repente están en buen estado y tal vez no te quedan o cambias de gustos
- Si, porque hay buenas tiendas de segunda mano que le dan un cuidado en especial a las prendas y también porque es una forma más ecológica de cuidar el ambiente.
- Siempre y cuando esté en buenas condiciones e higiene puede ser una manera económica de obtener ropa.
- Si! Porque generalmente las prendas de segunda mano se venden porque a una persona no le quedo la talla o no le gusto y están relativamente nuevas, con poco uso o puestas, por lo tanto la calidad de la prenda no es mala y puede servirte y gustarte a ti y es accesible a un menor precio. Asimismo la ropa de segunda mano que es antigua o vintage muchas veces es mas solicitada por ser prendas únicas que vuelven a la moda.
- Si, para evitar que termine en la basura. Si aún está en buen estado puede volver a usarse.
- Si, porque ayudamos a disminuir el consumo del fast fashion, podemos encontrar piezas únicas y crear nuevos estilos
- Si, contribuimos al medio ambiente y se pueden encontrar buenas cosas
- Si, en varias ocasiones he usado de segunda mano y me ha ido bien.

Cuántanos las experiencias que has tenido con ropa de segunda mano. (Vendiendo o comprando)

- Estuve en tiendas de segunda mano en estados unidos y me encanto la variedad y el buen estado en la que estaba la ropa
- Todo me ha llegado en buen estado y listo para usar.
- Siempre han sido positivas, en realidad no compro muy seguido de segunda mano pero las dos veces que lo hice fue porque la calidad de la prenda era óptima y ya no la encontraba en la tienda porque ya estaba fuera de temporada y la segunda vez fue una prenda vintage que quería hacer tiempo y la necesitaba como básico para mis outfits.
- Mi experiencia comprando ha sido muy buena. He encontrado prendas que son como tesoros para mi por lo bien cuidado que han estado y sigo manteniendo por ser prendas únicas que no verás de manera masiva en un retail. Además, el empezar a comprar ropa de segunda me ha ayudado a conocer qué me gusta de la ropa, porque cuando compras en tiendas donde solo hay tendencias, solo usas eso y punto. En cambio las tiendas de ropa de segunda, tienen prendas atemporales y eres libre de elegir lo que más te guste a ti. También, puedo decir que consumir ropa de segunda me ha ayudado a ser más consciente de lo que consumo.
- Adquirir una casaca de segunda mano, estaba en buen estado hasta la calidad de la tela era bastante acogedora. Después de un tiempo se volvió una de mis prendas favoritas para vestir. Se puede encontrar prendas que van muy bien contigo.
- Cuando he comprado ropa de segunda mano siempre ha estado en perfecto estado (como nueva), por lo que es una forma de darle larga vida a las prendas y contribuir con el medio ambiente.
- Compro poco, pero lo elijo bien, de buena calidad y que esté en buen estado. También he vendido ropa de second hand y no he tenido quejas.

### 10.3. Guión de entrevista

GUIÓN DE ENTREVISTA		
<p style="text-align: center;"><b>INTRODUCCIÓN</b></p> <p>Hola, Buenas tardes. Soy .... Somos un grupo de estudiantes de Toulouse Lautrec, realizando una investigación sobre la influencia del fast fashion, sobreproducción de prendas y consumo de recursos naturales.</p> <p>En esta pequeña reunión, realizaremos algunas preguntas sobre este tema y queremos que respondan con toda la sinceridad.</p> <p>Gracias por tu tiempo</p>	<p style="text-align: center;"><b>SESIÓN 1</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A.</b> ¿Qué tan frecuente es para ti comprarte una prenda de vestir?</li> <li>• <b>B.</b> ¿Cómo te sentiste al comprar un producto de mala calidad?</li> <li>• <b>C.</b> ¿Qué modalidad te gusta comprar tus prendas? ¿Por qué?</li> <li>• <b>D.</b> En ese caso si el entrevistado dice que compra en línea: ¿Cómo ha sido tu experiencia a comprar en línea?</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>SESIÓN 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>E.</b> ¿Crees que existe un aumento de contaminación cada vez que se compra una prenda?</li> <li>• <b>F.</b> ¿Te han enseñado a reciclar o donar ropa?</li> <li>• <b>G.</b> ¿Cuál es el motivo más común por el que deshechas una prenda?</li> <li>• <b>H.</b> ¿Si es que ya no usas una prenda, sueles botarla o donarla?</li> <li>• <b>I.</b> ¿Cuál son las características más perjudiciales del fast fashion?</li> <li>• <b>J.</b> ¿Alguna ves te has preguntado a donde va la ropa que se deshecha?</li> <li>• <b>K.</b> ¿En tu entorno tus familiares reciclan ropa?</li> <li>• <b>L.</b> ¿Sabes que estás causando un impacto al medio ambiente al consumir del Fast Fashion?</li> </ul>

GUIÓN DE ENTREVISTA	
<p style="text-align: center;"><b>SESIÓN 3</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>M.</b> ¿Quisieras que haya mayor énfasis en donar ropa y darle una segunda oportunidad a solo desecharla?</li> <li>• <b>N.</b> ¿Crees que con mayor información acerca de las consecuencias del Fast Fashion se lograría controlar el consumo de prendas?</li> <li>• <b>O.</b> ¿Te gustaría que las personas se preocupen más en darle una segunda oportunidad a las prendas en vez de consumirlas y explotárlas?</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>CIERRE</b></p> <p>Te gustaría agregar algún comentario mas sobre el tema?</p> <p>Mi grupo y yo estamos muy agradecidos de que hayas aceptado ser parte de esta investigación, el siguiente paso será evaluar todas tus respuestas para poder diseñar una solución al problema del cual hemos estado hablando y poder ayudar a un mejor cuidado de nuestro planeta.</p> <p>Muchas gracias, que tengas buen día</p>

## GUIÓN DE ENTREVISTA B

### SESIÓN 3

- **L.** ¿Has comprado mas ropa por impulso que por necesidad, coméntanos?
- **M.** ¿Cuál es el motivo más común por el que deshechas una prenda?
- **N.** ¿Algún familiar o amigo te enseño a darle otra función o uso a la ropa?
- **O.** ¿Crees que estamos desinformados en cuanto a las consecuencias que trae el fast fashion, Por que?
- **P.** ¿Ahora ves al fast fashion como una moda o como una excusa de las marcas para seguir lucrando a costa del planeta?

### CIERRE

Te gustaría agregar algún comentario mas sobre el tema?

Mi grupo y yo estamos muy agradecidos de que hayas aceptado ser parte de esta investigación, el siguiente paso será evaluar todas tus respuestas para poder diseñar una solución al problema del cual hemos estado hablando y poder ayudar a un mejor cuidado de nuestro planeta.

Muchas gracias, que tengas buen día

## 10.4. Descarga de entrevistas

### DESCARGA DE ENTREVISTAS

#### Descarga de entrevistas

##### Giorgia Giuria (Entrevista A)

- **A.** No es mayormente regular ya que compro prendas una vez cada medio año. No lo encuentro importante o no es tan complementario de forma diaria.
- **B.** Demasiada frustración de pagar una cierta cantidad de dinero y no obtener algo de calidad.
- **C.** Siempre ha sido de forma presencial ya que me da la oportunidad de poder probarme las prendas y determinar mi talla o el material.
- **D.** No es muy común para mí comprar de forma virtual, ya que no me da la oportunidad de ver lo que estoy comprando realmente y mayormente hay productos que no existe una devolución.
- **E.** Hay un impacto ambiental por el gran uso de energía, los insumos de los materiales o la deforestación por la sobreproducción. Yo creo que el ser humano debería ser ahorrativo y usar lo que sea necesario.
- **F.** Mis familiares me han inculcado a realizar reciclaje.
- **G.** Cuando ya me doy cuenta que ya no me queda o está completamente rota.

- **H.** Las dono a las personas que más la necesitan, sobre todo evitar una sobreproducción de ciertas cosas.
- **I.** Pienso que el crear basura por producir ropa de forma acelerada.
- **J.** Las prendas que mayormente usamos o reciclamos
- **K.** En efecto, tenemos un concepto de que si hay algo que no se usa hay que donar para que otros las usen.
- **L.** Si hay un gran impacto y es por el consumo de las personas, somos compulsivos y genera una explotación de materias primas.
- **M.** Deberían, ya que existiría la reducción de producción y fomentar este tipo de valores para que exista el cambio.
- **N.** Probablemente, ya que si existe una influencia, podríamos tener una cadena y generar una costumbre.
- **O.** Sería lo ideal ya que la moda ha generado un gran impacto por los consumidores y que haya ese hábito podría mejorar la calidad de vida en este mundo.

## DESCARGA DE ENTREVISTAS

## Descarga de entrevistas

## Lorena Pilica (Entrevista A)

- **A.** No es muy común, suelo comprar una o dos prendas cada 6 meses.
- **B.** Sentí mucha decepción y frustración ya que confíe en que sería una prenda distinta.
- **C.** Presencial si o si, soy de las personas que le gusta probarse antes de comprarlo.
- **D.** Si, me fue relativamente bien, una que otra prenda que no me quedo pero ningún otro problema.
- **E.** En realidad si, como soy alguien que recicla ropa y dona, creo que entre más usos le des menos estas contaminando ya que no va a la basura.
- **F.** Si, mi familia y yo seguimos reciclando todos los años ropa y a la ves donamos a otros familiares o a personas necesitadas.
- **G.** Normalmente por la talla o en caso ya tenga una defecto inarreglable.
- **H.** Donaría mil veces, creo que si aun esta en buen estado pero ya no la voy a usar lo mejor seria darselo a alguien mas.
- **I.** Creo que la producción en masa porque estoy segura que no toda la ropa se vende.
- **J.** Estoy enterada que va a la basura directamente es decir puede terminar en cualquier parte del mundo, nadie se hace cargo
- **K.** Sip todos, desde muy pequeña me enseñaron que era una de sus costumbres.
- **L.** No en realidad, ademas que soy una persona que no consume mucha ropa.
- **M.** Si considero que deben haber campañas de concientización y de pasada informativas para que las personas se enteren mas del fast fashion.
- **N.** Probablemente si, es importante darle un aprendizaje eco amigable a todos.
- **O.** Sip, es una excelente costumbre y no sabes a cuantas personas haras felices.

## DESCARGA DE ENTREVISTAS

## Descarga de entrevistas

## Rafael Laura (Entrevista A)

- **A.** No le doy mucha importancia, lo importante es la calidad, que sea cómodo y que me guste.
- **B.** Muchas veces me ha tocado comprar prendas que venían con telas de mala calidad o que se pierden muy rápido y siento que es un desperdicio, una pérdida y esto me lleva a muchas veces no volver a comprar en ciertos lugares y ser mas observador al momento de comprar.
- **C.** Presencial, me gusta mas ya que puedo tocar la ropa, ver su calidad y probármela.
- **D.** No es algo que me llame la atención.
- **E.** Creo que ultimamente hay una presión de comprar que esta llevando a la industria de la moda explotar recursos y con esto dañar ecosistemas de los cuales no se habla mucho, creemos que las industrias que mas contaminan son la vehicular o la construcción pero si tomamos en cuenta lo que abastecer a x cantidad de personas con prendas conlleva y todo lo que grandes compañías hacen para lograrlo vemos clara-mente que tanto en la mano de obra como en los recursos hay cierta explotación que aumentara si no volvemos esto sostenible.
- **F.** Si, mi mamá nos enseño eso desde pequeños, separábamos la ropa para donar.
- **G.** Ya cumplieron su tiempo de vida
- **H.** Si la prenda aun esta en buen estado sueno donarla, puede ser a personas necesitadas o a algún familiar.
- **I.** Considero que lo mas perjudicial es el mal uso de recursos ya que muchos de ellos son recursos no renovables no se pueden reemplazar.
- **J.** La verdad no, pero me imagino que hay personas encargadas de su reciclaje y otro porcentaje va a la basura con otros desechos
- **K.** Si, desde muy pequeño me enseñaron a donar, y a mis hermanas les gusta intervenir sus prendas
- **L.** No por completo, siento que me hace falta mantenerme al tanto de esta problemática.
- **M.** Seria bueno llegar a más personas con está información y concientizar a las nuevas generaciones sobre las repercusiones de la moda rápida
- **N.** Ayudaría a concientizar, pero no creo que detenga el consumo
- **O.** Si, seria bueno que lo que tenemos lo revaloricemos y busquemos la manera de darle un nuevo uso.

## DESCARGA DE ENTREVISTAS

### Descarga de entrevistas

#### Alejandra Sosa (Entrevista B)

- **A.** No me dejo influenciar, compro sólo si necesito.
- **B.** Algunas las boto, otras las regalamos a la persona que trabaja en mi casa
- **C.** Mmm... En verdad nada, no me gusta mucho ir a comprar, porque a veces está lleno de gente, pocas veces he ido por querer escoger algo para arreglarme más, iba y escogía algo bonito y me sentía bien.
- **D.** Según vaya necesitando, una vez cada tres meses o más.
- **E.** Compro por internet, cuando veo en Instagram ofertas, voy también a tienda pero sólo si es que realmente lo necesito.
- **F.** Compro cuando necesito, pocas veces ha sido por impulso.
- **G.** Depende, por ejemplo cuando recién conseguí trabajo, ahí ya necesitaba comprar una blusa, unos zapatos. O cuando me doy cuenta que mis jeans están muy viejos.
- **H.** Compro por internet, cuando veo en Instagram ofertas, voy también a tienda pero sólo si es que realmente lo necesito.
- **I.** Sí, depende para que te pueda durar, depende del tipo de prenda que vayas a comprar. Yo uso blusas para trabajar, me compre una de un emprendimiento de aquí que eran baratas, hasta ahora me han durado, pero no las uso mucho.
- **J.** Son estilos de ropa que cada vez van cambiando más rápido y por eso es la tendencia de comprar ropa a cada rato, descartarla y seguir comprando. Yo no soy mucho de comprar pero me parece que daña al planeta.
- **K.** Sí he escuchado que gasta mucho recursos, también que explotan a personas, que les pagan sueldos muy bajos, que acumula un montón de basura por toda la ropa que se va desechando.
- **L.** Compro por necesidad más que nada.
- **M.** Porque ya está vieja.
- **N.** La verdad no.
- **O.** Ahora creo que no tanto, porque hay más conciencia de eso, de muchas cosas, pero igual la gente sabe pero sigue comprando según tendencias de moda.
- **P.** El fast fashion sigue generando necesidad en las personas para que puedan vender.

## 10.5. Taller generativo

### TALLERES GENERATIVOS



## 10.6. Prototipos

### PROTOTIPOS



### PROTOTIPOS - PROCESO



## 10.7. Validaciones

### EJERCICIO DE VALIDACIÓN



¡Hola! antes que nada nos gustaría agradecerles por participar en nuestro taller. Somos un grupo de estudiantes de Toulouse Lautrec de las carreras de Arquitectura y Diseño publicitario. Nuestro proyecto busca reducir el exceso de desechos textiles y a su vez concientizar a los jóvenes sobre el consumo del fast fashion.

Nuestro objetivo es obtener una opinión sobre los productos que les vamos a enseñar en el taller. A continuación les mostraremos algunos prototipos de los productos que serán parte de la línea de ECO DECO.

Al final de la presentación de los prototipos le preguntaremos a los invitados:  
¿Cuál de los productos te gusto más?  
¿Qué mejorarías?  
¿Qué producto te gustaría ver en el Eco truck?  
¿Qué ideas tienes que nos puedan ayudar?