

Alexander Bonilla
Geraldine Puentes
María Alejandra Sánchez
25 Abril 2019

CUN.
Opción de grado 1.

Introducción.

2

El siguiente trabajo hablaremos sobre un proyecto de prenda ecológica que se convierte en una idea para reducir el impacto ambiental que genera la industria textil actualmente. Identificando variables determinantes como el tipo de población que más contamina tomando como referencia el centro de la ciudad de Bogotá para profundizar nuestra investigación se toma en cuenta la opinión de jóvenes universitarios los cuales fueron entrevistados con los resultados arrojados de estas entrevistas proseguimos a determinar el tipo de prenda que beneficia tanto a nuestro cliente como al medio ambiente.

Tabla de Contenidos

Justificación	4
Descripción de la idea de negocio	¡Error! Marcador no definido.
Componente innovación de la idea de negocio	¡Error! Marcador no definido.
Modelo Lean Canvas	7
Descripción detallada del cliente	¡Error! Marcador no definido.
Validación de la idea.....	9
Herramientas de recolección.....	9.1
Análisis de resultados.....	9.2
Planeación Estratégica.....	10
Identidad estratégica.....	10.1
Futuro preferido	10.2
Valores.....	10.3
Objetivos.....	10.4
Conclusiones.....	16
Bibliografía.....	12

Justificación

4

Este proyecto se realiza por la necesidad de frenar la grave problemática que existe en la actualidad a nivel nacional por causa de los gastos de recursos naturales y energéticos, las industrias tienen un proceso de producción más grande que conlleva a un consumo masivo que a mediano plazo supone la destrucción del planeta. Uno de los impactos al medio ambiente se encuentra en la industria textil y de la confección nacional específicamente en Bogotá esta industria genera alrededor de 600.000 empleos en las áreas de hilanderías, tejeduría y tintorería, muchos de estos procesos son altamente peligrosos por eso se denomina la segunda industria más contaminante a nivel mundial, sabemos que como jóvenes somos punto clave en esta industria porque nos gusta estar a la vanguardia es por ello que crear una prenda con materiales biodegradables y reciclables como el jean brindando más que una prenda es contribuir a la sostenibilidad de nuestra ciudad y no sumirnos más en contaminación.

Descripción de la idea de negocio

Nuestro principal interés es crear una prenda con materiales biodegradables el manejo de tintes, telas insumos que favorezcan el medio ambiente y no quebrante la calidad en la prenda buscamos crear experiencias y una nueva perspectiva acerca de lo que los jóvenes piensa sobre la moda biodegradable en específico los jóvenes universitarios del centro de la capital del país la cual es una de las áreas más contaminadas ayudar a mitigar crear cambio y conciencia para este público que más consume moda tendencia y vanguardia . Brown Sass (2010) *Eco fashion*. Editorial blumme.

“La sostenibilidad es la conservación de la vida a través del equilibrio ecológico: humano, animal, vegetal y planetario. Al igual que sucede con otras expresiones sociales y políticas del arte comercial, la moda ecológica es una reacción a las condiciones sociales y ecológicas existentes.”

Componente de Innovación de la idea de negocio

Nos centramos en dos tipos de innovación:

La Innovación en producto ofrecer una prenda con variedad de estilos imágenes y diseños con un excelente novedoso con la intención con la intención de preservar el entorno esto a través estudio de textiles insumos y prendas que se puedan des construir

Innovación de marketing está el de implementar experiencias al cliente para que obtenga descuentos por traer prendas y hacer talleres para el que compra o tiene alguna prenda en mal estado puede transformarla hablar y resolver dudas de manera didáctica en cuanto a moda biodegradable para afianzar el conocimiento sobre esta tendencia tan beneficiosa para el medio.

Modelo Lean Canvas

Aliados Clave Marcas de Ropa Entidades universitarias que tengan programas aliados al diseño de moda. Artesanías de Colombia	Actividades Clave Generar espacios de charlas y conversatorios para el entender la sostenibilidad, al igual que hacer una exploración y un acompañamiento al cliente	Propuesta de Valor Crear una marca que sea consiente en temas de sostenibilidad Y preservación del medio ambiente, a través de prendas de vestir ecológicas; al igual de realizar procesos de reciclaje y valoren el trabajo nacional.	Relación con el Cliente Realizar el uso de folletos y/o campañas que acompañen al cliente en su proceso de compra.	Segmentos de Clientes Para gente que tenga una conciencia más ideal acerca del problema de contaminación, amantes a la moda como compradores regulares. Jóvenes de 18 a 25 con una mentalidad crítica y dispuesta con el cambio.
	Recursos Clave Ropa de segunda mano, prendas que tengan defectos y tipos de textiles, herrajes y demás elementos que se purdah recoger de una prenda ya existente		Canales Uso de redes sociales, pagina web, ofertas online, y el uso de folletos, avisos que llamen y civilicen a la gente	
Estructura de Costes		Estructura de Ingresos		
Costos generales en consumo de insumos (tales como herrajes , cremalleras y demás materiales), Materias primas y prendas de vestir en buenas condiciones para el adecuar las mismas, intervenciones textiles y plan de marketing (folletos, pagina web, empaque)		Precio remunerado en prendas, prendas exclusivas con funcionalidad (frio- calor), prendas únicas, trabajo a mano.		

Descripción detallada del Cliente

Nuestro tipo de clientes son los jóvenes entre los 18 a 25 años buscan ser aceptados dentro de un grupo por el cual puedan compartir sus ideologías sin ser discriminados esto hace parte de su integración a la sociedad la cual es importante para su desarrollo como ser humano ya que fomenta una gran cantidad de estímulos a nivel emocional y de interacción con los demás teniendo en cuenta lo anterior las variables que utilizamos como referencia fueron:

*localización

*Clima

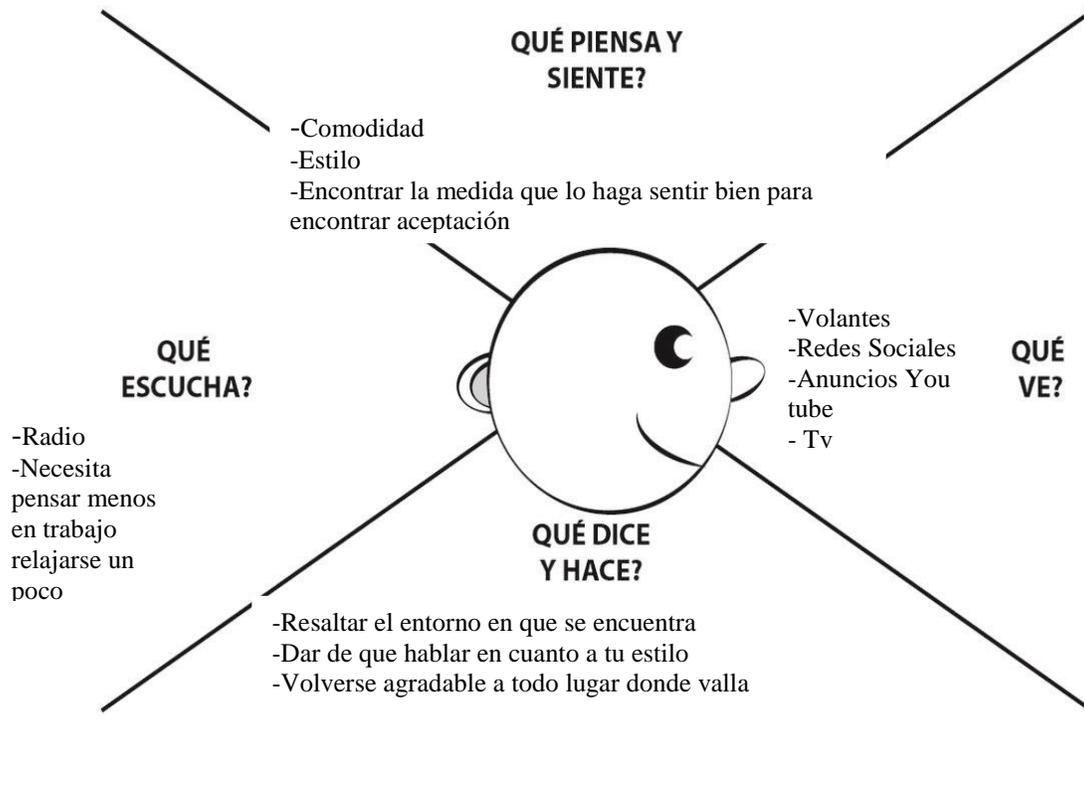
*Tendencias

Segmentación del mercado

<p>Segmentación geográfica: Zona Bogotá, Localidad Candelaria Temperatura variable por el grado de contaminación se destaca la importancia del público que se determinó en esta zona por la cantidad de universidades e institutos de educación que se centran para nuestra propuesta</p>
<p>Segmentación Psicológica: nuestro tipo de cliente tiene una serie de gustos ya definidos lo cual permite decidir y acceder a nuestro producto comprometido ya sea por gusto o por elección a contribuir con el medio ambiente</p>
<p>Segmentación Demográfica: Edad:18-25 Género: Femenino y Masculino Estado Civil: Soltero</p>
<p>Segmentación Conductual: Beneficio buscado :darle utilidad a la ropa tanto en frío como en cálido Tasa de uso :Alta Ocupación de compra :Sea por atracción necesidad o gusto</p>
<p>Segmentación Cultural: La asociamos con la cultura urbana según las entrevistas realizadas, el medio y las tendencias en vanguardia que se evidencian al caminar por las calles de esta zona.</p>

Validación de la idea de negocio

- **Hipótesis cliente:**



- **Hipótesis del problema:** la principal problemática que nos aqueja es el grado de contaminación que genera la industria textil con solo decir que produce el 20% de las aguas residuales y el 10% de las emisiones de carbono en el mundo, mucho más que todos los vuelos internacionales y los barcos de carga combinados.

- **Hipótesis de producto solución:** este producto es pequeño pero genera impacto positivo porque 1 prenda hace el cambio 1 desecho menos 1 litro de agua más para las futuras generaciones no es crear conciencia es concientizarnos que si el cambio no empieza con lo mínimo nos vamos a hundir en desechos.

En nuestro proyecto hemos entrevistamos 20 jóvenes donde nos basamos en 10 preguntas con las cuales se logró determinar la falta de conocimiento frente a las prendas biodegradables donde como jóvenes somos los principales consumidores de ropa y por ende la población que más contamina las grandes marcas son agentes principales en este sector y las telas e insumos que utilizan son las menos favorables para el entorno hemos contado con el apoyo de docentes de la carrera de diseño de modas de la CUN para el diseño de nuestra chaqueta.



Hallazgos y Resultados

- ¿Qué marca de ropa compra frecuente mente?

6 de cada 10 jóvenes compra ropa de marca koaj resalta sus bajos precios y el estilo en se ropa como marcas secundaria tenemos a Adidas, Nike por su calidad excepcional.

- ▶ 2- ¿le gustaría utilizar una prenda biodegradable?

9 de cada 10 jóvenes dice que si le gustaría utilizar una prenda biodegradable solo piden estilo y originalidad en sus prendas.

- ▶ 3-¿cuánto es su presupuesto a la hora de comprar ropa?

Su presupuesto varia de 180.000 a 50000 dependiendo la marca que vayan a comprar.

- ▶ 4-¿conoce marcas de ropa que trabajen con telas e insumos que favorezcan el medio ambiente?

Los jóvenes no tienen conocimiento acerca de la industria textil biodegradable.

- ▶ 5-que colores marcan tu estilo

Los colores más utilizados son el negro y el blanco

- ▶ 6-¿qué factores tiene en cuenta a la hora de comprar ropa?

8 de cada 10 jóvenes tiene en cuenta la calidad de la prenda a la hora de comprar

- ▶ 6 de cada 10 jóvenes tiene en cuenta el precio de la prenda

8 de cada 10 jóvenes tiene en cuenta la marca de la ropa según la marca determinen la calidad de la prenda

- ▶ 7-¿cuál es la prenda que compra con mayor frecuencia?

La prenda que compran con mayor frecuencia son las camisas y seguido las chaquetas

- ▶ 8- al momento de comprar utilizas un medio tecnológico o vas presencial mente a las tiendas

Frecuentan a comprar en tiendas presenciales de igual forma siguen muchas tiendas en línea 13

donde influye a la hora de comprar su ropa pero finalmente prefieren hacerlo presencialmente para verificar la calidad de la prenda y llene sus expectativas

► 9-¿las tendencias actuales influyen al momento de comprar tu ropa?

Si influye principalmente por el ámbito de la tecnología

► 10- tiene en cuenta el impacto ambiental a la hora de comprar ropa

No la mayoría de los jóvenes lo hace por gusto por seguir tendencias no notan preocupación por el tema ambiental pero pasaría al segundo plano a la hora de elegir una prenda.

Estas preguntas nos ayudaron a determinarlo siguiente: la falta de conocimiento frente a las prendas biodegradables donde como jóvenes somos los principales consumidores de ropa y por ende la población que más contamina las grandes marcas son agentes principales en este sector y las telas e insumos que utilizan son las menos favorables para el entorno hemos contado con el apoyo de docentes de la carrera de diseño de modas de la CUN para el diseño de nuestra chaqueta.

Identidad estratégica

Misión

Este proyecto (empresa) que está comprometido con el desarrollo de chaquetas con materiales reciclables y biodegradables, que genere na conciencia más clara frente al cambio ambiental, con una garantía de ser única.

Visión

Ser uno de los proyectos (empresa) más reconocidos para el 2020,y realizar una marca dedicada al uso de materiales biodegradables y reciclables a nivel Bogotá ,para así adquirir un reconocimiento y poder tener campañas frente al cambio ambiental en el mundo al igual que tener piezas únicas en el mercado y potenciando más prendas.

Valores

Los valores que nos caracterizan son la responsabilidad y la tolerancia que existe con el mismo ecosistema para así mostrar credibilidad de nuestra idea de proteger al mismo ambiente, la honestidad de siempre hablar de manera cierta de nuestro producto y del mismo problema ambiental.

Estrategia

Reciclar construir chaquetas atraves de otras prendas y materiales que tengan un uso consiente del medio ambiente que no contaminen y tengan un proceso de biodegradación

Objetivos

Objetivos Generales

Dar a conocer el proyecto (empresa) de una manera más dinámica a través de medios publicitarios medios de comunicación masivos y directos para que el sector conozca acerca de nuestra idea y puedan tener mejor visión que lo que somos y ofrecer beneficios a cada uno de ellos ofreciendo calidad.

Objetivos Específicos

- Dar a conocer nuestro producto en el mercado
- Realizar un estudio de mercado para observar la viabilidad del producto
- Diseñar la prenda dependiendo del tipo de necesidad
- Observar el comportamiento de compra del cliente.

Conclusiones

Para finalizar este Proyecto busca empoderar la industria textil sostenible brindando estilos unicos que sean atractivos y ser tendencia por nuestra calidad esta investigación nos arrojo resultados muy alarmantes tanto en contaminación que genera al medio la industria textil como la falta de conocimiento de todas las personas acerca de este tema puesto que al hablar de contaminación muchos piensan en plástico en el transporte pero nunca pensamos que estamos andando con la basura puesta mas que crear estilo es crear cambio por mas años de vida en nuestro planeta por mas aire límpio en nuestra ciudad.

Bibliografía

- Salcedo. E (8 mayo 2015) *Moda ética para un futuro* Editorial Gustavo Gili.
- Brown. S (2010) *Eco fashion* Editorial Blumme.
- Arias Hoftman.R 2012 Jóvenes diseñadores de modas Colombianos que pisan fuerte
Recuperado de: https://revistadiners.com.co/moda/8261_jovenes-creadores-que-pisan-fuerte/
- Rubiano. M (2017) El Verde el Nuevo negro o Como la industria de la moda podría ser sostenible <https://www.elspectador.com/noticias/medio-ambiente/el-verde-es-el-nuevo-negro-o-como-la-industria-de-la-moda-podria-ser-sostenible-articulo-726388>