

**COLEGIATURA**

## IV COLOQUIO PERFIL ORIGINAL

# **Juliana Gutiérrez Giraldo.**

7mo SEMESTRE

DISEÑO PROYECTO FINAL

2020-1



Consumo consciente,  
herramientas de transformación.

# DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO



Medellín, Colombia.

Hilando Local, actúa como un transmisor de consciencia que te enseña que desde tu metro cuadrado puedes ser el cambio que el mundo necesita.

Es una plataforma online para unir marcas locales por medio de una narrativa transmedia, educará al usuario sobre la importancia de apoyar el consumo local y convertirse en un PROsumidor, reconociendo en sus decisiones de compra el gran impacto que causa.

A su vez es una biblioteca virtual de marcas locales, donde se le asegura al usuario que con su decisión de compra está apoyando procesos de producción justos, responsables y sostenibles.

# MANIFIESTO

“No es que lo sostenible sea caro,(...) es que lo barato es explotar.”

(Gema Gómez, 2015)

Como consumidores somos un elemento necesario para el cambio de hábitos y costumbres, apoyando y promoviendo iniciativas pioneras que fomenten acciones para el bienestar de nuestro entorno

Como consumidores somos parte del problema, como prosumidores somos la perfecta solución.

PRO  
BLE  
MÁTICA

JUS  
TI  
FICA  
CIÓN

La situación actual nos afecta enormemente a todos los emprendedores y microempresarios, ya que por el poco flujo de ventas y el cierre de las tiendas físicas multimarca, se nos hace muy difícil soportar nuestros gastos fijos llevándonos con los meses al cierre total.

El consumo local es una excelente alternativa de un consumo responsable, ya que además de apoyar 3 veces más la economía del país y generar 10 veces más empleos en comparación a cuando consumimos algo internacional, estamos reduciendo enormemente el impacto ambiental que causamos gracias a las emisiones del CO2 y la ausencia de embalajes innecesarios.

## OBJETIVO GENERAL

-Promover acciones activistas frente al mercado local en Medellín, mediante una narrativa transmedia para transformar el consumidor en prosumidor (Alvin Toffler, 1979), desde la innovación sostenible y el consumo responsable.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Educar y promover desde herramientas y metodologías transmedia, sobre la importancia del prosumo y como tener un consumo responsable y sostenible en la industria de la moda en Medellín.
- Promover el rol del prosumidor desde un nicho de líderes conscientes, para generar la transición del consumo hacia la industrial local.
- Crear una plataforma online de marcas locales, donde el consumidor pueda satisfacer sus necesidades de compra por medio de productos con procesos responsables y sostenibles.

## REFERENTES TEÓRICOS

Brenda  
Chávez



- Periodista.
- Trabajó en Vanity, Vogue, Cosmopolitan.
- Renunció para escribir su libro:  
Tu consumo puede cambiar el mundo.
- Hoy colabora con publicaciones en:  
El País, El Salto, Opciones, Cuerpo Mente y  
programas de radio.
- Lidera proyectos de cultura y sostenibilidad.
- Es docente y consultora.
- Realiza workshops y conferencias.

## REFERENTES TEÓRICOS

- Profesional en comunicación audiovisual y marketing.
- Asesora y estratega de marcas anticonsumistas.
- Sus estrategias parten de la base ¿Cómo mejorar el mundo mientras vendes?.
- Guía a las marcas en su storytelling, “Comunica al mundo tu diferencia”.

Alba Sueiro Román



# REFERENTES TEÓRICOS

## Tesis

Catalina Salas Cruz

Universidad Javeriana

Administración de empresas/  
Responsabilidad social.

Consumo responsable en Colombia.

Olga Lucia Arboleda  
Hernando Zabala Salazar

Universidad de Medellín

Claves para el éxito y sostenibilidad de  
los emprendimientos solidarios  
en Medellín.

# CARTOGRAFÍA

Juxtaposición entre los impactos del consumo local vs el consumo internacional, analizado a partir de 4 conceptos:

Rango de conocimiento: ¿De dónde proviene lo que compro?.

Emisiones de dióxido de carbono.

Incremento de la economía del país.

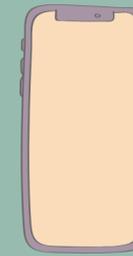
Oportunidades de empleo en el país.



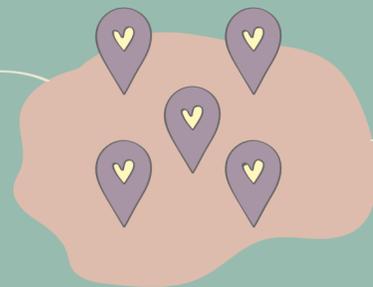
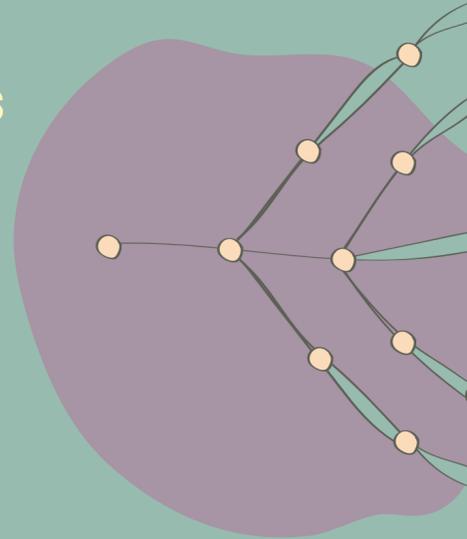


Hilando Local

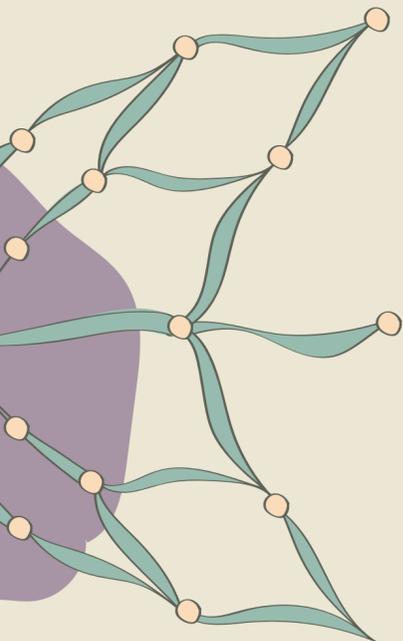
Que unidas por una campaña transmedia



Educan al consumidor sobre el impacto de sus decisiones de compra.



Es un conjunto de marcas locales



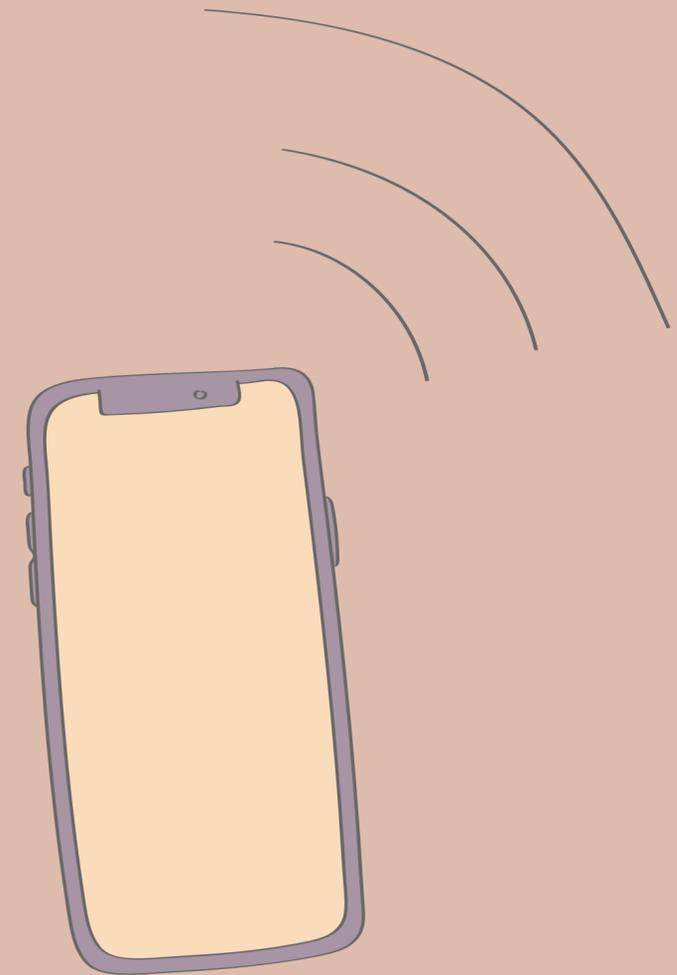
Incitándolos a tomar consciencia del poder de su consumo como elemento principal del cambio.

y guiándolos a una biblioteca online, que les asegurará que con sus decisiones de compra, están apoyando marcas locales con procesos de producción justos, responsables y sostenibles.



## CAMPAÑA DE EXPECTATIVA

Las marcas participantes generarán esta campaña por medio de sus redes sociales, la cual estará compuesta por distintas piezas gráficas que le demostrarán al usuario con datos reales, una juxtaposición de los efectos de su consumo **cuando elige opciones locales vs cuando elige opciones internacionales**; incitándolo a tomar la responsabilidad de sus decisiones de compra y reconocer la importancia de su participación para producir un cambio significativo.



# NARRATIVA TRANSMEDIA

1

Link en historia de Instagram que dirige al usuario a una publicación del feed, donde se comparte la importancia de las pequeñas huellas.

El objetivo final de la pieza es ser usada como fondo de pantalla del celular, para recordar en la cotidianidad el poder que tenemos como seres individuales en la transformación del planeta.



2



3



1

# NARRATIVA TRANSMEDIA



2

Reenviar: Campaña quienes están detrás

Administracion Trascendencia  
VIE MAR 13  
esencia Trascendencia

¿Sabías que cuando consumes local ayudas al medio ambiente gracias a que provocas muchísimas menos emisiones de CO2 y evitas los empaques y embalajes de un solo uso?  
<https://www.trascendencia.co/Trasciendeconnosotros>

# NARRATIVA TRANSMEDIA

3



Cuido el planeta con mi consumo consciente.

Pieza enviada por medio de correo electrónico, cuya finalidad es ser wallpaper de computador y nuevamente de forma cotidiana recordar el impacto que generamos con nuestras decisiones de compra.

El correo estará acompañado de un link que dirigirá al usuario a la sección - Trasciende con nosotros - de la página web de la marca, donde se darán a conocer las emisiones de CO2 y diferentes juxtaposiciones de carácter ambiental, que generamos con cada decisión de consumo.

(Local vs. Internacional)

# NARRATIVA TRANSMEDIA



1



2

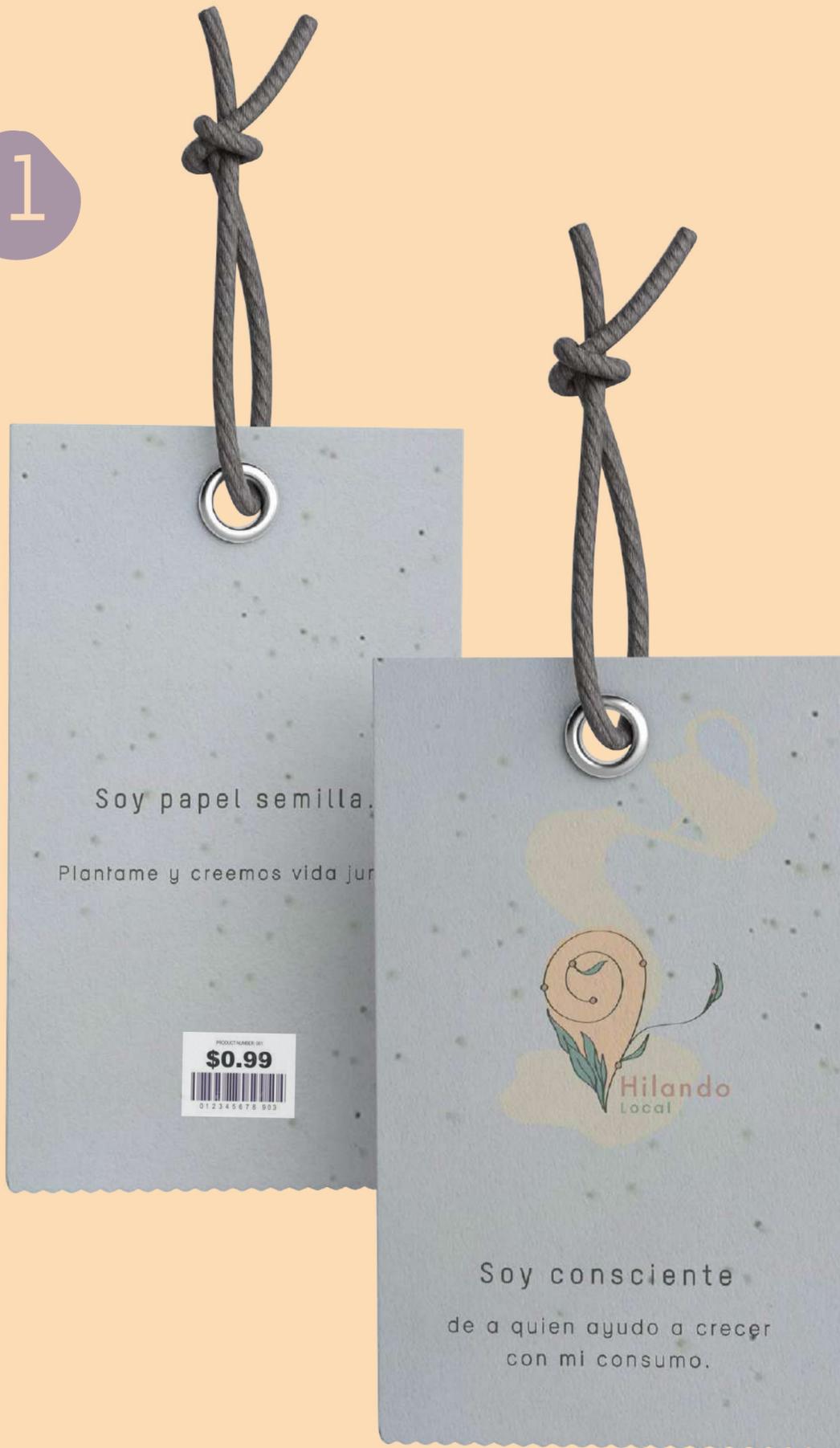


3

Bolsa a base de maíz, compostable y biodegradable, cuya intención es invitar al usuario a sembrarla y generar en el cliente una sensación de satisfacción por estar ayudando al planeta, buscando incentivar el hábito en el usuario.

1

Esta etiqueta artesanal con semillas para sembrar, tiene como propósito crear una relación entre el usuario y su consumo dándole vida a una planta, la intención es que entienda el proceso de vida que siembra con cada decisión de compra.



2



3



# NARRATIVA TRANSMEDIA

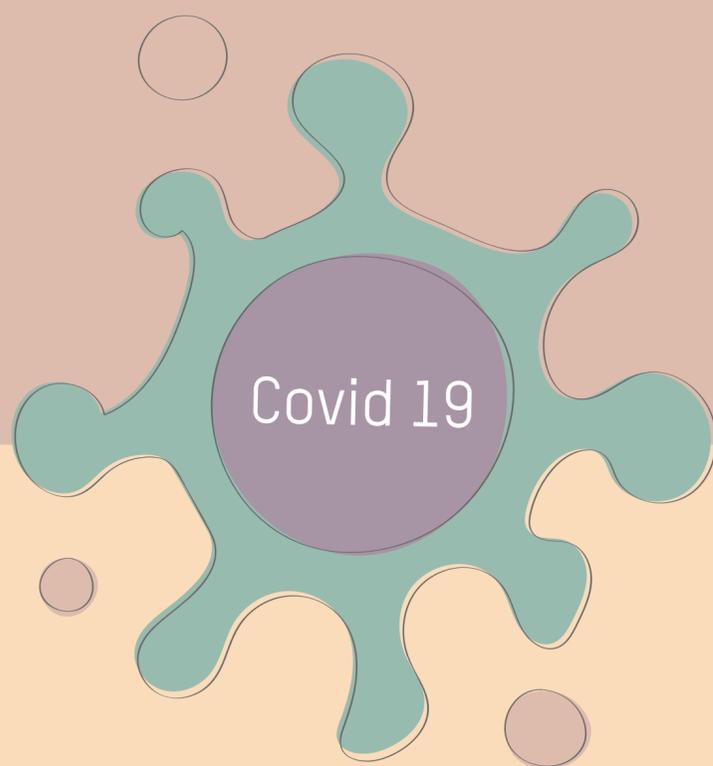


Etiqueta de producto biodegradable, cuyo fin es ser utilizado como protector de tarjeta de débito/Credito – La pieza estará acompañada de un código QR donde el usuario será dirigido a la sección -Yo consumo local – de la página web y podrá informarse sobre distintas alternativas de productos locales con procesos de producción justos.

## OPORTUNIDAD

Las crisis le permiten a las personas y a las empresas reinventarse, es el momento para crear consciencia en el consumidor del alto impacto positivo que generaría comprando local.

La WGSN afirma que el consumidor buscará formas de invertir su dinero en productos y servicios que le retornen la sensación de estar apoyando buenas causas para así justificar su gasto.



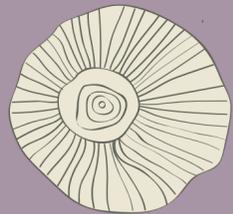
El espacio online de Hilando local, procurará tener proveedores para diversas secciones del mercado, con la intención de hacerle sentir al consumidor que en un solo lugar, puede encontrar todo lo que necesita, brindándole la seguridad de estar generando un bien al planeta y a la sociedad.



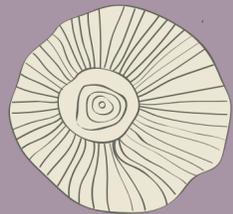
## ESCENARIO POST-CORONAVIRUS

Este proyecto busca crear un hábito en el consumidor, haciéndole conocer constantemente los resultados que ha generado optando por opciones locales, provocando en él una sensación de recompensa que lo incite a crear un bucle de hábito permanente, aún cuando la situación del corona virus pase a un segundo plano.

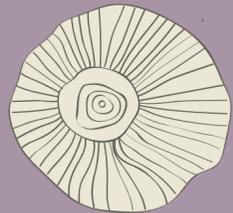
# CUALIDADES DEL PROYECTO



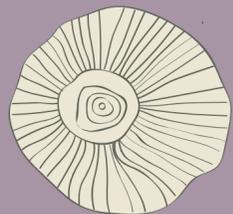
El poder de transformación que desencadenamos al unirnos.



Generamos actos cotidianos a través de la consciencia.



Nos comprometemos con el cuidado del medio ambiente.



Nos enfocamos en relaciones gana- gana

(Para el usuario, para el creador, para la sociedad, para el planeta)



**COLEGIATURA**