

Rubro o categoría.....	1
2A-Descripción física:	1
Producto/Servicio	1
Packaging	2
Hábitos de consumo	2
Hábitos de compra	2
2B-Descripción conceptual.....	2
Beneficio básico	2
Evidencia de apoyo	2
Reasonwhy	2
3A-Público objetivo	2
Perfil demográfico.....	2
Perfil psicográfico.....	3
Consumidor – Decisor – Comprador	3
3B-Competencia.....	3
Primaria.....	3
Secundaria:.....	6
Genérica	6

Rubro o categoría:

Sector: Industrial

Subsector: Industrias manufactureras

Rama de actividad: Fabricación de calzado y de sus partes

Actividad: Fabricación de calzado

2A-Descripción física:

Producto:

Es un sitio web de comercialización de calzado sustentable y vegano. El calzado está hecho a partir de materiales reciclados, renovables y biodegradables. Es hecho a mano, rememorando el antiguo oficio de zapatero, por lo que no produce efectos negativos sobre el medio ambiente en su proceso de producción.

Los insumos utilizados no solo son sustentables, sino que también son veganos, la organización respeta la vida de los animales y aboga por una economía cruelty-free.

Con la compra de un producto está invitado a conocer nuestras instalaciones, para conocer más acerca de materiales ecológicos, reciclado y cuidado del medio ambiente

Packaging:

El packaging está hecho utilizando 90% de cartón reciclado posconsumo, y sirve como caja de zapatos, empaque de compras y de correo, todo en uno. Se consigue eliminar todos los plásticos y papeles innecesarios que normalmente las otras empresas utilizan para evitar el roce. En este caso el diseño consigue una caja compacta que utiliza menos materiales y que se divide en dos.

Hábitos de consumo:

La modalidad de consumo es a través de la tienda online, siendo enviado el producto a domicilio. El cliente antes de comprar el producto tiene a su disposición la información acerca del proceso de producción, materiales utilizados aparte de la elección principal y el trasfondo ético-ecológico que precede a los productos. Por este motivo el cliente sabe que su compra apoya el consumo responsable, ecológico y vegano.

Hábitos de compra:

El comprador tiene la posibilidad de obtener un 5% de descuento en la compra de su calzado si nos permite reciclar sus zapatos. La empresa utiliza las suelas recicladas para generar nuevas. Además, por cada par de zapatillas que se compra, la empresa se compromete a plantar un árbol.

2B-Descripción conceptual:

Beneficio básico:

Calzado vegano customizado.

Evidencia de apoyo:

Hecho a mano por nuestros empleados con materiales biodegradables como el algodón reciclado (U orgánico), caucho natural. Confeccionados a medida.

Reasonwhy:

Al ser hecho manualmente, se reduce el dióxido de carbono emitido en su fabricación, como también el uso de animales se suplementa. El algodón reciclado viene de los sobrantes de las confecciones de ropa, reutilizando estos para volver a hilatura. Como el resto de los materiales naturales proveniente de fuentes renovables, ecológicas y veganas.

3A-Público objetivo

Perfil demográfico:

- Sexo: Indistinto.
- Edad: 20 – 40 años
- Ocupación: estudiante y trabajadores.
- N.S.E.: ABC+.
- Nivel educacional: Secundario completo/Educación superior.

Perfil psicográfico:

Está orientado a personas que han optado por el veganismo como estilo de vida, más precisamente en los que hayan optado por el 'Veganismo ético', porque además de seguir una dieta vegana estricta rechazan la explotación animal para el beneficio humano incluyendo no solo la comida sino también la fabricación de indumentaria, o por los que optaron por el 'Veganismo ambiental', que siguen este estilo de vida principalmente para reducir el impacto ambiental que provoca la industria animal, en especial el vacuno. También se caracterizan por ser mayormente ateos y en menor proporción agnósticos. Luchan constantemente en busca de opciones veganas en restaurantes, bares, instalaciones sanitarias (buffet del establecimiento) así como también en la moda. Su lucha también es por la aceptación familiar, en consecuencia, llevan una vida independiente.

Consumidor – Decisor – Comprador:

En nuestro producto el Consumidor – Decisor -Comprador es una sola persona con la capacidad económica de adquirirlo y quiera apoyar la industria vegana. Al ser un producto customizado es de uso personal y no hace falta la intervención de un tercero para tomar la decisión de compra.

El cliente entra en la categoría de "Consumidor Light". Por el costo del producto al ser mas elevado que la media común en la industria del calzado y por la durabilidad del mismo.

La compra de nuestro producto es programada, por el proceso que lleva la adquisición de este.

3B-Competencia

Primaria:

Nae Vegan shoes: Empresa Portuguesa que, creada con el fin de reducir el impacto de la moda en las vidas de los animales, utilizando materiales naturales, reciclados y sintéticos para la fabricación de sus productos. (Piñatex, algodón orgánico, corcho, Polietileno reciclado y cuero vegano). Cuentan con gran variedad de modelos que siguen la Moda. Cuenta con varias fábricas ubicadas en Portugal y España desde donde envían sus productos al resto del mundo.

Análisis F.O.D.A.:

Fortaleza:

- Uso de materiales sintéticos, reciclados u orgánicos.
- Libre de crueldad animal al realizar la producción
- Adaptar la industria del calzado a los principios del veganismo
- Sostenibilidad en el uso de materiales para la fabricación.
- Mercado en constante crecimiento

Oportunidades:

- Expansión de la empresa por todo el mundo
- Envíos gratis opcional por todo el mundo
- Devolución o cambio gratis en la mayoría de los países.

Debilidad:

- Público objetivo muy limitado (hasta el momento).
- No tiene servicio de reparación.

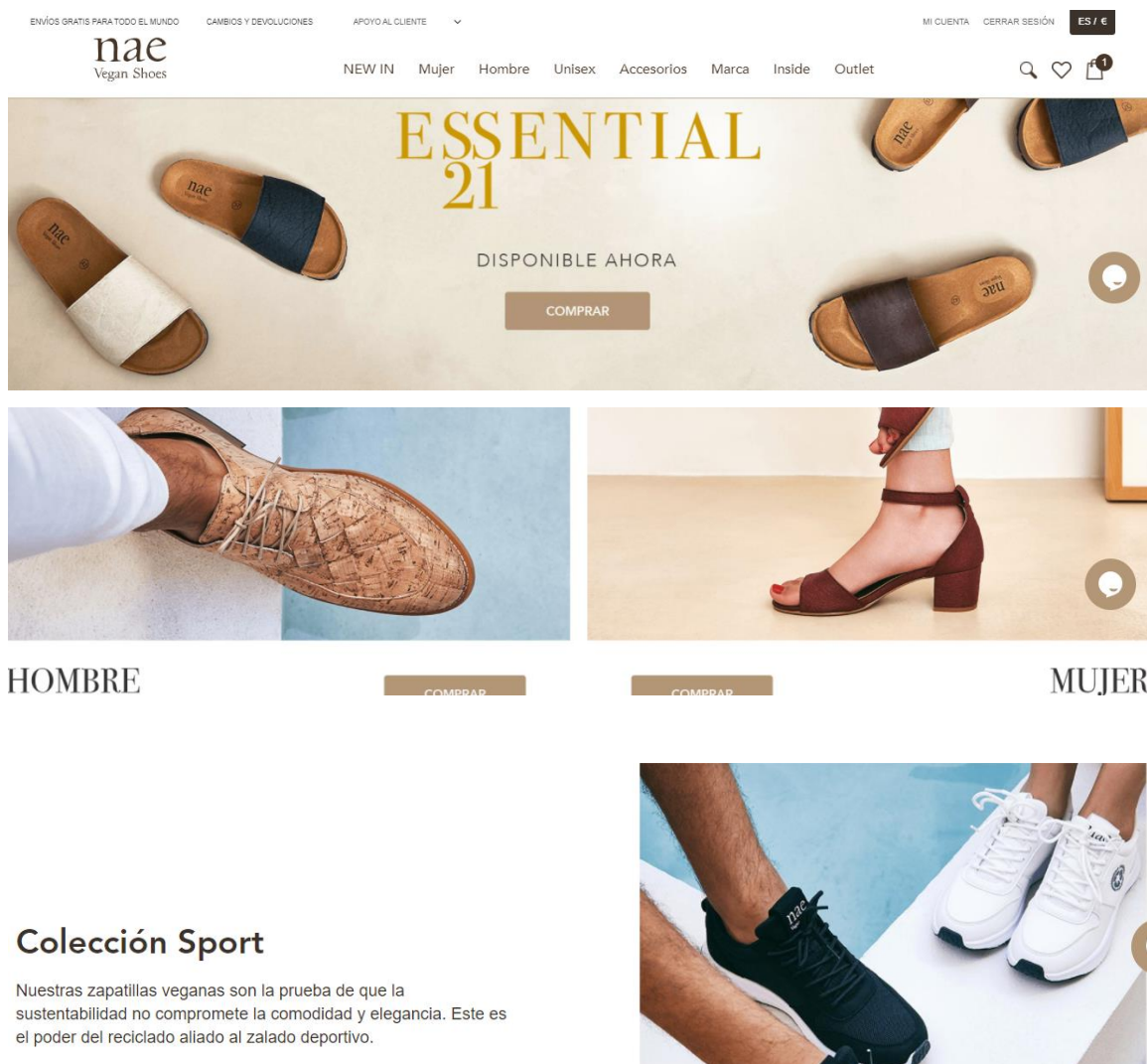
- Servicio al cliente de poca experiencia o ineficiente.

Amenaza:

- Costo económico muy alto para el cliente para adquirir el producto.□
- Falta de publicidad.
- Entrada de competencia, por ser un mercado en crecimiento, la competencia también crece.
- Múltiples fallos en los productos, al ser una empresa nueva e innovadora se encuentran en plena optimización.
- Algunos países tienen políticas que imposibilitan que el envío o devolución de paquetes por correo sean gratis.
- En algunos países, mayormente Latinoamérica, el precio para adquirir el producto varía constantemente por la moneda oficial débil de cada uno de ellos.

Imágenes:

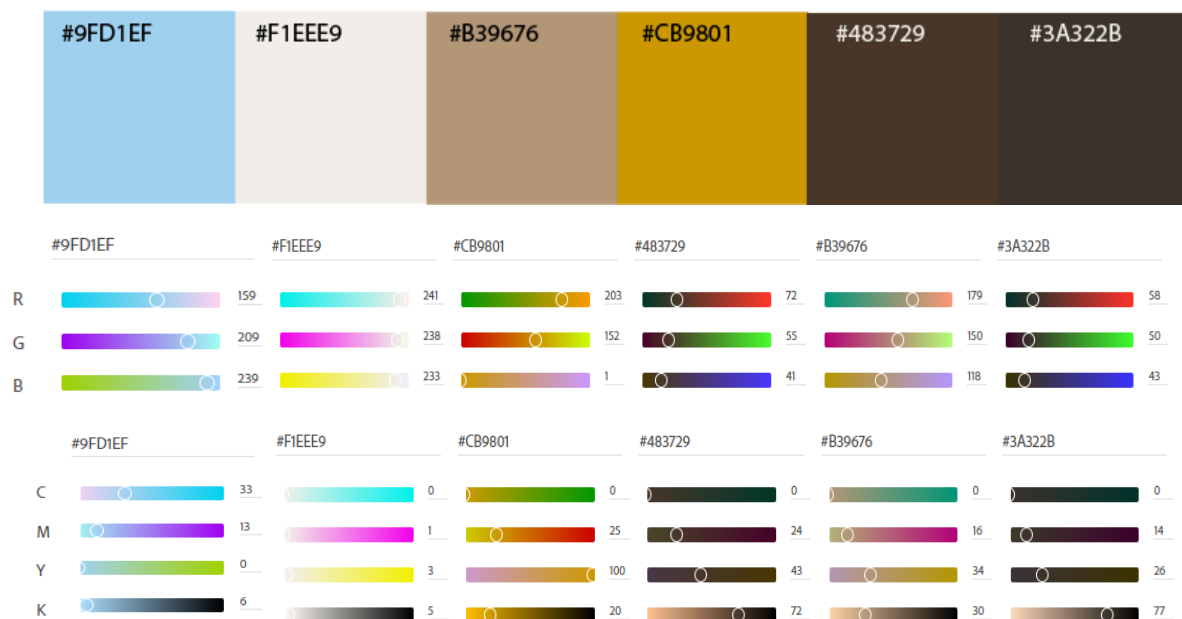
Tipografía:



En el sitio web combinan la utilización de tipografía con Serifa y sin Serifa. Con la Tipografía sans Serif transmiten modernidad, dinamismo y adaptabilidad ante el cambio. Por otro lado, con las tipografías Serif transmiten elegancia, estatus y formalidad.

Color:

Es una paleta monocromática la que predomina en la web y un color complementario. El color del logotipo es el mismo que se emplea en parte de la pagina (#483729). Lo que se quiere transmitir con esta paleta de colores es calidez, hace alusion a la madera como simbolo de lo natural, son colores acogedores que combinados resultan agradables.



Marca:

Es un logotipo, que busca transmitir sencillez, rusticidad.

Dentro del sitio:

En el sitio hay una constante en el uso de la paleta de colores, que señalamos en el punto anterior.

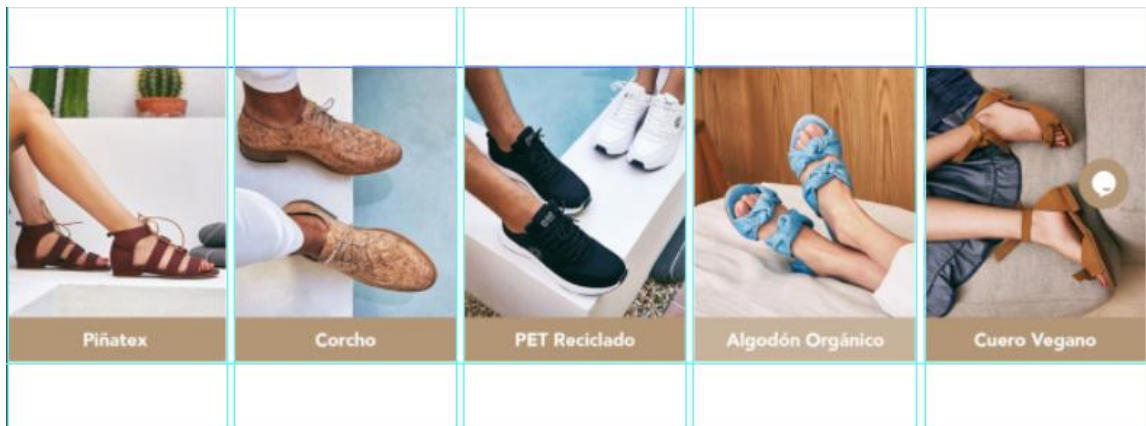
Se reconocen jerarquías/niveles de lectura mediante la utilización de distintos tamaños, colores y tipos de fuentes.

Imágenes:

Las imágenes respetan la paleta de colores utilizada en el sitio y representan principalmente la exposición de los productos. En cuanto al criterio de selección hay un predominio del Primer Plano en la que se destaca la presentación de los productos y las fotografías están tomadas mayormente picado.

Hay un predominio de imágenes de mapa de bits. Se utilizan iconos de igual manera de síntesis de línea y síntesis de plano, con un equilibrio de curvas y rectas.

Grillas:



Se reconoce el uso de grillas en distintas secciones de la web.

Leyes de la Gestalt:

En las imágenes de los productos se reconoce la ley de figura-fondo, con una figura compleja y fondo simple. En las secciones se utiliza la ley de semejanza para diferenciar los textos en subtítulos y párrafos. Y en el menú del navegador podemos observar la ley de continuidad en como se agrupan los distintos ítems y su título por sección.



Secundaria:

Marcas de calzados convencionales (Nike, Vans)

Estas marcas son reconocidas mundialmente por lo que al dirigirse a un público general se llevan gran parte del mercado, ofrecen productos de buena calidad. pero estas empresas no brindan ningún interés en la lucha contra la explotación de animales.

Genérica:

(Stone, narrow, Bross)

Son marcas que, aunque cuentan con productos de calzado, no son su producto principal ya que emprenden en todo tipo de prendas de ropa. Tampoco aportan a la reducción de la explotación de animales.