



Proyecto de Pasantía para opción de Grado
Propuesta de Reingeniería

SEBASTIAN FELIPE CASTRO GUZMÁN

Código estudiantil: 91272

DISEÑO DE MODAS

Universidad ECCI

Director Pasantía: MILDRED YANETH ESCOBAR LADINO

Asesora: Docentes

LUZ ANGELA OSUNA MEDINA

MARTHA ISABEL CASTILLO HERNANDEZ

MILDRED YANETH ESCOBAR LADINO

Bogotá, D. C.

2022

AGRADECIMIENTOS.

Quiero mostrar mi gratitud a todas aquellas personas que estuvieron presentes en la realización de esta meta, de este sueño que es tan importante para mí, agradecer toda su ayuda, sus palabras motivadoras, sus conocimientos, sus consejos y su tiempo.

En Primer lugar quiero agradecer a mi familia por apoyarme, guiarme y estar presente aun en los momentos más difíciles, donde los ánimos decaen, en especial quiero mencionar a mi madre Claudia Guzmán, que siempre ha estado ahí para darme palabras de aliento, ser mi motor para seguir adelante y perseguir mis sueños.

También quiero agradecer a mi amiga y compañera Marisella Zamora Bermúdez quien con sus conocimientos, paciencia, experiencia y amor por la profesión, me guió a través de cada una de las etapas de este proyecto, para poder lograr los mejores resultados, haciendo de esta experiencia un proceso enriquecedor tanto profesional como espiritualmente. Gracias por aportarme confianza y por crecer juntos en este proyecto.

Por último agradecer a la Universidad ECCI por brindarme las herramientas que fueron necesarias para llevar a cabo el proceso de pasantía, presentándome su ayuda y consejo en el momento indicado.

Muchas gracias a todos.

SEBASTIAN FELIPE CASTRO GUZMÁN.

Tabla de contenido

Resumen	4
Abstract	5
Introducción	6
1. La Empresa	7
1.1. Descripción de la empresa	7
1.2. Historia	8
1.2.1. Logotipo	8
1.1.1. Ubicación de la empresa	9
1.3.3. Visión	11
1.1.2. Misión	11
1.4. Estructura Organizacional	12
2. La Pasantía	13
2.1. Información general de la pasantía	13
2.1.1. Función de la pasante	13
2.1.2. Cronograma de actividades	14
2.2. Objetivos de la pasantía	19
2.2.1. Objetivo general	19
2.2.2. Objetivos específicos	19
3.1. Descripción del problema	20
3.1. Diagnóstico de la empresa	21
3.1.1. Proceso de diseño	22

	4
3.1.2. EJECUCIÓN Y PRODUCCIÓN (METODOLOGÍA)	28
3.1.3. Producción y ejecución de prototipos	29
3.1.4. Resultado y validación	30
3.2. Solución	31
4.1. Logros	33
4.2. Alcance de pasantía:	34
4.3. Limitaciones	35
Conclusiones	36
Glosario	37
Referencias	39

Resumen

El presente informe tiene como objetivo proporcionar información concerniente al periodo de pasantía en la empresa **LOTO DISEÑO** y del mismo modo analizar las diferentes actividades realizadas, las soluciones y datos obtenidos tras un estudio de mercado del cliente objetivo de la marca, dando paso a la implementación de estrategias de medios digitales para darla a conocer, saber más de los usuarios y clientes habituales, utilizando esta información para la creación de una colección cápsula que suplirá las necesidades encontradas en el proceso, de manera que se tomó en cuenta diversas fuentes de información generadas tras la interacción en redes sociales y la situación actual en el contexto de diseño local, proporcionando una alternativa de estilo funcional, actual, estéticamente llamativa y coherente con las necesidades del cliente.

Palabras claves: Estudio de mercado, necesidades del cliente, estrategia de medios, colección cápsula.

Abstract

This report aims to provide information concerning the internship period in LOTO DISEÑO and likewise analyze the different activities carried out, solutions and data obtained after a market study of the target customer of the brand, giving way to the implementation of digital media strategies to make it known, know more about users and regular customers, using this information for the creation of a capsule collection to meet the needs found in the process, so that it was taken into account various sources of information generated after interaction in social networks and the current situation in the context of local design, providing an alternative style functional, current, aesthetically striking and consistent with the needs of the client.

Key words: Market research, client needs, media strategy, capsule collection.

Introducción

En la búsqueda de dar a conocer los conocimientos académicos adquiridos en el proceso universitario una de las opciones más prácticas y realistas consiste en salir al mundo real a través de una empresa o trabajo que aporte aprendizaje, experiencia y sobretodo un análisis real de la industria de la moda local, tal es el caso de la pasantía realizada en el año 2021 en la marca de diseño independiente **LOTO DISEÑO**, una oportunidad de apoyar en los distintos procesos que componen la creación de un producto específico, en este caso diseños a partir de materiales poco convencionales, como lo es el pelo fino sintético, elemento insignia de la marca. Es a partir del producto que se empieza a hablar de un cliente de nicho específico que está interesado en este tipo de indumentaria o elementos de diseño que puedan transmitir un valor estilístico que va de la mano con sus emociones, personalidad y necesidades.

La pasantía es por tanto una oportunidad de conocer el mercado nacional y local de diseño, los procesos técnicos que están tras la producción de un producto, el manejo de clientes, medios de comunicación actuales, como las redes sociales, herramientas que abren puertas de oportunidad a nuevos emprendedores y profesionales; en este caso la diseñadora de modas Marisella Zamora, abrió las puertas de su estudio y taller para conocer la logística que hay en el manejo de una marca comercial con una visión ética e independiente en el mercado local.

El proceso inicial conocer las funciones a realizar en el transcurso de la pasantía, los objetivos y el resultado tangible que se buscaba a corto plazo, reconociendo en primera instancia los métodos de comunicación e interacción con los clientes, desde la creación de contenido de calidad pensado para entretener, generando una respuesta positiva reflejada en utilidades para la empresa, por esta razón una de las principales funciones consiste en el diseño de piezas gráficas

para los diversos formatos de redes sociales que van desde Instagram, Facebook y TIKTOK, analizando los datos estadísticos que nos proporcionan para implementar estrategias de planeación de nuevo contenido.

Por lo anterior, se vio la necesidad de conocer más a fondo al usuario con la finalidad de crear un producto exclusivo, ideado a partir de las necesidades, aficiones y estilo de vida; conociendo las pautas específicas de material, tendencias, implementación de nuevas siluetas, colores y diseños, con el objetivo de generar una colección comercial, de fácil acceso y atractiva visualmente.

El presente informe de pasantía no solo recolecta información de las actividades desarrolladas durante el periodo de pasantía en la marca **LOTO DISEÑO**, sino que también posibilita el análisis de las conductas del consumidor basadas en un estudio de mercado que se desarrolló a un grupo de personas que cumplen con las características de cliente objetivo, teniendo en cuenta su edad, ocupación, estilo de vida e inquietudes a la hora de consumir contenido en redes y moda local a través del comercio en línea.

1. La Empresa

1.1. Descripción de la empresa

La base de la creación de Loto Diseño, nace del interés por reconocer, y encontrar el objetivo existencial - el yo interno. El loto siendo el símbolo del renacer, de la iluminación del Ser y la conexión de los sentidos; evoca entonces, el identificarnos como seres curiosos e irreverentes que manifiestan en el mundo su autenticidad. LOTO DISEÑO se basa en la historia de la flor de loto. Dicha flor crece en sitios pantanosos, sin embargo, expresa de forma abierta su elegancia y gran belleza, es la prueba de que una vida audaz y brillante puede surgir desde los

lugares más oscuros. La marca nace de la reconstrucción de ideas creativas teniendo como herramienta el diseño y el concepto innovador del uso de materiales no convencionales.

Los seres humanos nos diferenciamos, somos seres únicos en la lucha constante de reconocer nuestra razón de ser en el mundo, queremos ser vistos como auténticos y empoderados, correr el riesgo de llamar la atención de otros y no ser invisibles. Es así como la marca se enfoca en diseñar piezas que representan la seguridad, confianza y protagonismo en cada uno de sus clientes, permitiendo que ellos se identifiquen con su personalidad más viva y empoderada. LOTO, es una propuesta en la permanente búsqueda de la frontera entre el vestuario y la moda.

1.2. Historia

Loto Diseño nace en el año 2018 a partir de la experimentación con el material fino sintético; luego, fue evolucionando poco a poco a través del lanzamiento de la primera colección, logrando conexión con influencers y construyendo comunidad en redes sociales. Se legalizó como micro empresa ante la Cámara de comercio de Bogotá en el mes de junio del año 2018 lo que ha brindado progresivamente más confianza para los nuevos clientes que se interesan en la marca. Más adelante, realizó una alianza con la plataforma Bazzart Bogo iniciando el año 2021, lo que también le ha permitido un mayor reconocimiento.

1.2.1. Logotipo

La flor de loto es la fuente de inspiración del logo, no solo por sus cualidades externas si no por todo lo que evoca la historia de la misma y toda la connotación espiritual.

Se hace una abstracción de la forma y colores de la flor de loto en el logo de la marca la flor inspirando el descubrimiento de la esencia propia y fluidez.

Estos elementos anteriormente mencionados se plasman en el diseño del logo. Los tonos de las pinturas que rodean el nombre de la marca están relacionados con los tonos de las flores de loto que nacen en el fango, se hacen como pinceladas en muestra del arte y el componente creativo que tiene la marca en sus diseños. La fuente de la palabra LOTO con la forma circular de las O muestra de forma orgánica el tránsito cíclico de la moda. Esta palabra está siendo el centro del logo y además sostenida por la palabra diseño como columna vertebral de todas las colecciones. Y finalmente el color de la fuente en negro como método de contraste y equilibrio con lo demás tonos.



Figura 2. Logotipo de LOTO.DISEÑO, imagen tomada de Instagram @loto.disenio.

1.1.1. Ubicación de la empresa

Su principal canal de ventas y ubicación, son las redes sociales, por ello su estrategia primordial de mercadeo es la colaboración con influencers y personajes activos en redes sociales, que tengan relación con su mercado objetivo, para así lograr mayor conexión sin necesidad de tener una tienda física. Sin embargo, se proyecta tener una bodega y showroom de diseño, como lugar de reuniones ocasionales con clientes - eventos y lugar de equipo de trabajo o centro de diseño.

LOTO Diseño igualmente tiene como canal de venta plataformas digitales como página web, actualmente la plataforma dirigida por la Cámara de comercio **Bazaar Bogotá y Marketplace** de Facebook. El taller de diseño y confección se encuentra ubicado al sur de la ciudad en la Calle 49 Sur no.1-39, en donde se realizan todas las actividades de producción y elaboración de los diferentes diseños, este espacio es privado y no es un punto de venta físico. El mayor porcentaje de ventas de la marca se da a través de Instagram y Facebook, clientes recurrentes y Marketplace.

Cuentas de marca:

INSTAGRAM: <https://www.instagram.com/loto.disenio>

BAZZAR: <https://www.bazzarbog.com/profile/loto-disenio>

1.3.3. Visión

Loto Diseño se propone en los próximos años impactar el mercado objetivo, con un posicionamiento del 30% más, al tener un reconocimiento permanente como una marca vanguardista y de exploración. Esto es logrado de forma orgánica y permanente. Pretende consolidar alianzas con más de 20 influencers digitales para así continuar fortaleciendo la identidad de marca y evolución generacional. Los personajes más vistos y reconocidos en redes sociales son una herramienta de la marca para poder darse a conocer cada vez más en el mercado.

Igualmente busca garantizar que sus clientes tengan esta experiencia agradable mientras están viendo e interactuando con las redes sociales de la marca para crear relaciones constantes con ellos. Además de proporcionar prendas de alta calidad e innovación.

1.1.2. Misión

La misión de Loto- Diseño es proporcionar seguridad e irreverencia a la hora de vestir a los usuarios, clientes que se comuniquen de manera asertiva desde la confianza interna mostrando una imagen estratégicamente planeada y orgánica.

Como base fundamental promueve la experimentación de los sentidos a través del uso de materiales no convencionales y mezcla de texturas, ello con el fin de demostrar que la moda actual tiene mucho que ver con el ser, las emociones, el éxtasis de los sentidos y la necesidad de reconocernos. Buscando así, garantizar que los clientes tengan la

experiencia de compra más agradable, que cada diseño impregne de identidad y tranquilidad de su esencia, dejando de ocultar el carácter y poder reprimirlos.

1.4. Estructura Organizacional

CEO -Gerente general: Es la persona legalmente responsable de todas las operaciones comerciales de la empresa. Acuerda y firma los contratos que se celebran con otras empresas para la prestación de servicios de traducción e interpretación. Antes de celebrar cualquier contrato, el gerente debe asegurarse de que las condiciones y obligaciones establecidas en el mismo sean justas y que la empresa esté en condiciones de cumplir con los términos y plazos establecidos por la parte contratante. Para esta finalidad, el gerente general se encarga de contratar al personal necesario para llevar a cabo cualquier proyecto.

REPRESENTANTE LEGAL: Marisella Zamora Bermúdez.

Líder de negocios digitales e innovación: Trabaja de la mano con el gerente, coordinadora de proyectos para garantizar el cumplimiento de los términos y condiciones de las órdenes de trabajo. Es la persona que tiene mayor contacto con los clientes siendo el primer y último canal de comunicación entre las partes, bien sea en persona, por los diferentes Marketplace y Redes Sociales. Quién está en este cargo debe escuchar atentamente las solicitudes del cliente, registrarlas y comunicarlas a la coordinadora de proyectos. Al mismo tiempo, es parte de su labor ser creativo y colaborativo en el área visual y de comunicación.

Director de operaciones - proyectos: Recibe del líder de negocios digitales e innovación todos los pedidos y solicitudes de los clientes. Debe examinar las diferentes propuestas y proyectos que lleguen a la marca y diferentes colecciones. Igualmente debe comprender con exactitud las necesidades de los clientes y comunicarlas a los asistentes de diseño y producción. Tiene contacto directo con el área de marketing y comunicaciones.

Director creativo: Se encarga de ejecutar todos los procesos de diseño de la marca, seguimiento de colecciones, pedidos, y correcciones en los diferentes procesos de producción. Recibe la colaboración directa de los asistentes de diseño y dirige constantemente el área de elaboración de las prendas, control de calidad y acabados.

Asistente creativo y producción: Es quien ayuda y complementa la labor del director creativo, está pendiente de las dudas y necesidades de las personas de producción (patronaje, prototipado, confección y control de calidad) Busca también los diferentes eventos y nuevas plataformas para participación de la marca.

2. La Pasantía

2.1. Información general de la pasantía

2.1.1. *Función de la pasante*

Las funciones del pasante se dividen en las diferentes áreas de la empresa:

1. Planeación, diseño, ilustración y ejecución de colección de 5 a 6 piezas en moda comercial siguiendo los parámetros de la empresa LOTO-DISEÑO
2. Apoyo en el patronaje, corte, confección y acabados de los prototipos diseñados.
3. Llenar fichas técnicas requeridas por la empresa en los diferentes procesos de producción.
4. Trabajo como Community Manager en redes como Instagram y Facebook.

5. Elaboración de balance semanal del impacto en las diferentes plataformas digitales.

1.1.2. Cronograma de actividades

A continuación se presenta el registro de las actividades realizadas por el pasante durante todo el período de la pasantía.

Tabla 1.

Registro de actividades realizadas.

FECHA	HORARIO TRABAJADO	HORAS	ACTIVIDADES REALIZADAS		
			ÁREA CREATIVA	ÁREA TÉCNICA	ÁREA MERCADEO
junio 22 - 2021	8AM - 2PM	6	Reunión en meet para analizar los temas a trabajar y los contenidos de la semana de Instagram. Creación de piezas gráficas para publicar.	Organización de cada uno de los puntos a trabajar en la pasantía. Listado específico de temas.	
junio 23- 2021	8AM - 2PM	6	Creación de historias para Instagram y post en feed.		
junio 24 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
junio 25 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram y publicación de feed	Crear un feed de Instagram en illustrator para previsualizar piezas gráficas nuevas.	Apoyo en las actividades de mercadeo y publicidad de la empresa.
junio 26 - 2021	8AM - 12M	4	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		Se genera estrategia para en historias y feed de redes sociales.

junio 28- 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		Postear las referencias que están en promoción en las historias
junio 29 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram y publicación de feed		Revisar las estadísticas de Historias del día
junio 30 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram	Conocer los ítems que debe llevar la ficha técnica de ficha de dibujo a plano, acotación de medidas. Buscar programas para la realización de las fichas técnicas.	
julio 1 -2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram	Ver referentes de diseños de fichas técnicas existentes como guías para poder realizar el formato propio de cada uno de los procesos.	Divulgación de encuestas y estudio de mercado al público objetivo según las estadísticas de Instagram
julio 2- 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram y publicación de feed	Conocer los ítems que debe llevar la ficha técnica de ficha de dibujo a plano, acotación de medidas. Se decide hacer la ficha técnica en ILLUSTRATOR	
julio 3- 2021	8AM - 12M	4	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		Publicación de producto en Marketplace de Facebook, según inventario y material disponible.
julio 6 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
julio 7- 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
julio 8-2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram y publicación de feed	uso de illustrator para diseñar piezas gráficas para el feed de Instagram	

julio 9 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
julio 10 - 2021	8AM - 12M	4	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
julio 12- 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		investigación de concepto para colección cápsula basado en macro tendencias 2021
julio 13 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram,	Diseño de presentación de concepto y referencias para nueva colección cápsula	investigación de concepto para colección cápsula basado en macro tendencias 2021
julio 14- 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram y publicación de feed	Uso de canva y plantillas para hacer piezas gráficas e historias para redes sociales	
julio 15- 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
julio 16- 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
julio 17- 2021	8AM - 12M	4	creación de piezas gráficas para historias de Instagram y publicación de feed Creación de contenido para tiktok	Uso de canva y plantillas para hacer piezas gráficas e historias para redes sociales	Publicación de producto en Marketplace de Facebook, según inventario y material disponible.
julio 19 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
julio 21- 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram , Bocetacion de nueva colección		
julio 22 - 2021	8AM - 2PM	6	Creación de piezas gráficas para historias de Instagram y creación de contenido para tik tok. bocetación de nueva colección		
julio 23 - 2021	8AM - 2PM	6	Creación de piezas gráficas para historias de Instagram y publicación de feed Creación de contenido para tiktok. Bocetación de nueva colección		
julio 24- 2021	8AM - 12M	4	creación de piezas gráficas para historias de Instagram , bocetacion de nueva colección		Publicación de producto en Marketplace de Facebook, según inventario y material disponible.
julio 26 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		

julio 27 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
julio 28- 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram y publicación de feed	Uso de canva y plantillas para hacer piezas gráficas e historias para redes sociales	
julio 29- 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
julio 30- 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram y creación de contenido para tik tok		
julio 31 - 2021	8AM - 12M	4	creación de piezas gráficas para historias de Instagram y publicación de feed		Publicación de producto en Marketplace de Facebook, según inventario y material disponible.
agosto 2 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
agosto 3 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram , ilustración digital de nueva colección	Propuesta de fichas técnicas para nueva colección	
agosto 4 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
agosto 5 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram ilustración digital de nueva colección	diseño de fichas técnicas para nueva colección cápsula	
agosto 6 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram y publicación de feed		
agosto 7- 2021	8AM - 12M	4	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
agosto 9 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
agosto 10- 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
agosto 11- 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram, ilustración digital de nueva colección	Diseño y creación de dibujos planos para las fichas técnicas de la nueva colección	
agosto 12- 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram y publicación de feed	Uso de canva y plantillas para hacer piezas gráficas e historias para redes sociales	

agosto 13-2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
agosto 14-2021	8AM - 12M	4	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		Publicación de producto en Marketplace de Facebook, según inventario y material disponible.
agosto 16-2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram	Uso de canva y plantillas para hacer piezas gráficas e historias para redes sociales	
agosto 17 -2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
agosto 18-2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
agosto 19-2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
agosto 20 -2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
agosto 21-2021	8AM - 12M	4	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		Publicación de producto en Marketplace de Facebook, según inventario y material disponible.
agosto 23-2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram y publicación de feed	Realización de patronaje de prototipos para colección	Análisis de encuesta para estudio de mercadeo
agosto 24-2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram	Realización de patronaje de prototipos para colección	
agosto 25-2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram	Realización de patronaje de prototipos para colección.	
agosto 26-2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram	Despiece de moldes para prototipos, calcular la cantidad de tela por diseño.	
agosto 27 -2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
agosto 28-2021	8AM - 12M	4	creación de piezas gráficas para historias de Instagram y publicación de feed		Reunión sobre estrategias de redes sociales, organigrama de piezas gráficas y métricas de

					usuarios. Socialización y retroalimentación.
agosto 30-2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram	Compra de materia prima. Corte de piezas	Mercadeo de telas e insumos, cálculo de costos.
agosto 31 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram	Corte y confección de colección	
septiembre 01 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram y publicación de feed	Corte y confección de colección	
septiembre 02 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram ,	Corte y confección de colección	
septiembre 03 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram	Corte y confección de colección. Revisión de calidad y aplicación de terminados.	
septiembre 04 - 2021	8AM - 12M	4	creación de piezas gráficas para historias de Instagram y publicación de feed		Publicación de producto en Marketplace de Facebook, según inventario y material disponible.
septiembre 06-2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
septiembre 07-2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		
septiembre 08 - 2021	8AM - 2PM	6	creación de piezas gráficas para historias de Instagram		

2.2. Objetivos de la pasantía

2.2.1. Objetivo general

Apoyar en las diferentes actividades de la empresa LOTO DISEÑO, como lo son la creación de contenido para redes sociales, implementando estrategias de marketing evaluando las estadísticas para optimizar el flujo de clientes y usuarios de la marca; paralelo a esto crear una colección comercial que supla las necesidades específicas del consumidor de la marca, las cuales son la comodidad, versatilidad y expresión por medio de la indumentaria.

2.2.2. *Objetivos específicos*

- Realizar un diagnóstico de las diferentes redes sociales identificando el horario con más flujo de usuarios y así crear estrategias para fortalecer los canales de comunicación y ventas.
- Editar piezas gráficas para las diferentes redes sociales como Instagram, Facebook y Tiktok.
- Implementar fichas técnicas con las especificaciones requeridas para producción.
- Diseñar una colección cápsula teniendo en cuenta las tendencias del mercado y las especificaciones de nuestros clientes.

3. Identificación del problema

En la actualidad la falta de atención al detalle en las prendas y la sobreproducción de moda rápida nos han inundado de productos de mala calidad, materiales carentes de comodidad y diseño versátil que pueda llevar de manera cómoda cualquier persona sin importar su tipo de cuerpo, expresión de género. El hecho que cada vez se hace más recurrente, la presencia de elementos sin género en los desfiles, la apuesta cada vez más fuerte de las tendencias de belleza, la funcionalidad, las siluetas minimistas y confortables que se toman las calles de las principales capitales de la moda.

La oferta de diseño local se concentra en seguir las tendencias foráneas sin detenerse en las verdaderas necesidades de los consumidores jóvenes y jóvenes adultos, la moda cómoda, con estilo auténtico y producción independiente.

3.1. Descripción del problema

Después de un cambio en la vida cotidiana a raíz de la pandemia de 2020 se busca practicidad y economía, dando paso a la idea de mayor conciencia y atención a los productos que adquirimos. Las restricciones y bloqueos nos han hecho anhelar las experiencias que alguna vez disfrutamos y que quizás dimos por sentadas. Sin embargo, cuando miramos más allá de las preocupaciones individuales del momento, nos damos cuenta de la verdadera dualidad de la libertad: para estar libres de esta pandemia, todos debemos aceptar las limitaciones temporales.

Las propuestas de diseño que tienen en cuenta la necesidad de comodidad sin dejar de lado la expresión y el estilo individual son limitadas o demasiado costosas para la gran mayoría de los consumidores, la carencia de materiales poco convencionales de buena calidad como lo son el pelo fino sintético nos hizo dirigir la mirada a un público objetivo que busca el confort, la adaptabilidad y la expresión en diseños de manufactura local, buscando de manera sostenible diseñar prendas versátiles llamativas y con excelentes terminados pensadas para todo tipo de persona que quiera lucir un estilo relajado sin tener que recurrir a las grandes cadenas de moda rápida, así apoyar el comercio local y las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Bogotá.

3.1. Diagnóstico de la empresa

Loto diseño realiza piezas de diseño independiente con materiales poco convencionales como lo son el pelo fino sintético, actualmente tiene la proyección de convertirse en un referente de moda local, dando paso a nuevas siluetas, materiales y mercados poco explorados como lo son la población Queer y genderless; teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, la empresa se encuentra en una etapa de producción independiente en la cual las limitaciones se hacen presentes de manera recurrente en la necesidad de máquinas industriales que permitan

acelerar los procesos de confección y terminados no se pueden realizar de forma industrializada, el taller de confección cuenta con su respectiva máquina de coser, mesa de corte y patronaje, también cuenta con equipo portátil desde el cual se realizan los procesos de márquetin, diagramación de fichas técnicas, creación de contenido como publicaciones y catálogos digitales para E-commerce. Los procesos en su mayoría son realizados por la diseñadora Marisella Zamora Bermúdez, desde la creación de prototipos hasta la venta y entrega de los productos sin embargo la calidad de las prendas y el diseño hablan de una marca independiente que se está abriendo paso en el sistema de moda independiente asistiendo a ferias de emprendimiento y colaborando con diferentes influencers y creadores de marca.

3.1.1. Proceso de diseño

La planeación de la nueva colección se dividió de diferentes fases:

1: Observación y análisis del mercado objetivo:

Buscamos las diferentes estadísticas que nos ofrecen herramientas digitales, haciendo la interpretación y búsqueda de elementos que nos permitieran saber más de los usuarios, como la edad, región donde se ubican, ocupación y estilo de vida; con esta información pudimos tener un panoramas más claro en el proceso de planeación de la colección cápsula.

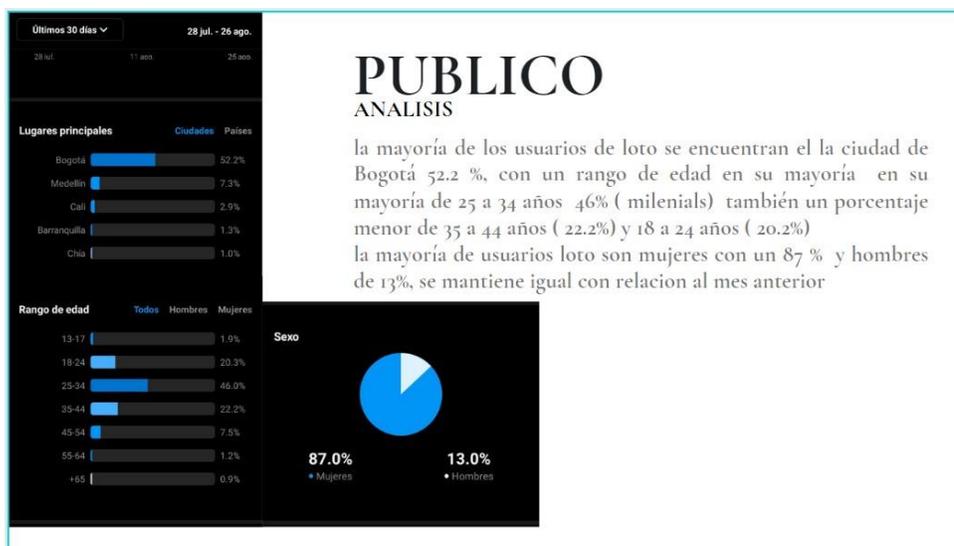
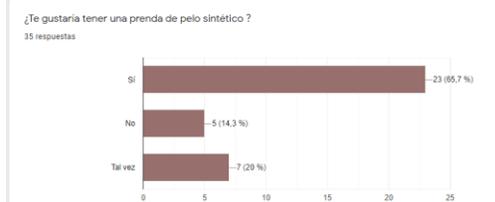
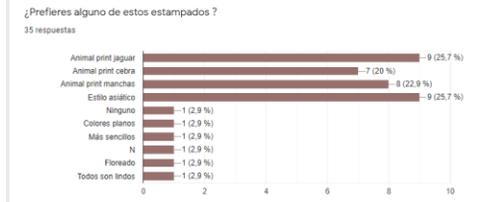
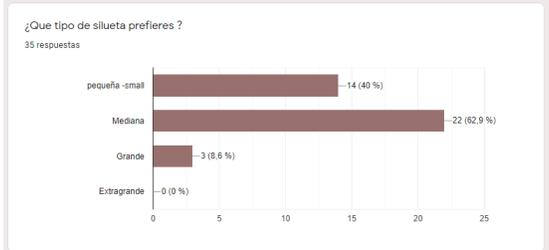
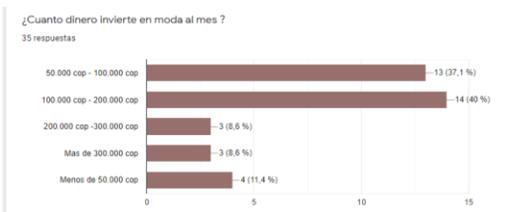
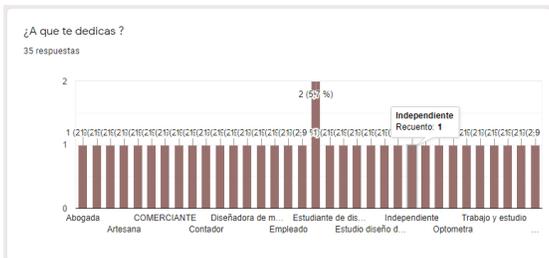


Figura 5. Estadísticas de redes (Instagram)

1: ENCUESTAS:

- En esta fase logramos aterrizar varios temas importantes para nuestros usuarios y clientes potenciales de LOTO, tales como el uso de diferentes materiales, estampados, texturas, colores, siluetas, ocasión de uso de la prenda y presupuesto asignado a la imagen personal, arrojando resultados que más adelante tendremos en cuenta para la conceptualización de la colección.

Link de [encuesta](#)



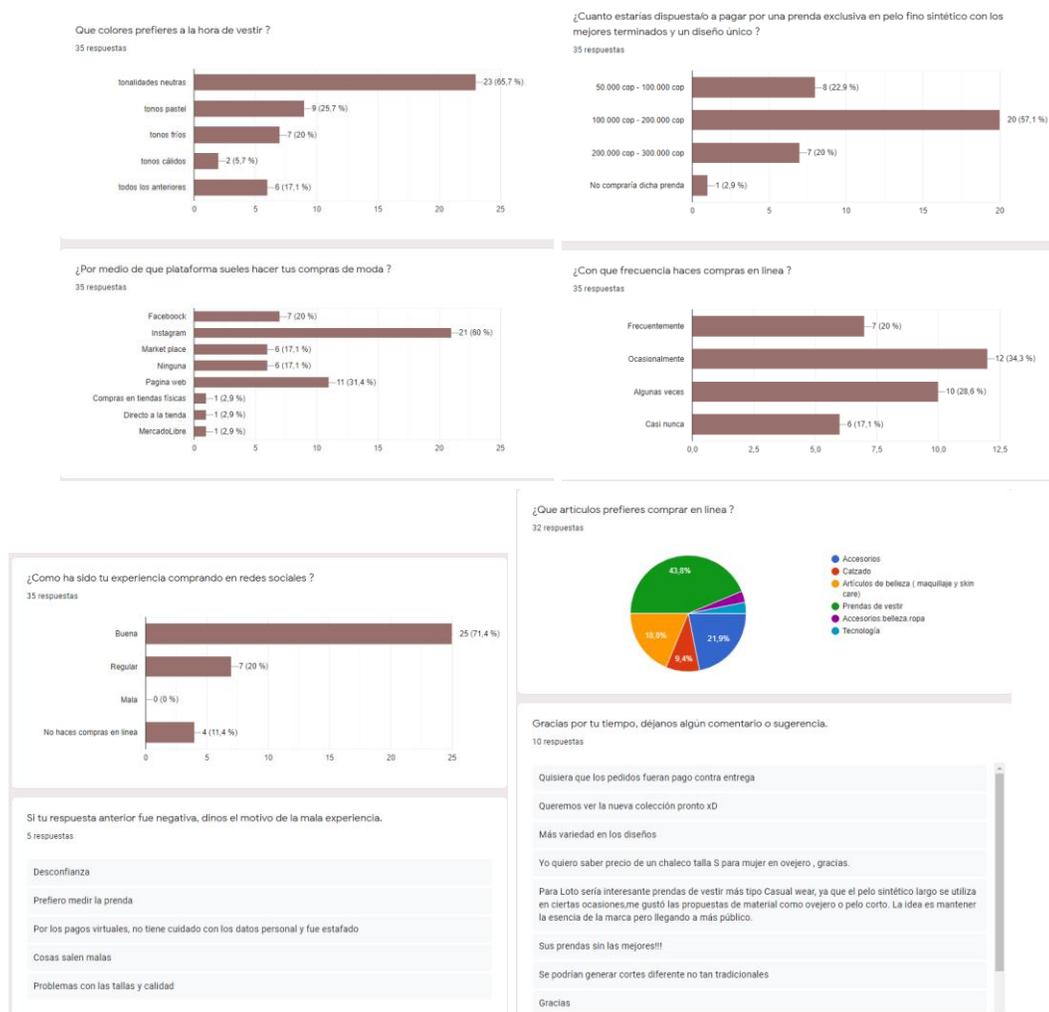


Figura 6. Resultados de encuesta, imágenes tomadas de GOOGLE FORMULARIOS.

3: Conceptualización de la colección:

De acuerdo a los resultados arrojados en la encuesta se aterrizan las ideas respecto al tipo de producto que queríamos ofrecer a nuestros clientes, tomando en cuenta los materiales, macro tendencias para el 2021- 2022 y el estilo de vida de nuestros usuarios. Con esta información pudimos crear un concepto para la colección cápsula Genderless y versátil para todo tipo de persona que busca expresión e identidad propia, adaptándose al tiempo actual.

LINK DE PRESENTACIÓN



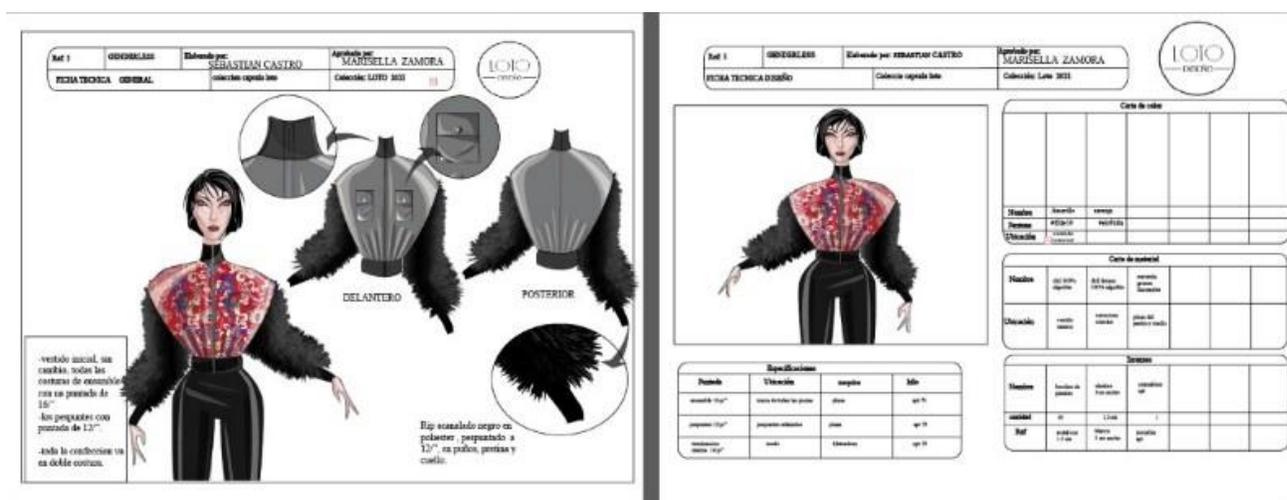
Figura 7. Presentación de concepto para nueva colección.

4: Diseño y creación de fichas técnicas: En el proceso de diseños nos permitimos la experimentación con distintos materiales como el pelo corto, pelo largo, ovejero y seda coreana, buscando un factor diferenciador en el mercado con una nueva propuesta de color y siluetas oversized que se pueden adaptar a diferentes contextos de uso, creando una colección capsula versátil y actual.



Estos fueron los diseños iniciales sin variaciones de material ni siluetas.

Figura 8. Ejemplo de fichas técnicas para colección cápsula



3.1.2. EJECUCIÓN Y PRODUCCIÓN (METODOLOGÍA)

A fin de realizar una ejecución idónea y el desarrollo coherente de la colección se estableció una metodología de “**Design thinking**” ya que es un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales del consumidor.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente se pueden definir los pasos de ejecución:

- a) **Empatizar:** Definir el público objetivo y la problemática por medio de encuestas, realizando investigación de tendencia y definiendo los objetivos.
- b) **Definir:** Hacer mapa de empatía, realizar encuestas al público objetivo y crear un marco de referencia.



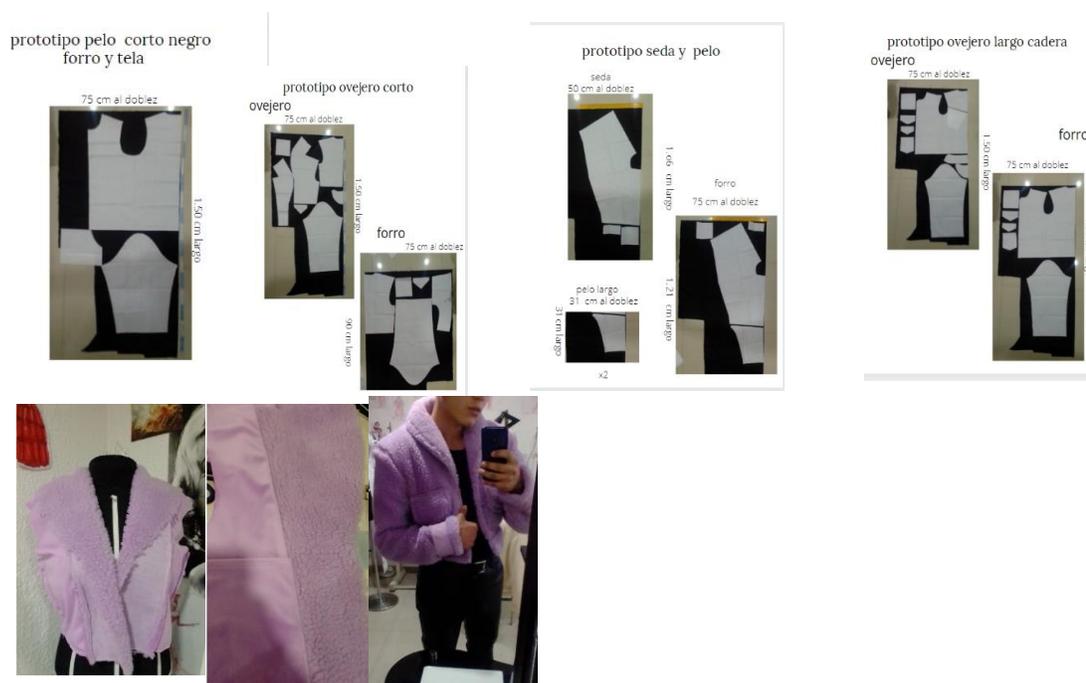
Mapa de empatía consumidor Loto

- c) **Conceptualización:** Realizar un estudio de mercado, moodboard y bocetación de los diseños e ideas a realizar basadas en las necesidades detectadas.
- d) **Prototipo:** realizar la producción de las muestras ideales para el consumidor.
- e) **Validación:** puesta en escena del nuevo producto, por medio de una campaña de medios y así evaluar el desempeño y validar la efectividad de la nueva colección.

3.1.3. Producción y ejecución de prototipos

En esta fase nos encargamos de buscar los materiales de acuerdo a la medida que nos arrojó la mordería de las distintas referencias- todo esto para evitar el desperdicio de material ,

verificar la viabilidad de producción y la combinación de las diferentes texturas para obtener el mejor resultado, de acuerdo con nuestra propuesta se hicieron varios cambios en los diseños, como el color de varios materiales y pudimos descartar algunos diseños para realizar una colección más rentable y comercial. En el proceso de corte y confección pudimos verificar los moldes y hacer pequeñas variaciones como en el tamaño de los bolsillos y cuellos para obtener la silueta planteada desde la propuesta de diseño. Ultimando los detalles verificamos la horma de cada prenda para futuras modificaciones en la producción para el mercado.



4. Figura 9. Detalles del proceso de corte y confección.

3.1.4. Resultado y validación

Como estrategia para dar a conocer la marca y la nueva colección, participamos en una pasarela organizada por la agencia de modelaje SHOW MODELS el mes de noviembre de 2021.



5. Figura 11. Fotografías de pasarela realizadas por: AGENCIA DE MODELAJE SHOW MODELS.

Buscamos generar una estética diversa, implementando complementos y elementos de estilismo como el maquillaje, las prendas complementarias, todo cohesionado con la música minimalista y una puesta en escena que diera protagonismo a los nuevos prototipos. El diseño de las prendas que acompañan la nueva colección fue pensado de manera que no restara impacto visual a las chaquetas y abrigos, generando un hilo conductor de comodidad, estilo y libertad, como resultado se vio una reacción favorable por parte del público presente y en redes sociales.

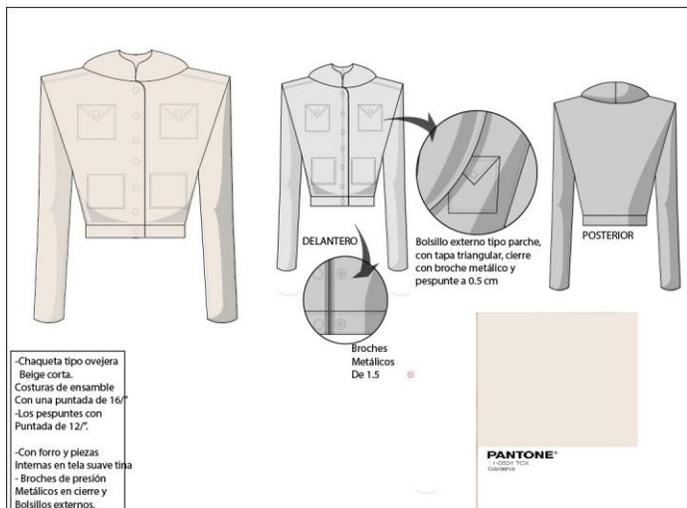
3.2. Solución

PRODUCTO FINAL:

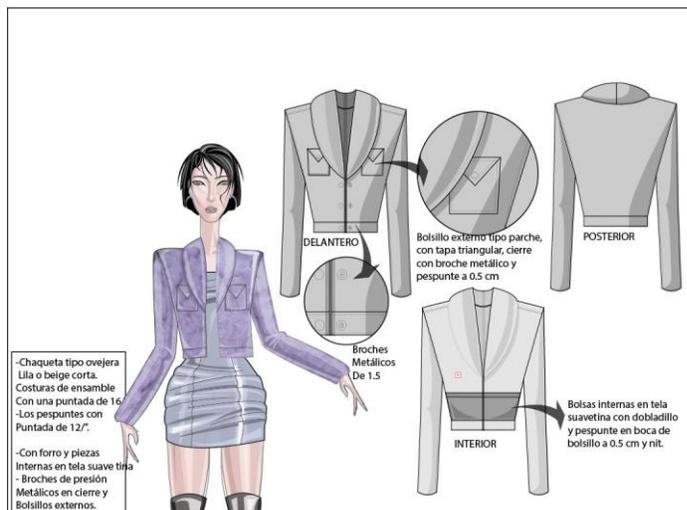
Diseños funcionales que permiten hacer actividades del día a día: como estar en una reunión de trabajo o trabajar desde casa, incluso salir con amigos en la tarde, la premisa de nuestra idea es la versatilidad, la calidad, funcionalidad y diseño actual. Usamos materiales como el algodón, poliéster, materiales sintéticos como el rip, la licra deportiva y pelo fino sintético, los cuales actúan como aislante térmico, cumpliendo la función de ser un producto abrigado y confortable, ideal para el invierno y los climas fríos.

Las referencias producidas fueron las siguientes:

Chaqueta en ovejero color beige: Realizada en tela ovejera producida en Colombia, cuenta con cuatro bolsillos exteriores totalmente funcionales, interior forrado en tela suave tina semi licra, cuello militar, largo medio (hasta la cadera) y broches de presión metálicos.



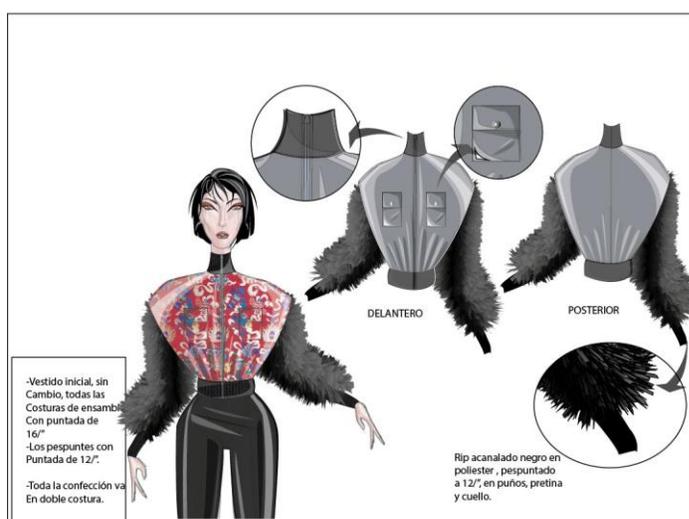
Chaqueta en ovejero color lila: Realizada en tela ovejera producida en Colombia, cuenta con dos bolsillos exteriores e interiores totalmente funcionales, interior forrado en tela suave tina semi licra, , altura media (hasta la cintura), detalles en cuerina a tono y broches de presión metálicos.



Chaqueta pelo corto negra: Realizada con pelo fino sintético corto, cuenta con dos bolsillos exteriores totalmente funcionales, interior forrado en tela suave tina semi licra, cuello beisbolero, largo medio bajo (hasta la pierna) puños y pretina en rip licrado y cremallera metálica.



Chaqueta en seda coreana y pelo sintético largo: Realizada en seda coreana en su gran mayoría, cuenta con dos bolsillos parche superiores totalmente funcionales, interior forrado en tela satín, cuello tortuga en rip, altura media (hasta la cintura), mangas en pelo fino sintético color negro con terminación en rip y cremallera metálica.



4. Aporte a la Empresa

4.1. Logros

El principal logro durante la pasantía en Loto Diseño fue el de colaborar en el proceso inicial de creación de contenido estéticamente coherente con los valores de marca, transmitiendo el valor agregado de exclusividad y diseño en las prendas presentadas, principalmente se hizo énfasis en el diseño de piezas gráficas para la red social Instagram y Tiktok, esto con el fin de atraer a nuevo público y generar interacción por medio de este canal de comunicación, generando ventas y clientes potenciales.

Tras este proceso inicial de inducción y reconocimiento de la empresa se dio paso a la creación de estrategias de comunicación enfocadas en el estilo de vida de los consumidores Loto, pensando en sus horarios a la hora de utilizar redes sociales, para poder generar más interés y mantener un ritmo constante en las publicaciones de artículos, diseños y consejos de estilo relacionados con el producto que se ofrece en la línea moda y línea hogar, tras un análisis en las estadísticas de las redes, se reflejó que el público objetivo era principalmente conformado por mujeres de 20 a 30 años de edad, en su mayoría de la ciudad de Bogotá, las cuales estaban interesadas en la moda local, las nuevas tendencias y mantenerse actualizadas por medio de los nuevos canales de comunicación; estos resultados nos permitieron buscar nuevas necesidades reales y así poder idear una nueva colección que aporte soluciones prácticas a los clientes Loto.

Uno de los principales logros en el proceso de investigación del mercado fue la realización de una encuesta a los consumidores y clientes potenciales, segmentados por edad,

ocupación y región, el estudio de mercado arrojó como resultado las preferencias de diferentes materiales, texturas, colores, estampados y siluetas que se implementaron de manera protagónica en el proceso de diseño y creación de la colección cápsula Genderless. Dando paso a una serie de prendas que cumplen con la función práctica de ser confortables, cómodas y asequibles a todo tipo de personas, encontrando en los materiales como el ovejero y el pelo sintético una alternativa estética y en tendencia que permitiera dar un toque de seguridad y personalidad a quien porte estos diseños.

Este proceso de creación fue muy útil para identificar falencias y oportunidades en el mercado, fijando la mirada en los detalles que hacen la diferencia entre una marca de fast fashion y una marca independiente, aportando así un producto especial funcional y sobre todo local.

4.2. Alcance de pasantía:

- a) La pasantía comprendió un periodo total de 320 horas laboradas en un horario de 8 horas diarias de lunes a viernes y 4 horas los sábados
- b) EL pasante tuvo la función de apoyar el proceso de creación y diseño de piezas gráficas para redes sociales, historias diarias en Instagram y 3 publicaciones semanales en feed, así mismo realizó la publicación de producto en Marketplace de Facebook.
- c) El pasante además realizó otras actividades de apoyo en el área de diseño de producto, haciendo actividades como conceptualización, bocetación, patronaje, corte y confección de la prenda.
- d) El pasante llevó a cabo un análisis de mercado y tendencia, propuso una solución implementando nuevos materiales, siluetas arriesgadas para dar más dinamismo a la marca y así implementar nuevas referencias al catálogo ya existente.

4.3. Limitaciones

En el proceso de pasantía se vio la necesidad constante de una adecuación de infraestructura en cuanto a las máquinas y equipos importantes para la producción y fabricación de la nueva colección, ya que el actual taller está pensado para ser un estudio de diseño independiente que no fabrica una cantidad demasiado amplia de productos, sin embargo esta carencia se vio como una oportunidad de adecuar la ejecución y desarrollo de la colección como un proceso artesanal de slow fashion, de manera que cada referencia tuviera el foco en los detalles y terminaciones de buena calidad. El pasante prestó su maquinaria (maquina plana industrial y fileteadora) para apoyar en la producción y terminación de la colección cápsula así como su equipo de cómputo para realizar las publicaciones ya que gran parte del proceso se desarrolló a distancia, dadas las restricciones y ubicación del taller.

Otro factor importante fue el presupuesto para realizar la planeación de la nueva propuesta, buscando alternativas que se adecuarán a las necesidades de los clientes evitando el exceso y desperdicio, controlando así los costos de la materia prima.

Conclusiones

En esta pasantía se apoyó en las diferentes actividades de la empresa LOTO DISEÑO, como lo son la creación de contenido para redes sociales buscando la manera más interactiva con los clientes y usuarios, implementando estrategias de marketing evaluando las estadísticas para optimizar el flujo de clientes, conociendo su estilo de vida y las necesidades principales para poder generar un producto acorde a la oportunidad de mercado; así se recopiló la suficiente

información sobre el consumidor para realizar el proceso más relevante de la pasantía, el cual dio como resultado la creación de una colección comercial pensada para cumplir con varios parámetros los cuales son la comodidad, versatilidad y expresión por medio de la indumentaria.

La investigación del cliente objetivo nos dio las herramientas necesarias para plantear soluciones coherentes, empleando las redes sociales como herramientas para conocer a profundidad los gustos generales, con esto aportar una alternativa práctica y accesible para el público local; gracias a los datos recopilados se dio solución a uno de los procesos más complejos de realizar, la elección de diseños que cumpliera con las diversas especificaciones del mercado, de manera que fuera viable la producción e inversión de presupuesto para llegar a un resultado atractivo y funcional, a medida que se realizaba el mercadeo de las materias primas se aterrizaron las ideas de acuerdo a las características del producto, la calidad que queríamos implementar y el estilo estético que encerraba la colección cápsula de Loto, ya que se buscaba continuar con la misma línea estética de la marca sin dejar de lado la innovación y propuesta, no obstante el resultado fue bastante favorable y acertado con los valores de marca, el presupuesto y las necesidades planteadas.

En relación con el objetivo de la pasantía, se cumplió de manera general con cada una de las actividades planteadas desde un principio, desde el apoyo en generación de contenido hasta la planeación y desarrollo de un nuevo producto. En el proceso se logró observar las necesidades del cliente y plantear distintas alternativas de interacción y comunicación de la marca de manera entretenida, informativa y en relación a los temas de actualidad, dando como resultado la creación de nuevos diseños que se lanzarán al mercado en línea de Loto Diseño.

Glosario

Bases terminológica: Sala de exposición o un espacio donde el vendedor o fabricante expone sus novedades a los compradores.

Prototipado: El prototipado es una versión inicial de la idea de un producto, nos permite probar, evaluar y validar si efectivamente la idea que tenemos en mente cumple los objetivos de la empresa y de los usuarios.

Community manager: Es el responsable de crear y administrar la comunidad online y gestionar la identidad y la imagen de marca, manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, su público en internet.

Colección cápsula: Son colecciones pequeñas que incluyen menos prendas que las convencionales sin dejar de lado la identidad de la marca.

Expresión de género: La manifestación de los rasgos culturales que permiten identificar a una persona como masculina o femenina conforme a los patrones considerados propios de cada género por una determinada sociedad.

Queer: Es una palabra que describe una identidad de género y sexual diferente a la heterosexual y cisgénero.

Moda Genderless: Creaciones de ropa pensadas para que pueda lucirlas perfectamente todo tipo de persona (independientemente de su sexo e identidad de género). Antes le llamábamos 'unisex'.

Design Thinking: Es un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los consumidores.

Mapa de empatía: El mapa de empatía es un formato que busca describir el cliente ideal de una empresa por medio del análisis de 6 aspectos, relacionados a los sentimientos del ser humano. Puede ser realizado a partir de preguntas que ayudan a entender a conocer el cliente y cómo relacionarse con él.

Slow fashion: Es la manera de pensar, hacer y consumir la moda de manera consciente e intencionada, fomentando el cuidado de los procesos de producción, buscando asegurar la calidad de cada producto creado para que sean perdurables y sostenibles a lo largo del tiempo.

Fast fashion: Método de producción y comercialización de moda de manera acelerada y a gran escala, creando productos desechables muy contaminantes.

Referencias

1. Bello, E. (2021, 21 mayo). *¿Qué es el prototipado y cómo prototipar un producto?* Thinking for Innovation.
<https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-prototipado-digital-business/>
2. Custódio, M. (2022, 13 junio). *Mapa de Empatía: qué es y cómo hacerlo en 6 pasos* . Blog de Inbound Marketing y Ventas | RD Station.
<https://www.rdstation.com/es/blog/mapa-de-empatia/>

3. de Diseño, M. (2020, 17 julio). *¿Sabes qué es el fast fashion?* Mercado de Diseño. <https://mercadodediseno.es/magazine/en-tendencia/fast-fashion-que-es/>
4. Derechos humanos y empresas. (2021, 27 julio). *Fast Fashion: un fenómeno alimentador de las sociedades consumistas.* <https://derechos-humanos-y-empresas.uexternado.edu.co/2021/07/27/fast-fashion-un-fenomeno-alimentador-de-las-sociedades-consumistas/>
5. Neo2. (2020, 6 diciembre). *Colección cápsula en moda. ¿Qué es? ¿Qué significa en realidad?* Neo2 Magazine. <https://www.neo2.com/coleccion-capsula-que-es/>
6. P. (s. f.). *PANTONE® España | Soluciones de Color, Tendencias, Guías y Herramientas.* Pantone EMEA. Recuperado 5 de julio de 2022, de <https://www.pantone.com/eu/es/>
7. Rey, P. (2020, 2 diciembre). *Slow fashion o moda lenta: ¿qué es y cómo podemos identificarla?* Vogue. <https://www.vogue.mx/moda/articulo/slow-fashion-que-es-definicion>
8. Silva, N. (2021a, junio 22). *¿Qué es la moda genderless y cuáles son las mejores marcas para sumarte a ella?* Glamour. <https://www.glamour.mx/moda/guia-de-estilo/articulos/moda-genderless-que-es/20701>

