

“Campana de Introducci3n de Nueva Lnea de Ropa Ecol3gica”

Ivis Miroslava Talledo Aguilar
Max Leonardo P3rez Vera
Edmundo Guillermo C3rdova Dur3n
Lcdo. Alex Espinoza C3rdenas
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACI3N VISUAL
Escuela Superior Polit3cnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo Km. 30.5 v3a Perimetral.
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador
italledo@espol.edu.ec, maxlpere@espol.edu.ec, egcordov@espol.edu.ec,

Resumen

Hablar de ecolog3a, medio ambiente, reciclaje y otros factores que afectan nuestro planeta y medios de prevenci3n para contrarrestar estos problemas es un tema no muy conocido en nuestro pa3s, producto por la falta de orientaci3n y/o poco inter3s que existe en nuestro medio.

En la actualidad el problema ecol3gico est3 afectando cada vez no solo al nuestro pa3s si no tambi3n al nivel mundial, el gran problema radica en la falta de informaci3n de c3mo hacer posible la mejor manera de conservar el medio ambiente, siendo ese el punto en la cual hay que dirigirse.

El prop3sito de este proyecto no es solamente de introducir una nueva marca al mercado con fines ecol3gicos sino tambi3n transmitir un mensaje positivo y de ayuda a la conservaci3n y protecci3n del medio ambiente.

Una de las tendencias de hoy en d3a en la moda es la confecci3n de prendas a base de materiales org3nicos, que pensando en la conservaci3n del medio ambiente se crean nuevas formas de confeccionar ropa y/o telas en base de dichos materiales.

Una de ellas es la cultivaci3n, recolecci3n y elaboraci3n de telas con la utilizaci3n del algod3n org3nico a base de fertilizantes naturales que en comparaci3n de las cosechas de algod3n tradicional que crecen usando pesticidas y fertilizantes dañinos para la salud y el ecosistema.

Palabras Claves: Reciclaje, ecolog3a, moda, algod3n org3nico.

Abstract

Talking about ecology, environment, recycling and other factors affecting our planet and means of prevention to counter these problems is a subject not well known in our country, product by the lack of guidance and / or little interest there is in our midst.

At present the ecological problem is increasingly affecting not only to our country but also globally, the big problem is the lack of information on how to make the best possible way to preserve the environment, that being the point in the which must be addressed.

The purpose of this project is not only to introduce a new brand to market for environmental purposes but also to convey a positive message and support to conservation and environmental protection.

One of the trends of today in fashion garment making is based on organic materials, that thinking in the conservation of the environment is creating new ways to make clothing and / or materials on the basis of such materials.

One is the cultivation, harvesting and processing of fabrics with the use of organic cotton-based natural fertilizers compared to traditional cotton crops grown using pesticides and fertilizers are harmful to health and the ecosystem.

Key Words: Recycling, ecology, fashion, organic cotton.

1. Introducción

La moda para muchos puede ser un estilo de vida o una forma de expresar lo que sienten, pero en algunos casos solo siguen a los demás y no crean su propia moda, hay quienes dicen que la moda es solo para encajar en una sociedad, pero nosotros no debemos pensar así, debemos ver el lado bueno de la moda “vestirse a su gusto” y no por el qué dirán de la gente. En algunos casos la economía influye mucho en este tema, ya que no todos tenemos la posibilidad de vestir siempre a la moda, es por eso que tenemos que buscar algo que vaya acorde con nuestras posibilidades pero sin descuidar la apariencia y la calidad del buen vestir. [1]

2. Objetivos del Proyecto

2.1. Objetivos Generales

Difundir información fundamental para que el futuro consumidor se instruya a profundidad acerca de lo que está sucediendo en nuestro medio para poder conservarlo sin contaminarlo.

El objetivo de este proyecto es de difundir información para que el futuro consumidor sea consciente de lo que va a adquirir, con la finalidad de proporcionar ropa de calidad y mantener un Medio Ambiente verde utilizando sólo tejidos sostenibles.

Lo que se diferencia de esta campaña en general es la del producto, pues se trata de una idea no explotada; Además, al ser una idea innovadora no se cuenta con una competencia demasiado importante, ya que no hay empresas que se hayan especializado en el sector.

2.2. Objetivos Específicos

Con la finalidad de lanzar un nuevo producto al mercado con fines ecológicos en pro de ayuda al medio ambiente y de incentivo a la comunidad se han creado los siguientes objetivos:

- Beneficiar a nuestro medio ambiente sin contaminarlo.
- Influnciar que la gente joven se identifique con lo que este proyecto trata de difundir a la comunidad acerca de la conservación del medio ambiente en cuestión.
- Ofrecer promociones mostrando nuestra línea de productos ecológicos y al mismo tiempo enseñando al consumidor como proteger el medio ambiente.
- Proporcionar seminarios de capacitación a las personas que les interese nuestro proyecto a fondo con la finalidad que se unan a esta causa primordial en beneficio para toda la comunidad.
- Llegar a ser preferida por la variedad de sus estilos y diseños.

3. Definición del tamaño de la muestra

Dado que se van a realizar encuestas en la ciudad de Guayaquil, se ha decidido utilizar un tipo de muestreo por selección intencionada, dirigido a los sectores que se puede considerar más interesados en el tema, es decir todas las edades.

Tabla 1. Población de Guayaquil 2001 - 2010.

Población Ciudad de Guayaquil	2'278.738
-------------------------------	-----------

3.1. Análisis de resultados de las encuestas

El 90% de las 300 personas encuestadas al comprar prefieren el algodón, el 4% eligen la ceda y la minoría correspondiente al 2% optan por el Poliéster, Lana y Látex.

De las 165 personas que afirmaron conocer materiales orgánicos, los mas nombrados fueron: el 19% Yute, el 35% Algodón Orgánico, el 16% Cabuya, el 8% Alpaca y el 22% Paja.

El 55% de las 300 personas encuestadas conocen de la elaboración de ropa orgánica y el 45% desconocían de la elaboración.

El 93% de las 300 personas están dispuestas apoyar a favor del medio ambiente y el 7% no lo están.

El 37% de las 300 personas estarían dispuestas a pagar 20 USD por este tipo de ropa, el 51% gastarían entre 20 y 35 USD, el 8% entre 35 y 45 USD, el 3% 45 USD y el 1% más.

El 94% de las 300 personas están dispuestas unirse a la campaña en protección al medio ambiente y el 6% no lo están.

4. Plan de desarrollo

Para poder desarrollar la campaña se tienen diversas vías de comunicación a las cuales recurrir para que los consumidores se informen acerca de ella y conozcan sobre el proyecto que se llevará a cabo.

4.1. Propósito de la Campaña

El objetivo de este proyecto es de difundir información para que el futuro consumidor sea consciente de lo que va a adquirir, con la finalidad de proporcionar ropa de calidad y mantener un Medio Ambiente verde utilizando sólo tejidos sostenibles.

4.2. Ámbito para ejecución del Proyecto

La campaña será dirigida a personas que habitan en la ciudad de Guayaquil.

Habrà puntos designados de información y distribución del producto. La información también

estará disponible en todos los centros comerciales de la ciudad de Guayaquil.

4.3. Análisis del Público Objetivo

Se buscará conocer los factores que afectan al medio ambiente y dar a conocer los medios por lo cual podemos prevenirlo.

- Influenciar en la gente joven se identifique con lo que este proyecto trata de difundir.
- Promocionar seminarios de capacitación a la personas q les interese nuestro proyecto.
- Ofrecer promociones mostrando nuestra línea de productos ecológicos y al mismo tiempo enseñando al consumidor como proteger el medio ambiente.

4.4. Estrategias

Realizar una investigación de mercado para conocer los factores, influencias, tendencias y conocimiento que tiene el consumidor de la ciudad de Guayaquil sobre ropa ecológica.

Uso de avisos, banners para dar a conocer sobre la campaña.

Seminarios para difundir e informar acerca de los factores ambientales que afectan el medio ambiente.

5. Manual de diseño de Campaña

5.1. Identificación

El título o nombre seleccionado para esta propuesta será “Organic Clothes”, éste se sustenta en el principal objetivo de esta campaña, hacer que los consumidores, así como también adultos y jóvenes (entre los cuales se incluyen hombres y mujeres), tomen conciencia del peligro en que están expuestos por medio de la contaminación.

5.2. Isotipo

El objetivo del Isotipo es que represente la campaña y sea la identificación gráfica para llegar al consumidor de forma rápida y concisa y se sientan identificadas con la misma.

Para identificar a “ORGANIC CLOTHES”, hemos utilizado como íconotipo una hoja blanca encerrada dentro de un recuadro de color verde, seguido del isotipo con el nombre de la marca, con la finalidad del que el consumidor identifique de manera visual el producto que se va a lanzar.

Parte de este logotipo es icónico haciendo que el consumidor lo pueda reconocer con mayor facilidad, seguido de su isotipo compuesto de una tipografía estilizada y redonda, compuesta de dos colores, la primera de color verde que identifica el nombre de la marca y la segunda en escala de grises que identifica lo que se está promocionando.



Figura 1. Isotipo de la Campaña.

5.3. Tipografía

El propósito de la tipografía en el Logotipo es adaptar un mensaje al público. Y lo que busca es ser funcional, comunicar y transmitir.

En esta ocasión, se ha escogido para el texto “ORGANIC CLOTHES” la tipografía *Bernhard Fashion BT Regular*.

5.4. Afiches para la Campaña

Se utilizará este recurso como medio comunicativo, directo, fácil y al alcance de nuestro grupo objetivo.

Este afiche se distribuirá en los centros comerciales de la ciudad de Guayaquil. La imagen usada en el afiche es libre de derechos de autor.



Figura 2. Diseño afiche de Campaña.

6. Justificación

El justificativo o argumento engloba un grado de desinformación por parte de los consumidores que es nuestro objetivo al cual va ir dirigido. Según las conclusiones que se tuvo de las encuestas realizadas.

- No existe una campaña de ropa a favor del medio ambiente.
- En esta campaña se busca incentivar al público a cerca de los beneficios que produce los materiales orgánicos y de reciclaje.
- Orientar al consumidor a cerca del producto que se quiere distribuir.

6.1. Propósitos

Se logrará que los consumidores de la ciudad de Guayaquil tengan conocimiento sobre estos problemas ambientales.

Evitar la contaminación lo mas que podamos para así poder vivir mejor.

7. Equipo de Trabajo del Proyecto

En la primera etapa constará con un equipo de trabajo durante la realización del proyecto, la producción de la materia prima con una duración de seis mese y proyectado a un año.

7.1. Organigrama de la ejecución de la campaña

En la segunda etapa que consiste en la difusión de la campaña tendrá una estructura sencilla, que tratará de difundir información del producto que se quiere sacar al mercado en la ciudad de Guayaquil.

8. Análisis de Ingresos y Egresos

La campaña será financiada por los que estén interesados en el proyecto y los posibles auspiciantes serán las personas que se unan a esta campaña a favor del medio ambiente.

8.1. Presupuesto

El valor total de la inversión de la primera etapa es de \$ 9.981.64 este valor incluye estudios preliminares e investigaciones, el equipo de trabajo y la implementación o logística de la misma.

Los recursos para financiar el proyecto provendrán de los diferentes porcentajes planteados a los posibles auspiciantes.

Tabla 1. Inversiones.

INVERSIONES	
Muebles y Equipos de Oficina	
- Aire acondicionado	600,00
- 3 Escritorios \$ 132,51 c/u	397,53
- 3 Sillas de escritorio \$ 79,33 c/u	267,99
- 6 Sillas \$ 44,70 c/u	268,20
- 2 Archivadores \$ 180,00 c/u	360,00
- 3 Teléfonos convencionales \$ 15,50	46,50
- 1 Fax	119,00
- 1 Televisor	445,54
- 1 DVD	66,00
Subtotal	2.570,76
Equipos de Cómputo	
- 3 Computadoras	2.500,00
- 1 Impresoras	110,88
Subtotal	2.610,88
Maquinarias y Equipos	
- 1 Cortadora	600,00
- 3 Máquina de coser	4.000,00
- Adecuaciones instalaciones	200,00
Subtotal	4.800,00
Total	9.981,64

El valor total de la inversión de la segunda etapa es de \$ 3.000.00.

9. Conclusiones

Al concluir la investigación de este proyecto de investigación, se tiene la enorme satisfacción de presentar resultados altamente favorables para la creación de la primera línea de ropa ecológica, netamente ecuatoriana. El principal indicio se vio reflejado en las estadísticas obtenidas a través de las encuestas, este proyecto tiene una acogida del mas del 90% dentro de la encuesta; este índice revela la incidencia positiva que tendría ORGANIC CLOTHES dentro la industria textil.

10. Recomendaciones

Para la aplicación de este proyecto y la obtención de los resultados esperados es necesario mantener actualizados todos los permisos requeridos que le permitan realizar su actividad operativa permanente a fin de prolongar su reconocimiento como ente y de su producto.

Difundir continuamente a través de medios visuales y otros, el nombre comercial y la Marca utilizando el diseño de su Imagen Corporativa, creada en este Proyecto.

Utilizar en previo evento la papelería que identifica a la marca como medio de difusión para llegar de manera directa a posibles futuros clientes.

Se puede recomendar a ciertas entidades a cerca de la campaña que se quiere realizar para así comprometerlos apoyar la causa y difundir lo que es el cultivo orgánico ya sea algodón u otras materias primas.

11. Agradecimientos

A Dios, nuestras familias y a todas las personas que hicieron posible la realización de este proyecto.

Lcdo. Alex Espinoza Cárdenas
Director de Tesis

20 de Mayo del 2010

12. Referencias

[1] Daniela Ceccato, escritora del artículo Moda ecológica o verde: Tendencia en crecimiento, para el Blog BleuCoast.com.

<http://www.bleucoast.com/moda-ecologica-o-verde-tendencia-en-crecimiento.html>