

PROPOSICIÓN DE VALOR

En nuestro proyecto de ropa reciclable y ecológica hemos decidido hacer exactamente eso: un servicio en que no solamente se vende ropa al cliente, sino en el que este mismo es capaz de devolver la ropa que ya no necesita a cambio de puntos canjeables por descuentos, etc.; además de poder ponerla a la venta a modo de ropa de segunda mano, en caso de que dicha prenda esté en muy buen estado.

Además, nuestra empresa, la cual estará concienciada sobre el medio ambiente, de vez en cuando iniciará campañas ecológicas, como, por ejemplo, recogida de plásticos; y humanitarias, en las cuales daremos ropa de la marca a gente sin techo o con graves problemas económicos. Con todo esto, no sólo ayudaremos a contribuir al medio ambiente, sino que también estaremos creando una campaña de marketing que generará en el público una buena opinión sobre la tienda.

Pero, profundizando un poco más en la ropa en sí, sólo venderemos ropa de nuestra propia marca, llamada *Greenwear*, la cual tendrá nuestro característico logo a modo de sello identificativo. Será fabricada con materiales 100% ecológicos y reciclables. Los clientes tendrán la capacidad de devolver a nuestro establecimiento ropa únicamente de nuestra marca, la cual pasará por un proceso de limpieza y reciclado, con el fin de dar lugar a nuevas prendas de forma más barata y eco-friendly. El cliente, a cambio, recibirá una serie de beneficios en forma de puntos digitales (*Greenpoints*), que serán canjeables mediante una aplicación móvil por descuentos de hasta el 100%, dependiendo del estado de la ropa devuelta, la cantidad, etc. Es por esto mismo que, si un cliente nos proporciona una prenda en excelente estado, de modo que tanto sería innecesario pasarla por el proceso de reciclaje como sería imposible venderla como ropa nueva; haríamos uso de nuestro servicio de ropa de segunda mano, en el cual se venderían las prendas en estado decente por un precio menor y ofreciendo al cliente un beneficio por su aportación, ya sea en forma monetaria o de puntos.

Finalmente, y ahondando en la idea de la realización de las campañas, destinaremos una parte importante de nuestros ingresos a misiones solidarias en distintas partes del mundo, con el fin de, al menos, protestar contra la cancerígena acción humana y los desastres naturales que ocasiona o puede llegar a causar. Salvar animales de la caza furtiva o recoger plástico de las playas son algunos ejemplos, pero también podemos publicitar nuestra marca dando parte de nuestro dinero a ONGs, donando caritativamente ropa de nuestra marca a gente sin hogar, refugiados, habitantes de países o regiones pobres o afectados por alguna catástrofe; y un largo etcétera. Claramente, todo esto lo haremos de forma abierta, a ser posible con publicidad en medios de comunicación que exhorten al público a contribuir a nuestras campañas, lo cual, al mismo tiempo, mejora nuestra imagen y atrae compradores, inversores y, sencillamente, donaciones a nuestra empresa.