



METAMORFOSIS HACIA LA SOSTENIBILIDAD

Alejandra Escalante Forero
Diseño de Identidad Corporativa y Marca
Asesor: Pilar Alzate
Pontificia Universidad Javeriana Cali

2021



TEMA

Apropiación de prácticas de moda sostenible en un emprendimiento local, para disminuir su impacto socio-ambiental y aportar a la conservación del medio ambiente.

OBJETIVOS



GENERAL

Implementar la apropiación de prácticas de moda sostenible en un emprendimiento local, a través de estrategias de diseño para reducir su impacto socio-ambiental y ayudar a la conservación del medio ambiente.

ESPECÍFICOS

- Determinar las diferentes estrategias de sostenibilidad en la moda que se pueden adoptar en el emprendimiento local.
- Identificar el nivel de conocimiento e interés que tienen los compradores del emprendimiento aliado sobre la moda sostenible.
- Ejecutar un plan con las estrategias de moda sostenible que sean viables de implementar en el emprendimiento local.

METODOLOGÍA

BRUNO MUNARI

DESIGN THINKING



FASE INVESTIGATIVA

- × Problema
- × Planteamiento objetivos.
- × Justificación
- × Marco de referencia
- × Acercamiento al usuario.
(Herramientas)

Semana 1 - 8



FASE DE PLANEACIÓN

- Planeación de la estrategia a utilizar:
- × Definición de alcance
 - × Fases de desarrollo
 - × Benchmarking
 - × Brainstorming
 - × Moodboard

Semana 9 - 10



FASE CREATIVA

- Se propone y desarrolla la posible solución a la problemática desarrollándolo a través de los principios y conceptos del Diseño.

Semana 11 - 13



FASE DE VALIDACIÓN

- × Pruebas de usuario
- × Encuestas.
- × Correcciones
- × Cumplimiento de objetivos

Semana 14 - 16



FASE DE PLANEACIÓN

BENCHMARKING

Social



Amaría

- Mano de obra colombiana
- Pago justo a trabajadores
- Condiciones dignas

Ambiental



Vici Mare

- Insumos y materiales sostenibles
- Campañas de acción social

Económico



Fokus Green

- Insumos y materiales sostenibles
- Trabajo digno y justo

REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

Necesidad	Requerimiento	Tipo	D/O	Descripción
Prendas de vestir sostenibles.	Lineamientos de producto	T-P	Obligación	Insumos reciclados, modelos básicos, piezas atemporales, edición limitada
Reutilizar los textiles sobrantes de la producción de prendas para disminuir el desperdicio.	Reutilización de insumos	T-P	Deseo	Tapabocas y producto
Donaciones a fundación para ayudar a la conservación del medio ambiente	Interacción con el entorno	T-P	Deseo	Fundación del pacífico colombiano
Educación y concientización al consumidor acerca de la moda sostenible	Acercamiento al usuario	E-C	Obligación	Campaña comunicación redes sociales (Instagram y Facebook) y página web.

Necesidad	Requerimiento	Tipo	D/O	Descripción
Empaque funcional y comunicativo	Experiencia para el consumidor	F-O	Obligación	Troquel funcional, infografía.
Claridad del valor agregado de la moda sostenible.	Lenguaje gráfico intuitivo	E-C	Obligación	Textos concisos, imágenes, contenido relevante.
Empaque sostenible.	Características técnicas y de diseño	F-O	Obligación	Materiales reciclables, impresiones ecológicas, segundo uso.
Crear una comunidad que trabaje por la sostenibilidad.	Interacción con el consumidor	E-C	Deseo	Club de reciclaje y reuso, campaña de comunicación
Estrategia asequible y efectiva.	Costo de desarrollo medio	T-P	Deseo	Gastos mínimos en procesos de producción, logística y comunicación.

INSIGHTS

INVESTIGACIÓN

BENCHMARKING

REQUERIMIENTOS



- La moda sostenible es interdisciplinaria y es difícil y costoso llegar a ella. Por lo que como emprendimiento se debe tomar acción paso a paso, donde igualmente se genera grandes cambios.
- La Moda sostenible debe ser entendida bajo un pensamiento sistemático en el que estamos conectados compradores, productores, las marcas y el planeta, y debe ser abordada desde un inicio a fin.
- Los emprendimientos sostenibles constituyen una gran innovación y aporte.

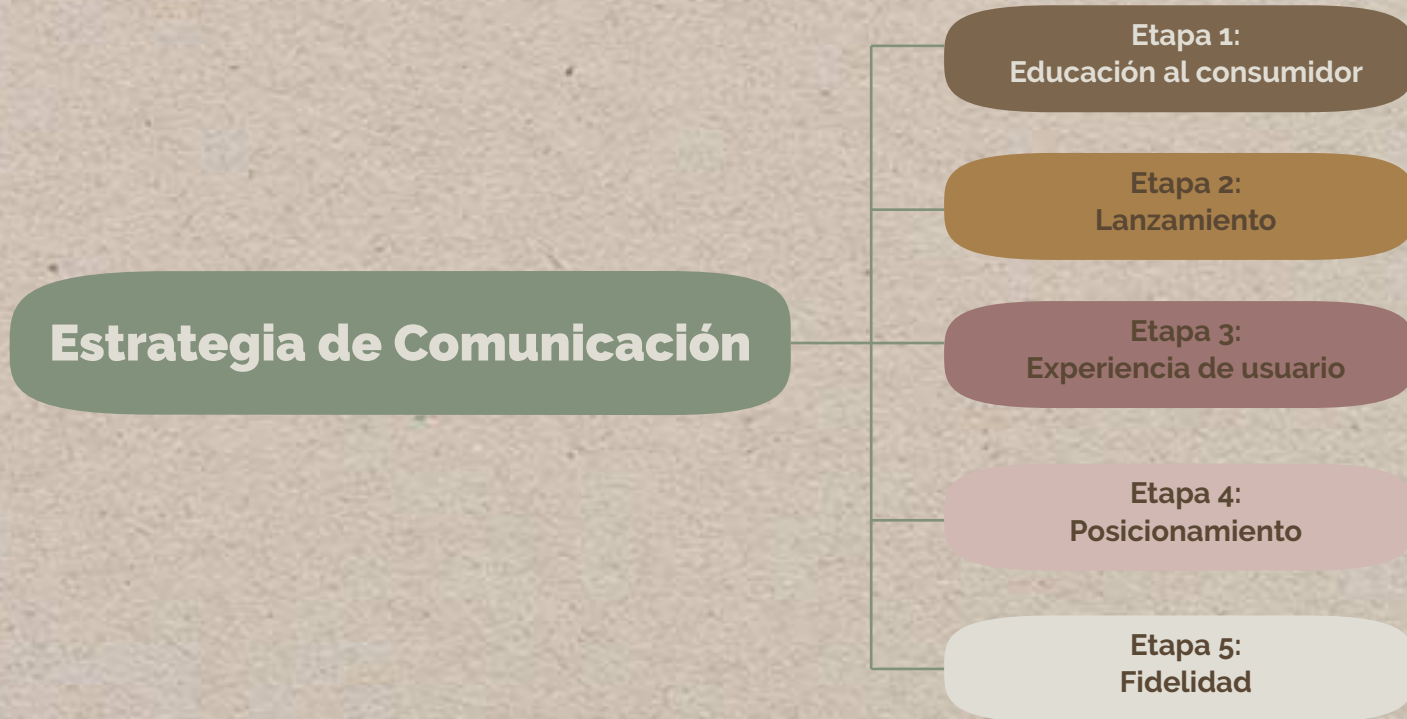
MOODBOARD





FASE
CREATIVA

DEFINICIÓN DE PRODUCTO



PLAN DE ACCIÓN



Etapas	Tácticas
Etapa 1: Educación al consumidor	Contextualización y educación sobre el impacto de la industria de la moda en el medio ambiente.
	Educación y sensibilización sobre que es la moda sostenible y sus beneficios.
	Alternativas que existen para adoptar y aportar como usuario frente a la moda sostenible.
Etapa 2: Lanzamiento	Comunicación primer acercamiento de La Sierpe hacia la sostenibilidad.
	Alternativas que busca ofrecer La Sierpe para sus compradoras frente a la moda sostenible.

Etapas	Tácticas
<p>Etapa 3: Experiencia de usuario</p>	<p>Kit de experiencia para materializar la propuesta de moda sostenible por parte de La Sierpe.</p>
	<p>Comunicación del kit a través de un empaque funcional.</p>
	<p>Primera comunicación de la experiencia sostenible.</p>
<p>Etapa 4: Posicionamiento</p>	<p>Promoción de experiencia sostenible en medios digitales.</p>
	<p>Plan de promoción con influencers que vayan acorde a la marca y estén asociados a la sostenibilidad.</p>
<p>Etapa 5: Fidelidad</p>	<p>“Página web, sección de moda sostenible.</p>
	<p>Creación de La Sierpe Preloved Club, iniciativa para incentivar el reuso de las prendas de la marca.</p>

PLAN DE MEDIOS

Objetivos:

- Educar y sensibilizar al consumidor acerca de la moda sostenible.
- Dar a conocer las nuevas prácticas de La Sierpe relacionadas con la sostenibilidad.
- Promocionar la experiencia sostenible ofrecida por la marca.

Medios y Canales:

Ecosistema digital:

- Instagram: Posts, historias, IGTV, lives.
- Facebook: Posts y lives.
- Pinterest: tableros
- Whatsapp: catálogo de productos y grupos
- Página web: secciones especializadas

Timing

Corto y mediano plazo:

1. Educación al consumidor: Julio 10 - agosto 9
2. Lanzamiento: Agosto 10 - Agosto 31
3. Experiencia: Sept 1 - sept 30
4. Posicionamiento: Oct 1 - nov 6
5. Fidelidad: Nov 7 - enero 7

Estrategia:

Se llevará por etapas, las mismas planteadas en el Plan de Acción

Presupuesto

Buyer Persona:

Maria José, una mujer de 25 años, la cual vive en la ciudad de Cali. Le gusta leer, salir con amigas y el maquillaje.





ESTRATEGIA COMUNICACIÓN



ETAPA 1:
EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR



¿Te has preguntado alguna vez, el impacto que tiene la industria de la moda en nuestro planeta?



Es la segunda industria más contaminante del planeta.



La industria textil

contamina el
**20% de toda
el agua limpia**

del planeta por las sustancias
químicas utilizadas en la
producción



387.000 millones de litros de
agua se consumen anualmente
en la industria



Solamente el
**15% de toda la
ropa fabricada**
se recicla o dona, el resto
termina en los vertederos
o en los océanos



Produce el
**35% de los
microplásticos**
que se encuentran en el
océano

**¿Sabes cuánto afecta la
ropa que compramos a
nuestro *planeta*?**

Únete a nuestro live

Sábado, 12 de Julio
5 p.m.



LA SIERPE

x

Sara Constantino
@laeconstantino



**¿Sabes cuánto afecta la
ropa que compramos a
nuestro *planeta*?**

Conoce junto a la Econstantino el verdadero impacto
de la industria de la moda en el medio ambiente

1035 reproducciones

La

MODA SOSTENIBLE


es la solución para reducir el

IMPACTO NEGATIVO

la industria de la moda en el planeta



¿Qué alternativas de moda sostenible
pueden adoptar las marcas?



Materias primas sostenibles:
Textiles orgánicos o de
materiales reciclados

Tintes textiles naturales:
No contaminan el agua

¿Qué alternativas de moda sostenible pueden adoptar las marcas?



Ahorro de los recursos
no renovables:
agua y energía



Pago justo y condiciones
dignas a nuestros
trabajadores

¿Qué alternativas de moda sostenible pueden adoptar las marcas?



Empaques y papelería
ecológica



Campañas de
donaciones

¿Qué alternativas de moda sostenible pueden adoptar las marcas?



Educar al consumidor sobre la importancia de la moda sostenible



Upcycling: Utilización de todo el material obsoleto.



Los pequeños cambios
hacen la diferencia



Compra en tiendas *locales*

(no sólo ayudas al planeta sino que también impulsas la economía de tu país)



Compra prendas *atemporales*




Repara o regala la ropa que
ya tienes



Elige marcas con prácticas *sostenibles*



Evita las marcas *fast fashion*



ETAPA 2:
LANZAMIENTO



Le apostamos al medio ambiente,
le apostamos a la moda sostenible

Moda Sostenible: un nuevo rumbo, en nuestro mismo planeta

2.678 reproducciones



Hablemos de la Moda
Sostenible

Únete a nuestro live

Sábado, 7 de Agosto
5 p.m.



LA SIERPE

X

@aviondepapelstudio

NUEVA CÁPSULA

Buscando tener prácticas más éticas y sostenibles hemos creado:



consciente



LA SIERPE

CÁPSULA CONSCIENTE

Nuevas prendas sostenibles

Con cada una de estas prendas se está:



+



Reciclando 6
botellas PET

Ahorrando 2,500
lts de agua



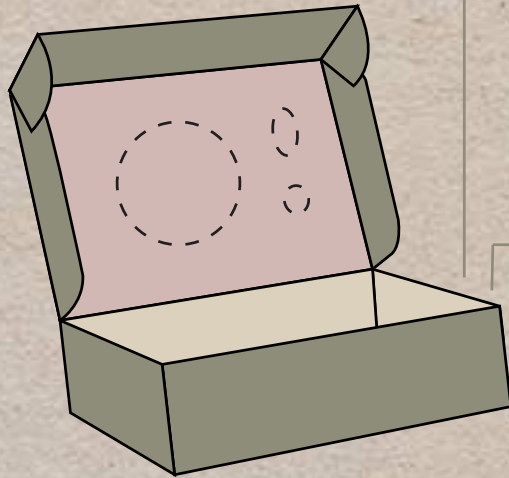


ETAPA 3:
EXPERIENCIA DE USUARIO



Prenda sostenible:

Telas ecológicas hechas de la mezcla de algodón orgánico y plástico de botellas PET recicladas de los océanos. Teñido por la marca Sobotronics, con tintes naturales.



Etiqueta Bonsai:

Hecha en papel semilla, un material biodegradable elaborado de papel reciclado y semillas de fácil germinación. Nace un Bonsai de Guayacán.



Bolsa de algodón

orgánico impresa en una técnica manual más ecológica llamada serigrafía.



Tapabocas:

Hecho a partir de retazos de textiles de colecciones pasadas para aprovechar al 100% los insumos.



Kit de siembra:

- Matera biodegradable
- Tarrito de abono
- Cuchara de madera
- Bolsa de Maíz con tierra.

Tortuga:



hecha a partir de retazos de tela ecológica, como símbolo de tu donación al Fondo Mundial de la Naturaleza por la compra de este kit.

Conoce nuestra nueva experiencia sostenible



buscamos brindarte lo mejor de La Sierpe, con alternativas que no generen daños a nuestro planeta y juntas ayudemos a conservar el medio ambiente



¿Y tú, qué esperas para hacer parte del cambio?



¿Qué trae esta experiencia sostenible?



Prenda sostenible

Hecho con telas ecológicas y tintes naturales. Con cada una de estas prendas estas ayudando al medio ambiente.

Se reciclan 6 botellitas PET + Ahorras 2 galones de agua

Bolsa de tela

Hecha en algodón orgánico, utiliza tu bolsa siempre que la necesites y disminuir el uso de las de plástico.



Etiqueta

Hecha en papel semilla germinable, la cual puedes y tendrás un hermoso bonsai de guayacán.



Kit de siembra

Para que siembres tu etiqueta, incluimos:

1. Una materia biodegradable
2. Una bolsa de tierra, la bolsa es hecha a partir de maíz y es compostable.
3. Un territo de abono para nutrir tu bonsai
4. Una cuchara de madera para que puedas revolver el abono con la tierra.



Tortuga de tela

como símbolo de tu donación por la compra de este kit al Fondo Mundial de la Naturaleza. Estás ayudando a la conservación y protección de las tortugas del Pacífico Colombiano las cuales se encuentran amenazadas por la contaminación de los océanos.



Tapabocas

reutilizable hecho a partir de retazos de telas de colecciones pasadas de La Sierpe, de esta forma buscamos aprovechar el 100% de nuestros insumos y reducamos el uso de desechables.



¡Ayudemos juntas a las tortugas del Pacífico Colombiano!

Por la compra de la experiencia Pacific.co, se
realizará una donación al Fondo Mundial de la
Naturaleza que ayuda a la recolección de basuras
donde las tortugas anidan

¡¡No lo botes!!

El empaque de nuestra experiencia
sostenible te servirá como base para
tu kit de siembra del bonsai



Cierra la caja y presiona los círculos perforados
que están marcados en la tapa. Acomoda tu kit
del bonsai donde más te guste.



LA SERPI



ETAPA 4:
POSICIONAMIENTO



¿Cómo estamos ayudando con las nuevas prácticas sostenibles a la conservación del medio ambiente?





ETAPA 5:
FIDELIDAD

El daño que le hemos causado al planeta es irremediable, sin embargo, podemos empezar a compensarlo.



LA SIERPE

Conoce más acerca de la industria de la moda y la sostenibilidad en:
www.lasierpe.com

Trabajemos juntas para cuidar nuestro planeta, no para destruirlo



Conoce más acerca de la industria de la moda y la sostenibilidad en:

www.lasierpe.com

Únete a esta iniciativa y haz parte del
cambio

La Sierpe Preloved Club



**El 20% de la ropa que tenemos, es
la que usamos el 80% del tiempo**

Dale una segunda vida a esa ropa que no
usas y véndela en nuestro grupo
La Sierpe Preloved Club.



Escanea este código y accede al grupo
de Whatsapp para conocer más

IDENTIDAD VISUAL

Paleta de colores: Colores tierra - sobrios



C: 64%
M: 33%
Y: 36%
K: 2%



C: 32%
M: 47%
Y: 79%
K: 9%



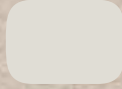
C: 51%
M: 32%
Y: 55%
K: 5%



C: 45%
M: 55%
Y: 78%
K: 30%



C: 17%
M: 27%
Y: 24%
K: 0%



C: 11%
M: 9%
Y: 13%
K: 0%



C: 37%
M: 54%
Y: 48%
K: 8%

Naming:



Tipografías:

Aa

Raleway

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Aa

Prata

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

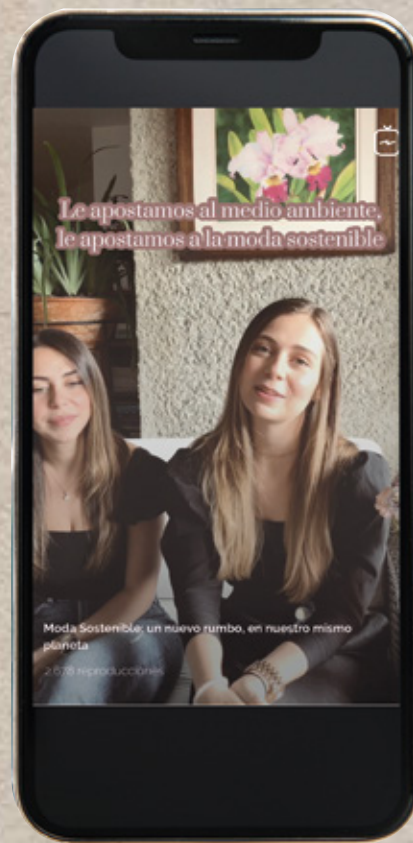
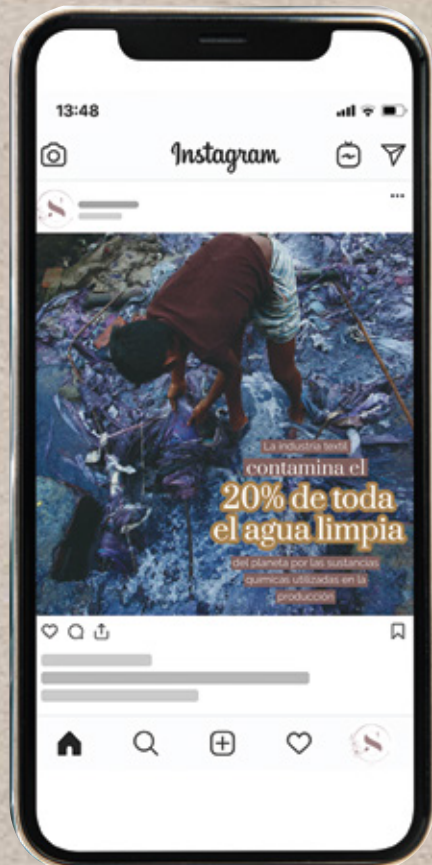
Imágenes e ilustraciones:



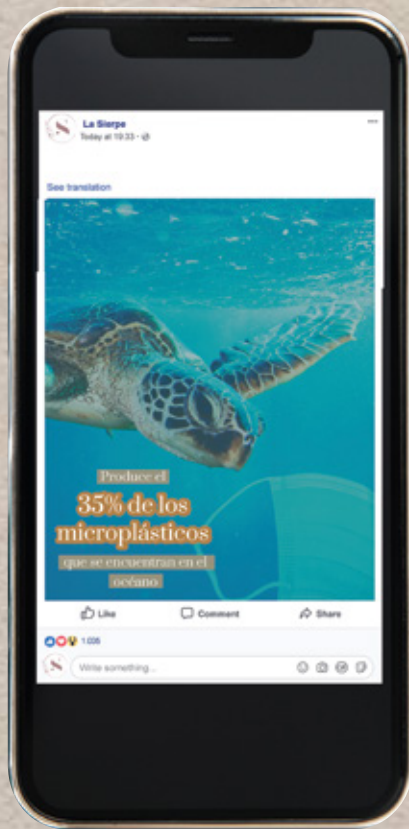


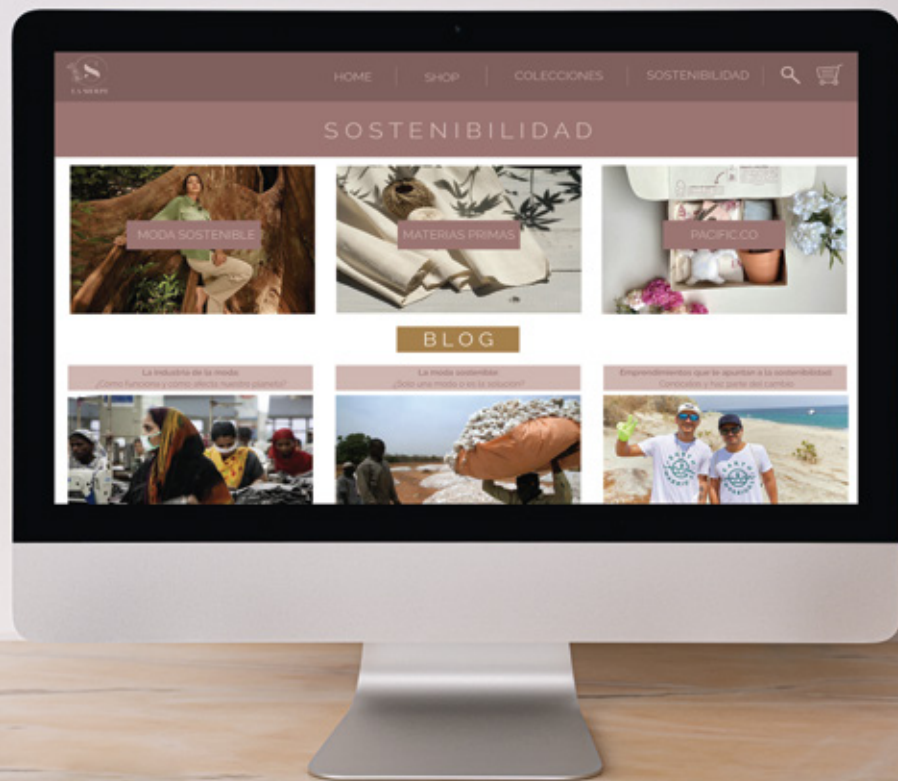
APLICACIONES

Instagram



facebook





Envíos gratis por compras superiores a \$400.000



HOME

SHOP

COLECCIONES

SOSTENIBILIDAD



SOSTENIBILIDAD

La industria de la moda: ¿Cómo funciona y cómo afecta nuestro planeta?



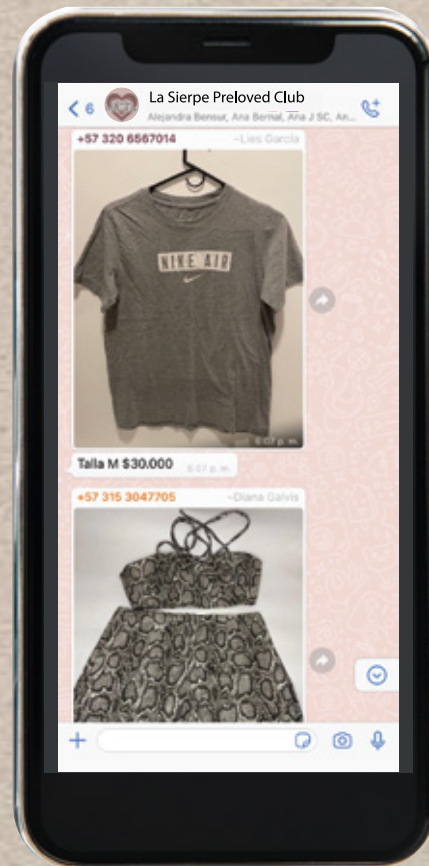
Cuando pensamos en las industrias que tienen un efecto dañino en el medio ambiente vienen a nuestra mente la manufacturera, la de energía, la de transporte e incluso la alimentaria. Sin embargo, de acuerdo con la Conferencia de la ONU sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo.

Los datos de la UNCTAD indican que el rubro del vestido utiliza cada año 13.000 millones de metros cúbicos de agua, un volumen suficiente para satisfacer las necesidades de cinco millones de personas, y que también cada año se tiran al mar medio millón de toneladas de microfibra, lo que equivale a 3 millones de tarjetas de plástico.

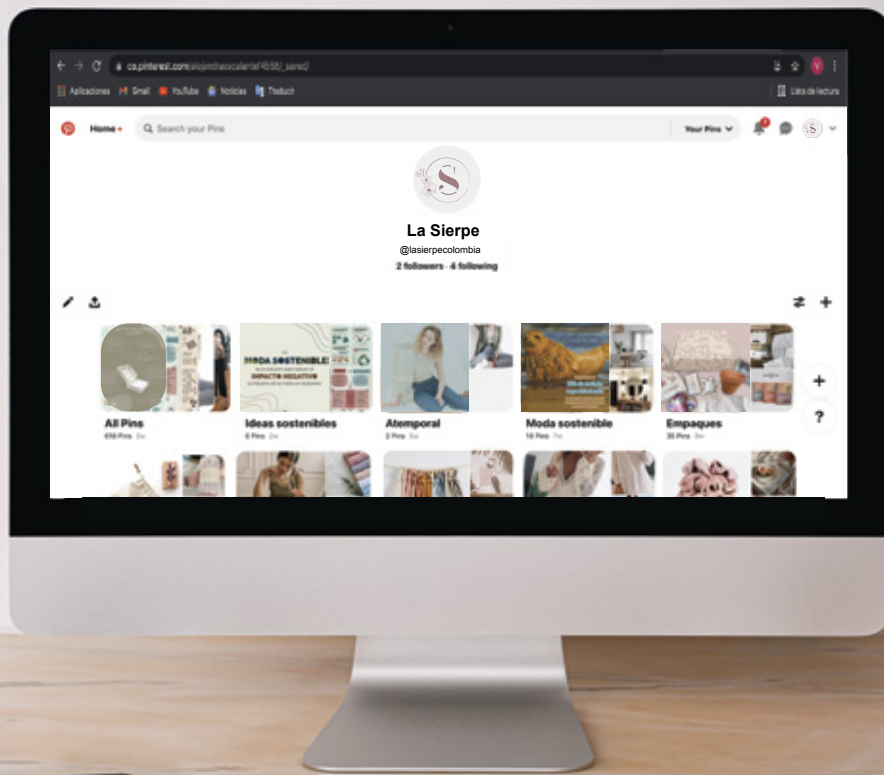
Además, la industria de la moda produce más emisiones de carbono que todos los vuelos y envíos marítimos internacionales juntos, con las consecuencias que ello tiene en el cambio climático y el calentamiento global.



WhatsApp



Pinterest





**FASE
DE VALIDACIÓN**

PRUEBAS DE USUARIO FINALES

Objetivo:

Validar con la prueba:

- Comunicación cumpla objetivo de educar y sensibilizar.
- Componente gráficos sean acertivos.
- Interés y recepción de experiencia sostenible.

Usuarios:

Participaron 5 mujeres usuarias de La Sierpe. Buyer persona de la estrategia de comunicación

Medio:

Se realizó un focus group a través de zoom.

Proceso

1. Muestra de todas las piezas gráficas de cada una de las etapas.
2. Presentación experiencia sostenible
3. Preguntas de guía realizada para el focus
4. Retroalimentación y recomendaciones

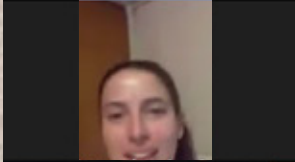
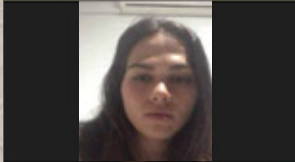
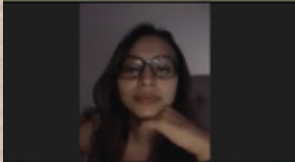
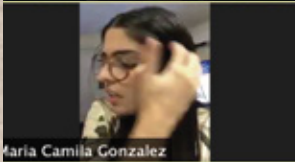
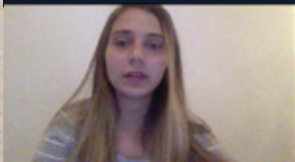
Está compartiendo la pantalla Deja de

IMG_6

Buscar

Phone

La industria textil
contamina el
**20% de toda
el agua limpia**
del planeta por las sustancias
químicas utilizadas en la
producción



RESULTADOS

- La etapa de educación al consumidor logró sensibilizar a las participantes, ya que ninguna tenía conocimiento del impacto tan grande que genera la industria de la moda.
- La información recibida fue de fácil comprensión, no hubo saturación en cuanto a la cantidad de información recibida y se encontró una identidad de la campaña plasmada en las piezas.
- La capacidad de aprendizaje y la oportunidad de conocer su rol dentro de la industria de la moda, generó un gran interés frente a las alternativas de moda brindadas por La Sierpe, en especial el upcycling.
- Si se encontrarían interesadas en comprar en emprendimientos con este tipo de prácticas.



CONCLUSIONES



- Existe poca disponibilidad de información y métricas frente al impacto de la industria de la moda en Colombia, por lo que la mayoría de emprendimientos sostenibles adoptan alternativas de manera orgánica.
- Las alternativas sostenibles abarcan diferentes aspectos y disciplinas, es costoso y de difícil acceso, por lo que llegar a una completa sostenibilidad es casi imposible.
- Convivimos en un planeta donde todo es circular, lo que utilizamos proviene de él y termina en en él, debemos actuar en pro de su conservación y no de destruirlo.
- La educación es el primer paso para lograr realizar un verdadero cambio, y es tarea de las marcas y emprendimientos que los usuarios conozcan de los impactos que se generan por la industria.

RECOMENDACIONES



- Tener iniciativas donde se involucre a las usuarias para darles mayor acercamiento a acciones donde ellas sientan que hacen parte del cambio.
- Es importante mantener la etapa de educación al consumidor presente en las demás, debido a que las usuarias deben estar siempre informadas y sensibilizadas frente al tema para mantener su interés en hacer parte de la moda sostenible.

REFERENCIAS

- X Burgos Loaiza, S. (2019). Alternativas sostenibles para empresas del sector textil y moda. Recuperado de: <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/5038>
- X Lourdes Delgado, M. (2018). Manual de moda sostenible. Arcopress, S.L, España. Recuperado de: <https://play.google.com/books/reader?id=NOeTDwAAQBAJ&pg=GBS.PT1>
- X El Economista. (2019). La industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo. Recuperado de: <https://www.eleconomista.es/economia/noticias/10158909/10/19/La-industria-de-la-moda-es-la-segunda-mas-contaminante-del-mundo-confeccionar-unos-vaqueros-gasta-7500-litros-de-agua.html>
- X Villemain, C. (2019) Organización de las Naciones Unidas. El costo ambiental de estar a la moda. Recuperado de: <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>
- X Xiocota, E. (2020). Los impactos ambientales de la moda: ¿Qué alternativas sostenibles existen? Recuperado de: <https://www.pucp.edu.pe/climadecambios/noticias/los-impactos-ambientales-de-la-moda-que-alternativas-sostenibles-existen/>
- X El Economista (2019). La industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo. Recuperado de: <https://www.eleconomista.es/economia/noticias/10158909/10/19/La-industria-de-la-moda-es-la-segunda-mas-contaminante-del-mundo-confeccionar-unos-vaqueros-gasta-7500-litros-de-agua.html>
- X Na, Na. UN Alliance for Sustainable Fashion. <https://unfashionalliance.org/>
- X Fashion Revolution (2020) Why we still need a fashion revolution. Recuperado de: https://issuu.com/fashionrevolution/docs/fr_whitepaper_2020_digital_singlepages

REFERENCIAS

- X Gómez, A. (2018) Moda, consumo e identidad de las mujeres jóvenes colombianas. Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de: <https://repositoryjaveriana.edu.co/bitstream/handle/10554/42616/TG-Gomez%20P.%20%2c%20Alexandra.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- X Marini, M. (2015) La comunicación como principal propulsora de la expansión ecológica en la industria textil. Universidad de Palermo. Recuperado de: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1854.pdf
- X Parilli, M. (2020) Metodología de Bruno Munari resolución de problemas. Recuperado de: <https://tecnoinformatic.com/c-programacion/metodologia-de-bruno-munari/>
- X Montejo, V. (2018). Modocyclo: diseño de servicio de moda sostenible en la ciudad de Bogotá. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Recuperado de: <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/8232/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1>
- X Cifuentes, L. (s.f) Moda sustentable, moda amigable, una oportunidad de mercado. Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de: <https://repositoryjaveriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46669/Documento.pdf?sequence=2>
- X Alfonso, M. (2019) Sostenibilidad y moda. Del Fast Fashion al Slow Fashion. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/27593/TFG-%20Galvez%20Alfonso%2C%20Monica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- X Cruz, C. (2019) Poética del desahogo. Universidad de Los Andes. Recuperado de: <file:///Users/alejandra/Downloads/Poe%CC%81tica%20del%20des->

MUCHAS GRACIAS

Estudiante: Alejandra Escalante Forero
Diseño de Identidad corporativa y marca
Asesor: Pilar Alzate
Pontificia Universidad Javeriana Cali
2021

