

CAPITULO I

● **EL DISEÑO.** *aplicado a la creación de una marca, y linea de productos deportivos.*

INTRODUCCIÓN

■ 1.0 INTRODUCCIÓN.

El entorno de las marcas de ropa y accesorios deportivos cada vez se vuelve más complejo y competitivo, cada día se requieren mejores innovaciones que mantengan posicionadas a estas marcas, así como diseños que permitan a las marcas existentes mejorar su oferta de productos ante su competencia para mantener un liderazgo del mercado en el cual participan. La complejidad a la que están sujetas estas compañías, es provocada por la constante sofisticación de las necesidades de los consumidores, la intensa competencia de otras marcas ya existentes y las de reciente creación.

■ 1.1 OBJETIVO GENERAL.

Se pretende aplicar el diseño para crear una marca y sus productos. Utilizando el diseño como la herramienta principal, para crear la línea de artículos deportivos. La realización de los diseños estará sustentada en el planteamiento de productos diferentes a los que existen en el mercado actual de ropa deportiva.

■ 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

¿Es posible a través del diseño, desarrollar una serie de productos deportivos, así como crear una marca que respalde estos productos?

■ 1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Diseñar una línea de artículos deportivos con características y diseño innovador para los usuarios.
- Lograr una paridad visual con las identidades de marcas rivales.
- Mediante el diseño desarrollar una marca competitiva de ropa y accesorios deportivos.
- Identificar las causas de una exitosa creación de marca.

■ 1.4 HIPÓTESIS.

Es un hecho que un diseño innovador y estético, mejora la experiencia de los usuarios en cuanto al uso o manejo de objetos tangibles y no tangibles, así como la experiencia visual de estos mismos objetos.

■ 1.5 JUSTIFICACIÓN.

Hoy en día vivimos en un mundo altamente competitivo, donde los usuarios buscan productos únicos e innovadores .

Las marcas y en especial, las marcas de ropa y accesorios deportivos, para poder diferenciarse del resto de sus competidores tienen que ofrecer a sus consumidores una sólida estrategia de exclusividad y diseño. Podemos considerar que estas herramientas son fundamentales para que una marca de ropa deportiva se pueda apoyar y poder crear una ventaja competitiva.

Al crear un diferenciador de diseño y exclusividad en sus productos las marcas de ropa deportiva se añaden valor agregado a las mismas, y con esto los consumidores pueden diferenciar la marca entre el resto de las marcas de productos deportivos existentes, logrando una preferencia y valor de compra.

■ 1.6 ALCANCES.

- La investigación se va a enfocar en diseñar una marca, junto con una línea de productos deportivos para esta marca.
- Proponer una metodología de creación de marca.
- Crear una identidad gráfica sólida de marca.
- Construir una misión y valores que respalden la marca.
- Se realizarán una serie de propuestas de diseño con la finalidad de crear productos innovadores y estéticos para la marca.

■ 1.6 LIMITES.

- La investigación no abarcará todas las actividades que conforman la labor mercadológica.
- Las pautas que se proporcionarán deben de ser estudiadas y adaptadas al mercado que se pretenda aplicar.
- La metodología de creación de marca y su control son opción y responsabilidad de la persona física o moral que decida aplicar los resultados de esta investigación.
- El tiempo disponible para realizar esta investigación.
- La investigación no comprendera costos de materiales para la producción de los productos
- El estudio no abarcara la publicidad.