

La industria de la moda es la segunda más contaminante luego del petróleo, siendo responsable del 20% de las aguas residuales globales y del 10% de las emisiones globales de carbono, originadas en su mayoría por el fast fashion.

ODS



Dedicada a combatir el cambio climático y sus efectos

PROBLEMA

NU EARTH

Falta de visibilización de alternativas conscientes en la industria de la moda como marcas de slow fashion y moda sostenible.

INSIGHTS

Público objetivo (+90 encuestas)

Hombres y mujeres de 20 a 35 años

Nivel socioeconómico A,B y C.

Residentes en Lima Metropolitana.

Se muestra interés en la contaminación causada por la industria de la moda

El 64.8% de ellos
está dispuesto a consumir moda sostenible.

Público objetivo (entrevistas)

8 emprendedores de moda lenta y sostenible

Personas de entre 28 a 38 años.

Nivel socioeconómico A y B.

Residentes en Lima Metropolitana.

Les gustaría tener más visibilidad y sobresalir con su marca para seguir aportando al cuidado del planeta.

ARQUETIPOS

NU EARTH

Usuarios



Paula, 25 años.
Le interesa la moda
y conciencia social



Luis, 26 años.
Lleva un estilo de
vida minimalista

Tienen la disposición de apoyar la solución a esta problemática, pero no saben cómo.

Clientes: Emprendedora de moda sostenible



Nicole, dueña de
una marca de ropa
moda sostenible

Busca maneras de sobresalir y hacer crecer su marca.

Reto de diseño

¿Cómo podríamos ayudar a aumentar el alcance de marcas de moda lenta y sostenible?



Solución



NU EARTH

Crear una tienda conceptual virtual y física, que sirva como ventana para aumentar el alcance de alternativas conscientes en la industria de la moda como marcas de moda lenta y sostenible en Lima, Perú.



Propuesta de valor:

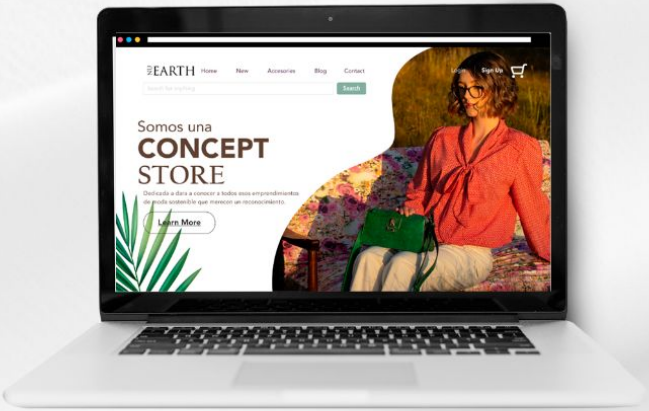
Unir la moda con la conciencia medioambiental

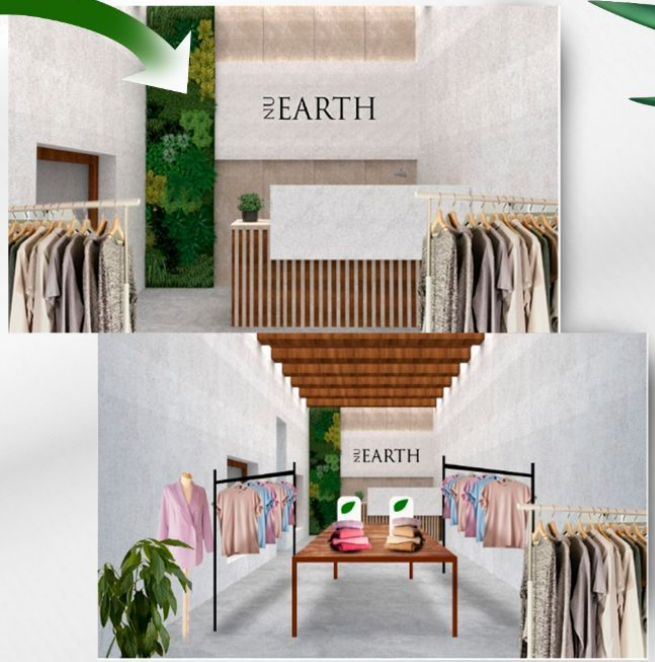
Conectaremos al público interesado en moda lenta y sostenible creando comunidad, difundiendo información de consciencia medioambiental de manera fácil, veraz y concisa y aumentando el alcance y ventas de productos de marcas de moda lenta y sostenible.

Todo ello en un solo proyecto para que se pueda abarcar el problema encontrado a 360°, siendo pioneros en trabajar con este concepto en Lima Metropolitana

El proyecto Nu-earth







Lo que se encargará cada carrera del equipo



BRUNO
DISEÑO GRÁFICO
DIRECCIÓN DE ARTE
EN NU-EARTH



ANTUANET
ARQUITECTURA DE
INTERIORES
COORDINACIÓN DE
VISUAL MERCHANDISING



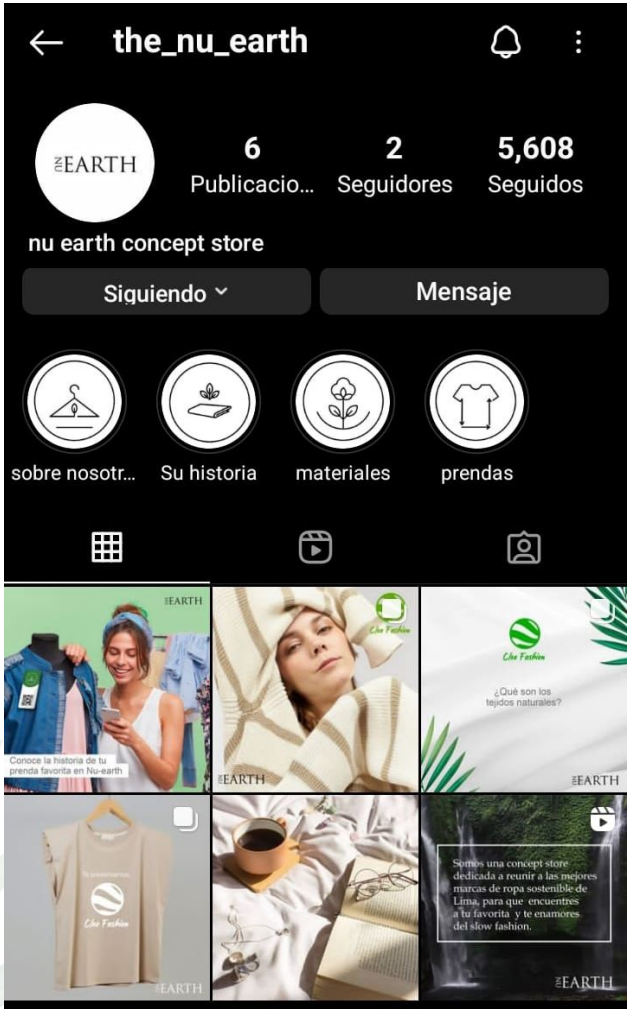
DIANA
DISEÑO Y GESTIÓN
DE MODA
GESTIÓN Y LOGÍSTICA
TEXTIL



YESENIA DÁVILA
ARQUITECTURA DE
INTERIORES
DIRECCIÓN CREATIVA
Y GESTIÓN DE TALENTO

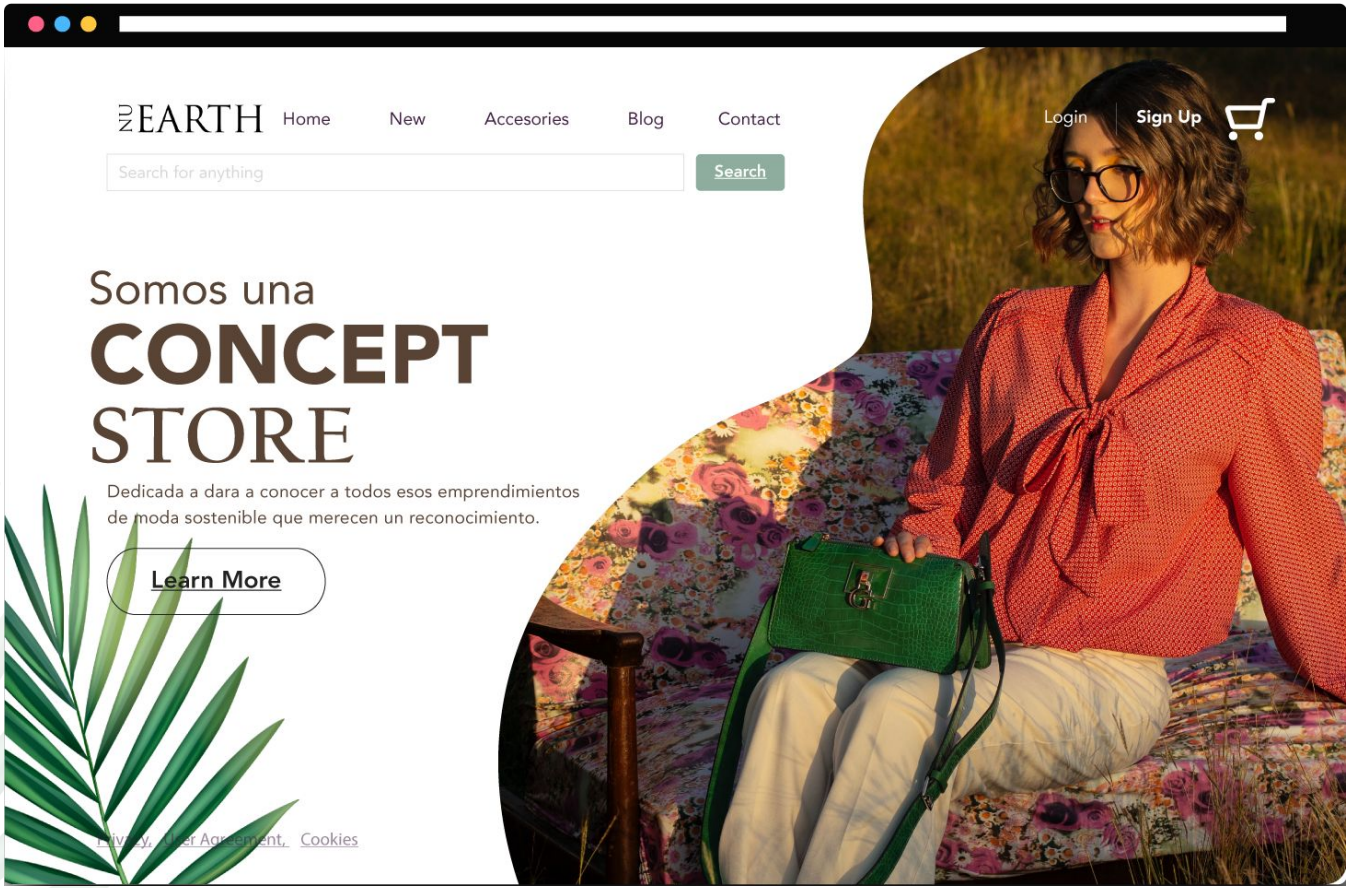
INSTAGRAM

NU EARTH



Página web

NU EARTH



Tienda física

NU EARTH





ALIADOS CLAVE

marcas de moda sostenible

Diseñador gráfico

Influencers

Empresa encargada de hacer delivery

Ministerio del medio ambiente

Diseñadora de interiores

ACTIVIDADES CLAVE

Ventana de productos

Mantenimiento de redes sociales

Control de calidad en el producto

RECURSOS CLAVE

Inventario

Prestamo bancario

Redes sociales para dar mas alcance y generar interés

PROPUESTA DE VALOR



Unir la moda con la concientización medioambiental

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Conectar, concientizar, difundir sobre la moda slow y sostenible por los distintos canales planificados a utilizar.

CANALES

Ventas online y físico

Instagram

Facebook

Publicidad ATL

SEGMENTO DE CLIENTES

CLIENTES

25 a 34 años, residen en Lima Metropolitana, pertenecen a los niveles socioeconómicos A, B y C. Son dueños de marcas de moda sostenible

USUARIOS

jóvenes entre los 25 a 34 años que residen en Lima Metropolitana y pertenecen a nivel socioeconómico A, B y C, tienen interés por la moda

PRESUPUESTO PARA la primera fase , la del mínimo viable

Diseño de la app
Laptop
Publicidad en redes
Celular

Pago de los Servicios (Diseñadores, proveedores)
Registro de la empresa
Diseño de la app

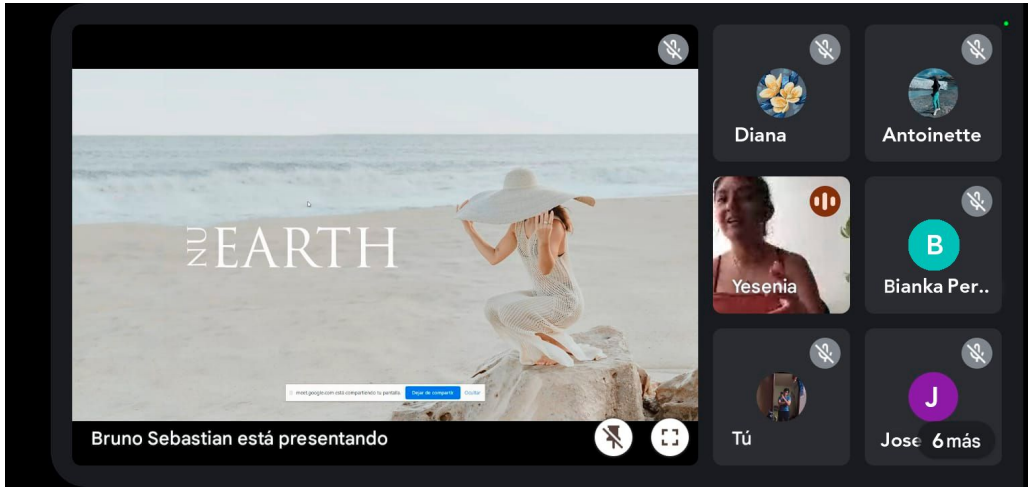
S/.5330

FUENTES DE INGRESO

Comisiones establecidas por venta de producto de las marcas asociadas con Nu- Earth

Se validó el proyecto con un taller generativo que contó con 8 participantes,

5 mujeres y **3** hombres pertenecientes al arquetipo de usuarios.



Conclusiones

- El proyecto es una solución sencilla y eficaz al reto de diseño.
- Consideran que sí les sería muy útil la difusión y concientizando sobre la relevancia de cuidar al medioambiente.
- Estarían dispuestos a unirse, consumir y recomendar el proyecto.
- Fomentaría la unión como sociedad para juntos contribuir al cuidado del planeta y frenar la crisis medioambiental.

