

PNTA, UNA VISIÓN HACIA LOS HÁBITOS DE CONSUMO CONSCIENTES*

PNTA, A vision towards the conscientious habits of consumption

D.I. Jorge Fuentes**
Asesora: Yaffa Nahir I. Gómez B.

RESUMEN

PNTA es un proyecto que ofrece al usuario la posibilidad de personalizar las prendas que usa de manera que estas se acerquen mucho más al estilo de vida que tiene cada consumidor. En el proyecto se diseña un sistema completo de personalización textil que puede ser usado en el domicilio tanto por artistas experimentados como por usuarios esporádicos. Para la parte visual del proyecto se ha colaborado con una fundación de niños con escasos recursos económicos, dejando que sean estos pequeños los que determinen el aspecto final que tendrán las prendas a comercializar, además una parte de lo recaudado se utilizará para ayudar al desarrollo integral de los niños de la fundación desde lo lúdico y lo educativo.

DESCRIPTORES: Personalización, responsabilidad social, innovación, vestuario, pigmentación textil.

ABSTRACT

PNTA is a Project which offers the user the possibility of customizing his clothes, therefore this wear approaches the user's life style and likes. The project designs a complete system of textile customization that can be used at home by expert artist to rookie consumers. For the visual part the project, it collaborated with a children foundation with economic problems, allowing these kids to draw and make the final aspect of the print in the products, so a part of the money collected in the commercialization, will be destined to help these children in the education and recreation development.

DESCRIPTORS: Customization, social responsibility, innovation, attire, fabric pigmentation.

INTRODUCCIÓN

Al día de hoy son muchas las empresas que se han orientado por la personalización como línea paralela a la cadena productiva normal dentro de la organización, ya sea personalización masiva, *custom fit* o entregando productos complementarios que aumenten la experiencia original de dicho artículo, la personalización permite a las empresas tener un contacto con el usuario más cercano y así poder satisfacer especialmente cada una de sus necesidades, sin gastos excesivos de inversión, ya que se produce solo lo que pide el cliente. Queriendo llegar a mayor parte del público con un producto enfocado en los gustos de cada usuario, el proyecto se hace fomentando la responsabilidad social que tiene cada consumidor a la hora de comprar un producto no solo esperando un beneficio propio, sino ayudando al desarrollo íntegro de toda la comunidad donde se desenvuelve.



Foto suministrada por el estudiante

* Proyecto de Grado.

** Diseñador Industrial de la Universidad Católica Popular del Risaralda - Agosto 2010.

El problema está en encontrar la manera de involucrar perfiles de usuario tan variados en un solo producto, y que por medio de este se eduque el mercado y se mejore socialmente la comunidad. El proyecto abarca la personalización ya que es una buena forma que tiene el usuario para plasmar sus costumbres, gustos y estilos de vida en un producto genérico, y ayuda a encontrar puntos en común dentro de una sociedad alejada e insensible. El trasfondo que se quiso dar al proyecto para buscar un bien común es el de cerrar el ciclo de consumo ampliando, siendo beneficiados de una operación comercial no sólo el comprador y el vendedor sino a toda una comunidad, que en este caso fue "El Hogar de los Niños" que se involucró de manera activa en el proyecto.

Los objetivos del proyecto se guían por dos partes importantes la primera los intereses comerciales y de diseño del proyecto. Por otra parte están los intereses comunicativos y de trasfondo social que se quiere dar al producto.

Objetivo General

- Diseñar un sistema de personalización textil para uso a nivel doméstico.

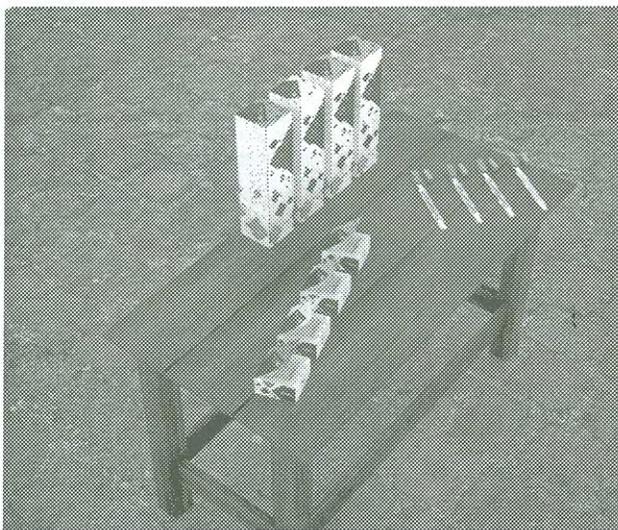


Foto suministrada por el estudiante

Objetivos Específicos

- Posibilitar la personalización de prendas de vestir a un público general mediante procesos sencillos de tintura, aumentando así la variedad de perfiles de usuario que puedan utilizar el producto.
- Competir económica y ecológicamente con las tipologías del mercado existentes en la actualidad,

proporcionando desde el diseño una experiencia de uso innovadora y memorable.

- Desde la labor del diseño y comercial comprometerse con una acción de responsabilidad social que beneficie a una comunidad, siendo este el punto de inicio del ciclo cerrado de consumo consciente.

En el diseño del proyecto se obtuvo un prototipo muy acercado al producto final que se quiere comercializar, desde la parte visual del producto, materiales y empaque, se ha trabajado en simultaneo pasando por diferentes evoluciones y corrigiendo inconvenientes del proceso. El sistema de personalización final se ha intentado minimizar, consiguiendo un número total de 7 elementos que interactuando entre sí hacen la personalización sencilla y asequible a todo público. Desde la parte social se obtuvieron grandes resultados de las actividades realizadas por los niños del hogar, empezando por comprender mejor cada una de sus falencias y terminando en el material gráfico realizado por ellos e implantado dentro de la estampación de las prendas. Por último, es importante resaltar que en todo el proceso de desarrollo del proyecto se han encontrado algunas fallas que en varios casos se han podido resolver mientras que otras mayormente de tipo productivas no y sería el camino a seguir para dar continuidad y posibilidad de comercialización al producto. Estas faltas se producen ya que no se tuvo el apoyo de ninguna empresa de manufactura, esto imposibilitó el poder comprobar cómo se comportaría el producto en un tiraje de producción amplio y por último qué se necesitaría para su introducción al mercado.

MATERIALES Y MÉTODOS

El proyecto se realizó teniendo como perfil de usuario objetivo distintas personas con un estilo de vida donde buscan diferenciación, exclusividad e ir a la vanguardia, para esto se estudiaron diferentes investigaciones que realizó Future Concept Lab en la ciudad de Bogotá; por la proximidad de estas investigaciones se plantea adquirir los perfiles expuestos por ellos que más se acercan al usuario objetivo de manera regional. Aquí se encuentra que los usuarios de subculturas urbanas y jóvenes con poder adquisitivo son los que más se acomodan al perfil final ya que son ellos los que intentan resaltar sobre la sociedad y expresar a través de lo que

consumen su estilo de vida. También es importante resaltar la población de niños con la que se trabajó en el diseño gráfico a estampar sobre la prenda; alrededor de 70 niños colaboraron pintando en papel los sueños y deseos que anhelan algún día cumplir. Para esta actividad el proyecto proporcionó actividades de concientización iniciales que abren la mente y la imaginación de los niños, además del material de dibujo como lápices y papel.



Foto suministrada por el estudiante

Los materiales usados en el proceso son materiales en su mayoría que se pueden utilizar para la fabricación serial del producto.

- Para el prototipo se utilizaron camisetas regulares con un diseño reconocible de la marca Escoria¹, estas permiten un ajuste y forma especial en el cuerpo del usuario.
- Las tintas utilizadas en el prototipo para la estampación son tintas plastisol regulares, mezcladas en algunas ocasiones con concentrado fosforescente para dar al estampado el brillo en la oscuridad que se trabajó para hacer la experiencia de diseño más emocional; sin embargo para el producto serial la idea sería manejar tintas plastisol libres de ftalatos, estas son tintas de bajo impacto ambiental y se muestra una descripción clara de sus características dentro del trabajo.
- Para las herramientas que apoyan la personalización se utiliza el acrílico, que por facilidades de uso y costos permitía al proyecto un acercamiento muy bueno al nivel métrico,

1 Marca propuesta por el estudiante para el desarrollo de su producto que alude a la posibilidad de darle una segunda oportunidad a los desechos o a la escoria.

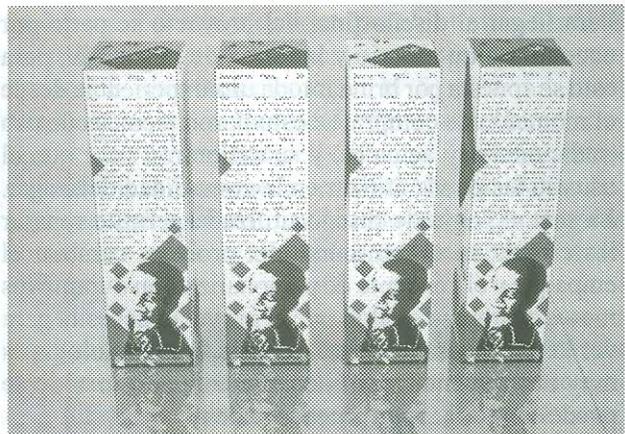


Foto suministrada por el estudiante

ergonómico y visual. Para el prototipo se propone hacer las piezas por inyección de polipropileno, que permite hacer un objeto de calidad y da la posibilidad de integrar color dentro del proceso.

- Para el empaque se utiliza plegadiza y termo formado de poliestireno, la parte visual se imprime en laser para evitar que la tinta se desplace. Para el tiraje será importante la fabricación del troquel y hacer litografía para la parte visual esto reducirá costos de producción y dará mayor uniformidad al producto.

Los materiales usados en el prototipo final son la evolución de otros que se usaron en el proceso de diseño y definieron que ofrece mejores respuestas en el ciclo de vida del producto. Se intenta utilizar materia prima sostenible y amigable con el ambiente, como son plásticos reciclados en un 70% y tintas de bajo impacto ambiental. Además se quiere transmitir a través del producto la misma moral y que el usuario se conscientice de utilizar este tipo de artículos sin tener que dejar de lado sus preferencias estéticas, culturales y fisiológicas.

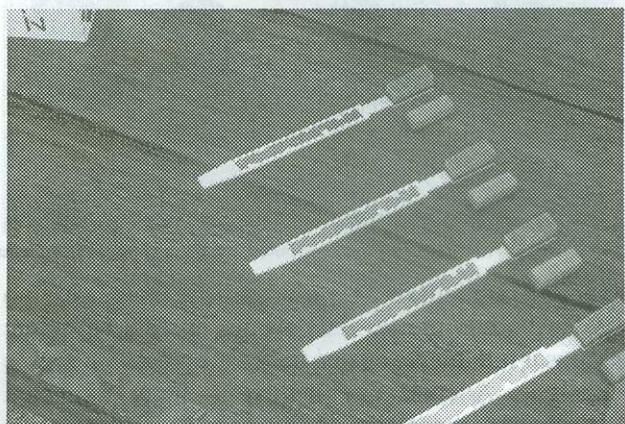


Foto suministrada por el estudiante

Para llegar al diseño final del proyecto se parte por encontrar a un usuario y la forma de llegar a él, para esto se apuesta por brindar toda una experiencia desde el momento de compra, se estudiaron técnicas de uso tradicionales y actuales, y se mejoraron para que el usuario las pueda utilizar en la comodidad del hogar. La metodología de diseño utilizada permite reparar los errores en el transcurso del proceso, cambiar el empaque y el concepto de personalización durante los meses de trabajo es algo que el proyecto necesita para ver los alcances que tiene. Además, la metodología es muy experimental y se hace eficiente porque todo se puede comprobar con pruebas reales.

El diseño influenciado fuertemente desde las tendencias globales que se mueven en el mercado no queda exento de ideas visuales de momento como son juegos de colores y formas utilizadas en la parte visual, sin embargo se trató de mantener lo más fielmente la imagen de marca que viene teniendo Ëscoria, y dar un toque de distinción al proyecto que impacte al usuario en las góndolas. La imagen y el diseño del producto van coherentemente relacionados para marcar una diferenciación con otros productos existentes en el mercado, desde el cepillo y la camiseta hasta el empaque todo está muy bien pensado para ser relacionado por el usuario.

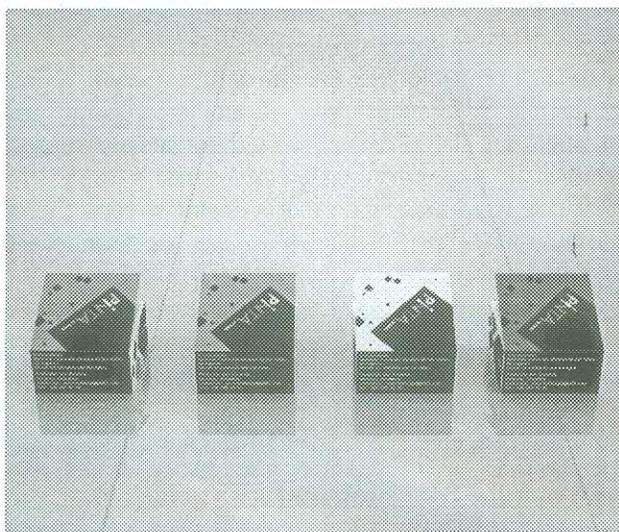


Foto suministrada por el estudiante

La parte publicitaria del proyecto y de imagen es uno de los puntos fuertes del mismo, en ésta se quiere expresar totalmente de qué trata el proyecto y cómo se consigue. Además se plantea un lugar de venta distribución especializado que tenga un espacio del proyecto y donde se puedan hacer distintas actividades y ampliaciones de la experiencia PNTA.

Cuando se tiene el prototipo por primera vez, se puede observar el nivel de minimización logrado en el producto para facilitar el uso doméstico, además cada elemento que se diseñó juega un papel importante en la tarea de personalización, el empaque es la primera comunicación del objeto con el usuario y también funciona como plantilla de apoyo a la hora de pintar la prenda.

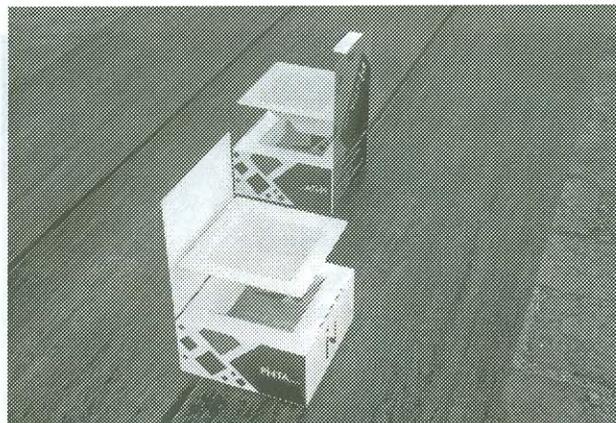


Foto suministrada por el estudiante

En el momento en que se abre el empaque se visualizan dos empaques secundarios que pertenecen a los tintes y se comportan como elementos independientes dentro del producto, en el interior de cada uno de los empaques está un contenedor termo formado con el tinte en polvo, el usuario mezcla un poco de agua dentro del contenedor y bate con el extremo inferior del cepillo hasta lograr un líquido uniforme. Con el tinte preparado el usuario procede a retirar lo que queda del empaque principal, la camiseta y la herramienta para pintar.

Se debe extender la camiseta sobre una superficie limpia y ensamblar la herramienta con una de las cabezas del paquete, con el tinte y la herramienta se pintan las zonas que el usuario desea resaltar de la camiseta, siendo este el momento donde el usuario decide sobre el aspecto final del producto de acuerdo con sus gustos, la pintura se hace bastante fácil pues no requiere de ninguna habilidad para poner unos brochazos sobre la camiseta además se cuenta con la plantilla que puede ser un buen apoyo para los usuario que no se sienten muy confiados de intervenir la camiseta a mano alzada. El usuario cuenta con todas las posibilidades para realizar trazos característicos por medio de cabezas especiales y utilizar mezclas de colores sobre la prenda con una gama cromática que puede ampliar.

Al final, el usuario debe fijar el proceso de tintura por medio de calor, para esto se retira el papel siliconado ubicado en la parte interna de la camiseta se pone sobre la parte superior de la camiseta, después con una plancha en temperatura para algodón (220°) se pasa por encima de la zona tinturada por 20 segundos, teniendo siempre como aislante el papel para evitar dañar la estampación y la camiseta. Es recomendable lavar la prenda antes de utilizarla para sacar el exceso de color y evitar posteriores decoloraciones, para esto simplemente se enjuaga con abundante agua fría sin contorsionar la prenda, hasta que el exceso de color salga totalmente.

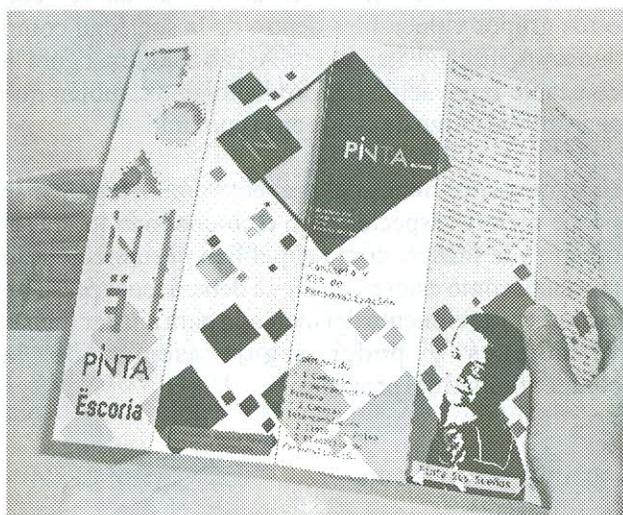


Foto suministrada por el estudiante

RESULTADOS

El proyecto arrojó resultados interesantes sobre el método de personalización utilizado, mostrando el alcance y variantes que puede tener un producto de este tipo, manejando siempre algunos aspectos del diseño inamovibles y otros que pueden ser variantes donde el usuario exprese e intervenga con sus gustos el objeto.

Los resultados estéticos son muy claros y se muestran acertados a la hora de ver todo en conjunto, tal vez una de las partes que se debe mejorar es la gama cromática de los tintes ya que le falta intensidad a los colores y no llega al estilo visual que tiene el resto del proyecto. Sin embargo por otra parte el efecto luminoso que tiene la camiseta en la oscuridad es algo totalmente inesperado e innovador, exalta la experiencia del usuario y enfatiza en la imagen de marca.

Se debe probar otro mordiente para los tintes ya que el utilizado, hizo que la tinta textil se distorsionara, pero se vio un alto incremento en la fijación del tinte cuando se utilizó el mordiente. Tal vez buscar en otro tipo de mordientes que se puedan utilizar en mezcla directa con el tinte pueda ser una solución viable. Es algo que se debe investigar a fondo ya que en la región no se tiene acceso a muchos productos químicos de este tipo.

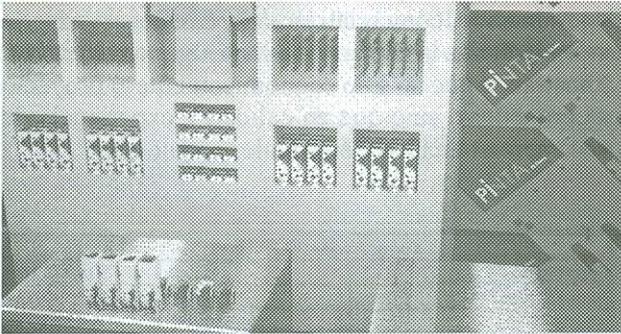
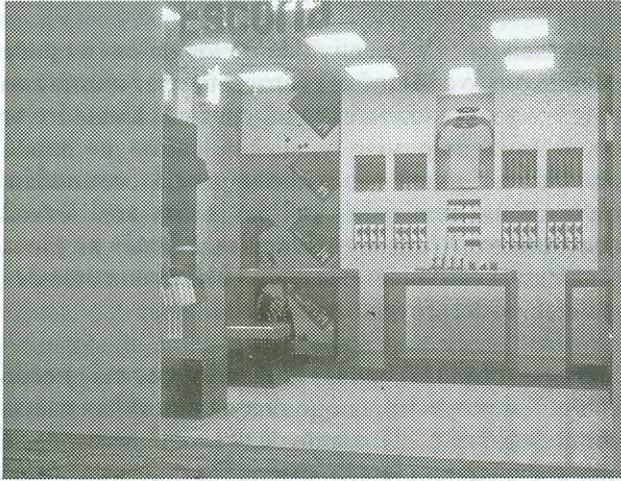
Los resultados de la actividad de los niños se puede decir que es lo que motiva el proyecto y se muestra con más fuerza en toda la imagen, pues es alentador ver cómo cada niño vive y sueña dentro su mundo olvidado en muchas ocasiones por la comunidad. Cada dibujo realizado por los niños será llevado nuevamente al hogar y devuelto, además se planea seguir con actividades de apoyo indistintamente de la realización del proyecto comercial.

Los costos son tal vez los resultados que más pueden hablar del proyecto, ya que dicen con cifras exactas cómo se mueve el mismo dentro del mercado, se hicieron distintos ejercicios donde se muestran costos de producción, comercialización y diseño, abordando estos ejercicios la confirmación de algunos objetivos, y mostrando que no solo económicamente el proyecto es competitivo sino que en calidad y experiencia de uso supera a muchos de sus rivales potenciales.

Costos Totales Del Producto		
Costos Diseño		\$ 10.273.300
Costos Produccion		\$ 22.480.000
Costos De Venta		\$ 5.530.000
Total Costos De Operación		\$ 38.283.300
Costo Unitario Producto		\$ 19.142
Utilidad Al Detal	65%	\$ 12.442
Precio Final Sin Impuesto		\$ 31.584
Impuesto	16%	\$ 5.053
Precio Producto Con Impuesto		\$ 36.637
Precio Total Produccion	2000 Und	\$ 73.274.236

El resultado del diseño final es una muestra fiel de lo que se quería lograr en un principio, parte de la forma se llegó a un producto estéticamente bien logrado, en la parte comunicativa se está llevando un mensaje que busca mejorar la vida de toda la sociedad y es cómo los usuarios y empresas productoras pueden colaborar para tener mejores opciones en la actualidad. Desde lo funcional, es un producto totalmente innovador pues adquiere lo mejor de algunos procesos de personalización y los sintetiza en un producto amigable y fácil de entender.

Finalmente, lo que se puede decir es que aún quedan pequeñas cosas para mejorar, pero se ha logrado una base fuerte capaz de sostener sobre sí una propuesta de mejoramiento comunitario y en la que se involucra un sin fin de elementos. Lo conseguido hasta el momento ayuda a ver que es posible realizar productos innovadores desde ideas simples, y no se necesitan complicados procesos de fabricación para obtener resultados bien planteados.



Fotos suministradas por el estudiante

DISCUSIÓN

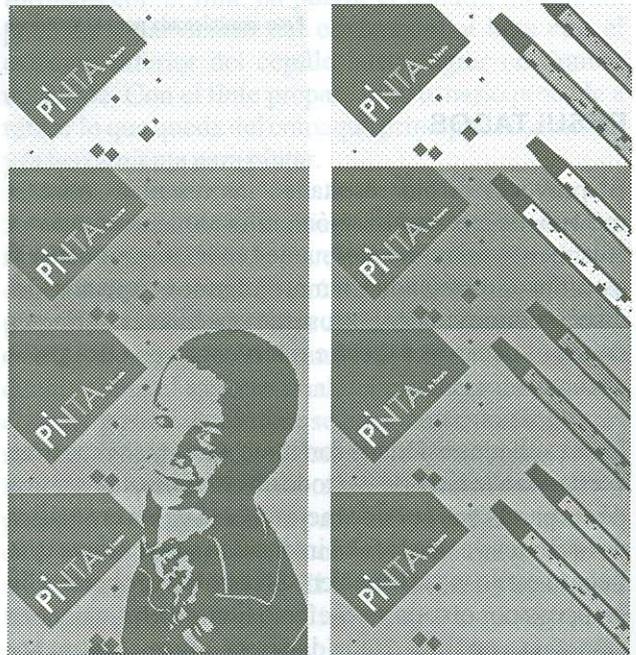
El diseño final o el prototipo expuesto es una síntesis de algunos elementos que participan en la personalización, sin embargo el proyecto no se debe limitar a estos elementos y con esta premisa lo más coherente seguir renovando el producto continuamente y ofrecer al usuario experiencias nuevas en cada compra. Por lo anterior, se hablaba de realizar actividades en las que se integren artistas al proyecto para personalizar algunas camisetas o accesorias en el sitio de distribución en la que el usuario se eduque para intervenir el producto de mejor manera.

Otra de las posibilidades que muestra el proyecto en el futuro, son las redes sociales y los medios virtuales.

Esto permitiría un reconocimiento de marca rápido además de poder interactuar con los usuarios en etapas previas del diseño. Con los medios virtuales también se puede abrir nuevas formas de distribución donde no sean necesarias tiendas físicas y se puedan llevar los productos a lugares inalcanzables de otro modo.

El proyecto debe seguir creciendo, al igual que la ayuda prestada a distintas comunidades, la idea sería que en el futuro el proyecto se integrara con grupos no solo de niños con escasos recursos sino tal vez con otros grupos vulnerables dentro de la sociedad como ancianos, discapacitados, etc. Así no solo se asegura la constante renovación del producto sino también que se amplía el rango de ayuda en la comunidad.

Hay otras situaciones del proyecto donde también se puede mejorar aspectos pero creo que todo lo dirá el tiempo y la manera como el público pueda recibir un producto como este, en el que se deberá tener presente cualquier movimiento del mercado para ajustar dichas variaciones y poder seguir asegurando la competitividad del proyecto.



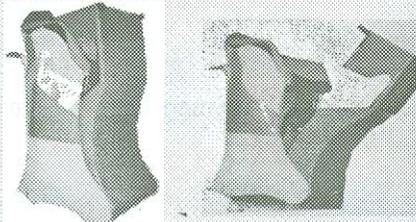
Fotos suministradas por el estudiante

BIBLIOGRAFÍA

- CHAPARRO, Oscar D. (2004). Tribus Urbanas En Los Colegios del Área Metropolitana. Medellín: Trabajo de grado Universidad de Antioquia.
- COHEN, M. (2006). El Comportamiento Del Consumidor: Quiénes Son, Por qué compran y cómo se pueden anticipar cada uno de sus movimientos. Mexico: McGraw Hill.
- Future Concept Lab. (2008). Presentación The Real Trends 2008, Aesthetic Trends. Bogotá.
- Future Concept Lab (2008). Presentación Observatorio Bogotá 2008, DNA y tendencias de la ciudad de Bogotá. Bogotá.
- Future Concept Lab. (2009). Presentación Tendencias Globales 2009. Bogotá.
- Future Concept Lab. (2009). Presentación observatorio de tendencias de la cámara de comercio de Bogotá 2009, Perfiles de los consumidores. Bogotá.
- GATÉ, Jean-Charles & Vitrac Jean Pierre. (1994). La estrategia de producto y diseño en el plan de marketing. Barcelona: Gestión 2000 S.A.
- GÓMEZ B., Yaffa Nahir. (2009). Presentación 4 escenarios del producto, Curso Gestión del diseño, Pereira: UCPR.
- LARRAIN, Jorge. (2001). El concepto de identidad. Santiago De Chile: Lom Olmos, Luna (2007) Mass Cuztomization. Consultado el 19 De Septiembre De 2009. Disponible En ninadelunas.files.wordpress.com/2007/08/mc.doc
- PINE II, Joseph. (2000). La economía de la experiencia. Barcelona: Granica.
- TAVERA, Gladys. (1989). Cartilla taller de tintes naturales para lana. Bogotá: Artesanías de Colombia.
- Varios Autores. (2006). T-Shirt, 500 Camisetas. Barcelona: Monsa.

2009-1 QUINTO SEMESTRE

PROYECTO: Ilustra -Eje



CONCEPTO:

El concepto en el cual se basa el diseño radica en la facilidad de transporte del artefacto y distribución de herramientas de trabajo, además de la comodidad del usuario como prestador del servicio, teniendo en cuenta el contexto formal ya utilizado en otros mobiliarios que se han usado en la ciudad.



ESTUDIANTES: Luisa Fernanda Tangarife Ocampo y Juan Felipe Ocampo Cardenas
DOCENTE: Patricia Herrera Saray

PROYECTO: Green Happiness



CONCEPTO:

Después de realizar un estudio del contexto y la vida cotidiana de una persona con parálisis cerebral, se llega a un resultado en el que la ergonomía juega un papel muy importante para dar solución de sus necesidades (comodidad y seguridad).

ESTUDIANTES: Susana Andrea Grajales Benítez y Diana Marcela Londoño Restrepo
DOCENTE: Patricia Herrera Saray
FOTOS: Docentes y Estudiantes del programa de Diseño

**LOS 2 MEJORES PROYECTOS DEL 2009 - 1
 2009-1 QUINTO SEMESTRE**