

PASANTÍA EN DISEÑO – COMERCIALIZADORA ARTURO CALLE S.A.S

**Pasantía en Diseño**

**Comercializadora Arturo Calle S.A.S**

**Fundación Universitaria Del Área Andina**

**Facultad de diseño comunicación y bellas artes**

**Opción de grado Diseño de modas**

**Tatiana Del Pilar Ramírez Marin**

**2021**

## Índice

1	Capítulo.....	3
1.1	Introducción .....	3
1.2	Descripción de actividades.....	4
1.2.1	E-commerce:.....	4
1.3	Cronograma por semana.....	13
2	Capítulo.....	15
2.1	Descripción del proceso de diagnóstico.....	15
2.2	Justificación.....	16
2.3	Objetivo general .....	17
2.4	Objetivos específicos.....	17
3	Estrategia metodológica.....	18
3.1	Brain Storming Propuesta octubre 2021 AC kids.....	18
3.2	Moodboard Bosque encantado.....	20
3.3	Estampados Seleccionados.....	22
3.4	Línea de producto (Building) .....	23
3.5	Key looks.....	25
3.6	Propuesta de exhibición en tiendas.....	26
3.7	Propuesta de Vitrina.....	27
4	Planteamiento Dofa.....	29
4.1	Desarrollo Dofa.....	29
4.1.1	Estrategia Fo .....	31
4.1.2	Estrategia Do.....	32
4.1.3	Estrategia Fa.....	32
4.1.4	Estrategia Da.....	32
5	Síntesis .....	33
6	Bibliografía .....	35
7	Anexos .....	36
7.1	Anexos e imágenes.....	37

## **1 Capítulo**

### **1.1 Introducción**

Se realiza la pasantía del programa de Diseño de modas, en el departamento de Diseño de la empresa comercializadora ARTURO CALLE S.A.S, la cual se da gracias a la intervención y gestión de los directivos y profesores de la Fundación Universitaria Del Área Andina.

El trabajo que se desempeña en el departamento de Diseño es apoyar, asistir y contribuir a las diseñadoras principales de la línea femenina woman y kids, la línea se establece en la empresa como una nueva oportunidad de mercado; donde viene a incursionar con una propuesta innovadora casual y juvenil; en ese medio se logra apoyar en diferentes procesos de diseño y gestión para las diferentes colecciones y lanzamientos del año, a continuación se encontraran descripciones de la asistencia de procesos, actividades las cuales se desarrollan para el debido avance y posicionamiento de esta nueva marca.

## 1.2 Descripción de actividades

### 1.2.1 E-commerce:

Esta actividad se realiza con el objetivo de llevar un control de prendas que se entregan a e-commerce, donde se llenan 2 informes con las especificaciones de referencia de producto, talla, color, tipo de prenda y a que colección pertenece, se marcan las prendas con estos datos y se entregan al departamento de e-commerce para que tomen las fotos de los productos, ellos firman el recibido, una vez se haya realizado este proceso las prendas serán devueltas verificando en el informe firmado que todas las prendas hayan sido devueltas.

Ilustración 1 Base de Datos colección

	IMAGEN	PRODUCTO	TIPO	CLIMA (FRIO, CALIDO O TODOS)	GENERICO	COLOR	OBSERVACI ON SHOOTING
AC WOMAN NEUTRALITY		T-SHIRT WOMAN	BÁSICO	TODOS	10112139	ARENA 300	26-04-21
		T-SHIRT WOMAN	BÁSICO	TODOS	10112139	ROSA 500	26-04-21
		T-SHIRT WOMAN	BÁSICO	TODOS	10112139	NEGRO 090	26-04-21
		T-SHIRT WOMAN	BÁSICO	TODOS	10112140	ARENA 300	26-04-21
		T-SHIRT WOMAN	BÁSICO	TODOS	10112140	ROJO 480	26-04-21

Fuente archivos Diseño AC

### 1.2.1.1 Ficha técnica – proveedores

Se realiza ficha de cada producto con las especificaciones para el proveedor, se incluye imagen de la prenda, color con la referencia Pantone, cantidad a confeccionar tanto para el mercado nacional e internacional, numero de referencia del producto, esto con el fin de que el proveedor tenga clara la información y así puedan empezar con la producción.

Ilustración 2 Ficha proveedor

FICHA DESARROLLO DE PRODUCTO	
 <p>*IMAGEN DE COMO DEBE QUEDAR</p>	COLOR CUERPO <input type="checkbox"/> PANTONE XX-XXX TXX
	COLOR FORRO <input type="checkbox"/> NO APLICA
	COLOR ACABADOS <input type="checkbox"/> NO APLICA
	FECHA EN BODEGA
	UNIDADES XXX UNIDADES
	MATERIAL
	TALLAS 2-3,4-5,6-7,8-9, 10-11-12 TALLA BASE: 8-9
	OBSERVACIONES *EL ARTESERA ENMADO POR DISEÑADOR GRÁFICO DE AC. *VALIDAR DESARROLLO DE PRENDA CON MUESTRA ORIGINAL ENMADA.

Fuente archivos Diseño AC

*Ilustración 3 Descripción detalles F. técnica*



*Fuente Archivo diseño AC*

### 1.2.1.1.1 Informe base de colección

Este informe se diligencia con mucho detalle debido a que este formato es la base de la información de la colección de esta se sacan todos los datos, para todos los procesos de la colección.

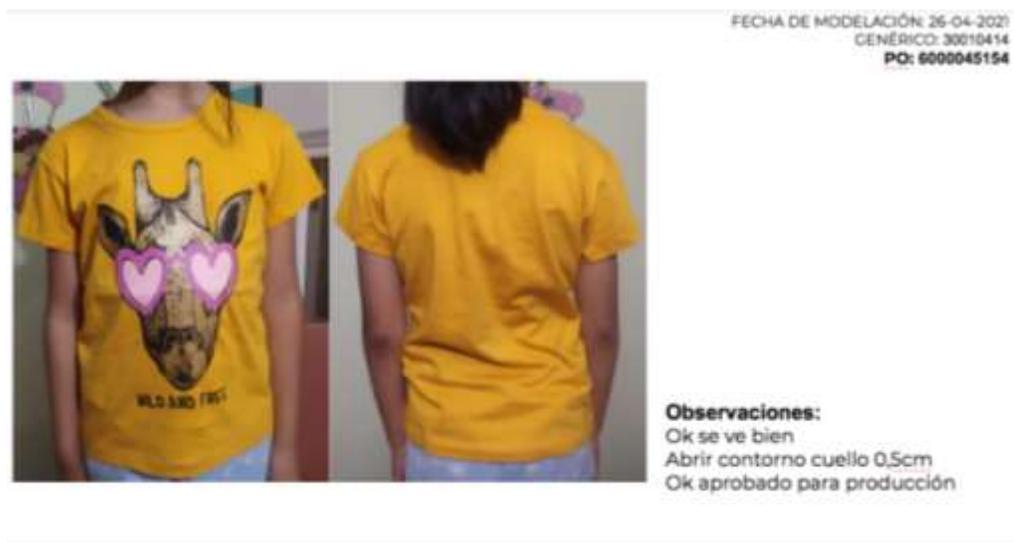
Ilustración 4 Base de datos

FOTO	BASICO MODA	TIPO DE PRODUCTO	TEMA	P.O	GENERO	COLOR	PROVEEDOR	UND AC	UND EXP	TOTAL UNIDADES
	MODA	CHAQUETA FT	PSICODÉLICO		35002217	AZUL 780	MONTERO	670		670
	MODA	VESTIDO FT	PSICODÉLICO		35002494	NEGRO 090	TEXTIFULL	620	40	660
	MODA	ACCESORIOS/ GORRO FT	PSICODÉLICO		35002457	VERDE 800	PÉCORA	300	28	328

Fuente Archivo Diseño AC

#### 1.2.1.1.1.1 Prueba de prendas

Una vez se envía hacer la muestra al proveedor y llega al departamento de diseño se hace un control de calidad, de tallaje y de comportamiento del material, En el cual se presenta la jefe directa, la gerente y la persona que en este caso modela las prendas talla S, para ello me han solicitado ya que cumplo con las medidas estándares, en esta reunión se verifica medidas, la horma de las prendas, se realizan las ultimas correcciones de las prendas como lo es modificar los cierres, subir el tiro, alargar la manga, etc.

*Ilustración 5 Corrección muestras*

*Fuente Archivo de diseño AC*

#### **1.2.1.1.1.1 Glosario de colección**

Los vendedores deben tener una guía de producto, el cual les indica que tipo de prendas están recibiendo una vez llega la colección a la tienda, por esto se crea un glosario con la terminología, descripción del tipo de prenda y la imagen de la misma para que tengan un conocimiento previo y a si puedan asesorar al cliente con profesionalismo y con el lenguaje adecuado.

Ilustración 6 Diseño de glosario



Fuente archivo Diseño AC

Ilustración 7 Contenido Glosario



Fuente archivo Diseño AC

#### **1.2.1.1.1.1.1 Wia**

Este es un programa que permite crear el nombre de la prenda y es el consecutivo de piezas realizadas por la empresa, para generar este número se hace una descripción del tipo de prenda que se va a crear, desde el tipo, color, colección, material, proveedor, este número de referencia sirve para reconocer las prendas en las tiendas, empresas que son proveedores y el departamento de diseño

#### **1.2.1.1.1.1.1.1 Sap**

Con este programa se caracterizan las prendas, después de generar el consecutivo se ingresa a esta plataforma, y se inicia la descripción de la construcción de la prenda, y se dejan estipuladas las partes de la prenda, cuello solapa, 1 cremallera, dos pasadores, manga larga etc. luego se deja en evidencia el tipo de material y sus porcentajes y también los datos del proveedor con las correcciones de la prenda muestra. Esto es un formato que se entrega al proveedor cuando las prendas ya están aprobadas y listas para mandar hacer la producción, esto se hace prenda por prenda.

Ilustración 8 Información Sap y Wia

 <b>COMERCIALIZADORA ARTURO CALLE S.A.S</b> NIT: 800422972 Av. 72 No 152 B- 62 Tel: (1)743883 BOGOTÁ D.C.-Colombia www.arturocalle.com		<b>PETICIÓN DE OFERTA N°</b> 00000000 <b>FECHA DE EMISIÓN:</b> 23/04/2021 <b>FECHA DE ENTREGA:</b> 25/09/2021 <b>PLAZO PRESENTACIÓN OFERTA:</b> 18/05/2021																																																								
<b>INFORMACIÓN PROVEEDOR:</b> Proveedor: SIBRIZ - TEXTILES S.A.S e-mail:		Condiciones de Pago: 30 A Partir de la fecha de Recepción Factura Moneda: COP N° Solicitud Pedido: 100004204 Fecha Solicitud Pedido: 20/04/2021																																																								
<b>INFORMACIÓN DE ENTREGA EN DESTINO:</b> Billo de Entrega: BODEGA ZONA FRANCA AC Dirección: BODEGA ZONA FRANCA AC Ciudad: PEREIRA																																																										
<b>CARACTERÍSTICAS GENERALES</b> Unidad de Negocio: PANTALON Género: WIA Tipo Tejido: PLAZO																																																										
<b>CARACTERÍSTICAS FANTALÓN</b> Colección: HOMBRE VERDE Silueta: PANTALON																																																										
<b>MATERIAL DE PRESENTACIÓN</b> Presentación Principal: VERDE Marca/Instrucciones de Cuidado: SI Etiqueta Precio: DISEÑO DE PRECIO																																																										
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Posición</th> <th>Referencia</th> <th>Descripción</th> <th>Cantidad</th> <th>Unidad</th> <th>Carve (%)</th> <th>Muestra</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>00010</td> <td>30010721001</td> <td>JOGGER NA, VER SOC. 3-3</td> <td>110</td> <td>UN</td> <td>4.4</td> <td></td> </tr> <tr> <td>00020</td> <td>30010721002</td> <td>JOGGER NA, VER SOC. 6-6</td> <td>274</td> <td>UN</td> <td>16.3</td> <td></td> </tr> <tr> <td>00030</td> <td>30010721003</td> <td>JOGGER NA, VER SOC. 8-7</td> <td>274</td> <td>UN</td> <td>16.3</td> <td></td> </tr> <tr> <td>00040</td> <td>30010721004</td> <td>JOGGER NA, VER SOC. 8-8</td> <td>324</td> <td>UN</td> <td>19.3</td> <td></td> </tr> <tr> <td>00050</td> <td>30010721005</td> <td>JOGGER NA, VER SOC. 10-11</td> <td>490</td> <td>UN</td> <td>27.3</td> <td></td> </tr> <tr> <td>00060</td> <td>30010721006</td> <td>JOGGER NA, VER SOC. 12</td> <td>467</td> <td>UN</td> <td>27.8</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="3"><b>Total</b></td> <td>1.861</td> <td>UN</td> <td>200</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			Posición	Referencia	Descripción	Cantidad	Unidad	Carve (%)	Muestra	00010	30010721001	JOGGER NA, VER SOC. 3-3	110	UN	4.4		00020	30010721002	JOGGER NA, VER SOC. 6-6	274	UN	16.3		00030	30010721003	JOGGER NA, VER SOC. 8-7	274	UN	16.3		00040	30010721004	JOGGER NA, VER SOC. 8-8	324	UN	19.3		00050	30010721005	JOGGER NA, VER SOC. 10-11	490	UN	27.3		00060	30010721006	JOGGER NA, VER SOC. 12	467	UN	27.8		<b>Total</b>			1.861	UN	200	
Posición	Referencia	Descripción	Cantidad	Unidad	Carve (%)	Muestra																																																				
00010	30010721001	JOGGER NA, VER SOC. 3-3	110	UN	4.4																																																					
00020	30010721002	JOGGER NA, VER SOC. 6-6	274	UN	16.3																																																					
00030	30010721003	JOGGER NA, VER SOC. 8-7	274	UN	16.3																																																					
00040	30010721004	JOGGER NA, VER SOC. 8-8	324	UN	19.3																																																					
00050	30010721005	JOGGER NA, VER SOC. 10-11	490	UN	27.3																																																					
00060	30010721006	JOGGER NA, VER SOC. 12	467	UN	27.8																																																					
<b>Total</b>			1.861	UN	200																																																					

Fuente archivo Diseño AC

Ilustración 9 Solicitud Sap y Wia

<b>OBSERVACIONES:</b> JOGGER LINDO CON CORDÓN A CONTRASTE TAMAÑO MEDIO HACER SURL AL GÉNERO JOGGER PRESENTACIÓN ROSA		
<b>Condiciones:</b> 1. Presentar la oferta de acuerdo a planos adjuntados y respaldar por lo menos 3' minutos de Pedido de Oferta enmendado en este documento. 2. Entregas de acuerdo al cronograma adjunto y respaldar con el plan de trabajo adjunto. 3. Las ofertas deben ser respaldadas por un documento por Comercializadora Arturo Calle S.A.S. 4. Si presenta más de una aprobación respaldar de propuestas respaldar por lo menos 3' minutos de Comercializadora Arturo Calle S.A.S. 5. Si presenta un precio por debajo del precio de referencia respaldar por lo menos 3' minutos de Comercializadora Arturo Calle S.A.S.		
Elaborado por: MELBA MARCELO CONTRERAS QUANGUETA	Aprobado por: _____	N° _____
Se requiere muestra: SI	Muestra Aprobada: _____	

Fuente archivo Diseño AC

### 1.2.1.1.1.1.1.2 Edición de fotos

Se editan las fotos de las pruebas de vestuario, estas fotos se editan en un formato establecido para enviar a proveedor, con las correcciones y detalles que hay que cambiar corregir o ajustar,

### 1.2.1.1.1.1.1.3 Referentes de colección

Se buscan referencia prendas según punto de inspiración para cada línea de producto accesorios, chaquetas, pantalones.

*Ilustración 10 Referentes prendas Colección*



*Fuente archivo Diseño AC*

### 1.3 Cronograma por semana

*Tabla 1 Cronograma Planteado*

<b>Semana propuesta de trabajo - 2021</b>		
<b>ABRIL</b>	NA	NA
	2da Semana	Recibir Muestrario de tallas y enviar a producción/ Enviar a Ecommerce prendas aprobadas
	3ra Semana	Investigación de la tendencia, concepto, inmersión en el objetivo de la marca
	4to. Semana	Diseño de Colección
<b>MAYO</b>	1ra Semana	Presentación de Colección y ajustes
	2da Semana	Seleccionar proveedores, contactar y verificar que productos pueden realizar
	3ra Semana	Seleccionar textiles, materias primas
	4to. Semana	Diseño de estampados
<b>JUNIO</b>	1ra Semana	Crear en el sistema Wia y Sap los productos
	2da Semana	Realizar ficha técnica de cada producto
	3ra Semana	Enviar solicitudes proveedores de 1ra muestra de cada producto
	4to. Semana	Crear glosario de Prendas / Revisar 1ra muestra de cada producto, mandar a corregir aprobar y solicitar muestrario de tallas

## PASANTÍA EN DISEÑO – COMERCIALIZADORA ARTURO CALLE S.A.S

Fuente archivo Diseño AC

<b>JULIO</b>	1ra Semana	Recibir Muestrario de tallas y enviar a producción/ Enviar a E-commerce prendas aprobadas
	2da Semana	Photoshoot prendas
	3ra Semana	Investigación de la tendencia, concepto, inmersión en el objetivo de la marca
	4to. Semana	Diseño de Colección
<b>AGOSTO</b>	1ra Semana	Presentación de Colección y ajustes
	2da Semana	Seleccionar proveedores, contactar y verificar que productos pueden realizar
	3ra Semana	Seleccionar textiles, materias primas
	4to. Semana	Diseño de estampados
<b>SEPTIEMBRE</b>	1ra Semana	Crear en el sistema Wia y Sap los productos
	2da Semana	Realizar ficha técnica de cada producto
	3ra Semana	Enviar solicitudes proveedores de 1ra muestra de cada producto
	4to. Semana	Crear glosario de Prendas / Revisar 1ra muestra de cada producto, mandar a corregir aprobar y solicitar muestrario de tallas
<b>OCTUBRE</b>	1ra Semana	Recibir Muestrario de tallas y enviar a producción/Enviar a Ecommerce prendas aprobadas
	2da Semana	Photoshoot prendas
	3ra Semana	Investigación de la tendencia, concepto, inmersión en el objetivo de la marca
	4to. Semana	Diseño de Colección

Fuente archivo Diseño AC

## 2 Capítulo

### 2.1 Descripción del proceso de diagnóstico

Según el estudio que se ha llevado a cabo en la empresa por tres semanas específicamente, se realiza un diagnóstico de mejora donde se evalúa y visualiza las oportunidades para el avance y desarrollo del departamento de diseño, específicamente en la línea femenina AC WOMAN – ARTURO CALLE KIDS.

La línea femenina se lanzó en el año 2020 en el mes de septiembre, debido un nuevo establecimiento de estrategias como respuesta a la exigencia del mercado y la necesidad de incrementar los ingresos de la empresa.

La línea femenina como se menciona es reciente y ciertos procesos de desarrollo de diseño se han visto afectados, debido a que el tiempo de reacción, planeación y ejecución de las colecciones son muy cortas para responder al mercado y a la propuesta que tiene la empresa para darle vida e independencia a esta línea que viene siendo una marca nueva llamada freedom.

## **2.2 Justificación**

Realizar la pasantía en Comercializadora Arturo Calle S.A.S es una oportunidad de extender y establecer el conocimiento adquirido en la universidad, donde se adquiere una experiencia y practica concreta de los procesos de investigación, diseño y desarrollo de producto. Se evidencian procesos prácticos para producciones de gran cantidad, también se adquiere conocimiento del tecnicismo de producción y lenguaje técnico de las diferentes prendas, los textiles y su composición, se mantiene al tanto de la tendencia y lo que el mercado exige según los cambios sociales culturales y políticos del país.

Para dar inicio al plan de mejora se analiza la necesidad y las posibilidades de cambio para fortalecer diferentes ámbitos del proceso de Diseño en la línea femenina Freedom, con el fin de que se logre establecer colecciones potentes que al llegar a tiendas generen impacto y recordación en el usuario, el cual está a la expectativa de las nuevas propuestas nuevas de la marca.

### **2.3 Objetivo general**

Desarrollar propuesta de reestructuración del plan y ejecución de diseño para la línea femenina la cual potencialice el trabajo productivo, que genere una buena comunicación y comprensión de los conceptos e ideas llevando a obtener resultados asertivos.

### **2.4 Objetivos específicos**

- Crear espacios con el equipo donde se exprese punto de inspiración, tendencias, objetivos para abarcar con la colección, seleccionar, paleta de color, elementos a resaltar de la colección y las herramientas que se tienen para gestionar el proceso.
- Crear colecciones más consistentes y creativas, que ofrezcan al usuario un producto único que represente la marca.
- Crear un formato building el cual ayudará a la marca a establecer que tipo de prendas se deben diseñar, que productos se esperan encontrar, y como la mezcla de producto permitirá enfocar, unificar la colección y lograr una venta efectiva del producto.

- Establecer Propuestas específicas de vitrina y exhibición para equilibrar la presentación de producto de acuerdo a la paleta de color

### **3 Estrategia metodológica**

Para cumplir los objetivos del proyecto, se plantean soluciones asertivas, las cuales aportan a la empresa grandes avances en el proceso de diseño, a continuación, se detalla cada solución y aplicación.

#### **3.1 Brain Storming Propuesta octubre 2021 AC kids.**



hallazgos de técnicas de estampación, línea de profundización, paleta de color, textiles, con el fin de llevar la colección a tener un resultado exitoso.

### **3.2 Moodboard Bosque encantado.**

Se plantea y se realiza un tablero de punto de partida donde la empresa tendrá objetivos más claros para empezar a diseñar, El propósito de generar un Moodboard es tener ya todos los elementos necesarios para generar el proceso de diseño claro y contundente, en este paso del proceso, se han ajustado todos los conceptos, ilustraciones, textiles, Paleta de color sus acentos, y la dinámica que debe tener la colección.

Una vez realizado, se presentará a la junta directiva para exponer y sustentar cual será el resultado de la colección, solo con ver este tablero, allí se deben generar correcciones, aclaraciones y los últimos cambios para poder empezar con el proceso de diseño.

Ilustración 12 Moodboard Bosque Encantado



Archivo AC

Como se puede ver en la imagen 12, vemos los elementos principales de la colección, tipografías orgánicas, paleta de color con el código Pantone, Marca a usar, tipo de prendas y textiles que deben estar inmersos, y un pequeño resumen de lo que es la tendencia y punto de inspiración.

### 3.3 Estampados Seleccionados

Una de las falencias del departamento de Diseño es la comunicación dentro del equipo, este tipo de proceso que se plantea, hará que trabajen más rápido y que cumplan con las expectativas.

La proposición de los estampados es muy importante ya que el diseñador gráfico debe tener un punto de referencia muy claro de los prints que debe realizar, tanto para estampados localizados, como estampados completos en las prendas, buscar los estampados mas similares a los que se desean, les ayudará a tener la idea cada vez más clara y así hacer las proposiciones más definidas.

*Ilustración 13 Referentes Estampados*



Como se puede ver en la imagen 13, se propone crear tablero con los elementos más relevantes que deben tener los estampados, estos elementos se utilizarán en marquillas, forros, estampados maxi y localizados estos son, mariposas, flores, hongos, libélulas y follajes.

### **3.4 Línea de producto (Building)**

Consiste en diseñar tres tipos de productos estratégicos, los cuales permitirán mantener un equilibrio en las ventas, verificar que haya la a cantidad de prendas necesarias y diseñar las prendas específicas para darle vida a cada colección

Se utiliza un tablero donde se tiene en línea horizontal tipo de producto y cantidad de cada uno, en línea vertical se encuentra tipo de producto dependiendo cuales son las características principales del producto, esto es Producto Moda, estratégico y Básico.

Con este tablero es fácil definir el total de prendas para la producción, distribución de proveedores, y solicitar numero de referencias, con este formato se visualiza la colección completa y se logra verificar que cada pieza use el mismo lenguaje del punto de inspiración, este equilibrada la paleta de colores, y también se verifique que sean todas las piezas que se requieren para empezar proceso de selección de textiles y proveedores, a continuación, se expone el building.

Ilustración 14 Building collection

ARTURO CALLE

WOMAN  
ESTRATEGICO

MODA

COLECCIÓN: NEUTRALITY  
ENTRADA A TIENDAS: ABRIL 2021  
44 SKU

Item	WOMAN ESTRATEGICO	MODA	ABAJOS
CHAQUETA	2	1	
SWEATER	4	2	
BLUSA	6	2	
CAMISETA	9	2	
ENTERO	2	1	
PANTALÓN	4	2	3
JEAN	2	1	3

Fuente archivo Diseño AC

Como se puede visualizar se encuentran las líneas de producto segmentadas.

La aplicación de este método ha funcionado ya que es mucho más práctico conocer que tantas prendas se manejan en la colección, desde allí se podrán verificar diversos procesos de diseño, siendo una tabla que permite visualizar todo lo comprende la colección.

### 3.5 Key looks.

Este método se crea y se complementa al building permitiendo visualizar toda la colección en sus diferentes combinaciones, que aplicarán para el visual merchandising de la tienda, también funciona para sugerirle al cliente como poder combinar sus prendas, que colores y texturas se pueden mezclar.

*Ilustración 15 Key looks*



El principal objetivo de los Key looks es generar una vista general de la colección, donde nos permite ver que tan equilibrada esta la paleta de color, si existen las suficientes prendas para la colección, o si se necesitan agregar accesorios o más elementos para completarla.

Es importante mantener esta línea Key Look equilibrada donde se mantenga un hilo conductor, buscando que el punto de inspiración y la tendencia que propone WGSN estén correctamente aplicadas, que ya una comunicación asertiva en todo lo que se desea expresar.

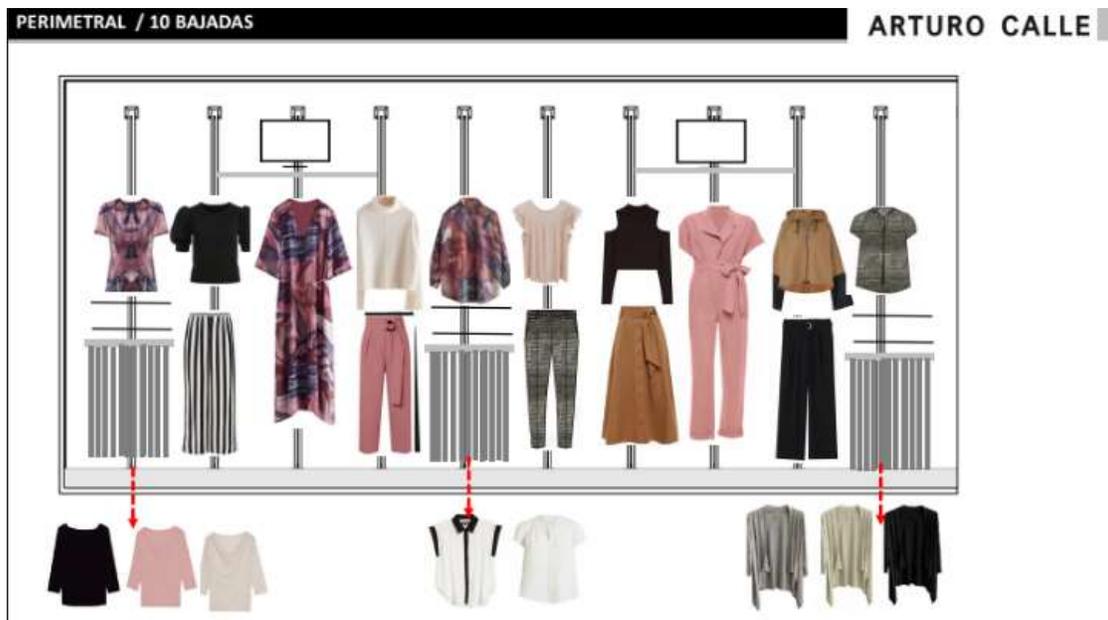
### **3.6 Propuesta de exhibición en tiendas.**

Una vez se tiene la colección hay que definir cómo se va a exhibir en tiendas el producto, por ello se plantea una forma más practica para que la tienda logre exhibir de acuerdo al concepto planteado para todos los puntos de venta y así tener un hilo conductor en todas.

Para ello se presenta a las tiendas un manual de exhibición, donde se propone en conjunto de los key looks la mejor forma de exhibición jugando con los largos y colores de las prendas llegando a un equilibrio optimo y visual para el cliente.

Se proponen exhibiciones de 5,6,7,9,10 bajadas las cuales dinamizan los puntos de venta, en la parte inferior del stand, siempre deben ir los básicos, ya que tienen menor visibilidad y no tienen ningún tipo de factor sorpresa. A continuación, un ejemplo del trabajo propuesto para aplicación inmediata.

Ilustración 16 Propuesta de exhibición



Archivo AC

Este es un ejemplo de las diferentes propuestas.

### 3.7 Propuesta de Vitrina

Para el mes de mayo se propone un look madre e hija, con el fin de incentivar momentos únicos en familia para esta fecha tan importante, por ello, la vitrina debe reflejar esta unidad.

Ilustración 17 Vitrina Neutrality



Archivo AC

Podemos ver cajas de exhibición, en diferentes altos, dos maniqués a los costados y en el centro dos maniqués modelando los atuendos madre e hija que son icónicas para la colección.

Con ello se propone una diferenciación en la marca dándole vida y mostrando un look de par que se puede aplicar no solo para el día de las madres si no para otros momentos especiales en familia.

Esta propuesta se diseña con el fin de fortalecer uno de los más grandes valores de la marca, familia.

## 4 Planteamiento Dofa

### 4.1 Desarrollo Dofa

#### **Debilidades:**

- Comunicación débil entre el equipo de Diseño.
- Falta de herramientas de apoyo que agilicen los procesos creativos.
- No se tiene un cronograma establecido y conocido por todo el equipo.
- Exhibiciones sin elementos que llamen la atención del cliente
- Procesos de Diseño sin definir, cada diseñador maneja su metodología propia.

#### **Oportunidades:**

- Los clientes y personas en general están agradecidas con la empresa por mantener empleos durante la pandemia.
- Los clientes están en la búsqueda de nuevas propuestas de diseño que los lleve a apropiarse de una marca, Arturo Calle busca estar en los hogares de los colombianos.
- El usuario para esta temporada busca comodidad calidad y cercanía, la empresa ofrece todas estas características.

- Hacer conexiones fijas con diferentes proveedores de telas, insumos y confección que puedan responder al ritmo de la empresa.
- Participar en ferias de diseño en Colombia e internacionalmente que proponen nuevos productos, técnicas y aplicaciones, esto con el fin de mantener información fresca para cada colección.

### **Fortalezas**

- Reconocimiento de la marca a nivel Nacional e Internacional.
- Equipo de Diseño preparado y capacitado para dar buenos resultados.
- Se cuenta con los espacios y herramientas tecnológicas apropiadas que permiten el buen desarrollo de los procesos de diseño.
- Se cuenta con proveedores que tienen como prioridad responder las solicitudes de producto antes que, a otras empresas, gracias las alianzas que la empresa ha formado con estos.
- Diferentes marcas que buscan enfocarse en diferentes tipos de perfiles en Colombia, posicionándose como una de las empresas de moda mas importantes en el país.

### **Amenazas**

- Inestabilidad de situaciones adversas en el país, como bloqueos, cuarentenas que retrasan envíos, producciones y que los colaboradores puedan desplazarse a sus lugares de trabajo.
- Que la competencia crezca y presente mejores propuestas.
- Perder ciertos proveedores debido a la falta de compromiso con la empresa.
- No alcanzar las ventas propuestas de los productos debido a diferentes situaciones en el país, y cancelar las diferentes entradas de las colecciones a las tiendas.
- Bajar precios establecidos debido a la coyuntura que se presenta en el país.

#### **4.1.1 Estrategia Fo**

Gracias a que la empresa ha logrado mantenerse durante tiempos difíciles y ha permitido que sus colaboradores sigan trabajando a pesar de las circunstancias, se ha ganado un gran reconocimiento a nivel nacional e internacional gracias a la constancia que han tenido como empresa, esto ha hecho que clientes y personas que no conocían la marca deseen apoyarla, esto ha ocasionado que las ventas suban, y que los proveedores que son aliados reconozcan el esfuerzo y den prioridad a la empresa antes que a la competencia.

#### *4.1.2 Estrategia Do*

Los clientes están en la búsqueda de nuevas propuestas de diseño que los lleve a apropiarse de una marca, Arturo Calle busca estar en los hogares de los colombianos. Por ello se busca potencializar las herramientas de apoyo de diseño que ayuden a agilizar los procesos para alcanzar y cubrir las necesidades que los clientes presentan.

#### *4.1.3 Estrategia Fa*

Una amenaza que se presenta es bajar los precios establecidos debido a la coyuntura que se presenta en el país, esta situación se puede mediar, gracias a que se cuenta con proveedores que tienen como prioridad responder las solicitudes de la empresa por las alianzas que se han generado a través de los años, esto ayuda a negociar costos que favorezcan las dos partes y así que puedan sobrepasar las diferentes coyunturas que se presentan en el país.

#### *4.1.4 Estrategia Da*

El no alcanzar las ventas propuestas de los productos debido a diferentes situaciones en el país, y cancelar las diferentes entradas de las colecciones a las tiendas son de las amenazas más fuertes que presenta en este momento la empresa, también como debilidad se encuentran exhibiciones sin fuerza que potencialicen las ventas, por ello se busca fortalecer, las exhibiciones en vitrina y aún todo el marketing digital de maneras disruptivas y creativas que

atraigan nuevos clientes, ya que la empresa si ha optado por abrir marcas diferentes para captar clientes potenciales, esto ayudará a subir las ventas.

## 5 Síntesis

Según la propuesta de desarrollo y mejora en el área de Diseño de la empresa Comercializadora Arturo Calle, el objetivo general que se planteó fue desarrollar una propuesta de reestructuración del plan y ejecución de diseño para la línea femenina la cual potencializa el trabajo productivo, que generará una buena comunicación y comprensión de los conceptos e ideas llevando a obtener resultados asertivos, este objetivo se estuvo trabajando durante el periodo de práctica donde se desarrollaron diferentes técnicas y herramientas que ayudaron a que el proceso de diseño fuera más organizado y estructurado, así generar la efectividad que el cliente debe percibir en todos los aspectos.

Se realizo un brain storming con el equipo de diseño donde se buscó generar nuevas ideas innovadoras y viables que se pudieran realizar a corto plazo con el fin de atraer más clientes y presentar la nueva línea de producto femenino woman y kids niña, las herramientas que se presentaron previamente para desarrollar las colecciones se aplicaron y se obtuvieron muy buenos resultados, se propuso un moodboard, diseño y organización de estampados, línea de producto en los diferentes niveles, Moda, estratégico y básico que ayudo a la selección de producto según la necesidad del mercado, se presentó la propuesta de key look donde se hizo

una muestra de las combinaciones posibles de la colección, lo permitió una visualización en dibujo plano de cómo se vería la colección y así hacer las correcciones correspondientes, por último, se presentó diferentes opciones de exhibición de producto en las vitrinas para captar la atención del cliente, con esto se concretó diferentes procesos que ayudaron a generar colecciones más fuertes y contundentes.

## 6 Bibliografía

AC, G. d. (2021). *Reunión socialización de las colecciones fin de año AC*. Bogotá.

Cadavid, L. (2021). *Archivo y exploración del desarrollo de Diseño en Arturo Calle*. Bogotá.

Castillo, P. (2008). *Bases para diseñar una colección de Moda*.

Dondis, D. A. (1973). *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*.

Marcial, D. V. (2015). *Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto*.

Morgan, T. (2014). *Visual merchandising: Escaparates e interiores comerciales*. Gustavo Gili.

Munari, B. (2016). *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: Diseño GG.

Rodriguez, M. C. (2021). *Presentación propuestas de Diseño*. Bogotá.

(2020). *Tendencias y recursos*. Bogotá: Wgsn Tendencia global.

## 7 Anexos

Ilustración 1 Ilustración 1 Base de Datos colección .....	4
Ilustración 2 Ficha proveedor.....	5
Ilustración 3 Descripción detalles F. técnica.....	6
Ilustración 4 Base de datos.....	7
Ilustración 5 Corrección muestras.....	8
Ilustración 6 Diseño de glosario.....	9
Ilustración 7 Contenido Glosario .....	9
Ilustración 8 Información Sap y Wia .....	11
Ilustración 9 Solicitud Sap y Wia.....	11
Ilustración 10 Referentes prendas Colección.....	12
Ilustración 11 Lluvia de Ideas B. Encantado .....	19
Ilustración 12 Moodboard Bosque Encantado .....	21
Ilustración 13 Referentes Estampados .....	22
Ilustración 14 Building collection.....	24
Ilustración 15 Key looks .....	25
Ilustración 16 Propuesta de exhibición .....	27
Ilustración 17 Vitrina Neutrality .....	28

7.1 Anexos e imágenes

Ilustración 1 Base de Datos colección ..... 4

	IMAGEN	PRODUCTO	TIPO	CLIMA (FRIO, CALIDO O TODOS)	GENERICO	COLOR	OBSERVACION SHOOTING
AC WOMAN NEUTRALITY		T-SHIRT WOMAN	BÁSICO	TODOS	1012139	ARENA 300	26-04-21
		T-SHIRT WOMAN	BÁSICO	TODOS	1012139	ROSA 500	26-04-21
		T-SHIRT WOMAN	BÁSICO	TODOS	1012139	NEGRO 090	26-04-21
		T-SHIRT WOMAN	BÁSICO	TODOS	1012140	ARENA 300	26-04-21
		T-SHIRT WOMAN	BÁSICO	TODOS	1012140	ROJO 480	26-04-21

Ilustración 2 Ficha proveedor..... 5

	
<b>FICHA DESARROLLO DE PRODUCTO</b>	<b>COLOR CUERPO</b> <input type="checkbox"/> PANTONE XX-XXX TCC
	<b>COLOR FORRO</b> <input type="checkbox"/> NO APLICA
	<b>COLOR ACABADOS</b> <input type="checkbox"/> NO APLICA
	<b>FECHA EN BODEGA</b>
	<b>UNIDADES</b> XXX UNIDADES
	<b>MATERIAL</b>
	<b>TALLAS</b> 2-3,4-5,6-7,8-9, 10-11-12 TALLA BASE: 8-9
	<b>OBSERVACIONES</b> *EL ARTESERA ENVADO POR DISEÑADOR GRÁFICO DE AC. *VALIDAR DESARROLLO DE PRENDA CON MUESTRA ORIGINAL ENVADA.
<small>*BANGEN DE COMO DEBE QUEDAR</small>	<small>ARTURO CALLE</small>

Ilustración 3 Descripción detalles F. técnica..... 6



Ilustración 4 Base de datos..... 7

FOTO	BASICO MODA	TIPO DE PRODUCTO	TEMA	P.O	GENÉRICO	COLOR	PROVEEDOR	UND AC	UND EXP	TOTAL UNIDADES
	MODA	CHAGUETA FT	PSICODÉLICO		35002217	AZUL 780	MONTERO	570		570
	MODA	VESTIDO FT	PSICODÉLICO		35002494	NEGRO 090	TEXTIFULL	520	40	560
	MODA	ACCESORIOS/ GORRO FT	PSICODÉLICO		35002457	VERDE 800	PÉCORA	300	26	326

Ilustración 5 Corrección muestras..... 8

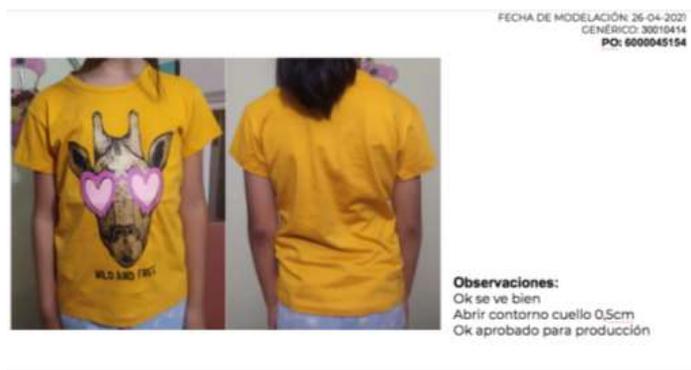


Ilustración 6 Diseño de glosario..... 9



Ilustración 7 Contenido Glosario ..... 9



Ilustración 8 Información Sap y Wia ..... 11





11 Lluvia de Ideas B. Encantado..... 19



12 Moodboard Bosque Encantado ..... 21



13 Referentes Estampados ..... 22

ARTURO CALLE  
WOMAN  
ESTRATEGICO

MODA

COLECCIÓN: NEUTRALITY  
ENTRADA A TIENDAS: ABRIL 2021  
44 SKU

CHAQUETA 2														
SWEATER 4														
BUSA 6														
CAMISITA 9														
ENTERIO 2				VERBOS 1										
PANTALÓN 4										MEDIAS 3				
JEAN 2					FALDA 3									





16 Vitrina Neutrality ..... 28

