

# CANALES

IES CARDENAL LÓPEZ DE MENDOZA

Alejandro C, Carmen A, Sergio y Clayton F

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En OFFSET estructuramos nuestra comunicación como una extensión directa de nuestros valores fundacionales. No entendemos la comunicación como una herramienta puramente comercial, sino como un mecanismo para trasladar de forma clara y coherente nuestra propuesta ética y social a los distintos segmentos de mercado.

Nuestro principal canal de comunicación son las redes sociales, que nos permiten establecer un contacto directo con un público joven y sensibilizado con el impacto social y ambiental de la moda. A través de estos canales comunicamos nuestros procesos productivos, el origen de los materiales reutilizados y los criterios bajo los cuales diseñamos y fabricamos nuestras prendas para conseguir la confianza y diferenciación frente a la industria tradicional.

La propuesta de valor de OFFSET se transmite mediante un enfoque informativo y crítico, centrado en la sostenibilidad, la economía circular y la justicia social. Nuestra comunicación priorizará explicar el porqué y el cómo de nuestras decisiones empresariales.

Así mismo, alcanzamos a nuestros segmentos de mercado a través de colaboraciones con artistas emergentes y pequeños diseñadores. Estas alianzas refuerzan nuestra identidad y amplían nuestra visibilidad dentro de comunidades y el streetwear.

Nuestra identidad visual y nuestro lenguaje comunicativo son sobrios y funcionales. Evitamos recursos estéticos artificiales o mensajes aspiracionales desvinculados de la realidad productiva. El discurso de OFFSET es crítico con el modelo de *fast fashion*, orientado a invitar al consumidor a formar parte de una alternativa responsable.

A través de esta estrategia de comunicación basada en valores, OFFSET se posiciona como la única marca coherente y

**comprometida capaz de alcanzar a su público objetivo sin comprometer los principios que sustentan su modelo de negocio.**