ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADA TOULOUSE LAUTREC

TÍTULO DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN:

RE2TYLE

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller Escuela en las siguientes carreras

Autores:

JOSÉ BENJAMIN LUDEÑA CLEMENTE

Carrera: Dirección y diseño gráfico

FIORELLA LEONELA AGUIRRE REYES

Carrera: Diseño y gestión de Moda

Semana 2

- Selección de ODS
- Tema del proyecto
- Mapa del problema
- Contexto DPESTA

Selección de ODS



Desigualdad de sexo

Control migratorio

Desigualdades sociales

Oportunidades laborales para extranjeros y nacionales fuera del país

Discurso de odio a grupos vulnerables

Desigualdad económica

Desigualdad racial

Poblaciones vulnerables

Desinformación general de la población para con la representación política

Planeta libre de contaminación

Planes de recuperación de recursos

Uso de recursos de manera continua

Contaminación indiscriminada del agua

Informes en materia de sostenibilidad de empresas

Control y desperdicio de energía

Apoyo al crecimiento de emprendedores con productos de consumo responsable



ODS Elegida

12. Producción y consumo responsables

Meta asociada a la ODS

12.5. Planeta libre de contaminación

Problema delimitado

El fast fashion, el poco conocimiento sobre su impacto en la naturaleza y su influencia en el comercio textil en Gamarra

Tema del Proyecto

10.6
Poblaciones vulnerables

12.5
Planeta libre de contaminación

12.3 / 12.5
Desperdicio de comida

10.3
Desigualdad racial

10.2 / 10.3
Desigualdad social

El fast fashion, el poco conocimiento sobre su impacto en la naturaleza y su influencia en el comercio textil en Gamarra.

Meta asociada a la ODS

12.5
Planeta libre de contaminación

De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización

LO QUE NOS APASIONA

- Upcycling
- Reciclaje
- Moda circular
- Disminución de desperdicios
- Envoltorios biodegradables
- Recicladoras inteligentes
- Campañas de concientización
- Inteligencia artificial

LO QUE SABEMOS HACER

- Herramientas digitales
- Campañas de redución de residuos
- Expresión artística
- Trabajo en equipo
- Prototipado de empaques
- Papelería
- Diseño UI
- Fotografía

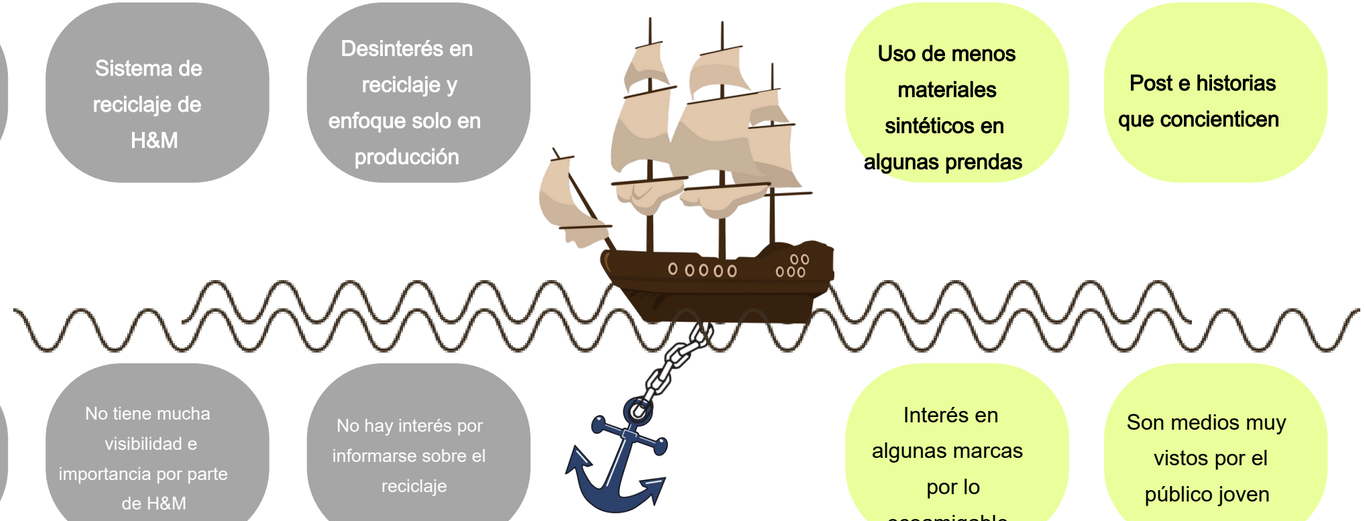
Mapa del problema

Lo que no funciona en el rubro

- Bajas ventas en tiendas de 2da mano
- Consumismo, fast fashion
- Sistema de reciclaje de H&M
- Desinterés en reciclaje y enfoque solo en producción

¿Por qué?

- La gente prefiere comprar ropa nueva a menor costo
- Las personas están acostumbradas a comprar en ofertas
- No tiene mucha visibilidad e importancia por parte de H&M
- No hay interés por informarse sobre el reciclaje
- Las personas no se sienten cómodas al comprar ropa de 2da mano
- Los productos son más accesibles y por ello se compran en cantidad
- Su público objetivo no está acostumbrado o informado sobre el sistema
- No hay interés en el impacto ambiental
- Las tiendas de 2da mano no tienen la visibilidad adecuada
- No hay interés de ver de dónde vino la prenda o su proceso de elaboración
- No existe información clara en las tiendas
- Los empresarios solo prefieren producir para generar ingresos
- Desinterés en reciclaje y enfoque solo en producción
- Las empresas no son transparentes en la información de sus productos
- No está disponible en todas las sedes de H&M
- Al ser prendas más baratas de producir tienen mayores ganancias



Lo que se ha aplicado y proponemos en el rubro

- Uso de menos materiales sintéticos en algunas prendas
- Post e historias que concienticen
- Donaciones de prendas con fines benéficos
- Prácticas sostenibles en negocios

¿Por qué?

- Interés en algunas marcas por lo ecoamigable
- Son medios muy vistos por el público joven
- Se extiende la vida útil del producto
- Se puede enseñar actividades que no contaminen el medio ambiente
- Uso de materiales naturales y menos contaminantes
- La comunicación es rápida en un corto de menos de 1 minuto
- La prenda que resulta pequeña o grande puede servir a otras personas
- Se emplean materiales ecoamigables como lino textil
- Es más fácil de reciclar
- Se pueden publicar poniendo una cuenta en Instagram o TikTok
- Crea alternativas más accesibles para el público
- Usualmente hechas a la orden para reducir producción innecesaria
- Su descomposición no impacta demasiado en el ambiente
- Trabajarían con una marca que brinde asesoría de prácticas ecoamigables
- Las prendas para bebés y niños son las más requeridas
- Se apoyan a las comunidades locales y se crea valor agregado

Contexto DPESTA

	Investigación del contexto	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
D DEMOGRÁFICO	La alta rotación de las prendas obliga a los consumidores a entrar mucho más seguido a las tiendas y a comprar en el momento ya que si no lo hacen, quizá al día siguiente la prenda ya no está .	Crea una situación de urgencia en el consumo que promueve la compra compulsiva y esto se traduce en un aumento de las ventas .	A la larga crea un hábito de consumo y adicción en lo que es la compra compulsiva . Incluso en personas de bajos recursos priorizan la compra de ropa antes que servicios básicos .
P POLÍTICO	El derecho a un medio ambiente sano es un derecho recogido en la constitución peruana que se ve fuertemente amenazado por el consumo excesivo de ropa que descarga tóxicos en nuestras aguas y tiene el potencial de envenenar a la ciudadanía .	Se puede utilizar las campañas políticas de partidos que buscan votos, para visibilizar este problema y hacer consciencia sobre este mismo .	Lamentablemente los políticos una vez elegidos velan por sus propios intereses, sin importarle las necesidades o dolencias de los peruanos .
E ECONÓMICO	En el modelo fast fashion, la velocidad y la flexibilidad en la producción son claves . Estas marcas llegan a producir 52 colecciones al año, frente a las 2 o 4 que el sector textil peruano está acostumbrado a producir .	Los negocios locales que poseen un capital mucho menor a las corporaciones más conocidas, podrían emplear una estrategia Blue Ocean para diferenciarse de estas y acapar un sector del mercado .	Las marcas con mayor capital poseen una "ventaja" frente a los pequeños negocios que no pueden abastecer la demanda generada por la práctica del fast fashion .

Contexto DPESTA

	Investigación del contexto	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
S SOCIOCULTURAL	La fast fashion ha permitido entrar en el mundo de la moda a muchas personas de ingresos bajos ; como hizo Gamarra en sus inicios ; pero en contraposición, ha creado una generación de personas que está imbuido en una inercia de consumo constante .	Al ser una moda más "económica", es más accesible para muchas personas poder comprarla y descartarla mas rápido de la misma manera	El consumo compulsivo está asociado directamente con depresiones y es la causa de los grandes retos que enfrenta nuestro mundo para hacer nuestro modelo más sostenible .
T TECNOLÓGICO	Los químicos usados en el proceso productivo son altamente peligrosos para la salud de los trabajadores que los manipulan pero también para los consumidores .	Los sectores de I+D (Investigación y Desarrollo) de las marcas más grandes pueden innovar en busca de un método de producción menos nocivo .	El ambiente laboral se vuelve menos productivo y los consumidores más vulnerables corren el riesgo de contraer alergias u otras enfermedades .
A AMBIENTAL	Estas materias primas tienen procesos de producción con un fuerte impacto en el medio ambiente y una vida útil muy corta . Hechas para usar y tirar . Para convertirse en residuo muy rápidamente .	En comparación con el fast fashion, el slow fashion puede promover el uso de telas naturales, químicos no nocivos y prácticas "animal friendly", incluso con mano de obra artesanal en algunos casos .	Consumir estos productos contribuye al fortalecimiento de un modelo económico que pone en peligro la sostenibilidad del planeta . Llegando las grandes empresas producen más rápido de lo que el medio ambiente puede regenerar sus recursos -

Semana 3

- Mapa de actores
- Herramientas de investigación
- Guión de encuestas
- Guión de entrevistas

Mapa de actores

DIRECTOS

Talleres de confección de ropa

Producción textil barata en China

Tiendas de ropa china

Mano de obra barata

CENTRALES

Personas compradoras de fast fashion por moda"

Personas compradoras responsables

Emprendedores con tiendas de ropa de segunda mano

Emprendedores de fast fashion en Gamarra

Marcas de ropa en Gamarra

Proveedores de materia prima

Tiendas de segunda mano

INDIRECTOS

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Municipalidades

Ministerio de Transporte y Comunicaciones

Herramientas de investigación

¿Qué quiero aprender?	Método	Característica de la muestra	Recursos
Saber si conocen el término fast fashion	70 Encuestas	Personas entre 25 a 35 años pequeños emprendimiento de fast fashion en marcas o servicios en Gamarra, al igual que personas que sean consumidores en esta locación.	Google Forms
Saber si están interesados en la procedencia de su prenda (prenda sostenible y sustentable)	10 Encuestas	Personas entre 25 a 35 años consumidores de fast fashion sea que en algún momento hayan comprado una prenda en marcas de Gamarra.	Google Forms
Conocer si saben sobre el impacto ambiental que se produce en este negocio (compradores)	5 Entrevistas	Personas entre 25 a 35 años consumidores de fast fashion sea que en algún momento hayan comprado una prenda en marcas de Gamarra.	Zoom o Google Meet
Generar experiencias que enseñen como funciona el fast fashión (vendedores)	1 Taller Generativo	Personas entre 25 a 35 años que tengan un pequeño emprendimiento de fast fashion en marcas o servicios en Gamarra.	Zoom o Google Meet

Guión de encuestas

Pregunta de investigación	¿Cómo influye el fast fashion en negocios de Gamarra?
Resultados esperados	Saber si se conoce el término fast fashion y su impacto ambiental y económico

INTRODUCCIÓN

¡HOLA! somos estudiantes de Toulouse Lautrec estamos realizando un proyecto de investigación, por lo cual tu respuesta es fundamental .
Gracias por participar en esta encuesta, nos gustaría saber más de ti y tu compromiso con la moda .

El objetivo principal es saber a qué grado se conocen el término ¨Fast Fashion ¨ y como influyen en las decisiones para proveer un negocio de Gamarra. Este te tomará aproximadamente 5 minutos.

Recuerda que este formulario es anónimo. Muchas gracias por tu participación.

BANCO DE PREGUNTAS

- ¿Conoces el término "Fast Fashion" o "moda rápida"?
- ¿Qué crees que significa el fast fashion o moda rápida?
- ¿Consideras una necesidad contar con las últimas tendencias en tu negocio?
- ¿Cuántas colecciones manejas dentro de tu negocio?
- ¿Sabías que una de las industrias más contaminantes del mundo es la moda?
- ¿Sabías que la producción del "Fast Fashion" (Moda Rápida) son fabricadas de forma acelerada y a bajo costo?
- ¿Sabías que la mano de obra para producción del "Fast Fashion" (Moda Rápida) son malpagadas?
- ¿Consideras que la producción de la "Fast Fashion" (Moda Rápida) podría ser perjudicial para el medio ambiente?

PREGUNTAS CIERRE

¿Crees que tener "fast fashion" o "moda rápida" en tu negocio puede ser bueno? Déjanos tu opinión.

¡Gracias por completar la encuesta!

Tus respuestas son muy valiosas para nosotros, las tomaremos en cuenta. Recuerda que esta encuesta es totalmente anónima.

Guión de encuestas

Pregunta de investigación	¿Qué relación tiene el cliente con los productos?
Resultados esperados	Saber si están interesados en la procedencia de su prenda (sostenibilidad)

INTRODUCCIÓN

¡HOLA! somos estudiantes de Toulouse Lautrec estamos realizando un proyecto de investigación, por lo cual tu respuesta es fundamental . Gracias por participar en esta encuesta, nos gustaría saber más de ti y tu compromiso con la moda .

El objetivo principal es saber si están interesados en la procedencia de su prenda (prenda sostenible y sustentable) y cómo influyen en las decisiones a la hora de comprar prendas de vestir, accesorios y zapatos en Gamarra . Este te tomará aproximadamente 5 minutos .

Recuerda que este formulario es anónimo . Muchas gracias por tu participación .

BANCO DE PREGUNTAS

- ¿Consideras importante de donde proviene tu prenda? (en materiales)
- ¿Te interesaría saber quien elaboro tu prenda y que proceso tomo?
- ¿Cuáles tu motivación al comprar una prenda?
- ¿Qué buscas en una prenda? (comodidad, libertad de expresión, imponer una tendencia, verte femenina o masculino, comunicar mediante tu prenda, entre otros.)
- ¿Consideras importante usar una prenda que tenga un significado social o medioambiental?
- ¿Consideras una necesidad estar “a la moda” con las últimas tendencias?
- ¿Busca comprar constantemente las últimas tendencias?.
- ¿Estarías dispuesto a pagar más de 200 soles por una prenda que fue realizada con materiales sostenibles?
- ¿Estarías dispuesto a pagar más de 200 soles por una prenda que fue realizada por una persona que fue remunerada con un costo justo?

PREGUNTAS CIERRE

¿Crees que la procedencia de tus productos influye en tu decisión de compra? ¿Por qué? Déjanos saber tu opinión .

¡Gracias por completar la encuesta!

Tus respuestas son muy valiosas para nosotros, las tomaremos en cuenta. Recuerda que esta encuesta es totalmente anónima.

Guión de entrevistas

Pregunta de investigación	Realizadas a personas consumidoras del fast fashion
Resultados esperados	Conocer si saben sobre el impacto ambiental que tiene esta industria

INTRODUCCIÓN

Tenemos como objetivo averiguar cómo la transparencia y la sostenibilidad de la cadena de suministros influyen en las decisiones de los consumidores de Gamarra a la hora de comprar prendas de vestir, accesorios y zapatos.

SECCIÓN 1

- Hola, ¿cómo te encuentras?
- ¿A qué te dedicas?
- ¿Has estado recientemente por Gamarra? ¿Con qué frecuencia sales a comprar ropa?
- ¿Cuánto dinero calcularías que empleas en comprar ropa cada año?

SECCIÓN 2

- Al comprar una prenda de vestir, ¿en qué medida valoras el impacto social o medioambiental antes de decidirse a comprarla? (se podría sugerir las sgtes. ideas)
- Uso de sustancias tóxicas
- Respeto de los derechos de los trabajadores
- Protección del medio ambiente
- ¿Conoces el término "fast fashion" y en qué consiste?
- ¿Cómo piensas que las marcas de ropa intentan minimizar su impacto en el medio ambiente o enseñarnos que lo hacen?
- ¿Sabes que es una colección de moda y cómo funciona?
- Le interesaría saber como se fabrican sus prendas?
- ¿Por qué crees que les resulta más rentable a estas marcas producir tantas colecciones al año?

SECCIÓN 3

- ¿Piensas que estás comprando demasiadas prendas? Si es así, ¿cómo podrías reducir tu consumo, o qué harías con la ropa que ya no te queda o te agrada?

CIERRE

- ¿Tiene alguna acotación extra sobre el impacto ambiental negativo que tiene el fast fashion?

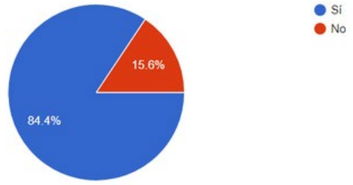
Semana 4

- Organización de resultados
- Insights

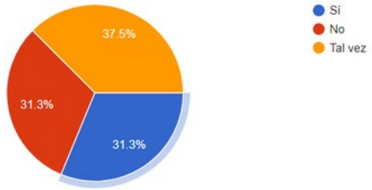
Organización de resultados

DESCARGA DE ENCUESTA HACIA COMPRADORES

¿Consideras importante de donde proviene tu prenda? (en materiales)



¿Busca comprar constantemente las últimas tendencias?.



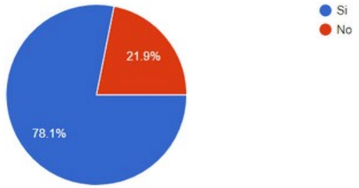
¿Qué buscas en una prenda? (comodidad, libertar de expresión, imponer una tendencia, verte femenina o masculino, comunicar mediante tu prenda, entre otros.)



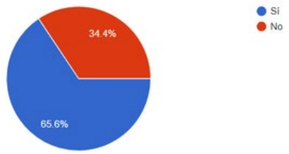
¿Crees que la procedencia de tus productos influye en tu decisión de compra? ¿Por qué ? déjanos saber tu opinión.

Por la calidad
Si por una marca y calidad del producto
Si por una buena marca y calidad del producto
No porque ropa es ropa
Saber que hago algún bien con mi compra
depende
No, porque siempre busco prendas que me gusten y realmente no veo nada más que el precio.
Si, mas que nada por la calidad de los materiales
por la calidad de la prenda
si, para saber como se manufacturo la prenda
Si, para saber como se hizo la prenda
No, me gusta probar de todo y mas cuando es novedoso
Quiero evitar comprar algo que proceda de algún lugar negativo
Si, por qué sería bueno que el consumidor sepa por los procesos que ha pasado su prenda para llegar al producto final he esta comprando.
Prefiero comprar ropa que sea producto Peruano. Zapatos de cuero qye aunque sean más costosos, me durarán más.
la calidad siempre es bueno
durarán más.
la calidad siempre es bueno
En realidad no influye, solo compro si me gusta o no
Yo creo que sí, porque me gusta mucho apoyar las causas sociales. Y me interesó siempre por comprar en ferias y así.
Si porque tiene que ver con la calidad
Sí, la mayoría de veces me gusta saber como fue elaborada la prenda para justificar el precio.
Creo que no
Sí, porque me gusta mucho saber de donde viene cada prenda y lo bueno que es para el medio ambiente.
Creo que sí, porque me importa mucho de donde vienen y como fueron hechos los productos que compró

¿Te interesaría saber quien elaboro tu prenda y que proceso tomo?



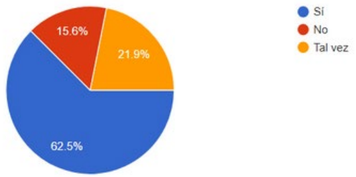
¿Estarías dispuesto a pagar más de 200 soles por una prenda que fue realizada con materiales sostenibles?



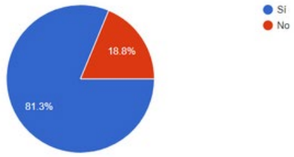
¿Crees que la procedencia de tus productos influye en tu decisión de compra? ¿Por qué ? déjanos saber tu opinión.

Sí, porque no quiero apoyar situaciones donde haya abuso.
Usualmente compro prendas de diseñadores pequeños y poco reconocidos. Lo que compro es algo que este a mi alcanze y que me guste
Si, porque aparte de que depende mucho de que está elaborado (material y suavidad de producto) también depende el color y que transmite la prenda al usarla
Si
Si, porque necesito que los productos seas de garantía
No lo veo necesario, es algo que seguramente no vuelva a ver y nadie más tampoco del de donde provenga, solo si me gusta lo compro y a un precio comodo
Si y no, porque hay prendas muy bonitas que no importa como se hizo
Si influye, porque muchas veces valoramos la marca o el lugar de fabricación
Por la calidad
Si por una marca y calidad del producto
Si por una buena marca y calidad del producto

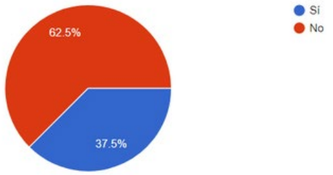
¿Consideras importante usar una prenda que tenga un significado social o medioambiental?



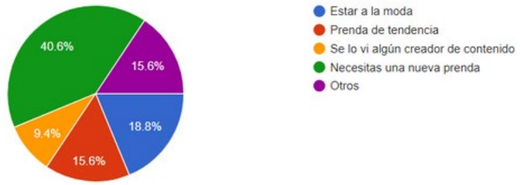
¿Estarías dispuesto a pagar más de 200 soles por una prenda que fue realizada por una persona que fue remunerada con un costo justo?



¿Consideras una necesidad de estar "a la moda" con las últimas tendencias?



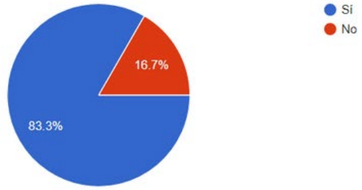
¿Cuál es tu motivación al comprar una prenda?



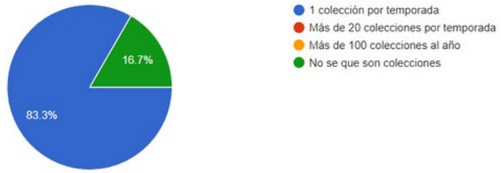
Organización de resultados

DESCARGA DE ENCUESTA HACIA VENDEDORES

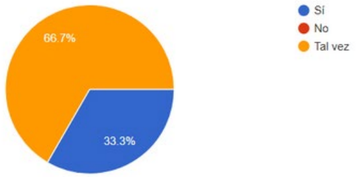
¿Conoces el termino "Fast Fashión" o "moda rápida"?



¿Cuántas colecciones manejas dentro de tu negocio?



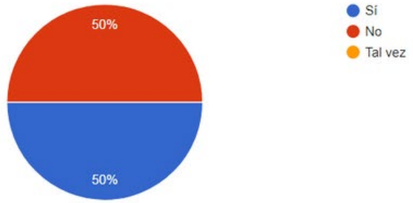
¿Consideras que la producción de "Fast Fashion" (Moda Rápida) podría ser perjudicial para el medio ambiente?



¿Qué crees que significa el fast fashion o moda rápida?

Aprender sobre diseño de modas
Sobre diseños de ropa
Hacer algo en tendencia de manera rapida
Moda solo eventual
Moda de corta duracion
Actualizar en tendencias

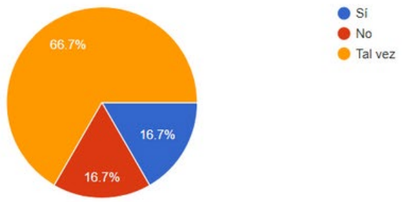
¿Sabias que una de las industrias más contaminantes del mundo es la moda?



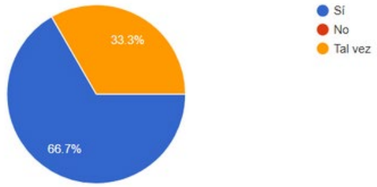
¿Crees que tener "fast fashion" o "moda rápida" en tu negocio puede ser bueno? Nos gustaría saber tu opinión.

Creo que sí sería buena.
Para tener nuevas tendencias
La verdad no creo, apuntó a algo más que pasajero
No porq no habría calidad
Si seria bueno, por el tiempo
Creo que sí sería buena.
Para tener nuevas tendencias
La verdad no creo, apuntó a algo más que pasajero
No porq no habría calidad
Si seria bueno, por el tiempo
No preciso
Creo que sí sería buena.
Para tener nuevas tendencias
La verdad no creo, apuntó a algo más que pasajero
Creo que sí sería buena.
Para tener nuevas tendencias
La verdad no creo, apuntó a algo más que pasajero
No porq no habría calidad
Si seria bueno, por el tiempo
No preciso

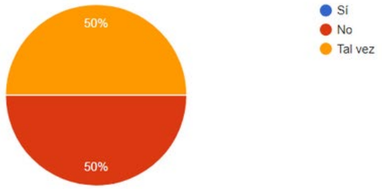
¿Sabias que la producción del "Fast Fashión" (Moda Rápida) son fabricadas de forma acelerada y a bajo costo?



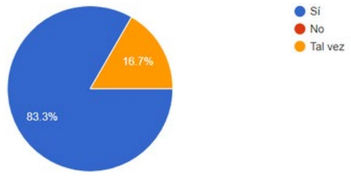
¿Sabes que son las colecciones de moda?



¿Sabias que la mano de obra para producción del "Fast Fashión" (Moda Rápida) son mal pagadas?



¿Consideras una necesidad contar con las últimas tendencias en tu negocio?



Insights

1. Describimos el contexto...	2. Comunicamos el dilema...	3.Identificamos el porqué...	4 . Descubrimos la motivación...	5. Estado ideal
Desinterés sobre el impacto social y medio ambiental antes de una compra	Esto ocurre cuando muchas de las personas se guían de sus gustos y tendencias que existen en el mercado y no le dan valor a lo importante sino a lo que ven.	Muchas de las marcas no son trasparentes en sus producciones y se encargan de vender más una tendencia que calidad ambiental y social. asimismo, algunas de estas marcas buscan mano de obra barata.	Se dejan guiar por lo que esta de moda, y lo que puede repercutir en su personalidad de las personas, es decir compran para estar a la moda sin importarles de donde proviene su prenda.	Las marcas sean más trasparentes con sus producciones y que los consumidores puedan enterarse o interesarse por la procedencia de una prenda.

INSIGHT Emprendedores de Gamarra	La mayoría de emprendedores de Gamarra prefieren generar más producción y mas ganancias, aun teniendo en cuenta de que esto es negativo para el medio ambiente.
INSIGHT Emprendedores de ropa de 2da mano	Al tener las grandes empresas mayor numero de colecciones al año, pueden sacar provecho de esto ya que las personas, buscan deshacerse de sus prendas ya usadas. Es ahí donde ellos intervienen comprándolas y revendiéndolas a otro sector.
INSIGHT Personas que compran por necesidad	No le dan mucha importancia a la cantidad de ropa que tienen si no mas bien a la calidad de esta y de su larga duración
INSIGHT Personas que compran por moda	Muchas veces compran la prenda simplemente para estar a la moda, no importándoles el como se fabrico esa prenda

Insights

En base a nuestra investigación y estudio de arquetipos, pudimos obtener los siguientes insights.

Insight 1

Hacer crecer un negocio de ropa eco amigable, en una industria que está completamente centrada en crear más y ofrecer menos.

Insight 2

Las personas se sienten inseguras utilizando ropa que fue desechada por alguien, y que esta ya no esté a la vanguardia de la moda por el simple hecho de seguir paradigmas ya establecidos.

Semana 5

- Arquetipos de usuario
- Retos de diseño

Arquetipos de usuario

Emprendedores de producción/venta de ropa en Gamarra

Nombre: Andrés

¿Quién es tu arquetipo? ¿Cómo se ve? ¿Qué hace?

Andrés. tiene un pequeño negocio de ropa en Gamarra. Donde sus clientes van a buscar prendas a un precio atractivo, Andrés se enfoca a investigar bien el sector de su marca y los productores de prendas más confiables. En redes sociales suele ver la publicidad de las grandes marcas de ropa y las tendencias que estas lideran, asimismo; visita marcas establecidas para ver nuevas tendencias y los materiales que se están usando para las temporadas y así ver qué estilos de prenda puede aplicar en su negocio de acuerdo a la demanda. Siempre busca que los trabajadores de su negocio produzcan más para el crecimiento de su marca.

¿Qué dice o piensa?

- Lo importante es generar ingresos para mi negocio.
- La ropa que más vendo es la que está en tendencia.
- Me gusta pasear por diversas tiendas que tiene similitudes con mi marca para tener ideas nuevas.
- Busco materiales accesibles y producción para poder vender mis prendas a un costo bajo.

Comportamientos

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

- No conoce nada el Fast Fashion y la contribución de la industria de la moda en la contaminación ambiental, no cree necesario involucrarse tanto con los términos de moda.
- Las grandes marcas ya asentadas en el mercado manejan muchas más colecciones que su negocio, aunque esto no le afecte mucho puesto que los precios de sus prendas son más bajos.
- Busca mano de obra barata y de calidad para sus prendas. Siempre cuida su bolsillo.
- Suele hacer una especie de benchmarking de otras marcas y así brindar lo adecuado a sus clientes.
- Suele buscar materiales baratos pero de calidad estándar para poder vender sus productos a bajos costos.

Pains y gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

- Que el taller donde lleva sus prendas no le entreguen a tiempo.
- Cuando ve a marcas que venden más que su marca.
- Que un proveedor con trayectoria de repente ya no pueda brindarle material o su calidad baje.
- Que lo comparen con otras marcas.

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

- Quiere que su marca sea reconocida y pueda obtener mayores ganancias.
- Quiere colocarse como la primera marca peruana más grande.
- Necesita generar mas ingresos y no sabe como

Arquetipos de usuario

Vendedores de ropa de 2da mano

Nombre: Jessica

¿Quién es tu arquetipo? ¿Cómo se ve? ¿Qué hace?

Soy Jessica, vivo con mi familia en Lince. Actualmente tengo un emprendimiento de ropa de 2da mano, lo que normalmente hago es comprar ropa en muy buen estado y de segunda mano a un bajo costo, y lo llevó para venderlas a otros sectores, o incluso a veces a provincia. Suelo hacer muy visible mi marca en redes sociales o en grupos de venta de ropa.

Trata siempre de vender ropa de calidad y en buen estado de conservación para así generar esa confianza en sus compradores.

Piensa que al comprar la ropa, está ayudando al planeta ya que en algo se reduce esa contaminación, aun quesea

¿Qué dice o piensa?

- Es conveniente, que las marcas saquen nuevas colecciones de ropa ya que hay personas que compran nueva ropa y se quieren deshacer de sus prendas ya usadas. Entonces ella la compra y la vende en otros lados

Comportamientos

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

- Sabe el impacto negativo que tiene el fast fashion en el medio ambiente, pero en alguna medida ayuda a contrarrestar esto dándole un segundo uso a esa ropa que probablemente pudo terminar en la basura.

Pains y gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

- Muchas veces le molesta que las personas vean su negocio con malos ojos ya que piensan que es ropa malograda o incluso sacada de la basura.
- Le molesta que los gobiernos o municipalidades hagan muy pocas campañas promoviendo este tipo de negocios

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

- Más adelante le gustaría poder vender ropa de su propia producción.
- Le gustaría que la gente aprenda a poder reusar y valorar todas las prendas que tienen, y no se deshagan tan fácilmente de estas.

Arquetipos de usuario

Personas compradoras de "fast fashión" por moda.

Nombre: Andrea

¿Quién es tu arquetipo? ¿Cómo se ve? ¿Qué hace?

Andrea, es una joven abogada que hace poco termino su carrera y ahora esta trabajando para una pequeña firma de abogados, vive sola en un departamento ubicado en Surco. Le gusta la moda en general, busca siempre llevar y comprar las ultimas tendencias, sigue a muchos influenciers de moda en Instagram y en tiktok, y le gusta comprar ropa que este a la moda, no importa cuanto le cueste quiere verse igual que las modelos que sigue en redes.

¿Qué dice o piensa?

- Le gusta verse bien no importa a que costo ya que ella puede sustentar sus gastos.
- Cuando va a un centro comercial las colecciones recién llegadas, ya que si ve algo que sea de alguna colección antigua no lo compra.

Comportamientos

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

- Sabe lo que es el fast fashion, y no le importa mucho el impacto que tenga, ya que al gustarle estar a la vanguardia le conviene que las marcas saquen mas ropa, para poder así comprarla.
- Muchas veces cuando tiene ropa que ya paso de moda, la dona o regala a sus amigas, no importa que las prendas sigan como nuevas.
- Al comprar una prenda le gusta hacerlo en tiendas de renombre y que sean de calidad.

Pains y gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

- Le molesta que la mayoria de tiendas del Perú no siempre tengan las ultimas tendencias de moda y que muchas veces lleguen con mucho retraso.
- Le molesta que los emprendedores de ropa del país, lleven muchas veces tendencia ropa que en Europa ya pasaron.

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

- Desearia que las marcas peruanas vendan ropa que no este desactualizada con respecto a las tendencias europeas de moda
- Quisiera que las tiendas cuenten con plataformas digitales funcionales, para que no pierda mucho tiempo en ir a buscar tienda por tienda la prenda exacta que quiere comprar

Arquetipos de usuario

Personas compradoras de "slow fashión".

Nombre: Camila

¿Quién es tu arquetipo? ¿Cómo se ve? ¿Qué hace?

Camila. Es Arquitecta, con 10 años de experiencia, vive con sus padres en Ate. Le gusta salir de fiesta, compartir con sus amigos, rara vez compra ropa en tiendas grandes, normalmente suele comprar ropa en ferias, ella siempre busca marcas que sean sostenibles, ya que lo que busca realmente es que sean de calidad y que la marca tenga algún valor sostenible para la sociedad como para el medio ambiente. asimismo, prefiere conservar su ropa porque le trae recuerdo importantes en su vida, dándole un nuevo uso a sus prendas.

¿Qué dice o piensa?

- Le gusta conservar sus prendas porque tiene un valor sentimental para ella.
- Comprar ropa en marcas sostenibles, cuando las necesita.
- Siempre piensa en cómo fue elaborada su prenda y es muy importante que sus prendas tengan materiales sostenibles.

Comportamientos

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

- Si sabe que es el fast fashion y cómo este afecta ya que es una industria muy contaminante.
- Es por ello que al comprar ropa, se enfoca en ir directamente a marcas que tengan como prioridad el slow fashion.
- Para ella lo más importante es su comodidad y la calidad y el valor de cada prenda que compra.

Pains y gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

- Lo que le molesta es ver cómo la gente gasta tanto dinero comprando ropa en marcas que no practican ningún valor como las marcas fast fashion.
- A veces le molesta que las tiendas venden ropa barata y que no sea de calidad, ya que esta se malogra al poco tiempo de haberla comprado y muchas veces en su producción se perjudica alguien.

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

- Desearía que las marcas le den preferencia a la calidad y no a la cantidad de prendas que fabrican.
- Quiere que todas las marcas tengan un sentido de conciencia desde su producción hasta su venta.
- Necesita que todos sepan que la moda sostenible es el nuevo campo para cambiar el ambiente en el que vive.

Retos de diseño

Emprendedores de producción/venta de ropa en Gamarra

Arquetipo		Dolor / necesidad		INSIGHT
Andrés	le duele/ necesita	Le preocupa el bienestar de sus trabajadores aunque también cree que en su rubro por lo general están bien pagados. Necesita vender prendas de calidad, baratas y que no presenten riesgos a la salud.	por que	Quiere hacer crecer su negocio

¿Como podríamos?

Busca generar más ingresos a costa de una moda más sostenible, aun sabiendo que esta no es muy conocida y puede que no genere la rentabilidad deseada

acción o intención

Andrés trata de generar un cambio en la mentalidad tanto de sus compradores como de sus mismos trabajadores.

arquetipo

Hacer que las personas sean más conscientes con respecto a las prendas que compran y compren por comprar, sino que sepan elegir.

efecto deseado

Retos de diseño

Vendedores de ropa de 2da mano

Arquetipo		Dolor / necesidad		INSIGHT
Jessica	le duele/ necesita	Le duele y le molesta que las personas vean con malos ojos su emprendimiento ya que piensan que es ropa malograda o demasiado usada	por que	Las mayoria de personas prefiere comprar ropa nueva y desechar la que ya no usa

¿Como podríamos?

Hacer que el reuso de prendas esté bien visto por la sociedad.

acción o intención

no genera muchos ingresos debido a lo poco visible de esta tendencia del reúso de prendas

arquetipo

Quiere hacer que las personas piensen de forma diferente respecto a la ropa rehusada, ayudando así a minimizar el impacto negativo del fast fashion en el medio ambiente

efecto deseado

Retos de diseño

Personas compradoras de "fast fashión" por moda.

Arquetipo		Dolor / necesidad		INSIGHT
Andrea	le duele/ necesita	No consigue qué ponerse a pesar de tener bastante ropa, necesita una manera de deshacerse de la ropa que ya no usa	por que	Quiere ingresos y más espacio en su habitación

¿Como podríamos?

Crear un proyecto que se encargue de recoger prendas que la gente ya no use, de manera que impulsemos el reciclaje de dichas prendas

acción o intención

que se ha dado cuenta que tiene demasiada ropa

arquetipo

Pueda tener más espacio en su habitación y al mismo tiempo recibir algo a cambio por la entrega de su ropa

efecto deseado

Retos de diseño

Personas compradoras de "slow fashión".

Arquetipo		Dolor / necesidad		INSIGHT
Camila	le duele/ necesita	No le gusta comprar demasiada ropa y cuando lo hace busca siempre que tenga la mejor calidad	por que	Prefiere ahorrar su dinero y no malgastarlo comprando demasiada ropa que sabe que no usará.

¿Como podríamos?

al momento de comprar busque calidad pero también que la marca que la fabricó sea ecológica o ayude de alguna manera a minimizar el impacto negativo que tiene en el medio ambiente

acción o intención

Cuando compra ropa busca empresas grandes ya que supone que son de calidad.

arquetipo

Hacer que gaste menos por una prenda, y que esta sea de calidad que a su vez sea de materiales ecológicos o reciclados

efecto deseado

Semana 6

- Consolidación

Definiendo el reto de diseño:

INSIGHT

Hacer crecer un negocio de ropa eco amigable, en una industria que está completamente centrada en crear más y ofrecer menos

INSIGHT

Las personas se sienten inseguras utilizando ropa que fue desechada por alguien, y que esta ya no este a la vanguardia de la moda por el simple echo de seguir paradigmas ya establecidos

Reto de diseño

Buscar la manera de romper con estos paradigmas que existen sobre la moda, haciendo que las personas vean la reutilización o reciclaje de prendas como algo normal

Semana 7

- Propuestas de valor

Propuesta de valor: Andrés

Emprendedores de producción/venta de ropa en Gamarra

Beneficios

(Creadores de Beneficios)

Consigue una forma de dar mayor información sobre la prenda para generar más confianza.

Lo ayuda a aumentar sus ventas.

Propuesta de Valor

Ayudar a los consumidores a conocer más de cerca la ropa que busca, ofreciendo información exacta y concisa conforme a las inquietudes del mercado en cuestión (por ejemplo, la búsqueda de ropa libre de maltrato animal o materiales alérgenos).

Frustraciones

Va a proyectar una mejor percepción sobre su negocio.

Beneficios

- Aumentar el stock de prendas en tendencias para aumentar sus ventas.
- Tener más canales de venta para acceder a nuevos clientes.
- Quiero reducir mis costos de producción.
- No se que hacer con las prendas que no se venden.

Trabajos por hacer

- Vender ropa de segunda mano y de buena calidad a un precio más asequible para un mercado en un NSE intermedio, que más que buscar lucirse bien con prendas de alta gama, busca simplemente renovar su ropa o abrigarse a ellos o su familia. Además, piensa que su trabajo extiende la vida útil de las prendas y así contribuye a reducir el impacto de la moda en el ambiente.

Frustraciones

- No vende mucho porque tiene prendas que no se adecúan a las tendencias que circulan muy rápidamente en el mercado.
- Que algún proveedor de confianza ya no le brinde material para su negocio (busca la estabilidad y evita riesgos).

Propuesta de valor: Camila

Personas compradoras de "slow fashión".

Beneficios

(Le genera un retorno de inversión que le permite tener un mayor presupuesto personal.
Consigue lo que busca en un mismo lugar.

Propuesta de Valor

Permitir a los consumidores visualizar tanto las prendas que buscas como su historia en caso de ser prendas usadas y la venta de las prendas que quieres vender.

Frustraciones

Saber que no vas a terminar votando tu ropa sin recibir nada a cambio.
Accesibilidad rápida, sencilla y directa de lo que estás buscando.
Tener garantía de lo que compras

Beneficios

- Realizar las compras sin invertir tanto tiempo, lucir bien con el estilo y las prendas que compró.
- Obtener una recompensa por cada prenda que saca de su ropero.
- Conseguir mayor variedad de la que busca.

Trabajos por hacer

- Busca prendas de calidad para momentos especiales.
- Revisar las prendas, chequear la calidad de la prenda y pensar como va a combinarla con el resto de su ropa.
- Deshacerse de la ropa que ya no le sirve, no le gusta o no le queda

Frustraciones

- Botar su ropa sin conseguir nada a cambio.
- No consigue las prendas que busca.
- No conseguir prendas similares que la ayuden a sentirse bien.
- Conseguir ropa que le gusta pero de mala calidad

Semana 8

- Ideación y desarrollo

IDEACIÓN: Lluvia de ideas

RETO DE DISEÑO:

¿Cómo buscar la manera de romper con estos paradigmas que existen sobre la moda o reciclaje de prendas como algo normal y hasta divertido?

E-Commerce de ubicación de prendas por tiendas de 1era y segunda mano

Realizar charlas a empresas para minimizar el uso de materiales contaminantes.

Suscripción para obtener los outfits de influencers más recientes de forma temporal. Esta ropa luego se devuelve a la tienda y se vende a un precio rebajado a otras personas interesadas.

Aplicación que permita reconocer materiales en la ropa mediante códigos.

Alquiler de ropa de alta gama o outfits completos de las tendencias más populares

Revender excesos de producción de las tiendas

Identificación de imágenes de Google para ubicar prendas entre todo tipos de prendas con ayuda de códigos.

Brindar conferencias a empresas y personas sobre el impacto negativo que tiene el fast fashion en el medio ambiente

Plataforma para la recaudación y post-venta de prendas de segunda mano que estén en buen estado

restaurar y revender prendas de segunda mano que desechan las personas pero que están en buen estado

Venta de ropa de 2da de bebés y niños, que tienen poco tiempo de uso en general

Brindar conferencias a empresas y personas sobre el impacto negativo que tiene el fast fashion en el medio ambiente

Promover el uso de materiales biodegradables y de poca contaminación en empresas que se dedican a la fabricación de prendas de vestir

Venta de garaje virtual o presencial

Incentivar a las personas a través de campañas, A darle un nuevo look a sus prendas

IDEACIÓN: Agrupar y evaluar

RETO DE DISEÑO:

¿Cómo buscar la manera de romper con estos paradigmas que existen sobre la moda o reciclaje de prendas como algo normal y hasta divertido?

Realizar charlas a empresas para minimizar el uso de materiales contaminantes.

Restaurar y revender prendas de segunda mano que desechan las personas pero que están en buen estado

Incentivar a las personas a través de campañas, A darle un nuevo look a sus prendas

Brindar conferencias a empresas y personas sobre el impacto negativo que tiene el fast fashion en el medio ambiente

IDEACIÓN: Matriz de priorización y selección

	Realizar charlas a empresas para minimizar el uso de materiales contaminantes.	Incentivar a las personas a través de campañas, A darle un nuevo look a sus prendas	APP que se encarga de crear un sistema para emprendedores y personas naturales, con la finalidad de romper los paradigmas que existen de la moda en Gamarra - Perú.
Características de la Propuesta de Valor	Talleres presenciales para emprendedores de moda, donde brindamos información de los diversos materiales contaminantes de la industria.	campañas en redes sociales de como renovar las prendas del armario que se tienen olvidadas	nuestra app se encargará de tener 3 diferentes espacios dedicados a nuestros usuarios, es aquí donde colocamos talleres de aprendizaje y mini cursos para emprendedores; como también colocamos un sistema de recolección y re - venta de prendas de nuestros usuarios, asimismo, tendrán la oportunidad de contratar nuestros servicios para remodelar su prenda elegida o que ellos mismos traen y convertirlo en algo nuevo y atractivo para nuestro cliente.
Creadores de beneficios	Ayuda a que nuestros arquetipos conozcan y vean de cerca qué tipos de materiales no les favorece para sus negocios. El principal beneficio es brindarle soluciones a estos materiales y brindar alternativas que los hace más sostenibles, respetando el presupuesto que se tiene previsto para cada colección.	ayuda a que nuestros usuarios ya no boten sus prendas sino que cambien la visión que tenía esta y puedan darle una segunda vida.	para nuestros emprendedores, hace que sus marcas tengan una mejor visibilidad ya que todo lo que se trate en los talleres será guiarlos de una forma para brindar conocimientos como también para aplicar esos nuevos conocimientos a sus emprendimientos. por otro lado, a nuestro arquetipo natural podremos motivarlos a que reciclen sus prendas y no sea un producto más desechable y contaminante.
Aliviadores de dolores	ayuda a que sus emprendimientos sean más visibles.	sería un ahorro al bolsillo de las personas interesadas, porque ya no tendrían que comprar y gastar sino remodelar, asimismo, experimentara técnicas más sostenibles adaptándolos al conocimiento de cada usuario	para nuestros emprendedores, sería más fácil ya que disminuirían costos, como también obtendrían mayores ganancias. asimismo nuestros usuarios naturales tendrían expectativas diferentes de marcas de ropa y tendríamos sistema de concientización de ellos a su círculo personal.
Tipo de innovación	discontinua	radical	incremental
Viabilidad y	viable - 4	viable - 5	viable - 5

DESARROLLO

Plataforma que busca eliminar paradigmas de la moda.

WEB

ARQUETIPO

emprendedores

talleres gratuitos de aprendizaje y cómo aplicarlo a la marca.

redes sociales

consumidores de moda

compra y venta de prendas que ya no quieren y están en buen estado.

campañas publicitarias, para hacernos visibles y que todos conozcan nuestra app. (apoyo de nuestra innovación)

Cómo funciona nuestro sistema

Nuestras campañas de visibilidad serán dirigidas a diferentes canales digitales, nos apoyaremos con tik tok, instagram y fb, para dar a conocer nuestra app y cómo funciona esta.

al iniciar en la web tendrán que loguearse, existirán dos tipos de login.

emprendedores

colocar correo y el nombre de su marca, tiempo que tiene la marca en el mercado, dejar link de sus redes sociales si es que lo tuviera.

consumidores de moda

colocar correo electrónico, nombre, edad.

Al momento de logearse tendrán accesos a talleres, cursos, experimentación y espacios de ventas digitales que harán que su marca tenga mejor crecimiento. Dentro de este espacio brindaremos cursos largos e intensivos que tendrá un costo adicional, como también podrán tener cursos gratuitos y de menor tiempo. Así mismo, podrán acceder a las asesorías personalizadas con expertos que tenemos para ellos para capacitar a su equipo.

En este espacio del app las personas tendrán la oportunidad de vender sus prendas que ya no quieren y recibir su ganancia total, asimismo podrán comprar prendas que les guste dentro de nuestra recepción de prendas. Además contaremos con un espacio dentro de la app donde podrán contratar nuestros servicios para remodelar sus prendas con asesorías personalizadas directamente con la diseñadora de modas.

DESARROLLO

Con esta iniciativa hacemos que miles de personas disminuyan el impacto que tiene el fast fashion y los precios de nuestra iniciativa no sobrepasará la economía de nuestros usuarios.

De esta forma estaremos eliminando EL FAST FASHION Y EL POCO CONOCIMIENTO SOBRE EL IMPACTO NEGATIVO QUE TIENE ESTE EN LA NATURALEZA Y CÓMO INFLUYE EN LA COMPRA/VENTA DE ROPA EN GAMARRA

Semana 9

- Definición de la Propuesta de valor
- Definición de Arquetipos de usuario

DEFINICIÓN DE PROPUESTA DE VALOR

Propuesta de Valor

Habilitar a tanto vendedores como compradores de ropa una plataforma donde puedan conectar y comerciar prendas que sean afines al público objetivo.

Beneficios

Compradores: Se aproximaron más fácilmente a los artículos que buscan en un sitio dedicado

Vendedores: Se aproximan mejor a su público objetivo y podrán recibir una capacitación sobre la producción y el consumo responsables

Frustraciones

Compradores: Podrán saber si la ropa que compran presenta un riesgo a su salud, además de poder acceder a prendas de moda a un precio bajo

Vendedores: La ropa que no se vende no se deshecha, sino se vende por oferta

Beneficios

- Compradores: Que puedan acceder fácilmente a una tienda de ropa y buscar las tendencias del momento.
- Vendedores: Que puedan abastecer a su público de forma fácil y que las personas puedan ofrecer las prendas que ya no usan

Frustraciones

- Ambos: No obtener a tiempo las prendas acorde a las tendencias.
- Compradores: Prendas con materiales alérgenos o tóxicos. Que le falte dinero en un momento puntual e inesperado.
- Vendedores: La ropa que no se vende.

Trabajos por hacer

- Vendedores: Tener un negocio responsable con el medio ambiente.
- Compradores: Estar a la moda con las últimas tendencias.

DEFINICIÓN DE ARQUETIPOS:

Nombre: Camila

¿Quién es tu arquetipo? ¿Cómo se ve? ¿Qué hace?

Camila. Es Arquitecta, con 10 años de experiencia, vive con sus padres en Ate. Le gusta salir de fiesta, compartir con sus amigos, rara vez compra ropa en tiendas grandes, normalmente suele comprar ropa en ferias, ella siempre busca marcas que sean sostenibles, ya que lo que busca realmente es que sean de calidad y que la marca tenga algún valor sostenible para la sociedad como para el medio ambiente. asimismo, prefiere conservar su ropa porque le trae recuerdos importantes en su vida, dándole un nuevo uso a sus prendas.

¿Qué dice o piensa?

- Le gusta conservar sus prendas porque tiene un valor sentimental para ella.
- Comprar ropa en marcas sostenibles, cuando las necesita.
- Siempre piensa en cómo fue elaborada su prenda y es muy importante que sus prendas tengan materiales sostenibles.

Comportamientos

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

- Si sabe que es el fast fashion y cómo este afecta ya que es una industria muy contaminante.
- Es por ello que al comprar ropa, se enfoca en ir directamente a marcas que tengan como prioridad el slow fashion.
- Para ella lo más importante es su comodidad y la calidad y el valor de cada prenda que compra.

Pains y gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

- Lo que le molesta es ver cómo la gente gasta tanto dinero comprando ropa en marcas que no practican ningún valor como las marcas fast fashion.
- A veces le molesta que las tiendas venden ropa barata y que no sea de calidad, ya que esta se malogra al poco tiempo de haberla comprado y muchas veces en su producción se perjudica alguien.

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

- Desearía que las marcas le den preferencia a la calidad y no a la cantidad de prendas que fabrican.
- Quiere que todas las marcas tengan un sentido de conciencia desde su producción hasta su venta.
- Necesita que todos sepan que la moda sostenible es el nuevo campo para cambiar el ambiente en el que vivimos.

DEFINICIÓN DE ARQUETIPOS:

Nombre: Andrés

¿Quién es tu arquetipo? ¿Cómo se ve? ¿Qué hace?

Andrés. Tiene un pequeño negocio de ropa en Gamarra. Donde sus clientes van a buscar prendas a un precio atractivo, Andrés se enfoca en investigar bien el sector de su marca y los productores de prendas más confiables. En redes sociales suele ver la publicidad de las grandes marcas de ropa y las tendencias que estas lideran, asimismo; visita marcas establecidas para ver nuevas tendencias y los materiales que se están usando para las temporadas y así ver qué estilos de prenda puede aplicar en su negocio de acuerdo a la demanda. Siempre busca que los trabajadores de su negocio produzcan más para el crecimiento de su marca.

¿Qué dice o piensa?

- Lo importante es generar ingresos para mi negocio.
- La ropa que más vendo es la que está en tendencia.
- Me gusta pasear por diversas tiendas que tienen similitudes con mi marca para tener ideas nuevas.
- Busco materiales accesibles y producción para poder vender mis prendas a un costo bajo.

Comportamientos

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

- No conoce nada el Fast Fashion y la contribución de la industria de la moda en la contaminación ambiental, no cree necesario involucrarse tanto con los términos de moda.
- Las grandes marcas ya asentadas en el mercado manejan muchas más colecciones que su negocio, aunque esto no le afecte mucho puesto que los precios de sus prendas son más bajos.
- Busca mano de obra barata y de calidad para sus prendas. Siempre cuida su bolsillo.
- Suele hacer una especie de benchmarking de otras marcas y así brindar lo adecuado a sus clientes.
- Suele buscar materiales baratos pero de calidad estándar para poder vender sus productos a bajos costos.

Pains y gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

- Que el taller donde lleva sus prendas no le entreguen a tiempo.
- Cuando ve a marcas que venden más que su marca.
- Que un proveedor con trayectoria de repente ya no pueda brindarle material o su calidad baje.
- Que lo comparen con otras marcas.

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

- Quiere que su marca sea reconocida y pueda obtener mayores ganancias.
- Quiere colocarse como la primera marca peruana más grande.
- Necesita generar mas ingresos y no sabe como

Arquetipos de usuario: síntesis

Compradora

Camila



Una joven abogada que vive sola en Surco. Le gusta la moda en general, busca siempre llevar y comprar las últimas tendencias, sigue a muchos influencers de moda en redes y le gusta comprar ropa que esté a la moda sin importar el precio. Muchas veces cuando tiene ropa que ya pasó de moda, la dona o regala a sus amigas, no importa que las prendas sigan como nuevas. Desearíaque las marcas peruanas vendan ropa que no esté desactualizada con respecto a las tendencias de la moda y que las tiendas cuentan con plataformas digitales funcionales.



Andrés

Vendedor

Emprendedor en un pequeño negocio en Gamarra. Vive en San Miguel. Sabe sobre el Fast Fashion y su contribución en la contaminación ambiental. También es consciente con los materiales de la ropa que vende, por eso elige bien a sus proveedores. Por ello necesita una manera de contar con un negocio más consciente con el medio ambiente y vender prendas de calidad, baratas y sin riesgos a la salud para sus trabajadores o clientes.

Semana 10

- Talleres generativos

Sistematizar la información:

Objetivo 1: Informar sobre el fast fashion y su impacto negativo que tiene sobre el medio ambiente.

Las personas tienen cierto conocimiento sobre el fast fashion	Algunos escucharon superficialmente sobre qué se trata	No conocen ni saben la procedencia de sus prendas o en qué condiciones fueron fabricadas	Muchos de ellos lo consumen sin darse cuenta	Sin querer terminan comprando esta ropa ya que es económica	Algunos afirman que no llegan a preguntar o conocer la procedencia de sus productos

Objetivo 2: Analizar sobre el uso de materiales contaminantes en el fast fashion

La mayoría de personas no conocen los materiales ni de donde provienen	Están disgustados con la información que se les da sobre los componentes de esta moda y el cómo impacta negativamente en el ambiente	Hay una inconformidad sobre las marcas ya que estas no informan de donde o como se fabrican las prendas que venden

Objetivo 3: Análisis del ciclo de vida de prendas y planteamiento de estrategia sobre moda sostenible

Quieren ayudar a disminuir el consumo de esta moda	Aún hay cierta desconfianza en comprar ropa de segunda mano a través de internet	Los participantes están interesados en seguir aprendiendo a cómo disminuir el consumo de esta moda	Procurarán buscar ropa e investigar la procedencia de sus prendas

RESULTADOS:

Objetivo 1: Informar sobre el fast fashion y su impacto negativo que tiene sobre el medio ambiente

Los participantes tienen poco conocimiento sobre el impacto negativo de esta moda ya que las marcas no estan muy interesadas en compartir el como se fabrican las prendas, algunos en cambio si llegaron a escuchar de que se trata pero no llegaron a indagar más acerca de es te tema, es por eso que existe una desinformación completa acerca de este tema.

Objetivo 2: Analizar sobre el uso de materiales contaminantes en el fast fashion

La mayoría de los participantes no conocen de material y menos sobre cómo o de donde provienen, ya que cuando salen a comprar ro pa se limitan a saber si es de su talla o simplemente les gusta la prenda, pero una vez que se les llega a comentar sobre la procedencia e im pac to negativo de distintos materiales su pensamiento cambia ya que indirectamente también les afecta el saber que tan contaminante puede llegar a ser es ta industria.

Objetivo 3: Analisis del ciclo de vida de prendas y planteamiento de estrategia sobre moda sostenible

Al presentarles propuestas como por ejemplo la compra -venta de ropa de segunda mano aún hay cierta desconfianza ya que no hay un a empresa o marca que asesore o brinde la garantía de calidad de estas prendas, es por ello que según palabra de ellos mismos: "buscar e inv estigar de donde viene la ropa antes de comprarla".

Conclusiones:

Como conclusión podríamos decir que las personas están muy poco informadas sobre lo que es realmente el fast fashion y que es ta detrás de esto, los temas como la contaminación y la explotación son muy conocidos, pero muy poco tomados en cuenta al momento de comprar las pre nda s.
El tema con la ropa de segunda mano es que tiene muchos tabús detras, como por ejemplo la mala calidad o malas experiencias a dqu iriendo estas prendas, es por ello que existe cierto temor al momento de comprar o hablar acerca de este tema

Semana 11

- Autoevaluación
- Lienzo de Modelo de Negocio

AUTOEVALUACIÓN



Lienzo de modelo de negocio

RE2TYLE

ALIADOS CLAVES

- Empresarios textiles
- Influencers

ACTIVIDADES CLAVES

- Brindar talleres y asesorías a los vendedores, empresarios y personas
- Publicación de información en un blog
- Publicación en redes sociales
- Restauración de prendas cuando sea necesario
- Comercio de ropa de segunda mano (personas)
- Comercio de ropa sostenible (emprendedores)

RECURSOS CLAVES

- Espacio para talleres y asesorías presencial y/o virtual
- Servicio de hosting
- Community manager
- Comunicadores y expertos en la temática del slow fashion y la economía sostenible

PROPUESTA DE VALOR

Habilitar un espacio digital donde se pueda comercializar prendas de segunda mano y que los vendedores, sea un empresario o no, puedan asesorarse en prácticas sostenibles con el medio ambiente al mismo tiempo que negocian en nuestra plataforma.

RELACION CON LOS CLIENTES

- Honestidad y responsabilidad brindando la información más exacta posible del estado de las prendas que se comercian
- Comunicación y asesoramiento con los vendedores
- Servicio post-venta

CANALES

- Sitio web
- Redes sociales (Instagram y TikTok)

SEGMENTO DE CLIENTES

- CENTRALES: Personas que busquen conseguir prendas baratas
- DIRECTOS: Personas que deseen entregar la ropa que no usan
- INDIRECTOS: Emprendedores

ESTRUCTURA DE COSTES

- Instrumentos para la restauración de prendas
- Pagos a los ponentes de los talleres
- Pago del servicio de hosting

FLUJO DE INGRESOS

- Suscripción a talleres y asesoría avanzados a los emprendedores
- Ganancias de las prendas comerciadas
- Publicaciones monetizadas

Semana 12

- Identificando la competencia
- Lienzo de Modelo de Negocio (Producto Mínimo Viable)

Identificando la competencia

	COMPETENCIA 1	COMPETENCIA 2
Producto / Servicio	Resikla	Trueque + Verde
Breve descripción	Servicio online de Platanitos que permite a las personas vender y comprar una variedad de artículos de segunda mano.	Feria organizada por Falabella donde las personas pueden intercambiar prendas con un sistema de puntos.
¿En qué se parece a mi solución?	Cuenta con una plataforma online y cualquier persona puede ingresar y vender/comprar	son un sistema parecido al nuestro, sin embargo; sus procesos se manejan totalmente en físico y no en digital como lo manejamos nosotros.
¿En qué se diferencia de mi solución?	Nosotros buscamos un servicio más focalizado a las prendas.	En nuestro servicio se comerciarán prendas usando dinero

Lienzo de modelo de negocio MVP/MSV

RE2TYLE

ALIADOS CLAVES

- Empresarios textiles
- Influencers
- Especialistas en diseño

ACTIVIDADES CLAVES

- Brindar talleres y asesorías a los vendedores, empresarios y personas
- Publicación de información en un blog
- Publicación en redes sociales
- Restauración de prendas cuando sea necesario
- Comercio de ropa de segunda mano (personas)
- Comercio de ropa sostenible (emprendedores)

RECURSOS CLAVES

- Espacio para talleres y asesorías presencial y/o virtual
- Servicio de hosting
- Community manager
- Comunicadores y expertos en la temática del slow fashion y la economía sostenible

PROPUESTA DE VALOR

Habilitar un espacio digital donde se pueda comercializar prendas de segunda mano y que los vendedores, sea un empresario o no, puedan asesorarse en prácticas sostenibles con el medio ambiente al mismo tiempo que negocian en nuestra plataforma.

RELACION CON LOS CLIENTES

- Honestidad y responsabilidad brindando la información más exacta posible del estado de las prendas que se comercian
- Comunicación y asesoramiento con los vendedores
- Servicio post-venta

CANALES

- Sitio web
- Redes sociales (Instagram y TikTok)

SEGMENTO DE CLIENTES

- CENTRALES: Personas que busquen conseguir prendas baratas
- DIRECTOS: Personas que deseen entregar la ropa que no usan
- INDIRECTOS: Emprendedores

ESTRUCTURA DE COSTES

- Instrumentos para la restauración de prendas
- Pagos a los ponentes de los talleres
- Pago del servicio de hosting

FLUJO DE INGRESO

- Suscripción a talleres y asesoría avanzados a los emprendedores
- Ganancias de las prendas comerciadas
- Publicaciones monetizadas

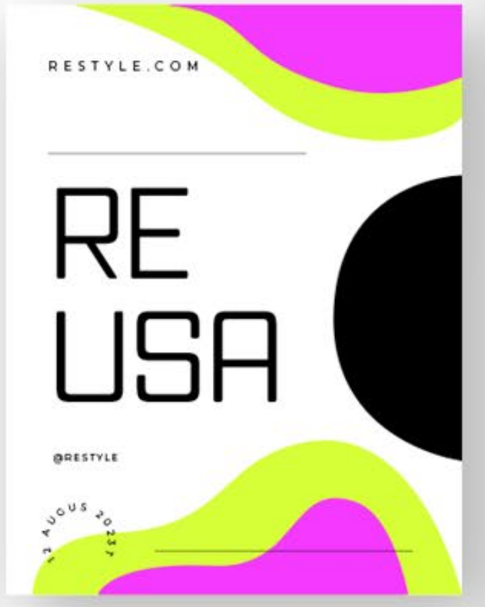
Semana 13

- Construcción del prototipo
- Lienzo de presupuestos
- Lienzo de ingresos

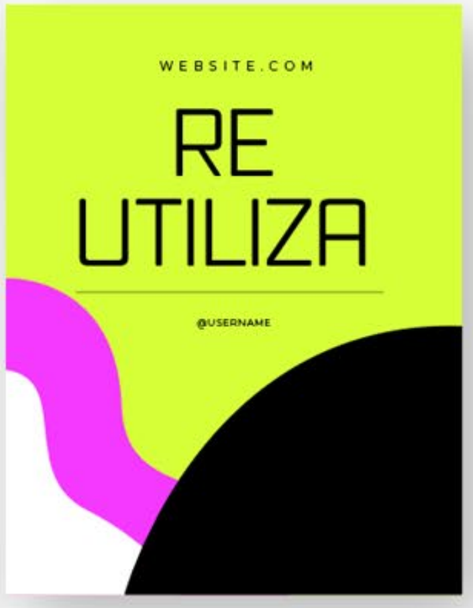
Construcción del prototipo

R.R.S.S - Instagram





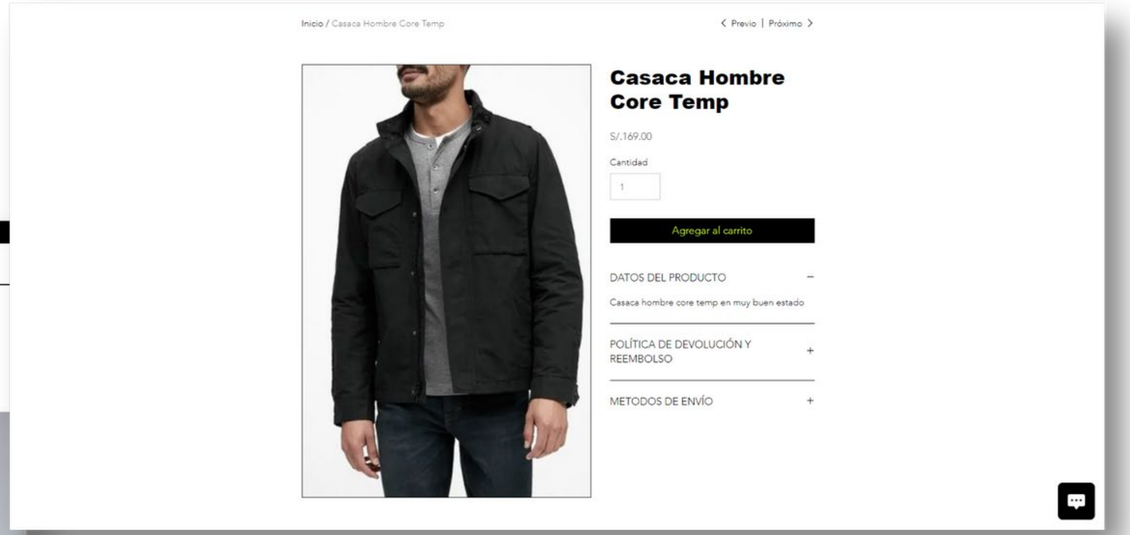


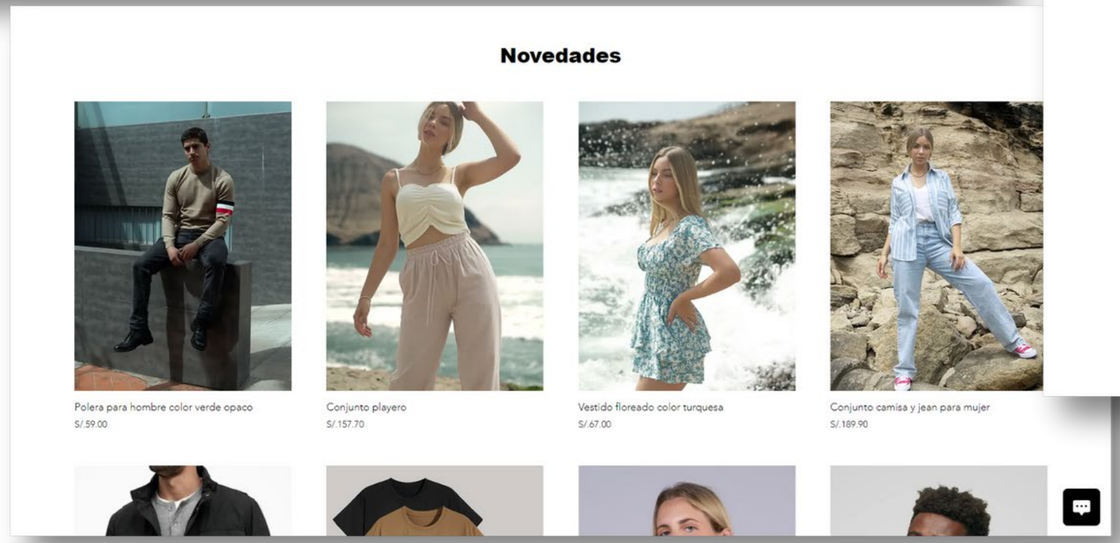


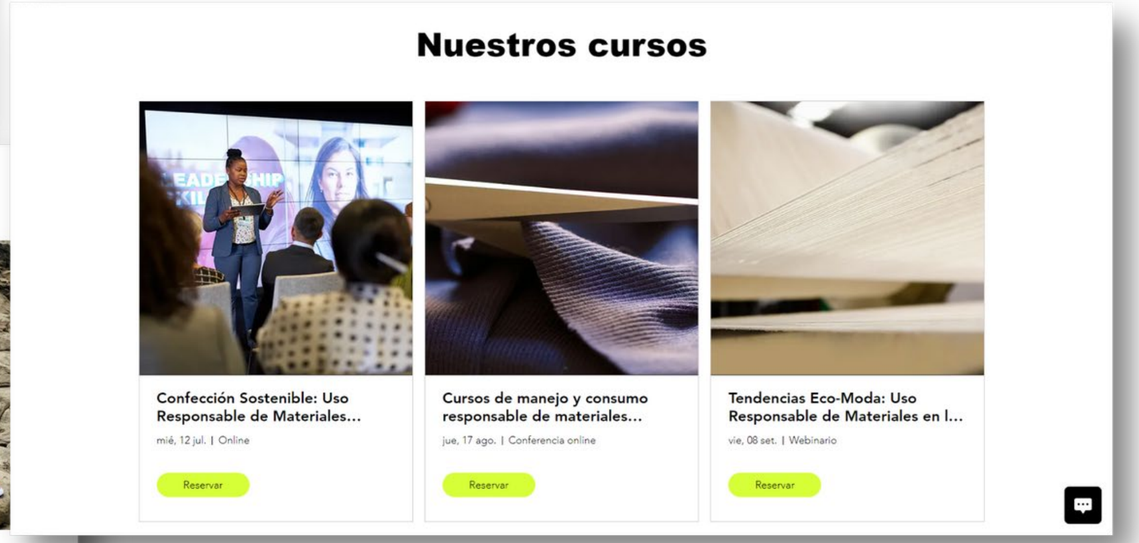
Construcción del prototipo

Diseño de la web



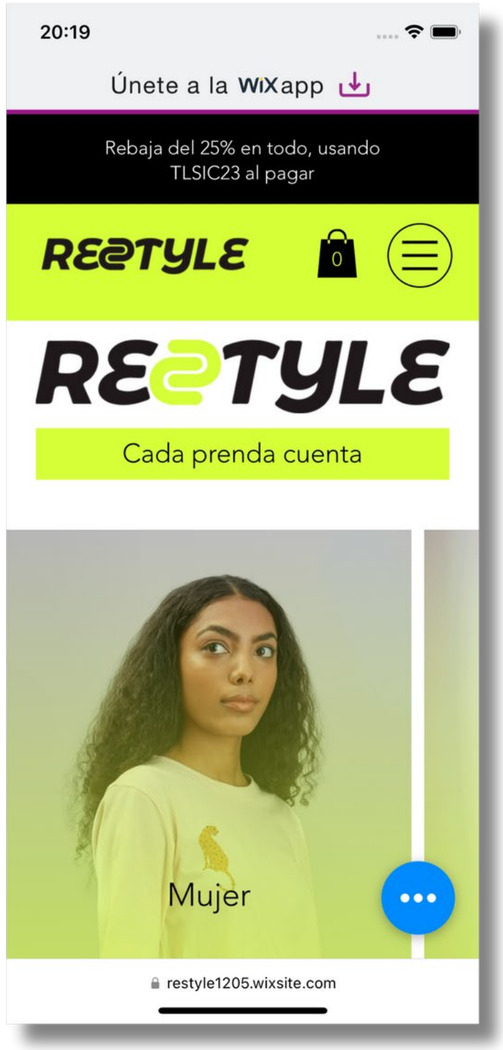


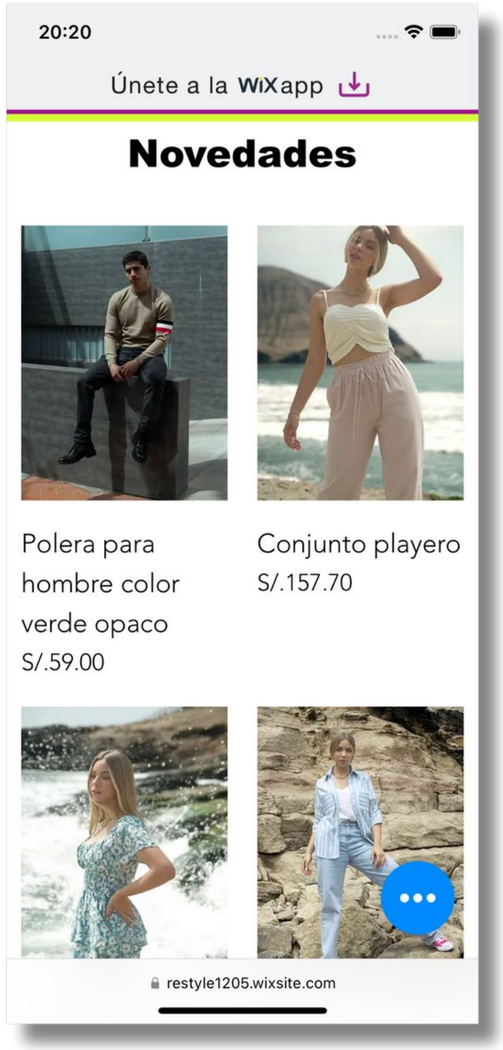




Construcción del prototipo

Diseño de la web









Lienzo de presupuestos Inicial

	Recursos	Unds.	Precio	Total x Unidad
Producción	Hosting	1	S/. 2.59	S/. 2.59
	Dominio	1	S/. 77.99	S/. 77.99
	Laptop	1	S/. 2,900.00	S/. 2,900.00
	UX / UI Designer	1	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00
	Desarrollador	1	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00
Administrativo	Administración / mantenimiento web	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00
	Atención al cliente	3	S/. 1,000.00	S/. 3,000.00
Logísticos	Transporte / Delivery	3	S/. 1,080.00	S/. 3,240.00
	Bolsas de envío	1 millar	S/. 160.00	S/. 160.00
Total				S/. 15,680.58

Lienzo Costos Fijos

Recursos	Tiempo	Precio
R.R.S.S. Ads	1año	S/. 1,500.00
Dominio	1 año	S/. 79.99
Hosting	1 año	S/. 438.76
Sistema de gestión de contenidos	1 año	S/. 225.00
Transporte de productos	1 año	S/. 1,080.00
Soporte	Mensual	S/. 1,025.00
Acompañamiento	Mensual	S/. 1,025.00
Diseñador gráfico	Mensual	S/. 2,050.00
Diseñador de moda	Mensual	S/. 1,025.00
Publicista	Mensual	S/. 1,025.00
Total		S/. 9,473.75

Lienzo Costos Variables

Recursos	Cantidad	Precio
Bolsas (35x25x25)	1 millar	S/. 160.00
Cajas (40x30x10)	1 ciento	S/. 340.00
Tarjetas (8.5x5.5)	1 millar	S/. 60.00
Tarjetas de agradecimiento (9x9)	1 millar	S/. 100.00
Total		S/. 660.00

Lienzo de ingresos

Servicios	Unds.	Precio	Total
Talleres Personalizados	66	S/. 80.00	S/. 4,220.00
Asesorías Personalizadas	16	S/. 250.00	S/. 4,000.00
Ventas	392	S/. 10.00	S/. 3,920.00
Restauración de prendas	13	S/. 300.00	S/. 3,900.00
Total			S/. 16,040.00

1.Talleres personalizados

Meses	Cantidad de talleres	Costo unid.(S/.)	Cant. personas	Total
Enero	1	S/. 80.00	5	S/. 400.00
Febrero	1	S/. 50.00	7	S/. 350.00
Marzo	1	S/. 60.00	6	S/. 360.00
Abril	1	S/. 80.00	5	S/. 400.00
Mayo	1	S/. 70.00	5	S/. 350.00
Junio	1	S/. 50.00	5	S/. 250.00
Julio	1	S/. 80.00	5	S/. 400.00
Agosto	1	S/. 50.00	7	S/. 350.00
Septiembre	1	S/. 60.00	6	S/. 360.00
Octubre	1	S/. 80.00	5	S/. 400.00
Noviembre	1	S/. 70.00	5	S/. 350.00
Diciembre	1	S/. 50.00	5	S/. 250.00
1 año	12		66	S/.4,220.00

2. Asesorías personalizadas

Meses	Cant. de asesorías	Costo uni. (S/.)	Total
3 meses	4	S/. 250.00	S/. 1,000.00
3 meses	4	S/. 250.00	S/. 1,000.00
3 meses	3	S/. 250.00	S/.750.00
3 meses	5	S/. 250.00	S/. 1,250.00
1 año	16		S/. 4,000.00

3. Ventas

Meses	Cant. de ventas	Costo uni. (S/.)	Total
3 meses	98	S/. 10.00	S/. 980.00
3 meses	96	S/. 10.00	S/. 960.00
3 meses	98	S/. 10.00	S/. 980.00
3 meses	100	S/. 10.00	S/. 1,000.00
1 año	392		S/. 3,920.00

4. Restauración de prendas

Meses	Cant. de servicio	Costo uni. (S/.)	Total
3 meses	5	S/. 300.00	S/. 1,500.00
3 meses	4	S/. 300.00	S/. 1,200.00
3 meses	3	S/. 300.00	S/. 900.00
3 meses	1	S/. 300.00	S/. 300.00
1 año	13		S/. 3,900.00

Semana 14

- Validaciones

Validaciones (subir encuestas realizadas)

Cual es tu primera impresión al ver la pagina?

10 respuestas

Interesante, es una nueva idea para frenar la contaminación ambiental
Curiosidad
Interesante
Juvenil
Buena por la innovación de productos que ofrecen
Interesante
Linda
Esta bien bonito y se ve ordenado y precisa la información
Me gustó, se ve bien dinámica.

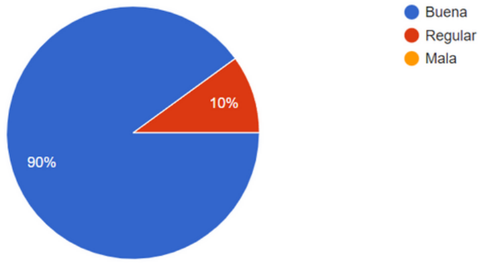
¿Qué características o funcionalidades esperarías encontrar en la página web de ReStyle?

Novedades y un bajo costo
Mayor comunicación hacia los usuarios
Talvez indicar claramente las tallas comparando con tallas peruanas
Los costos podrían estar del más bajo al más alto
Variedad de nuevos productos
Detallar el material
Carrito de Compras
Facilidad en mi compra
Me gustaría tener un guía en cada compra o venta que haga.

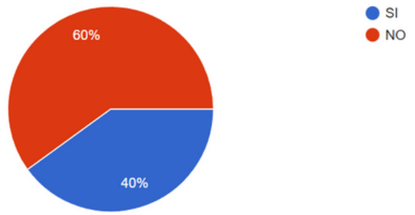
¿Qué tipos de prendas te gustaría encontrar en ReStyle?

Ropa de todas las tallas y para mujeres adultas
Ropas deportivas
Zapatillas y accesorios
Prendas de vestir y otros productos novedosos
De vestir
Tops/ Poleras
Poleras
De todo, más que nada ropa vintage, que esté en buen estado.
Polos, casacas, pantalones, gorros

¿Qué te parece la idea de comprar y vender prendas en una plataforma en línea como ReStyle?



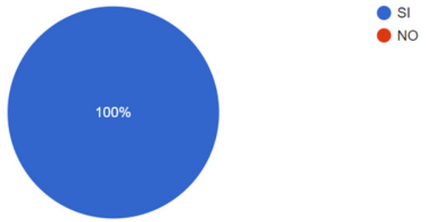
¿Has utilizado alguna vez una plataforma similar para comprar o vender productos en línea?



¿Consideras que los cursos sobre el uso de telas ecológicas son útiles? ¿Por qué?

Si, para concientizar a la gente
Si para promover el uso de materiales ecologicos
Claro para poder llevarlo a cabo en prendas de la familia
Si, porque así teníamos más garantía en las prendas
Por su puesto
Si
si, para aprender el uso de ellas y el con que fin
Si, para tener mayor conciencia
Si claro, porque ayuda abrir la ideología que se tiene desde hace mucho tiempo.

¿Crees que es importante promover el uso de telas ecológicas en la industria de la moda?



¿Cómo crees que la venta de prendas usadas en ReStyle contribuye a la sostenibilidad ambiental?

Es tiempo de tomar conciencia y cuidar el planeta
Menos contaminación ya que algunas personas no reutilizan esas prendas
Podría ser
No contribuye
La basura de uno es el tesoro de otro, puede que ya no las utilicemos pero esten en buen estado por lo cual puede pasar a ser una nueva oportunidad a la prenda
Para reducir la contaminación
Según aprecio la página, veo que es un sistema que ayuda a las personas a no tirar sus prendas sino venderlas y quizás recuperar la inversión o tal vez no generar más residuos al momento de tirarla a la basura.

Validaciones (subir encuestas realizadas)

¿Cómo crees que ReStyle podría mejorar la experiencia de compra y venta en su plataforma?

- Más anuncios publicitarios
- Indicando claramente tallas y colores
- Con un tutorial para realizar o con asistentes que también puedan ayudar
- Con una publicidad llamativa
- Siendo explícito
- Mediante podcast
- Para mí está bien
- Me parece que el acompañamiento para cada una de las personas que estén comprando o vendiendo, sería magnífico.
- Creando un enlace directo con facebook, como una sociedad con market place

¿Crees que la comunidad de usuarios en ReStyle puede ser beneficiosa para los compradores y vendedores? ¿Por qué?

- Si porque es bueno lo ecológico
- Si sería forma de comprar y vender entre los del grupo de primera mano
- Si, porque ambos buscarían su necesidad, los vendedores su ganancia y los compradores algo más económico y al alcance de su bolsillo
- Por los precios
- Si
- si, Estarian altanto de las tendencias y como poder plasmarlos en los nuevos ingresos
- Si, siempre es bueno tener una comunidad si es una marca o un producto
- Si, porque todos estamos haciendo un bien dentro de una plataforma y a la vez generando un porcentaje de ganancia.

¿Consideras que la moda sostenible y el uso de telas ecológicas son tendencias importantes en la actualidad?

- Si, porque la gente cada vez es más consciente de la afectación ambiental
- Si claro porque menor contaminación de telas sinteticas
- Si
- La mayoría de las personas buscan el bien para nuestro planeta así que la moda sería un buen camino para tener menos contaminación
- Si por la innovación
- Si
- no mucho
- Si, todos estamos buscando aportar en algo al planeta

Validaciones

Hipótesis	Observaciones	Resultados	Acciones
Se espera que un grupo de personas reaccione de manera positiva al ver una página innovadora que les permita comprar y vender ropa de segunda mano debido a la creciente conciencia medioambiental, la posibilidad de ahorro económico, la oferta de variedad y exclusividad en prendas, así como la oportunidad de conectarse con una comunidad comprometida con la moda sostenible. Sin embargo, es importante tener en cuenta que los resultados pueden variar según la cultura, las preferencias individuales y otros factores socioeconómicos.	Mientras ejecutamos las encuestas, nos dimos cuenta que las personas, cada vez están optando por tendencias eco amigables, esto debido a la creciente conciencia medioambiental antes mencionada y la necesidad de reducir el consumo desenfrenado. Una página que facilite la compra y venta de ropa de segunda mano puede ser vista como una solución sostenible y respetuosa con el medio ambiente.	Al analizar los resultados y registros obtenidos, se pudo extraer conocimientos valiosos sobre las preferencias de los usuarios como: las tendencias de moda sostenible, la experiencia del usuario, las interacciones de la comunidad y el impacto medioambiental. Estos aprendizajes pueden ser utilizados para mejorar la plataforma, adaptar la oferta a las necesidades de los usuarios y comunicar el valor sostenible de la misma.	Tomando en cuenta los puntos anteriormente mencionados, se podrían considerar las siguientes acciones y soluciones innovadoras para mejorar la página y el proyecto en general: Personalización de la experiencia del usuario: Utilizar técnicas de análisis de datos y aprendizaje automático para ofrecer recomendaciones personalizadas a los usuarios. Esto podría basarse en sus preferencias de estilo, tallas, marcas favoritas y patrones de compra anteriores. Al proporcionar una experiencia más personalizada, se aumenta la satisfacción del usuario y la probabilidad de realizar compras. Introducir un sistema de verificación de calidad: Implementar un sistema de verificación de calidad para asegurarse de que las prendas listadas en la página cumplan con los estándares establecidos. Esto podría incluir una revisión visual de las prendas y la validación de la información proporcionada por los vendedores. Al garantizar la calidad de los productos, se fomenta la confianza de los compradores y se reduce el riesgo de adquirir artículos en mal estado. Promover la interacción y la comunidad: Crear espacios interactivos en la página donde los usuarios puedan compartir sus experiencias, recomendar productos y brindar consejos sobre moda sostenible. Esto podría incluir foros de discusión, blogs o incluso la posibilidad de organizar eventos y encuentros relacionados con la moda circular. Fomentar la participación de los usuarios fortalecerá la comunidad y generará un mayor compromiso con la plataforma. Colaboraciones con diseñadores y marcas sostenibles: Establecer alianzas con diseñadores y marcas comprometidas con la moda sostenible. Esto podría incluir la venta exclusiva de prendas de diseñadores emergentes o la promoción de marcas que utilizan materiales orgánicos o reciclados. Estas colaboraciones no solo aportarían variedad y exclusividad a la plataforma, sino que también ayudarían a impulsar el movimiento de la moda sostenible y a atraer a un público más amplio. Implementar una opción de alquiler de ropa: Expandir la oferta de la página mediante la introducción de un sistema de alquiler de ropa. Esto permitiría a los usuarios alquilar prendas por un período determinado en lugar de comprarlas. El alquiler de ropa se ha vuelto cada vez más popular, ya que ofrece una alternativa sostenible al consumo excesivo y proporciona acceso a prendas de alta calidad para ocasiones especiales. Esta solución innovadora ofrecería una experiencia única a los usuarios y ampliaría las posibilidades de la plataforma.

Muchas gracias