

ECOBRAND

PAULA CASQUERO  
CLARA MATEO  
SANDRA MUÑOZ  
CRISTINA RODRÍGUEZ

# INTRODUCCIÓN

Hemos decidido crear “EcoBrand” Dado que la producción global de plásticos se ha disparado en los últimos 50 años, debido a que el plástico es muy persistente y se dispersa fácilmente. Podemos encontrar plásticos en todos los océanos del mundo.

“EcoBrand” es una marca de moda ecológica con una clara identidad dinámica y muy fresca, para el diseño de las tendencias. Somos una marca con una misión muy clara: ofrecer tendencias con tejidos procedentes de los plásticos de los océanos. Queremos un mundo mejor que respete el medio ambiente y para ello hacemos lo que más nos gusta: poner a disposición de nuestros clientes moda ecológica con diseño urbano y de calidad.

Creemos en la sostenibilidad y proyectos ambientalmente responsables

Nuestra visión se basa en una cadena de producción que incorpora productos plásticos en los procesos de producción, centrándose en la protección del medio ambiente. Esto nos permite obtener un producto natural que satisface plenamente las necesidades de nuestros clientes. Por fin se puede disfrutar de eco-diseño de moda.

Este proyecto nos lleva a un nuevo concepto en el mundo de la moda basado en tres pilares: sostenibilidad, el diseño y un precio atractivo. Ya no tenemos que renunciar a la moda en favor de un diseño urbano y elegante, y al mismo tiempo ser respetuosos con el medio ambiente.

Imaginamos un mundo mejor. Un mundo en el que el desarrollo humano no entra en conflicto con la estabilidad del planeta. Un mundo donde la gente siente que la naturaleza es su apoyo a la vida y un recurso inagotable.

Nuestras producciones no dañan el medio ambiente porque están hechos con productos plásticos, el producto tiene una imagen más comprometida. Además, el mercado no está muy saturado por tratarse de una preocupación reciente afianzado por los últimos movimientos ecologistas.

El hecho de tratarse de un producto ecológico, confiere al mismo una imagen responsable y comprometida con las preocupaciones sociales del momento. Esto hace que la gente joven se identifique con el producto en cuestión porque poseen una mayor información sobre los problemas medioambientales. Otra ventaja estaría constituida por la diferenciación del producto, pues se trata de una idea no explotada. Además, al ser una idea innovadora no se cuenta con una competencia demasiado importante, ya que no hay empresas que se hayan especializado en el sector.

Hemos elegido "EcoBrand" que está compuesto por dos palabras: Eco haciendo referencia a la parte de la biología que estudia las relaciones de los seres vivos entre sí y con el medio en el que viven y Brand corresponde al término de marca en inglés enlazando esta marca a un comercio internacional.



Hemos elegido el color **azul** oscuro porque transmite confianza a nuestros clientes, proveedores y colaboradores; responsabilidad; verdad; constancia; poder; elegancia; conocimiento; fidelidad.

Y el **verde** porque representa renovación y vida. Dando una segunda oportunidad a los plásticos de los océanos.