



# Camisetas amigables con el medio

Lily Granja  
Estefany Jojoa  
Mario Jojoa

Tecnólogas en Dirección Comercial  
Universidad Mariana

## Resumen

El presente proyecto genera una propuesta relacionada con la elaboración de camisetas amigables con el medioambiente. La idea nace a partir de que muchas personas no son conscientes del cuidado del medioambiente y de la reutilización del plástico. Por lo tanto, gracias a esta maravillosa idea, se incluye a la humanidad en la opción de poder contribuir con el cuidado del medioambiente y mirar de una manera diferente la industria de la moda.

Durante el desarrollo del trabajo, se realizaron matrices como la de preselección de mercados, la matriz PEST, matriz de proveedores; las cuales permitieron elegir el mercado meta para exportar y los proveedores de materia prima y así lograr que el producto se haga con buenos materiales y llegue en buenas condiciones a dicho mercado.

El objetivo del proyecto es elaborar y vender un producto, por ello, se seleccionó los clientes potenciales mediante la realización de una segmentación y a la vez se hizo el modelo de decisión de compra, con el fin de conocer mejor a los clientes potenciales y generar una publicidad adecuada. Con todo lo anterior, se elabora el prototipo del producto y su respectivo envase en 3D para tener una idea más clara de cómo va a ser el modelo de la camiseta.

*Palabras clave:* reutilización, moda, camiseta, matriz, segmentación, prototipo, innovación.

## Introducción

Los daños ambientales que se han presentado en los últimos años han causado un cambio en la actitud de los consumidores con respecto a adquirir artículos que no afecten al medioambiente, esto ha obligado a las empresas a cambiar sus materias primas y los procesos que usan para hacer sus productos. En varios países, alrededor del mundo, han optado por hacer buen uso de los recursos naturales y generar beneficios tanto para las empresas como para los consumidores; un ejemplo a lo anterior es Suecia con la empresa H&M, la cual,

según ECOTicias S.L. (2017), ha eliminado los productos químicos tóxicos y polifluorados de sus líneas (que impermeabilizaban las prendas) y compra algodón cultivado con menos plaguicidas, además fomentar la gestión estricta del agua y Nike, el gigante americano de la ropa deportiva ha logrado reducir sus desechos en un 60 %. (párr. 9)

Esto representa un gran paso, ya que fomentan la responsabilidad ambiental, responsabilidad que deberían implementar todas las empresas para desarrollar productos a favor del medioambiente. Cabe mencionar, además,

millones de toneladas de desechos plásticos se disponen anualmente en (...) todo el mundo. El plástico se ha encontrado en un 60 % de las aves marinas y el 100 % de las (...) tortugas marinas, ya que confunden el plástico con los alimentos, según Ocean conservancy. (Romero, 2019, párr. 2/37)

Por otro lado, es importante reconocer que muchas empresas de textil han optado por usar el material anteriormente mencionado y darle otro uso.

La industria [textil] es un gran contaminador y consumidor, que, por naturaleza, impulsa a la gente a comprar ropa de acuerdo a la moda actual y no en términos de durabilidad o impacto ambiental.

Convertir los desechos plásticos en un material útil es muy importante para las personas y para el medioambiente. [Con relación a lo anterior, es importante saber que] el poliéster reciclado es casi idéntico al poliéster virgen, pero su producción requiere un 59 % menos de energía en comparación con el poliéster [virgen].

Además, el poliéster reciclado puede ayudar a reducir la extracción de petróleo crudo y gas natural de la tierra para producir más plástico.

[Por esto], las telas fabricadas a partir de poliéster reciclado es una de las maneras más convenientes de reciclar las botellas plásticas previniendo la acumulación de las mismas [y, así mismo, se salvan a los animales de los daños este material]. (Romero, 2019, párr. 1/10)



Con respecto a Urban Wave, se puede decir que son camisetas producidas con telas de material reciclado, las cuales no causan ninguna alergia a personas de piel sensible, ahorra recursos, ayuda a combatir el cambio climático. Las camisetas están disponibles en diseños variados y personalizados.

## Metodología

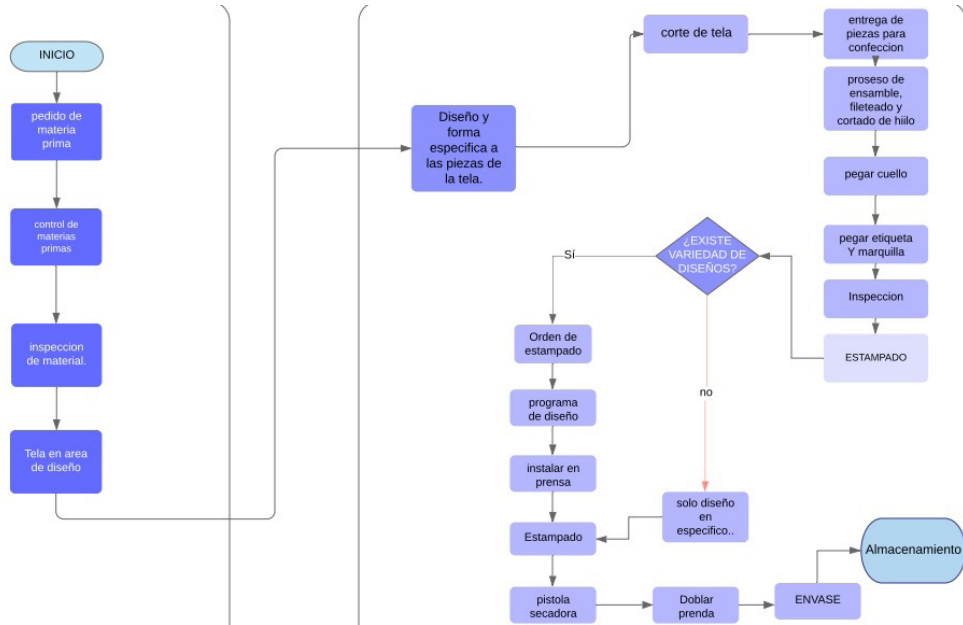
Debido a la necesidad que tienen las personas de vestirse, se presentan varios inconvenientes al momento de encontrar productos de moda con características, gustos y diseños requeridos por el cliente; en este caso, encontrar ropa amigable con el medioambiente, además, que tenga diseños únicos, los cuales serán personalizados por los clientes.

Para el desarrollo del proyecto, se tomará como población objetivo hombres entre la edad de 18 a 30 años, pertenecientes a una clase social media, con un estilo de vida ambientalista, que les guste el género urbano y lucir prendas exclusivas con diseños únicos. De igual forma, se buscará que los clientes puedan adquirir el producto de manera ágil y fácil.

En la elaboración de una prenda de Urban Wave, se deberá tener en cuenta el proceso de producción, el cual inicia con el pedido de la materia prima: la tela ecológica, que se compone por un 52 % de algodón reciclado y 48 % de poliéster reciclado. Este material es beneficioso para el cliente, puesto que no produce alergias en la piel y no incomoda a las personas con pieles más sensibles, tal como lo manifiesta la joven diseñadora Eva García, de Ecoology. Además, se logrará ahorrar recursos, ya que gasta poca agua, ayuda al cambio climático, entre otros beneficios.

Luego, se realiza la inspección del material. Se revisa que dicho material se encuentre en perfectas condiciones para garantizar que la tela puede entrar al siguiente paso, con las especificaciones correspondientes y así ser llevada al área de diseño, donde se realiza la forma de las piezas, corte de tela; finalmente, se une para confeccionar la prenda. Cuando la camiseta está lista, el cliente podrá seleccionar el diseño para posteriormente estampar, con una técnica común, pero innovadora. Luego, se dobla, se envasa y pasa a almacenamiento (ver Figura 1).

**Figura 1**  
*Diagrama de flujo camisetetas Urban Wave*



Además, las personas pueden obtener información de los productos y actualizaciones a través de las piezas publicitarias que se encontrarán en las páginas de Facebook e Instagram, como también, se podrá observar algunas de estas publicaciones en pantallas led de la ciudad, para mayor visualización y cobertura de mercado.

Por otra parte, se realizó una evaluación de alternativas (ver Tabla 1), por tanto, se comparó a dos empresas de la competencia con Urban Wave, donde se tuvo en cuenta tres atributos específicos, a saber: precio, variedad de diseño y personalización. En este sentido, los resultados fueron favorables, puesto que Urban Wave tiene atributos positivos, ofrece productos personalizados, no producen alergia en la piel, durabilidad y ahorra recursos naturales.

**Tabla 1**  
*Evaluación de alternativas*







	Precio	Variedad	Personalización
Urban Wave	8	10	10
Skunfunk	5	9	1
Sunita Suits	4	8	1



A su vez, se elaboró la respectiva matriz de preselección de mercados (ver Figura 2), en la cual se tuvo en cuenta a 18 países, a los cuales se les evaluó unas variables generales y específicas. Estas fueron de mucha ayuda para la recolección de información importante, además, permitió obtener el resultado de los países a tener en cuenta para exportar el producto.

**Figura 2**

*Matriz preselección de mercados*

	CONTEXTO PAÍS	NIVEL DE IMPORTANCIA DE LA VARIABLE	CALIF -	PAÍS	PAÍS	PAÍS	PAÍS	PAÍS	PAÍS	PAÍS	PAÍS	PAÍS	PAÍS	PAÍS	PAÍS	PAÍS	PAÍS	PAÍS	
1	BANDERA																		
5	FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS (2017)	10.002	4	42	0.4	4	6	0.4	4	30	0.4	4	10	0.4	4	11	0.4	4	36
6	CUMPLIMIENTO DE CONTRATOS (2017)	10.002	4	70	0.3	3	17	0.4	4	26	0.4	4	33	0.4	4	7	0.4	4	57
7	RIESGO DE NO PAGO (2017)	10.002	4	A1	0.4	4	A2	0.4	4	A2	0.4	4	A2	0.4	4	A3	0.4	4	A1
8	TASA DE DESEMPLEO 2 (2016)	10.002	4	4.9% (2017)	0.4	4	4.4%	0.4	4	17.2%	0.1	1	0.067	0.3	3	0.071	0.3	3	0.032
9	PIB (MIL DE MILLONES USD) (2016)	10.002	4	\$104.4	0.2	2	19.49M	0.1	1	134M	0.1	1	535.6 M	0.4	4	47.26 M	0.2	2	679 M
10	VARIACIÓN 2 PIB 2015-2017	5.002	3	2.9% (2017 est.) 2.2% (Est. 2016) 2% (Est. 2015)	0.15	3	2.2% (2017 est.) 1.6% (Est. 2016) 2.3% (Est. 2015)	0.15	3	est. 3.2% (Est. 2016) 3.6% (Est. 2015)	0.15	3	17 est. 3.7% (Est. 2016) 4.5% (Est. 2015)	0.15	3	107 est. 3.2% (Est. 2016) 2% (Est. 2015)	0.15	3	107 est. 3.6% (2016 est.) 3.2% (2017)
11	PIB PER CAPITA USD (2015-2017)	20.002	4	\$53,300 (2017 est.) \$52,000 (Est. 2016) \$51,900 (Est. 2015)	0.8	4	\$53,800 (2017 est.) \$53,800 (2016 est.) \$53,400 (Est. 2015)	0.8	4	\$38,400 (2017 est.) \$37,200 (Est. 2016) \$36,300 (Est. 2015)	0.8	4	\$51,200 (2017 est.) \$50,800 (Est. 2016) \$50,900 (Est. 2015)	0.8	4	\$52,400 (2017 est.) \$50,700 (Est. 2016) \$49,600 (Est. 2015)	0.8	4	\$62,300 (2017 est.) \$61,800 (2016 est.) \$61,500 (2015 est.)
12	INFLACIÓN 2 (2016-2017)	10.002	4	1.3% (2017 est.) 0.1% (Est. 2016)	0.4	4	2.1% (2017 est.) 1.3% (Est. 2016)	0.4	4	2% (2017 est.) -0.2% (Est. 2016)	0.4	4	1.9% (2017 est.) 1% (Est. 2016)	0.4	4	3.7% (2017 est.) 0.7% (Est. 2016)	0.4	4	0.5% (2017 est.) -0.4% (2016 est.)
13	DEVALUACIÓN - MONEDA CADA PAÍS/USD (2017)	5.002	1	0.805 (2017 est.) 0.903 (Est. 2016)	0.15	3		0		0.885 (2017 est.) 0.903 (Est. 2016)	0.15	3	0.442 (2017 est.) 0.5605 (Est. 2016)	0.15	3	0.804 (2017 est.) 0.9037 (Est. 2016)	0.15	3	0.9075 (2017 est.) 0.9852 (2016 est.)
14	TIPO DE CAMBIO RESPECTO AL DÓLAR (2017)	5.002	1	1.057	0.2	4		1		1.057	0.2	4	0.99994	0.1	2	1.057	0.2	4	0.99994

Posteriormente, se realizó la evaluación a Suiza, Suecia y Uruguay. En la evaluación se tuvo en cuenta factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos, lo que dio como resultado que el país potencialmente para exportar era Suiza, ya que es uno de los países más competitivos, gracias a que sus empresas se dedican a la investigación y desarrollo de las mismas, además de ser un país con unas normas de protección medioambiental estrictas, pues su nivel de vida, su productividad industrial, la calidad del sistema educativo y sistema de salud, se encuentran entre los más altos de Europa. En el sector industrial, apoya a las mejores universidades e institutos suizos con un porcentaje favorable para el financiamiento del desarrollo de nuevas tecnologías sostenibles en el país. Con respecto a lo anterior, estas matrices son un gran fundamento para la preselección del mercado objetivo, ya que todos los aspectos evaluados fueron analizados de una manera concientizada y responsable para obtener un resultado adecuado. Por otro lado, se dio énfasis a la selección de proveedores, para lo cual se creó una matriz (ver Figura 3). Se tuvo en cuenta criterios muy importantes a la hora de elegir a la empresa que se ocupará de la materia prima. Los

aspectos más importantes que se tuvieron en cuenta fueron los siguientes: nivel de precios, garantías de calidad y cuidado de medioambiente.

**Figura 3**

*Criterios matriz de proveedores*



Fuente: El presente proyecto.

## Resultados

Durante el desarrollo del proyecto, se encontró aspectos que ayudaron a la comprensión del factor moda, entendiendo que es un aspecto poco significativo a la hora de tomar la decisión de compra, ya que la calidad, precio y textura juegan un papel muy importante dentro del contexto. Por lo anterior, fue necesario la identificación de proveedores que utilicen materiales adecuados para la producción del producto, con los estándares requeridos y propuestos al cliente.

De igual forma, se cuenta con la capacidad de brindar una materia prima favorable para la elaboración, la cual parte, precisamente, por el pedido de tela ecológica; luego, se hace una inspección de la misma y, posteriormente, se procede a la confección como tal de las camisetas. Este proceso es fundamental, ya que de este depende que se obtenga unas camisetas que puedan satisfacer las expectativas de los clientes con la promesa de valor.

Por otro lado, la matriz Pest permitió obtener el resultado del país exportador, ya que mediante ésta se evaluaron variables esenciales que brindaron soporte y





evidencia para la elección de Suiza, por ser uno de los países más competitivos en tecnología, sus empresas se dedican a la investigación y desarrollo de las mismas, es un país con normas y protección medioambiental; para ellos, el cuidado del medioambiente es primordial, su nivel de vida, su productividad industrial, la calidad de su sistema educativo y su sistema de salud se encuentran entre los más altos de Europa. En el sector industrial, apoya a las mejores universidades e institutos suizos con un porcentaje favorable para el financiamiento del desarrollo de nuevas tecnologías sostenibles en el país.

También es importante conocer al consumidor. Esto se logró mediante una correcta segmentación, con el fin de saber los gustos, su comportamiento, y así lograr llegar al mercado correcto y enfocar las estrategias de publicidad.

Finalmente, el proceso que se ha llevado a cabo es con el fin de lograr buenos resultados y realizar un excelente ejercicio de exportación de un producto innovador y amigable con el medioambiente.

## Conclusiones

La realización de este proyecto y el estudio descrito en este documento hacen soporte para la creación de una empresa comercializadora de camisetas amigables con el medioambiente, lo cual es favorable en el sector de la moda, como un factor elemental para cuidar el planeta de una manera innovadora, con un producto que favorece a la salud de las personas y permite entregar un mensaje de sostenibilidad a las personas que toman la decisión de ser parte del cambio.

No obstante, para llevar a cabo dicho proyecto, se hizo el correspondiente análisis, teniendo en cuenta las necesidades de las personas o, en su efecto, saber lo que esperan de la idea, pues sin esto un proyecto quedaría a la deriva. Por ello, la marca Urban Wave llega a un público objetivo de 386,958 en el país seleccionado para exportar.

En general, la creación de dicho proyecto se basa en la comercialización de un producto que invita a la conservación del medioambiente, además de entregar un mensaje de impacto positivo a la sociedad, desde la dirección, con políticas medioambientales, por ejemplo, el uso de materia prima orgánica, que, gracias a datos brindados por los proveedores, se compone de un 52 % de algodón reciclado y 48 %, de poliéster reciclado, junto con el uso adecuado de todos los recursos para la elaboración de cada prenda, sin olvidar el cuidado, respeto y compromiso con los colaboradores, quienes hacen posible la idea de negocio.



Luego de observar el aspecto positivo que genera al planeta estas camisetas ecológicas, hay otros puntos relevantes que benefician a las personas, gracias a estudios que evidencian la confiabilidad del material, a diferencia de la ropa convencional, que en algunos casos perjudican la salud de la piel. Por lo tanto, adquirir una de estas prendas será una opción saludable y consciente, por ser una tela que no tiene pesticidas u otro elemento que generen daño.

Cabe mencionar que a lo largo del desarrollo del proyecto, se tomó la decisión de implementar un valor agregado para los clientes, y es que tendrán la posibilidad de personalizar sus camisetas por medio de diseños, de acuerdo con el género urbano.

Finalmente, se hizo el análisis de la matriz, se comparó y evaluó diferentes países, y como resultado se pudo comprobar que Suiza es el país con mayor preocupación en diferentes aspectos ambientales. Dicho mercado significó un paso muy importante para responder a su demanda, ya que los consumidores cada vez se interesan más por los productos ecológicos, por ello, se implementó estrategias de precios para competir en el mercado seleccionado.

## Referencias

- ECoticias S.L. (2017, 12 de abril). Los costos para el medio ambiente de la ropa. *Ecoticias.com*. <https://www.ecoticias.com/residuos-reciclaje/134823/Los-costos-para-el-Medio-Ambiente-de-la-ropa#>
- Romero, J. (2019, 16 de enero). Fabricar telas a partir de botellas de pet para prendas de vestir y más. *Avatarenergía.com*. <https://avatarenergia.com/telas-a-partir-de-botellas-de-pet/>