

**MANEJO DE EXHIBICIÓN EN STANDS, VITRINISMO, CONTROL Y CUIDADO
DE LAS PRENDAS KOSTA AZUL**

MARIA DEL PILAR MARTINEZ LOPEZ

**UNIVERSIDAD CATOLICA POPULAR DEL RISARALDA
PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL
PRACTICAS PROFESIONALES
PERERIA
2008**

**MANEJO DE EXHIBICIÓN EN STANDS, VITRINISMO, CONTROL Y CUIDADO
DE LAS PRENDAS KOSTA AZUL**

MARIA DEL PILAR MARTINEZ LOPEZ

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

**TUTOR
LIZA CATALINA TRUJILLO GIRALDO
DISEÑADORA INDUSTRIAL**

**UNIVERSIDAD CATOLICA POPULAR DEL RISARALDA
PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL
PRACTICAS PROFESIONALES
PERERIA
2008**

CONTENIDO

	Pág
Introducción.....	1
Capítulos en el documento.....	2
Presentación del sitio de práctica	3
Identificación de necesidades de diseño en la organización.....	4
Definición de líneas o proyectos de intervención.....	5
1. Formulación del problema proyecto nº 1.....	6
1.1 Justificación del proyecto.....	6
1.2 Objetivo general.....	7
1.3 Objetivos Específicos.....	7
2. Análisis.....	8
3. Requerimientos de diseño.....	9
4. Alternativas de diseño.....	10
5. Diseño de detalles.....	13

6. Propuesta definitiva.....	14
6.1 Dibujo en volumen.....	14
6.2 Secuencia de uso.....	15
6.3 Planos técnicos.....	39
Vista Frontal	
Vista lateral.....	40
Vista superior.....	41
6.4 Detalles técnicos.....	42
6.5 Despiece.....	43
6.6 Cartas de producción.....	44
7. Cronograma.....	46
8. Recursos necesarios.....	46
9. Formulación del problema No 2.....	47
9.1 Justificación del proyecto.....	47
9.2 Objetivo General.....	48

9.3	Objetivos específicos.....	48
10.	Análisis.....	49
11.	Requerimientos de Diseño.....	50
12.	Alternativas de diseño.....	51
12.1	Tipologías existentes frente a la competencia.....	51
12.2	Tipologías existentes.....	52
12.3	Bocetos.....	53
13.	Diseño de detalles.....	54
14.	Propuestas definitivas.....	55
14.1	Dibujo en volumen exhibidor #1.....	55
14.2	Secuencia de uso.....	56
14.3	Planos técnicos.....	61
14.3.1	Vista frontal.....	61
14.3.2	Vista lateral.....	62
14.3.3	Vista superior.....	63

14.4	Detalles técnicos.....	64
14.5	Despiece.....	65
14.6	Dibujo en volumen exhibidor #2.....	66
14.7	Secuencia de uso.....	67
14.8	Planos técnicos.....	70
14.8.1	Vista frontal.....	70
14.8.2	Vista lateral.....	71
14.9.3	Vista superior.....	72
15.	Detalles técnicos.....	73
16.	Despiece.....	74
17.	Cronograma.....	75
18.	Recursos necesarios.....	75
19.	Formulación del problema No 3.....	76
19.1	Justificación del proyecto.....	77
19.2	Objetivo General.....	78

19.3 Objetivos específicos.....	78
20. Análisis.....	79
20.1 Tabla de vitrinas.....	84
21. Cronograma.....	88
22. Recursos necesarios.....	88
Bibliografía.....	89
Conclusiones.....	92
Recomendaciones.....	92
Anexos.....	93

LISTA DE TABLAS

	PAG
TABLA 1. Tabla de comportamiento de las telas con respecto a los días de exhibición.	84

LISTA DE FIGURAS

	PAG
FIGURA 1. Tipología de diseño.....	10
FIGURA 2. Tipología de diseño.....	10
FIGURA 3. Tipología de diseño.....	11
FIGURA 4. Boceto.....	11
FIGURA 5. Bocetos.....	12
FIGURA 6. Cotización.....	44
FIGURA 7. Cotización.....	45
FIGURA 8. Tipología de diseño.....	51
FIGURA 9. Tipología de diseño.....	51
FIGURA 10. Tipología de diseño.....	52
FIGURA 11. Tipología de diseño.....	52
FIGURA 12. Tipología de diseño.....	52
FIGURA 13. Boceto.....	53
FIGURA 14. Boceto.....	53
FIGURA 15. Boceto.....	53
FIGURA 16. Foto almacén y vitrinas.....	81

LISTA DE ANEXOS

	PAG
ANEXO A. Imágenes de fibras y origen.....	93
ANEXO B. Telas expuestas a experimento.....	94
ANEXO C. Colores para el calzado Kosta Azul.....	98

GLOSARIO

CONFECCION: Fabricación de prendas de vestir con máquinas y en serie, en oposición a las que se encargan a medida: prefiero un traje a medida que una prenda de confección.

CHEMISE: Camisa.

EXHIBIR: Mostrar en público. Intentar llamar la atención.

PUNTO DE VENTA: Local donde se guardan mercancías o se venden al por mayor.

INNOVACION: Cambio que introduce novedades.

MANUFACTURAS: Fabricar o producir con medios mecánicos.

PORTATIL: Que se puede mover o transportar con facilidad.

DESARMABLE: Que se puede desarmar.

PRACTICIDAD: Que es útil o produce provecho inmediato.

CONVENIENCIA: Que es útil o produce provecho inmediato.

MANTENIMIENTO: Conjunto de operaciones y cuidados necesarios para que instalaciones, edificios, industrias, etc., puedan seguir funcionando adecuadamente.

PERCEPCION: Sensación interior que resulta de una impresión material, captación realizada a través de los sentidos.

EMBALAJE: Empaquetado o envoltorio adecuados para proteger objetos que se van a transportar.

EMPAQUE: Materiales que forman la envoltura y armazón de los paquetes, como papeles, cuerdas, cintas, u otros.

VERSATILIDAD: Materiales que forman la envoltura y armazón de los paquetes, como papeles, cuerdas, cintas, u otros.

MERCADEO: Conjunto de operaciones por las que ha de pasar una mercancía desde el productor al consumidor.

MERCADEO VISUAL: Se entiende por mercadeo visual el conjunto de manifestaciones expresivas que hacen visible la identidad de una empresa y de sus productos.

COMPETENCIA: Grupo de personas o de entidades que ejercen la misma profesión o actividad que otras.

ITINERANTE: Grupo de personas o de entidades que ejercen la misma profesión o actividad que otras.

FIBRA: Unidad de materia caracterizada por su flexibilidad, finura y elevada proporción entre su longitud y su grosor.

SISAL: El Sisal es una planta xerófila con un tronco corto y grueso del cual emerge una roseta de hojas compactadas. Se aplica en cabuya, mecate, sacos estopas y papel.

ABACÁ: Es una fibra que se extrae de las hojas de "Musa textilis", de la familia de las musáceas que se cultiva principalmente en Filipinas. El abacá se emplea en

la fabricación de cuerdas y cables para la marina y para minería. Las fibras más finas, seleccionadas y blanqueadas, se emplean también en la confección de sombreros.

YUTE: La fibra de yute se extrae de los tallos de la planta del mismo nombre, de la familia de las tiliáceas. Las fibras más empleadas son blancas y oscurecen con el tiempo. Se utiliza para la fabricación de telas y cuerdas bastas, y para embalajes y esteras. El yute se puede colorear, ya que admite y fija bien los colorantes derivados del alquitrán.

ASBESTO O AMIANTO: Se conoce a un grupo de seis diferentes minerales (amosita, crisotilo, tremolita, actinolita, antofilita y crocidolita) que se encuentran de manera natural. Es muy resistente al calor, la fricción y a los productos químicos.

PERLON: El Perlón es una fibra sintética desarrollada en Alemania con tres tipos diferentes de microfibras: nylon filamento textil, usado en la fabricación de telas; nylon fibra corta, empleado en mezcla con fibras naturales, artificiales y sintéticas, y nylon filamento industrial, empleado por las industrias pesquera, llantera y de cepillos.

ENKALON: Fibra Sintética Poliamida de caprolactama Mate_brillo Resistencia polillas bacterias. Se usa para Medias, velos, cordeles, pesca, medicina, lencería, neumáticos, forrería, fieltros, impermeables.

CELÓN: Fibra Sintética Poliamida de caprolactama Resiste bacterias polillas y roce Blanca. Se usa para Medias, vestidos, lencería, punto, tejidos industriales.

ORLÓN: Fibra Sintética Poliacrilonitrilo Caliente Suave Resiste sol polillas bacterias roce. Se usa en velos, cuerdas, tiendas, vestidos, aislantes, filtros, punto.

TEFLÓN: Fibra Sintética Fluorada Tetracloroetileno Fibra Filamento Excelente resistencia al calor. Sirve para usos industriales

SEDA: Fibra Natural Animal Proteica Suave, Caliente, Resistente. Se usa para vestidos, decoración artículos de lujo.

RAYON: Fibra Artificial Celulosa Regenerada Filamento se usa para Vestidos, tapicería, forrería, cintería, saquería, correas, tubos.

CARACTERISTICAS EXTERNAS DE LAS FIBRAS: Son aquellas que se pueden determinar por un examen visual.

CARACTERISTICAS INTERNAS DE LAS FIBRAS: Son aquellas que se pueden determinarse con aparatos auxiliares de medición.

DECOLORACION: Perdida o disminución del color.

ESTANDAR: Que sirve como tipo, modelo, forma, patrón o referencia por ser corriente de serie.

IMAGEN CORPORATIVA: Es un vinculo que da una proyección coherente y cohesionada, de una empresa u organización, una comunicación visual sin ambigüedades.

ESCENOGRAFIA: Arte de proyecta, planificar y realizar decoraciones escénicas.

BACKING: Es una lona plasmada con imágenes alusivas a un mensaje, una temporada. Es muy conocida y usada a nivel de publicidad de puntos de venta, exhibiciones, ferias, eventos, etc.

PENDON: Bandera más larga que ancha que usaban como insignia distintiva de una empresa.

MODULO: Pieza o conjunto unitario de piezas que se repiten o encajan en construcción de cualquier tipo.

TIPOLOGIA: Estudio o clasificación de tipos que se realiza en cualquier disciplina

CALIBRADOR: Instrumento para calibrar un objeto cilíndrico

IMPERFECTOS: Prendas no conformes.

PARASOLES: Objeto o dispositivo que se coloca en ciertos sitios para protegerlos de los rayos del sol.

RESUMEN

Dentro de este informe de práctica profesional el lector encontrará tres proyectos fundamentales que se trabajaron a lo largo de la práctica y ayudaron a la empresa a mejorar algunos aspectos complicados, unos críticos y otros no tanto, pero de igual manera se trato de llegar a la solución más conveniente para la compañía.

El primer informe consiste en el diseño de un exhibidor para ferias y eventos a los que asiste Kosta Azul teniendo en cuenta ante todo la comodidad de transporte y practicidad a la hora del armado y el uso por parte del usuario (vendedor).

El segundo informe consiste en el diseño de exhibidores diferenciadores en el punto de venta llevando una coherencia entre el usuario y el cambio de imagen Kosta Azul, a la vez tratando de evitar la exhibición de tantas prendas impidiendo su decoloración, en cambio exhibir los accesorios que se ofrecen acompañados de material visual y maniqués.

El tercer informe consiste en una investigación por la problemática con las prendas en relación a la decoloración, determinando de acuerdo a las propiedades de las telas los días en que se decoloraban para así determinar los días de cambio de cada vitrina y a la vez analizando cada vitrina y aconsejando las prendas que se debía poner en cada una de ellas.

DESCRIPTORES:

- Exhibidor Itinerante
- Backings
- Material visual
- Decoloración
- Exhibición
- Vitrinas

ABSTRAC

Within this report of professional readers find three key projects to be worked through practice and helped the company to improve some aspects complicated, citrus and some other not so much, but equally will try to reach the most suitable solution for the company.

The first report is to design a display for trade shows and events to attend Kosta Azul taking into account above all the comfort and convenience of transportation at the time of the armed and use by the user (seller).

The second report consists of the design of exhibitors differentiators in the retail outlet carrying a consistency between the user and the change of image Kosta Azul, while trying to prevent the display of so many garments impeding their discoloration, instead displaying accessories are offered accompanied by visual material and mannequins.

The third report is an investigation by the problem of garments in relation to bleaching, determining according to the properties of the fabrics in the days that fade to determine the days of return for each window and at the same time analyzing each showcase and advising the garments to be put in each one of them.

DESCRIPTORS:

- Mobile Exhibidor
- Backings
- visual material
- Bleaching
- Exhibition
- Cabinets

EXHIBIDORES P.O.P

SECTORES PRODUCTIVOS

1. INDUSTRIA MANUFACTURERA

1.1 Confección Textil

AREAS DE DESEMPEÑO

- **EXHIBICION POP Y VITRINISMO**

INTRODUCCIÓN

Hoy en día en el mundo competitivo y empresarial hay un elemento que siempre ha existido pero no era de tanta importancia para quienes lo usan y necesitan pero el cambio de los mercados y la competitividad que hoy la vida y los negocios manejan las empresas se ven obligadas a usar herramientas como el mercadeo, el mercadeo visual y una buena publicidad para mantenerse frente a su competencia y a sus clientes como una empresa sólida y capaz de producir una buena atención, un buen servicio y satisfacción a los clientes.

En este informe se ha tenido en cuenta el mercadeo visual, la manera de llamar la atención del cliente por medio del vitrinismo y el punto de venta en el interior, por eso es tan importante manejar una coherencia en lo que se ve exteriormente e interiormente para que el cliente sienta y entienda el mensaje que se le quiere dar.

Una de las partes más importantes para ese tema es la exhibición de productos dentro de los puntos de ventas, las ferias y los eventos. Aunque para los empresarios se vuelve todo una experiencia en pensar cual es la manera adecuada y llamativa de exhibir los productos para crear un ambiente más armónico y agradable para todos los visitantes y de esta manera salir beneficiados.

Más adelante se encontrara una solución de exhibición itinerante para stands de ferias y distintos eventos a los que la empresa esta acostumbrado a asistir para que de esta manera presenten e irradian una imagen como la que se quiere proyectar ha determinado usuario de ese mercado.

CAPITULOS EN EL DOCUMENTO

- 1. EXHIBIDOR ITINERANTE**
- 2. ELEMENTO DE EXHIBICION PARA LAS VITRINAS**
- 3. ESTUDIO DE DECOLORACION DE PRENDAS EN LA EXHIBICIÓN**

PRESENTACIÓN DEL SITIO DE PRÁCTICA

Hace más de 40 años, Don Guillermo Pulgarín Sánchez, en 1964 creó una agencia de distribución llamada TEA. Lo que él posiblemente no sabía en ese momento, era que algunos años más tarde, ésta se convertiría en lo que hoy conocemos Kosta Azul. TEA comenzó comercializando artículos plásticos y de cocina, al igual que las mejores marcas de ropa interior masculina y femenina, sin embargo, algunos años más tarde, debido a las necesidades y las exigencias de los clientes. En 1977 TEA se convirtió en un pequeño taller de confección de camisas y contaba con 20 personas.

Inicialmente este taller tuvo el nombre de Punto Azul, pero después pasó a llamarse Kosta Azul y tuvo en ese entonces su primer slogan: “Chemise de París”. Debido al crecimiento de la marca, en el año 1977 Kosta Azul se traslada a un taller más espacioso en Dosquebradas, –lugar en donde hoy en día opera todavía. Tiempo después, pensando en expandir su oferta más allá de sus reconocidas camisas, Kosta Azul comienza en el año 1986 la fabricación de pantalones y en 1991 la de camisetas y en el año siguiente las bermudas. En 1993 se inaugura Kosta Azul calzado y cinturones. En 1994 se diversifica nuestro portafolio de productos. Así fue creciendo poco a poco su portafolio hasta llegar a un presente en el que la marca ofrece a todos sus clientes una completa línea en vestuario para hombre.

La obtención del certificado de calidad ISO 9001 versión 2000, el ser catalogada como una de las 50 empresas más valoradas en Colombia y la apertura de nuevos almacenes en Pereira, Palmira, Tuluá, Cali y Bogotá sólo algunos de los resultados que le han dado el esfuerzo y el trabajo responsable a esta empresa. En el 2003 se dio el traslado del almacén de fabrica a la Cra 16 No. 25-33 en Ddas, Rda, dos años después en el 2005 se fusionan Guillermo Pulgarín S y Cía y Pulgarín y González y Cía. Cambio de Razón Social: Guillermo Pulgarín S. S.A y hasta el año pasado se adquirió la planta de vestidos en la ciudad de Bogota.

Hoy, cuarenta años después de su nacimiento y a pesar de que su fundador falleció, la empresa continúa ofreciendo una excelente alternativa de producto a sus clientes y se constituye en un fuente significativa de empleo y progreso para la región y el país.

IDENTIFICACION DE NECESIDADES DE DISEÑO EN LA ORGANIZACIÓN

En kosta Azul se han identificado dos problemas en el área de mercadeo visual y en la planta de producción a nivel de puestos de trabajo. En la primera parte se ve un inconveniente principalmente en la parte de exhibición y los elementos que se manejan en las vitrinas de los puntos de venta y en las distintas ferias y eventos a los que ellos asisten a nivel nacional durante el año porque no hay una identidad propia en los lugares de exhibición ni algo que verdaderamente llame la atención del publico y los diferencie frente a la competencia por esta razón se ve la necesidad de implementar unos elementos innovadores y exclusivos en cuanto a exhibición de accesorios que acompañen y de un complemento a los maniqués.

Retomando la parte anterior la empresa asiste a diferentes ferias y eventos y en cada una de ellas ven la debilidad y la necesidad de exhibir bien al público, por esta razón se planteó la realización de un elemento itinerante que permita un fácil desplazamiento, manejo y exhibición a la vez dando cabida a la parte visual y presentación de la empresa por medio de backings otro tipo de elementos visuales de cada una de las prendas que se presentan.

Por otra parte están los puestos de trabajo de algunos operarios que por el horario laboral puede ocasionar a largo plazo enfermedades en ellos por sus posiciones y condiciones de trabajo pero que la empresa no ha analizado ni pensado en corregir y mejorar la calidad del puesto. Por el tiempo de esta practica no es posible empezar a analizar este aspecto por tanto se recomienda mas adelante con otro practicante o un profesional intervenir en este problema que afecta la salud y el nivel laboral de los operarios.

DEFINICION DE LÍNEAS O PROYECTOS DE INTERVENCIÓN

Al paso del tiempo en la empresa se han visto diferentes obstáculos al exhibir las prendas en lugares públicos como muestras y ferias de una manera visual, armónica y practica no solo para el cliente sino para el vendedor. Actualmente los exhibidores usados por la compañía son los mismos que se encargan de exhibir dentro de cualquier punto de venta por lo tanto no son los más apropiados por la clase del lugar y la misma complejidad que manejan con respecto al continuo transporte y cada una de las piezas que conforma su armado.

Por esta razón se ha encontrado la necesidad de intervenir rápidamente en este problema no solo para mejorar las condiciones de venta y de uso sino para dar un valor agregado y un distintivo al cambio de marca y apariencia en la que se encuentra la empresa en estos momentos.

El segundo punto de intervención dentro de la compañía son los exhibidores que se encuentran en los almacenes y acompañan a los maniquíes en las vitrinas para dar una mejor exhibición a los productos y mostrar los accesorios que ofrece la empresa. La preocupación en esta parte es por la uniformidad que se presenta con respecto a otras empresas textiles a la hora de mostrar sus productos. Lo que desea Kosta Azul con esta propuesta es lograr una diferencia, una exclusividad a la hora de dar a conocer y exhibir sus productos para llamar la atención de los clientes y lograr que se interesen y compren en los diferentes puntos de venta.

Por ultimo a nivel de exhibición varias veces se han visto afectadas las prendas por la decoloración a causas de la humedad, el sol, la luz, etc. Por esta razón se ha decidido realizar un estudio de esta problemática para llegar a una solución y evitar el reproceso y retrabado que están prendas producen a la empresa y aconsejar de acuerdo a la ubicación de las vitrinas y la incidencia de estos factores en ellas que prendas se deben colocar en cada una para disminuir la cantidad de prendas afectadas.

EXHIBIDOR ITINERANTE

1. FORMULACION DEL PROBLEMA PROYECTO N° 1

Cómo exhibir de una manera práctica las prendas y accesorios de vestir de la empresa Kosta Azul en lugares diferentes a sus puntos de venta?

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Kosta azul como empresa sólida que todos los Colombianos conocemos esta presente en muchos de los eventos de moda y comercio presentando a los clientes las diferentes colecciones e innovaciones en cuanto a telas y diseños de los productos manufacturas por ellos.

Por eso a través de las experiencias que han tenido en este tipo de eventos han encontrado la necesidad de exhibición para sus prendas de una manera llamativa y armónica a sus clientes preferenciales.

Por consecuencia se encontró la necesidad de intervenir e innovar en un elemento de exhibición para soportar aproximadamente unas 200 prendas entre pantalones, bermudas, trajes, camisas, corbatas, buzos, calzado, cinturones, etc, de una manera agradable haciendo sentir al cliente que esta en uno de los puntos de ventas y no en un stand.

El exhibidor trae varias ventajas a la empresa y las personas que estarán mas cerca de el, los asesores comerciales. Los beneficios con respecto a la empresa son a nivel de posición y marca frente a los clientes y a la “competencia” porque les permite tener un mayor comercio y por ende una mayor retribución a nivel económica. Con respecto a los asesores comerciales pueden resultar los mayores beneficiarios ya que ellos son los que actuaran directamente con el elemento exhibidor itinerante y tratando de sacarle el mayor provecho en la exhibición de cada una de la prendas para llegar a cabo una venta.

1.2 OBJETIVO GENERAL

Implementar un elemento de exhibición práctico, portátil, itinerante y de fácil manejo para el usuario en esta caso el vendedor(a) para que de esta manera se lleve al cliente a sentirse en un punto de venta a los que está acostumbrado a visitar.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Destacar los productos ofrecidos por la empresa con respecto a otros stands que se encuentren en determinado evento y tener así mejores ingresos económicos y posicionamiento de la marca en este tipo de eventos.
- Analizar diferentes materiales y costos que mejor se adapten al presupuesto de la empresa teniendo en cuenta que esos materiales deben ser livianos y fáciles de manejar por cualquier tipo de persona.
- Evaluar diferentes elementos y accesorios que lleven a una mejor exhibición en cuanto a cantidad, morfología y tamaño de las prendas para hacer de la exhibición un lugar agradable visualmente no solo para el cliente sino para la gente que se encuentra en el lugar.
- Facilitar a los vendedores el manejo de las prendas de una manera práctica y sencilla a la hora de la venta, teniendo la posibilidad de acomodar los entrepaños y flautas con respecto a su altura sin necesidad de hacer movimientos que puedan causar algún tipo de incomodidad y lesión.

2. ANALISIS

La idea de un exhibidor itinerante surgió a nivel de la experiencia que Kosta Azul fue adquiriendo a través del tiempo en cuanto a la asistencia y muestra de sus productos en distintos eventos y ferias de moda.

Pero también en medio de estas experiencias se dieron cuenta en la necesidad de un elemento que exhibiera de manera adecuada sus prendas y accesorios a los clientes y permitir también a los asesores comerciales desenvolverse mejor frente a ellos y lograr el objetivo tratado.

El medio que ellos utilizan actualmente no es muy apropiado y a la vez es pesado y es exclusivamente para ponerlo fijo en cualquier punto de venta y no estarlo llevando a cada evento que se presente.

Por esta razón apenas se identificó el problema se procedió de inmediato a una investigación desde una metodología de diseño apropiada para este caso; la metodología llevo a la solución pasando por la identificación del problema que es la primera etapa de la que se hablo anteriormente; la siguiente es la de buscar tipologías existentes por medio de internet principalmente y un street visión para analizarlas detenidamente y sacar posibles elementos que podían servir para la solución a la que se quiere llegar.

En medio de este análisis se van encontrando detalles muy interesantes que pueden ayudar a contribuir a un resultado final óptimo y satisfactorio. A continuación se empezó a plasmar las ideas que se presentaban y así ir armando una lluvia de ideas y bocetos para obtener la última propuesta.

Después de este paso se eligió la propuesta para empezar a decidir sobre los materiales adecuados y que estuvieran de acuerdo a la necesidad y el presupuesto dado por parte de la empresa. A continuación se empezó a cotizar en diferentes lugares hasta encontrar la persona o institución adecuada para este tipo de trabajo dándole a conocer el diseño, dimensiones y especificaciones necesarias para un buen prototipo.

3. REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

REQUERIMIENTOS	DETERMINANTE	PARAMETRO
PRACTICIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Fácil Transporte • Desarmable • Materiales Livianos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se puede desarmar en 15 a 20 piezas. • Material como el Aluminio y el Acrílico
CONVENIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Medias apropiadas no más de 2 metros de altura para el usuario y el cliente con respecto a la visibilidad. 	
PERCEPCION	<ul style="list-style-type: none"> • Exhibir aproximadamente 200 prendas (camisas, pantalones, calzado, corbata, etc.) más publicidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe la posibilidad de exhibir solo un tipo de prenda y no todas.
TRANSPORTACION EMBALAJE Y EMPAQUE	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte en un sistema de maleta u otro sistema de fácil transporte (embalaje) 	<ul style="list-style-type: none"> • Un tipo de transporte para un manejo de seguridad y comodidad.
VERSATILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuación de los elementos del exhibidor de acuerdo a las necesidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Exhibir cualquier tipo de prenda
COLOR		<ul style="list-style-type: none"> • Colores neutros en la escala de grises a transparentes.
TEXTURA	<ul style="list-style-type: none"> • Lisa para evitar que se dañen las prendas 	<ul style="list-style-type: none"> • Los entrepaños son lisos ya que son en acrílico.

4. ALTERNATIVAS Y BOCETOS DE DISEÑO



Tipologías de diseño

Figura 1



Tipologías de diseño

Figura 2



Tipologías de diseño

Figura 3

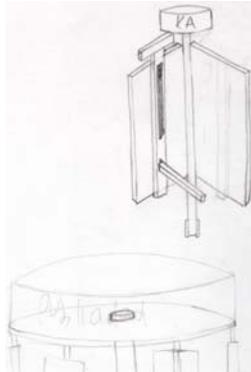


Boceto

Ventaja: fácil manejo de las piezas del exhibidor

Desventaja: Movimiento de las piezas al coger una prenda

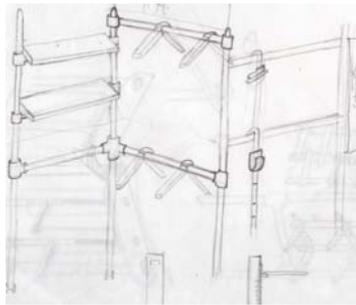
Figura 4



Bocetos

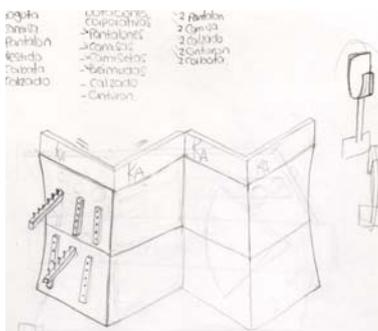
Ventaja: Desplazamiento circular

Desventaja: Poco espacio



Ventaja: Tres módulos para mayor espacio y comodidad.

Desventaja: Piezas inestables



Ventaja: Armado rápido

Desventaja: Tamaño muy grande y pesado a nivel visual

Figura 5

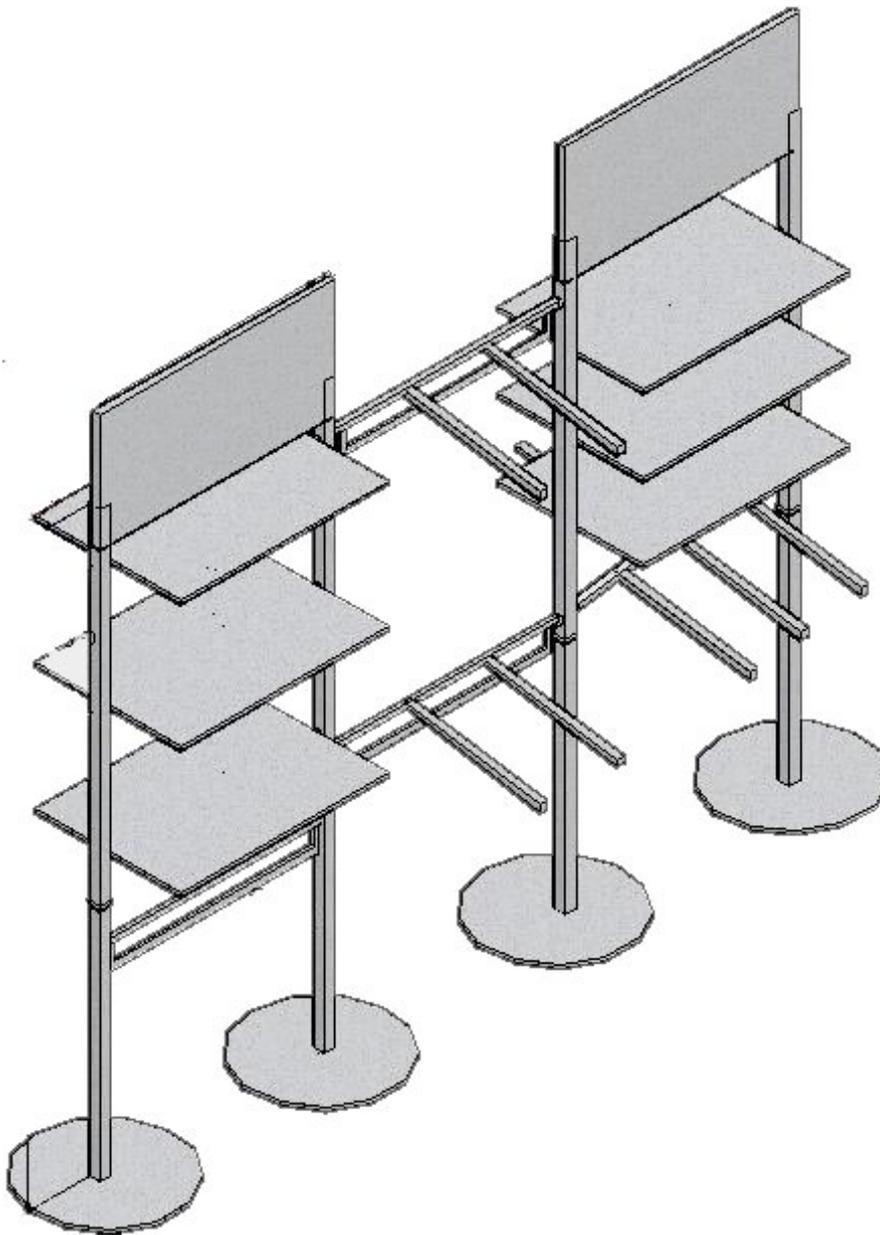
5. DISEÑO DE DETALLES:

En las alternativa de diseño anteriores se puede ver claramente que desde el principio se planteo una estructura de tubos o perfiles para el cuerpo del exhibidor para que se manejara una percepción de sobrio y liviano para la vista de los usuarios y de los clientes lo que vario por razones de practicidad y simplicidad fueron los elementos que sostiene las prendas como las flautas, los entrepaños, etc, que permiten una mejor exhibición y un mejor manejo de cada pieza.

La propuesta final tiene una gran ventaja frente a las otras por razones como las que se mencionaban en los parámetros de diseño en cuanto a aspectos como practicidad, color textura, transporte, percepción entre otras.

6. PROPUESTA DEFINITIVA

6.1 DIBUJO EN VOLUMEN

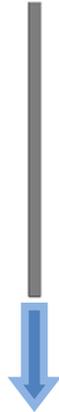


Ventajas

- Fácil armado
- Fácil transporte
- Materiales livianos quedan los aspectos ideales
- Paneles para publicidad
- Opciones de alturas

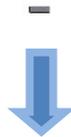
6.2 SECUENCIA DE USO

3



Se debe colocar uno de los perfiles de aluminio en la base para lograr una estabilidad y facilidad en el armado.

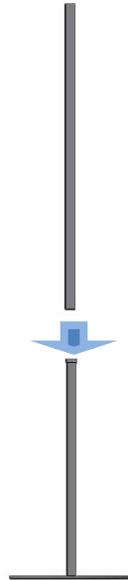
2



Después de tener puesto el perfil en la base proceder a encajar la unión entre el primer perfil y el que se pondrá a continuación.

15

3



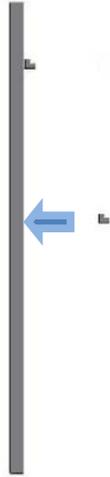
Luego de puesto la unión para los dos perfiles se pone el segundo perfil y se tendrá listo la primera base para el resto del exhibidor.

4



Ahora se encaja uno de los soportes que mantendrá el entrepaño en su lugar.

5



Se realiza lo mismo que en el punto anterior pero con el segundo soporte.

6



Se realiza lo mismo que en el punto anterior pero con el tercer soporte.

7



Se realiza lo mismo que en el los puntos anteriores pero con el ultimo soporte de este perfil.

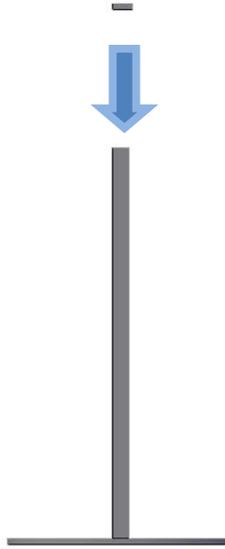
8



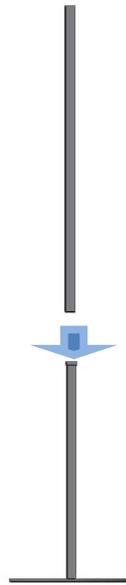
Teniendo listo el primer perfil se arma el segundo perfil con el mismo procedimiento del primero tal como se muestra en la figura.

18

9



10



19

11



Realizar los mismos pasos anteriores que se tuvieron en cuenta para armar el primer perfil con sus respectivos soportes.

12



20

13



14



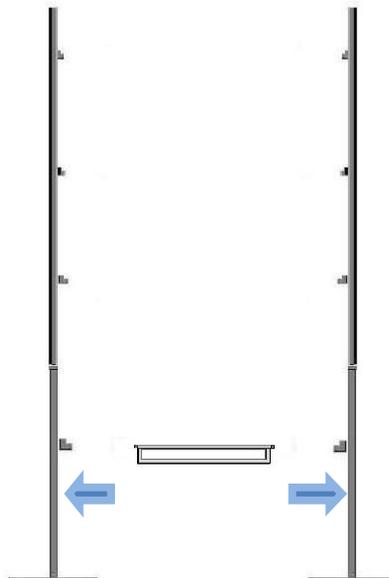
21

15



Finalmente siguiendo los pasos anteriores esto es lo que se obtiene armando los dos perfiles del exhibidor.

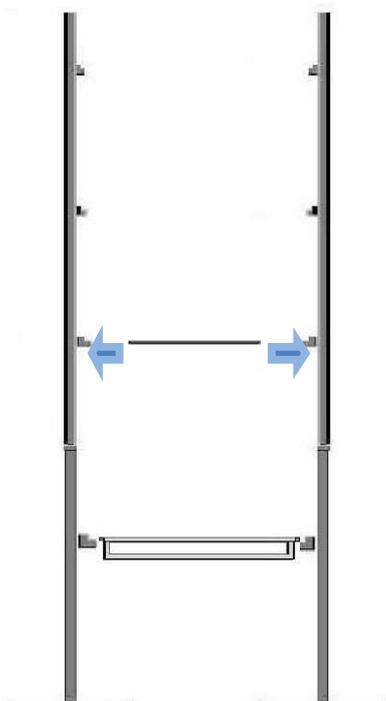
16



Después de tener los dos perfiles se pone uno de los elementos del exhibidor el cual sirve

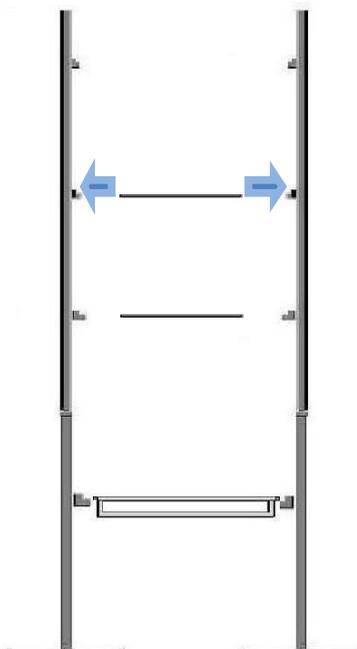
22

17



Poner el entrepaño en cada soporte de los dos lados para lograr una estabilidad en ellos.

18



Realizar el mismo procedimiento anterior

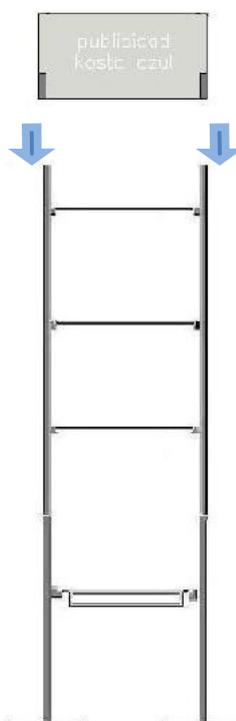
23

19



Realizar el mismo procedimiento anterior

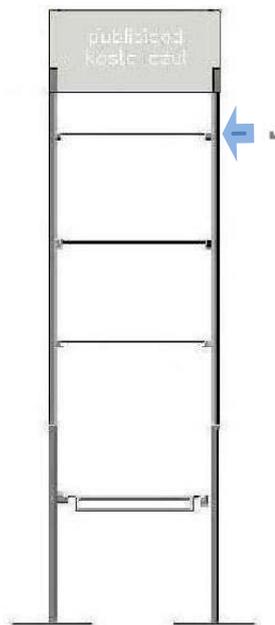
20



Ubicar la publicidad correspondiente y encajarla en la parte superior del exhibidor.

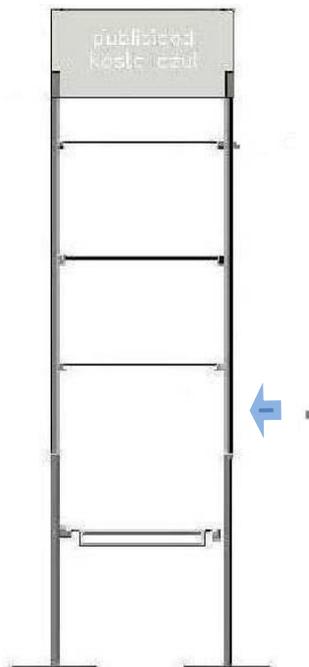
24

21



Se debe poner el primer soporte para armar la segunda parte del exhibidor.

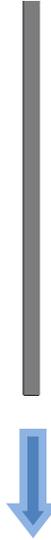
22



Se realiza el mismo paso anterior pero con otro soporte.

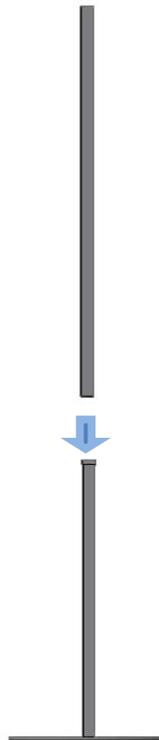
25

23



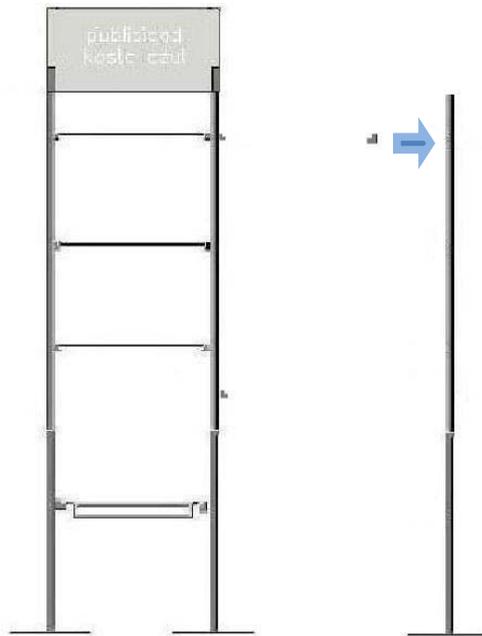
Se repiten los mismo paso que el principio

24



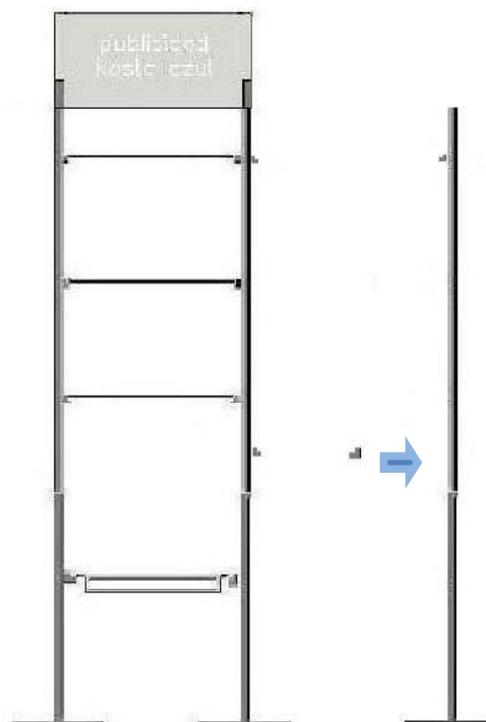
26

25



Se pone el soporte del lado derecho que sea a la misma altura que el anterior.

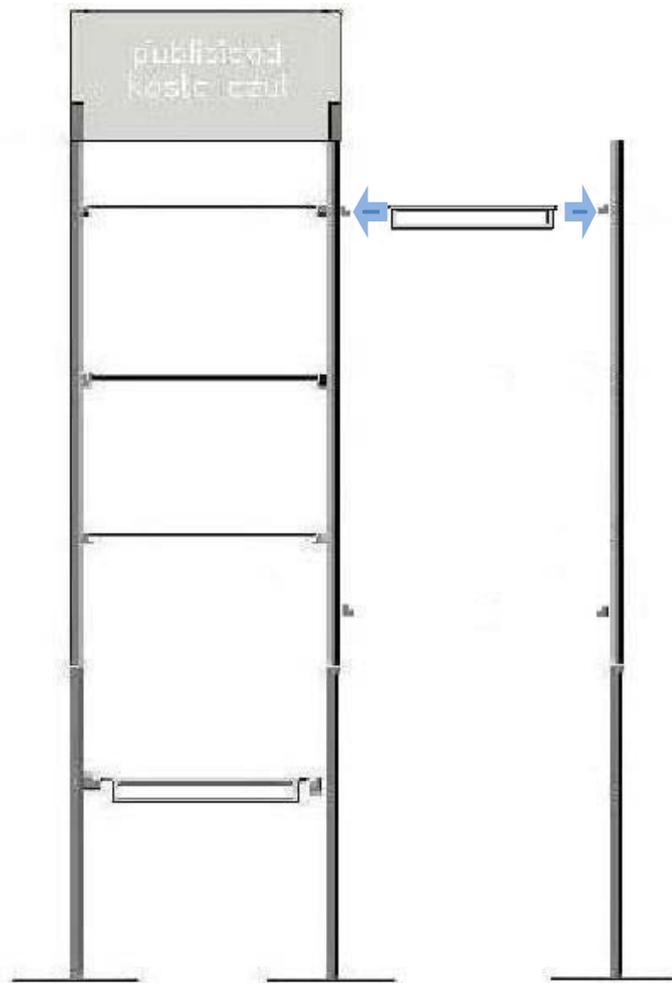
26



Se realiza el mismo paso anterior.

27

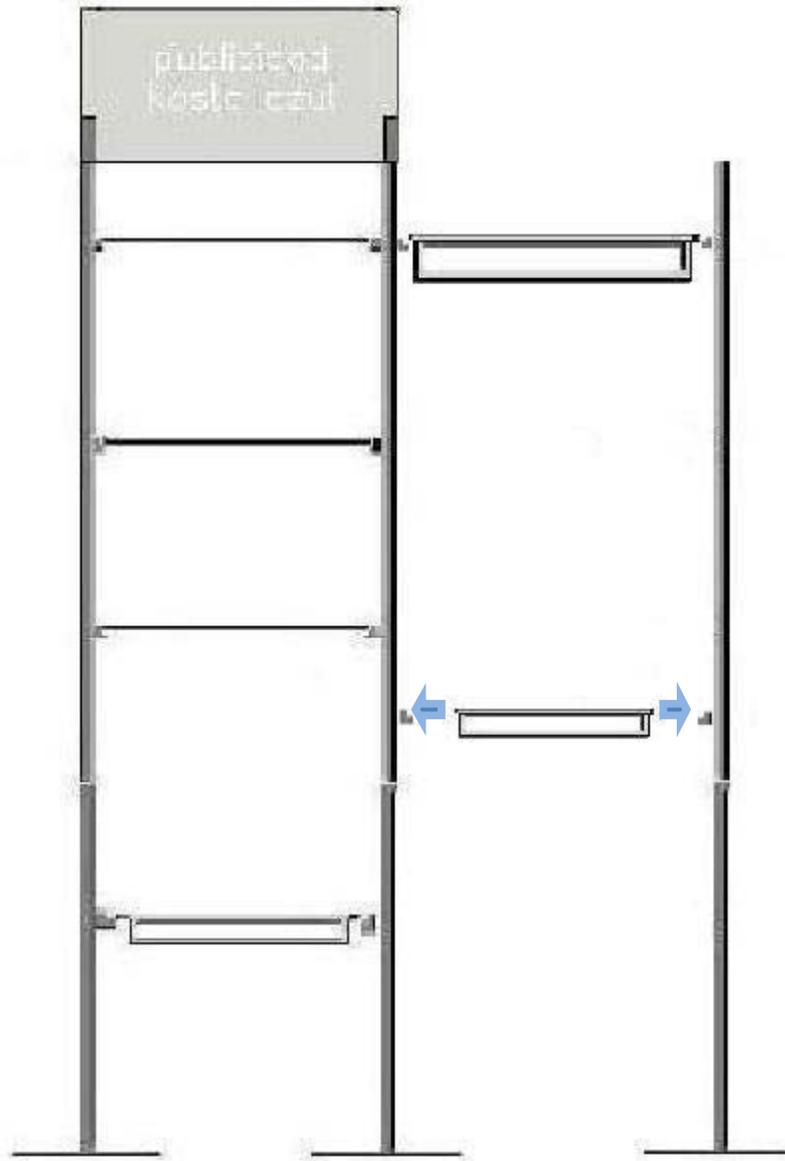
27



Se realiza el mismo procedimiento de los anteriores puntos, se ubica cada uno de los accesorios y entrepaños.

28

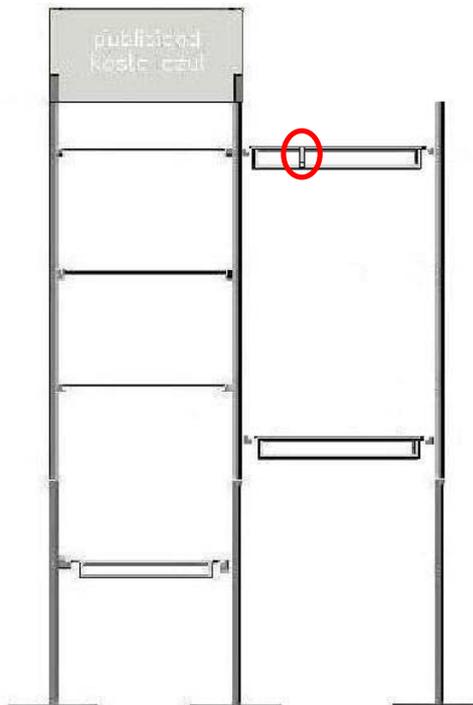
28



Se realiza el mismo paso anterior, se ubica cada uno de los accesorios y entrepaños.

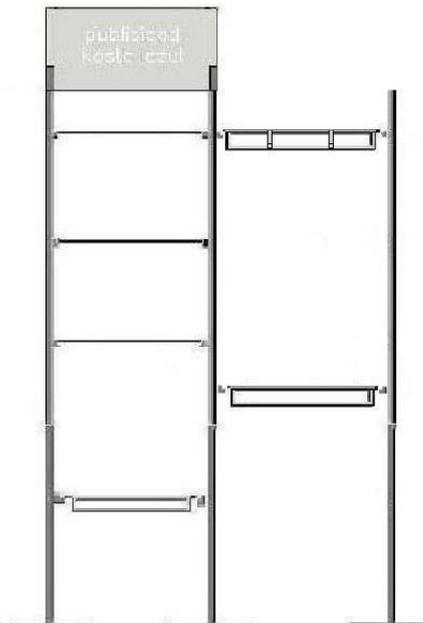
29

29



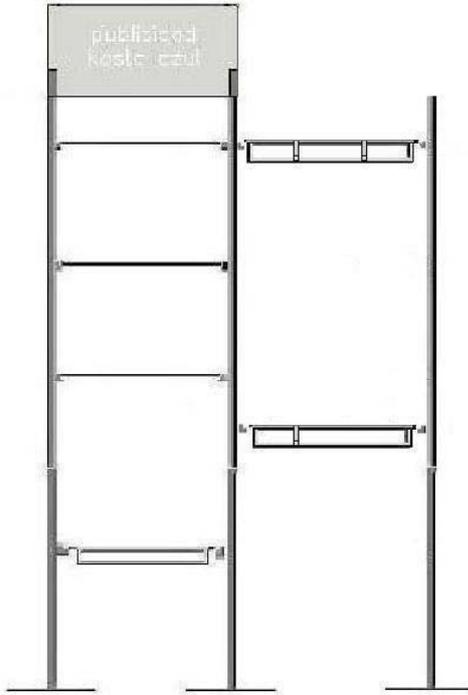
Ubicar las flautas entre los accesorios puestos en la mitad del exhibidor.
Realizar lo mismo en los siguientes pasos.

30

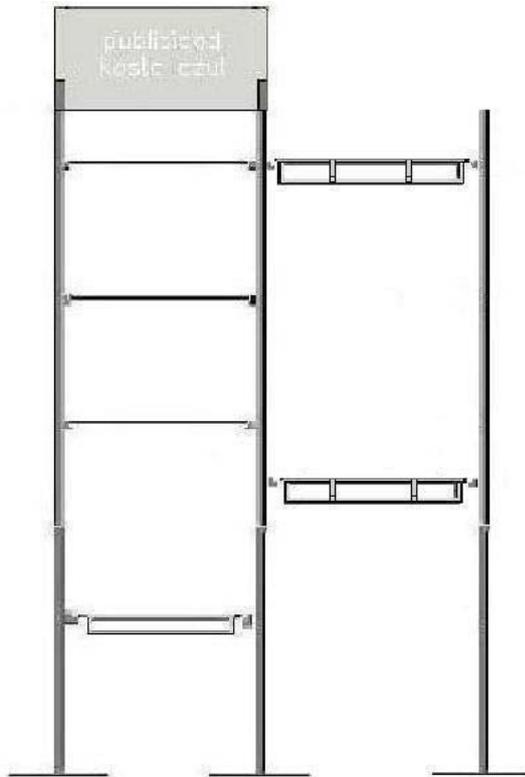


30

31

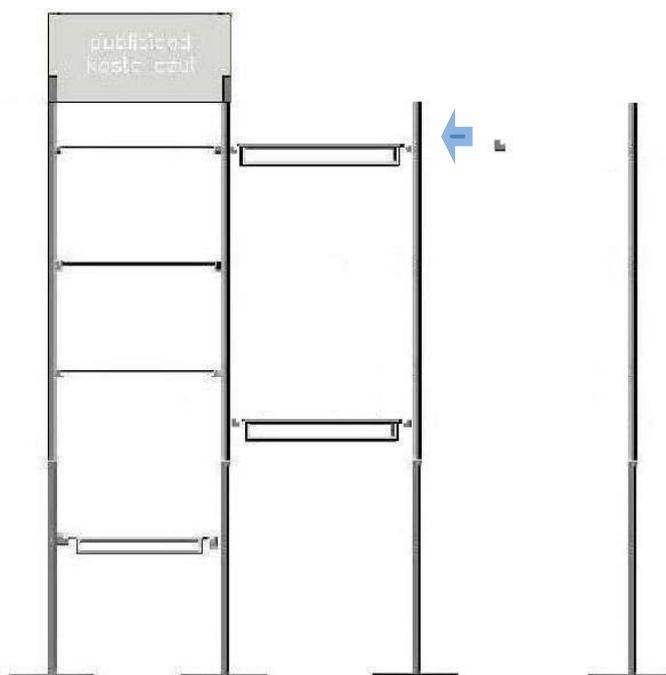


32



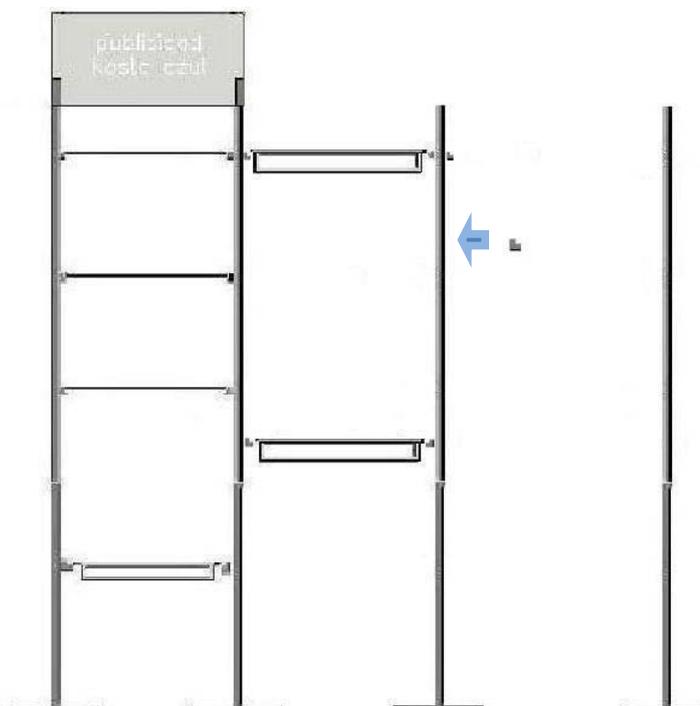
31

33



Teniendo ya armado el tercer perfil se pone el primer soporte de los accesorios y entropaños.

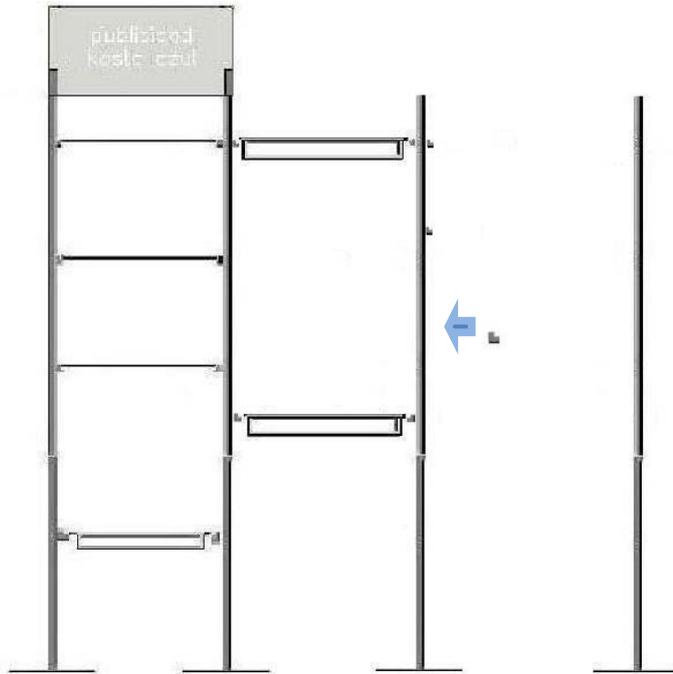
34



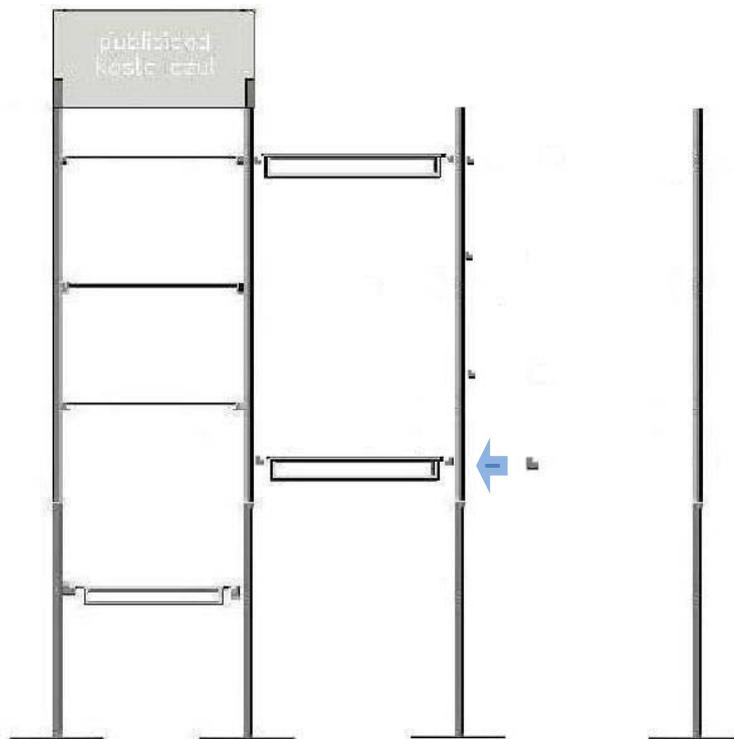
Se repite el paso anterior en las imágenes 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38.

32

35

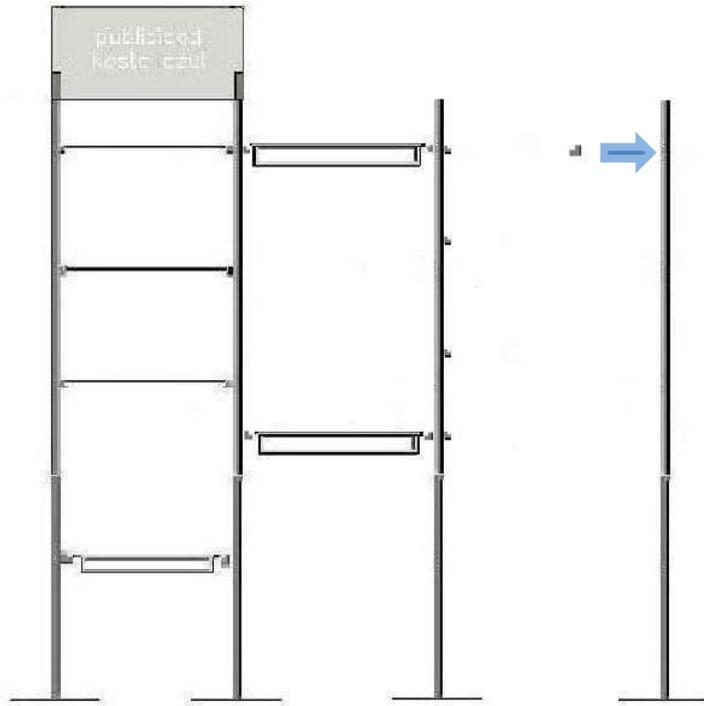


36

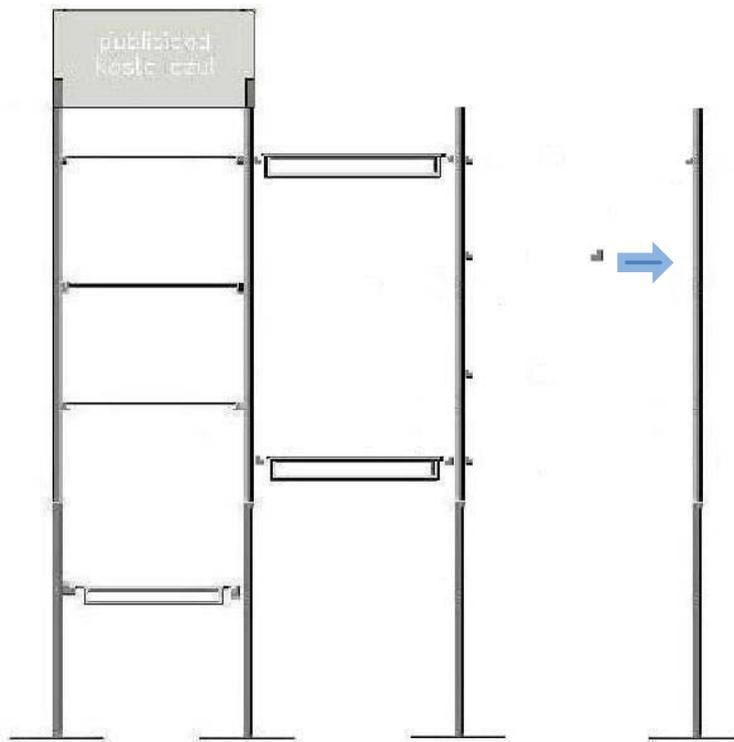


33

37

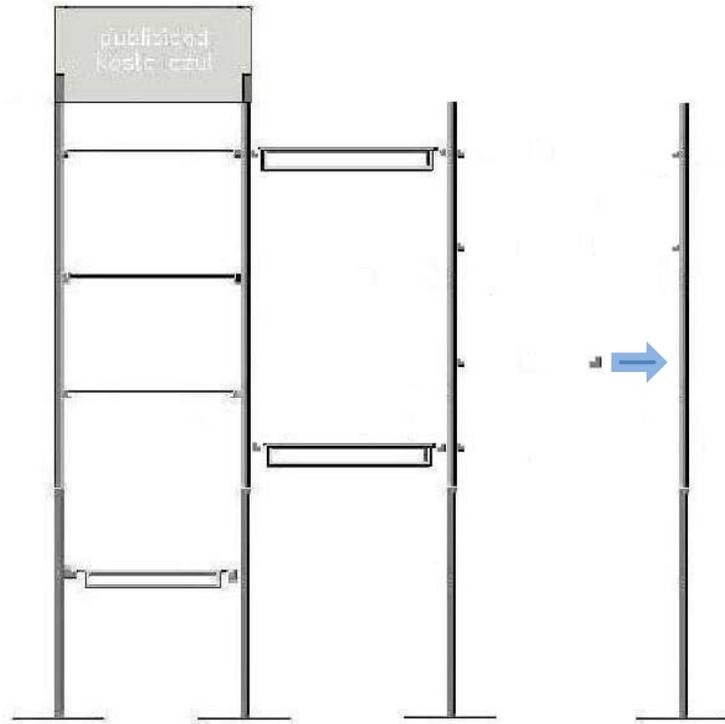


38

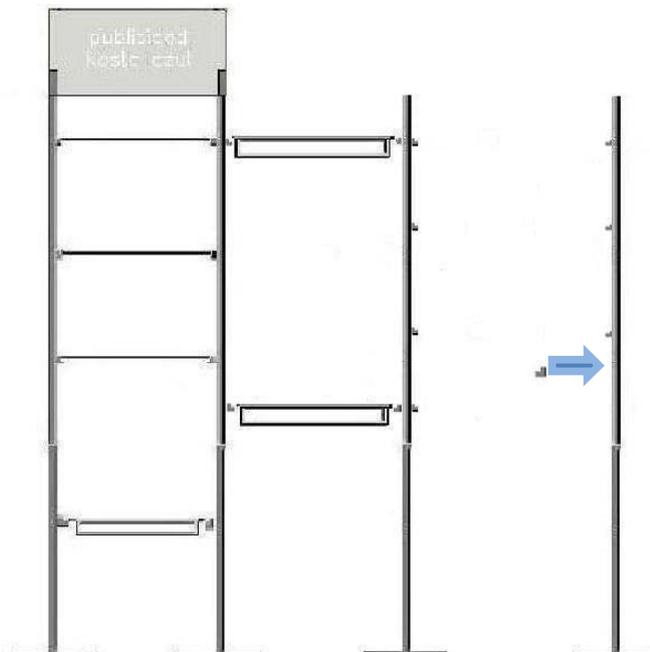


34

39



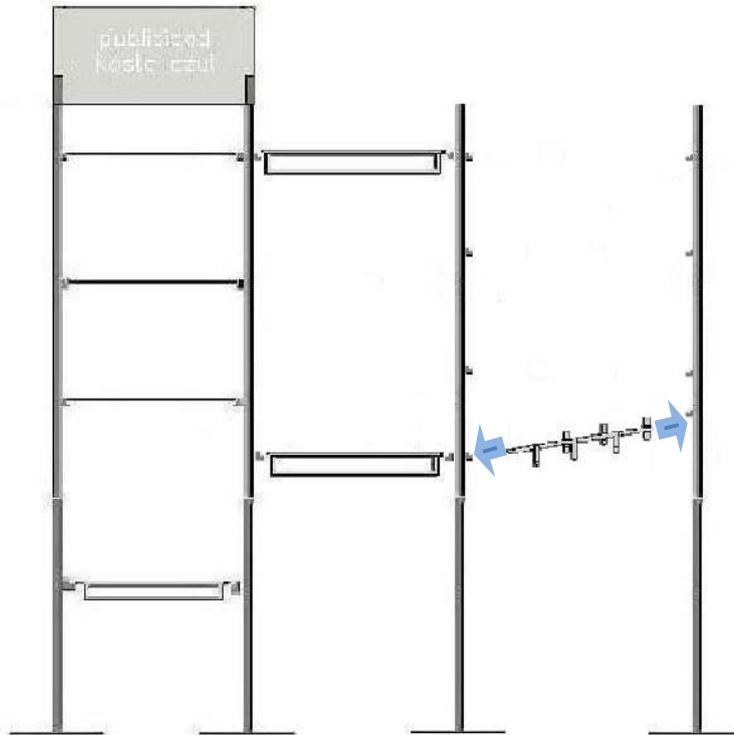
40



Se pone un soporte mas alto que el del frente para poner uno de los accesorios con sus flautas.

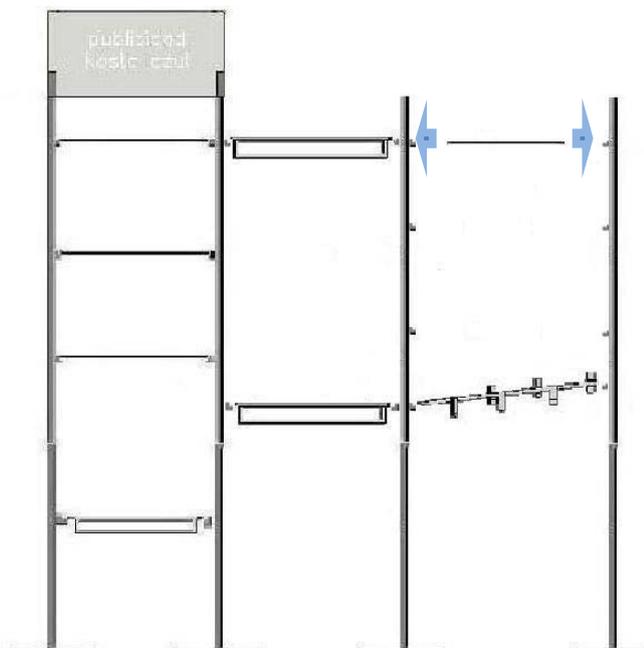
35

41



Se debe poner tal cual muestra la imagen.

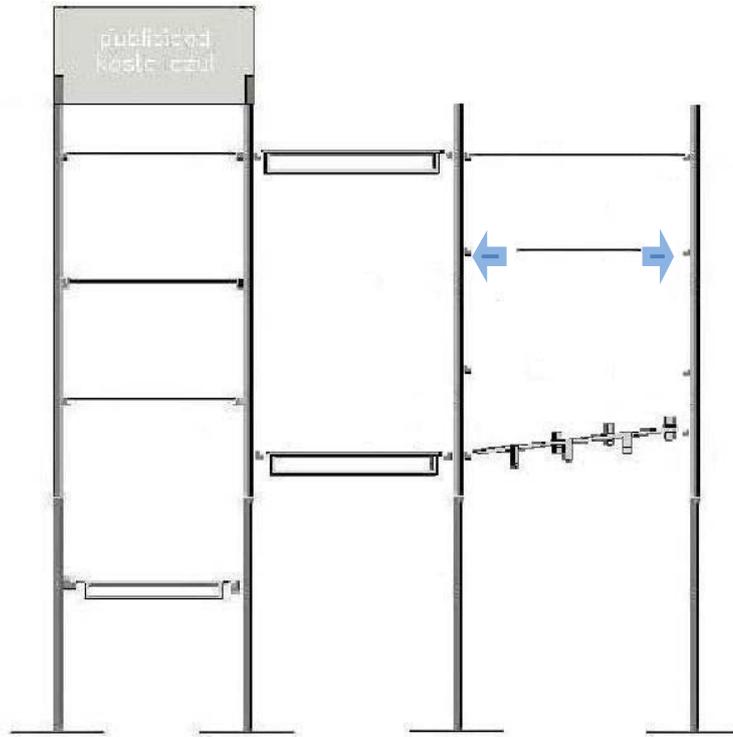
42



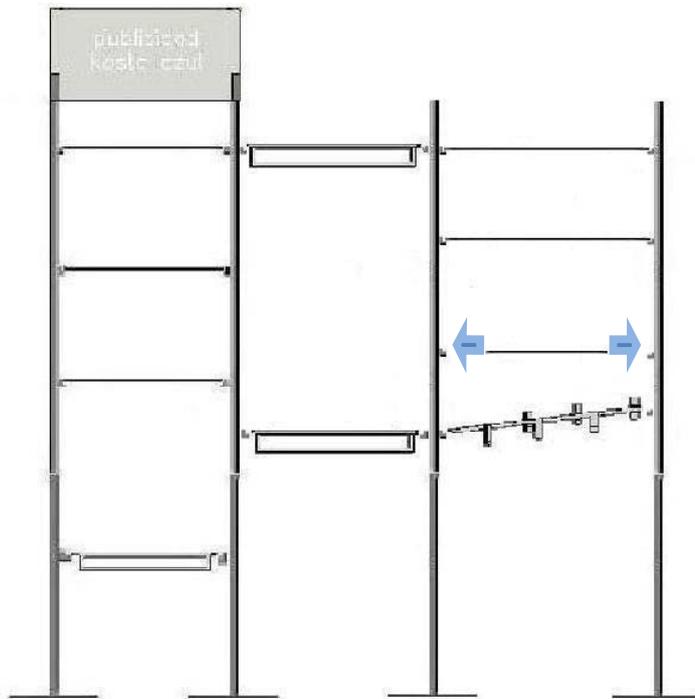
Se ponen los entrepaños en cada uno de los soportes, lo que se realizara en los siguientes pasos.

36

43

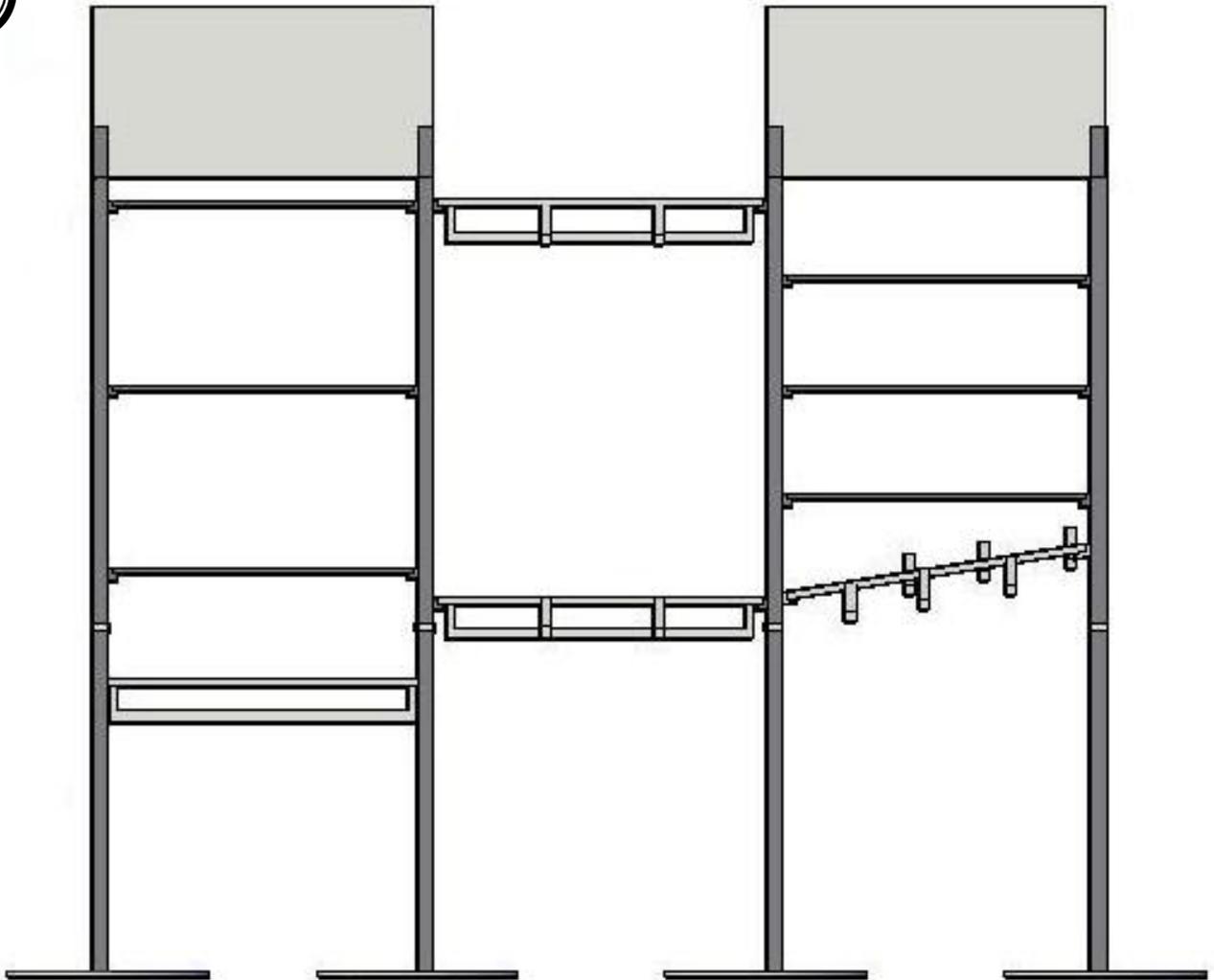


44



37

45

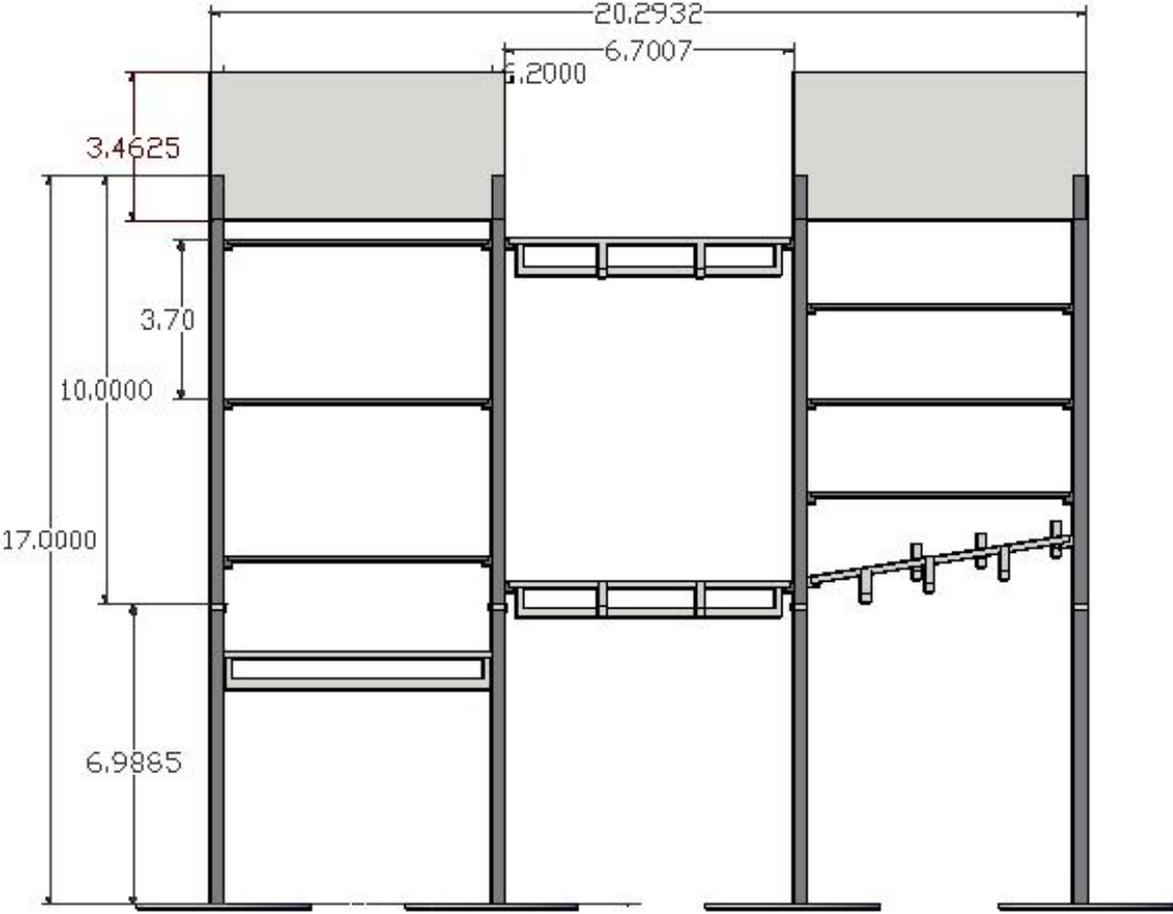


Finalmente esta es la forma en que debe quedar el exhibidor itinerante.

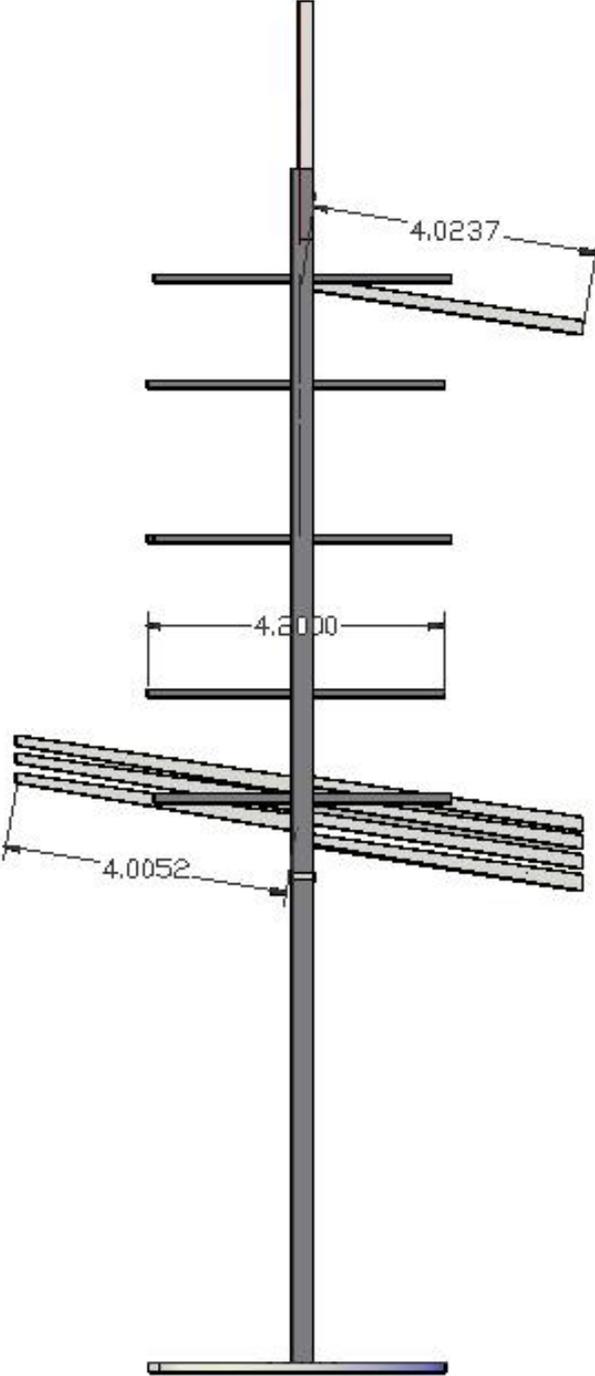
38

6.3 PLANOS TECNICOS

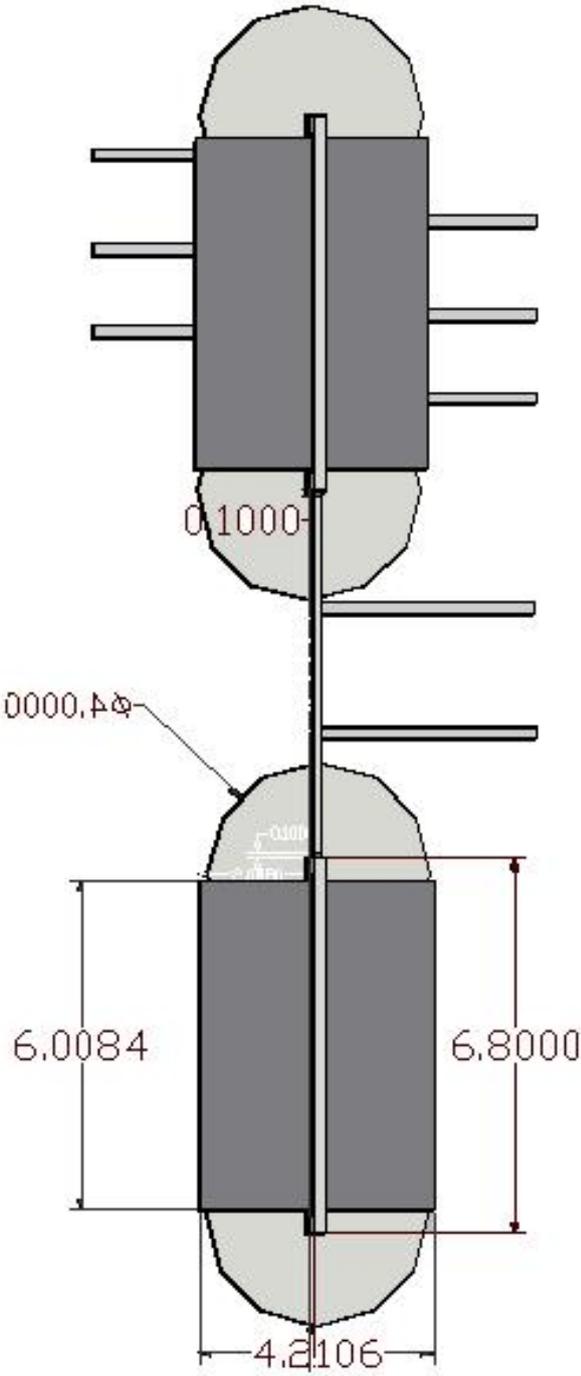
Vista Frontal



Vista Lateral

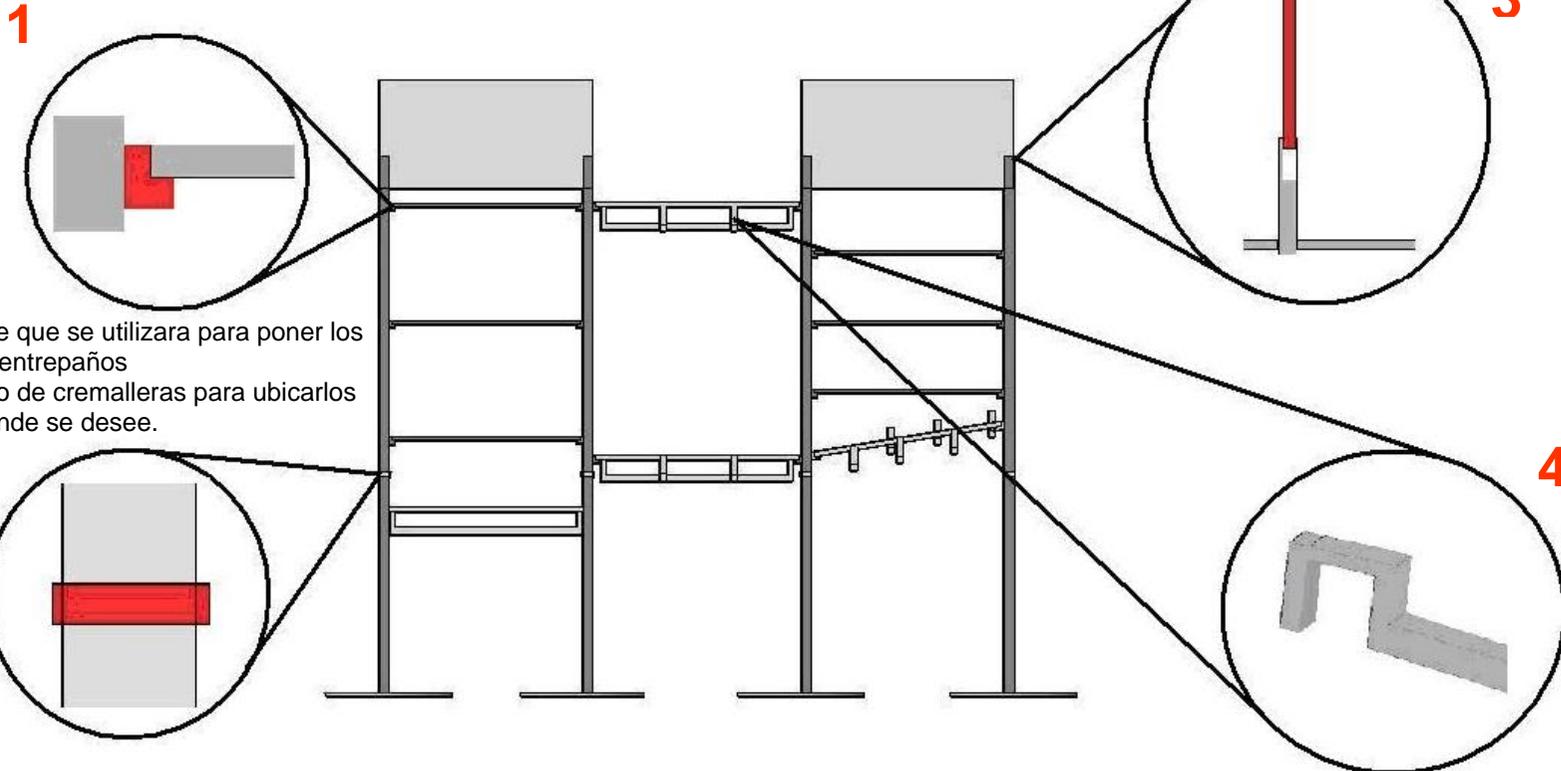


Vista Superior



6.4 DETALLES TECNICOS

El acrílico que carga el material publicitario del stand se encaja con el orificio ubicado en la parte de superior.

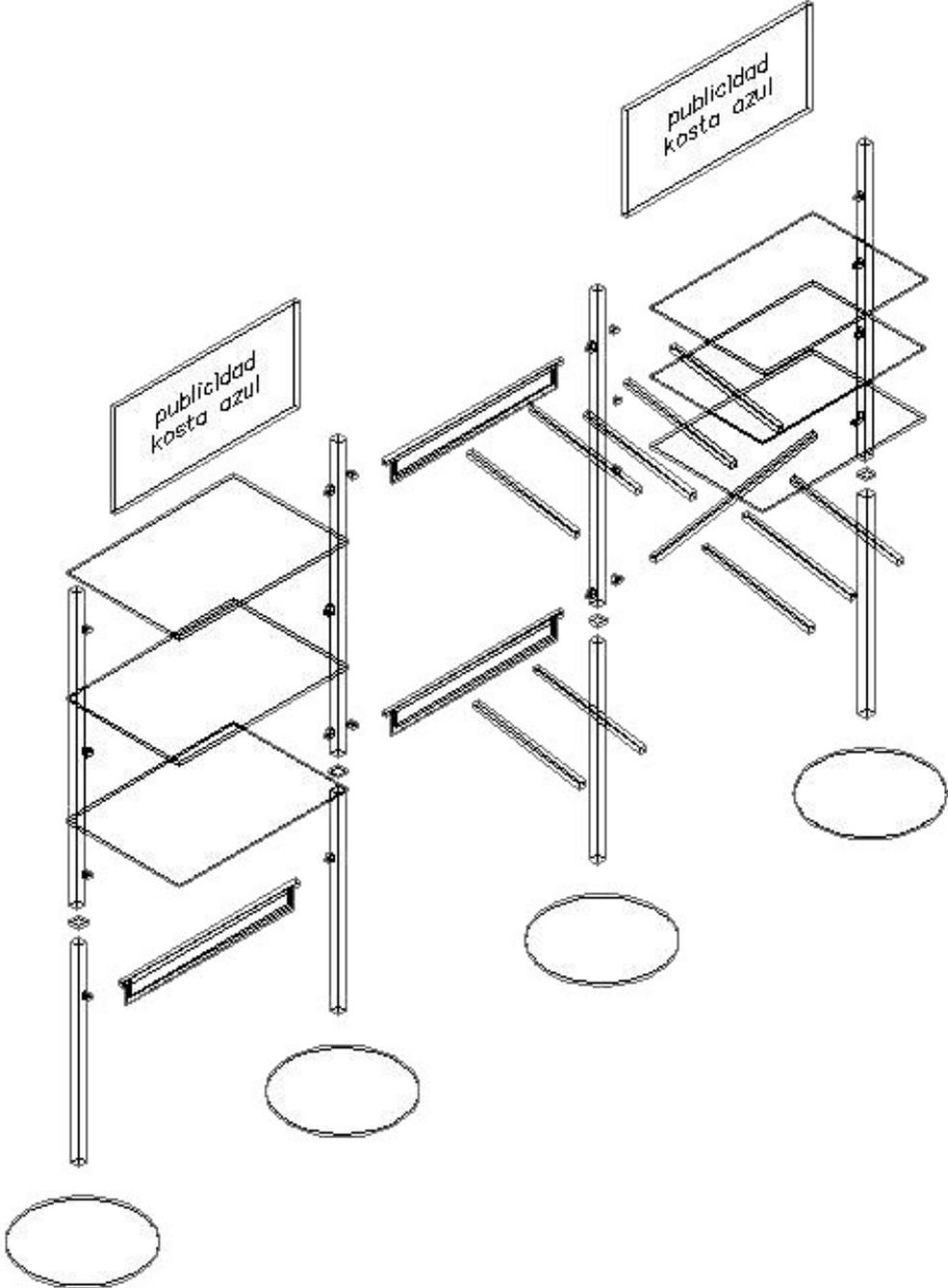


Se muestra el herraje que se utilizara para poner los entrepaños este va acompañado de cremalleras para ubicarlos donde se desee.

Se muestra la parte donde se encaja la base de los tubos con la parte superior de ellas.

Se ve en tipo de herraje que tiene la flauta para ponerla en los tubos horizontales y su facilidad de su uso.

6.5 DESPIECE



6.6 COSTOS DE PRODUCCION:

ACRI FORMAS

Cra 8 N 32 56 teléfono 3310515 Pereira Risaralda

Septiembre 17 de 2008

Cotización No 251

Señores :

Kosta Azul

Cordial saludo

Trípode en aluminio desarmable a dos cuerpos de 2 metros de alto x 90 cm de ancho perfil (T103) color crudo soportes en acrílico en 10 mm cristal traslucido dos flautas para metálicas y soportes para las mismas tubo redondo para soporte de los dos cuerpos

Tiempo de entrega 15 hábiles

Condiciones 50 % de anticipo 50 % contra entrega

Valor del trípode \$ 1.730.000 incluido el IVA



ALEJANDRO CORTEZ

Gerente Administrativo

Cel. 3146510649

DOMOS - CUPULAS - LAMINAS Y ESTRUCTURAS ACRILICAS

Cotización

Figura 6

AM ACRÍLICOS
MODERNOS Y CIA.
NIT. 10.029.340-2

Av. 30 de Agosto No. 58-05 TELEFONO 3262526 Cel. 311-3451989 PERERIRA RISARALDA

Pereira, septiembre 3 de 2008 Pereira

COTIZACIÓN

CLIENTE: COSTA AZUL	TELEFONO:
DIRECCIÓN:	CIUDAD: Pereira

Dos soportes en aluminio desarmable en dos cuerpos perfil rectangular de 3 x 1 1/2 de 2 metros de alto por 90 de ancho, entrepaños en acrílico de 10 milímetros con bordes brillados dos flautas y soportes en tubo redondo

Valor de estructura en acrílico y aluminio \$ 1.650.000


JULIO CESAR SANCHEZ
C.C. 10.029.340 de Pereira

LAMINAS - TEJAS - DOMOS - ACRÍLICOS - CUBIERTAS TRIDIMENSIONALES - ESTRUCTURAS - CUPULAS

Cotización

Figura 7

7. CRONOGRAMA

SEMANA AGOSTO SEPTIEMBRE	1	2	3	4	5
ACTIVIDADES					
Investigación de prototipos					
Bocetación					
Definición y análisis de la propuesta					
Cotización					
Definición de cotización					
Elaboración de elemento					

8. RECURSOS NECESARIOS

- Internet
- Computador
- Papel
- Lápiz
- Borrador
- Auto CAD
- Teléfono
- Metro
- Regla
- Asesorías teóricas

ELEMENTO DE EXHIBICION PARA LAS VITRINAS

9. FORMULACION DEL PROBLEMA PROYECTO N° 2

Como desde las vitrinas Kosta Azul se puede marcar la diferencia en cuanto a exhibición frente a la competencia?

9.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Debido al continuo cambio y consumismo en el que se encuentra el mundo de los negocios y la sociedad, cada empresa quiere crear su propia marca e identidad creando confianza y respeto a sus clientes. En el caso de Kosta Azul como empresa manufacturera debe darse a conocer por los puntos de venta puestos en lugares estratégicos y creando en ellos un ambiente de seguridad y estética frente a los demás competidores en especial a sus consumidores.

Por esta razón se ha pensado en renovar los típicos exhibidores de las vitrinas y marcar una gran diferencia en cuanto a exhibición; Dar un aire fresco a cada una pero teniendo siempre en cuenta la clase de consumidor y de mercado al que aplica Kosta azul.

9.2 OBJETIVO GENERAL

Brindar una mejor opción en cuanto en los accesorios que acompañan a los maniqués y le da vida a las vitrinas de Kosta Azul, tratando de diferenciar la marca frente de sus competidores.

9.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los diferentes espacios dados por cada vitrina para establecer un tamaño estándar, determinar los elementos que podrían ser los adecuados dentro de una exhibición en diferentes vitrinas del país
- Estudiar detenidamente los posibles materiales en que se podrían llevar a cabo dichos elementos en cuanto a costo y otros factores a tener en cuenta.
- Llevando una coherencia en lo que se muestra y lo que se ofrece para crear una confianza del cliente hacia Kosta Azul.
- Estudiar los tipos de prendas que se exhiben para acompañar a los maniqués.
- Observar el mobiliario de exhibición de la competencia

10. ANALISIS

Actualmente la empresa se encuentra en constante cambio sobre todo en su imagen corporativa. Por esta razón se ha tomado la decisión de intervenir en la manera de exhibir algunos de sus productos para lograr un efecto de diferenciación frente a la competencia y a la vez atrayendo e innovando para lograr el interés de los clientes en la compra.

Hoy en día todas las empresas se encuentran en un nivel de competencia muy pareja y tratando de siempre mantenerse en lo más actual posible. En cuanto a las vitrinas de Kosta Azul los elementos que exhiben la ropa fuera de los maniqués no son muy novedosos y por lo general son para exhibir prendas que muchas veces el mismo maniquí las carga como los pantalones, el calzado o las camisas dejando por fuera esos elementos que son igual o más importantes que las mismas prendas porque son los que muestran esa combinación de colores y forman la pinta completa a la hora de vestir llevando al cliente a antojarse por completo y terminando así en la compra, esto se maneja como un concepto teniendo en cuenta que la vitrinas es esa “escenografía que precede a un teatro”[1] el cual se denomina al punto de venta.

De acuerdo a la investigación hecha con el mobiliario de la competencia se encontró una gran uniformidad en cuanto a los muebles exhibidores. Estos exhibidores son de dos o tres pisos que como se menciona anteriormente son para poner los mismos productos que maneja el maniquí viéndose frente al usuario o cliente una redundancia en cuantos a los productos que se quieren mostrar.

Esos elementos son sencillos de colores fríos como el blanco los cuales hasta se llegan a confundir con el mismo fondo de las vitrinas y que por lo general no le transmiten nada a ese cliente que se quiere captar.

Por esta razón se ha pensado en materiales sobrios, clásico y manejando colores que los clientes Kosta Azul usan a la hora de vestir. Algunos colores que se pueden manejar son los tierra, negros, azul y algunas texturas que dan una identificación al producto y a la marca.

[1] Gestión estratégica del cliente

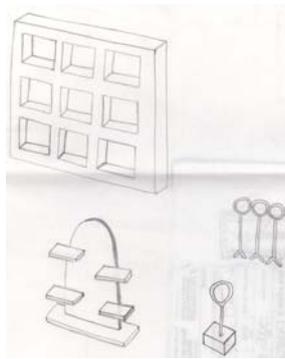
11. REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

REQUERIMIENTOS	DETERMINANTE	PARAMETRO
DIFERENCIACION	<ul style="list-style-type: none"> Diferenciarse frente a la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> Diferenciarse por medio de cuerpos, pendones, backings, muebles, estructuras, módulos etc. Mostrándole siempre al cliente esos accesorios que combinan muy bien con su vestuario
PRODUCTOS	<ul style="list-style-type: none"> Capacidad para exhibir corbatas, calzado, cinturón. 	<ul style="list-style-type: none"> Exhibir de a 100 a 200 prendas de accesorios en toda las vitrinas.
PERCEPCION	<ul style="list-style-type: none"> Llamar la atención del cliente por medio de los exhibidores. 	<ul style="list-style-type: none"> Exhibidores que muestren la diversidad de los accesorios, con colores, estampado, texturas, etc.
COLOR		<ul style="list-style-type: none"> Colores que den una apariencia de clásico pero moderno a la vez pueden ser colores como el café, negro, miel, vinotinto, el beige, etc. Manejando también textura y procesos diferentes en el cuero.
TEXTURA	<ul style="list-style-type: none"> lisa 	<ul style="list-style-type: none"> Que no dañe las prendas y accesorios.
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none"> Materiales que den un aspecto de clásico pero a la vez elegante y sobrio. 	<ul style="list-style-type: none"> Madera, metal, hierro, etc.

12. ALTERNATIVAS DE DISEÑO Y BOCETOS

12.1 Tipologías existentes frente a la competencia.

NOTA: No se tiene registro fotográfico de los muebles por políticas de seguridad de puntos de venta y centros comerciales.



Tipologías de diseño

Ventaja: capacidad grande para exhibir varios tipos de prendas en las vitrinas

Desventaja: Producen en la vitrina un aspecto de pesado a nivel visual.

Figura 8



Tipologías de diseño

Ventaja: Posibilidad de exhibición de varios conceptos o el mismo en una vitrina.

Desventaja: Exhibe lo mismo que el maniquí, es redundante.

Figura 9

12.2 Tipologías existentes



Ventaja: Liviano y sencillo
Desventaja: Material liso



Ventaja: Novedoso y material limpio
Desventaja: Muy moderno para el usuario KA
Figura 10



Ventaja: Exhibición sencilla
Desventaja: Común y poco estético para Prendas



Ventaja: Ocupa poco espacio
Desventaja: Poco estético
Figura 11

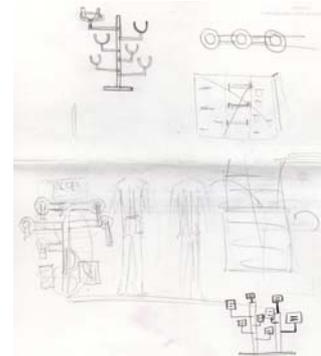
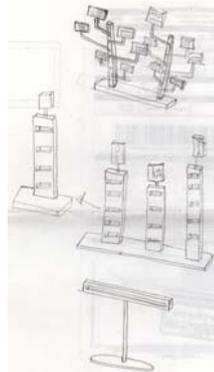
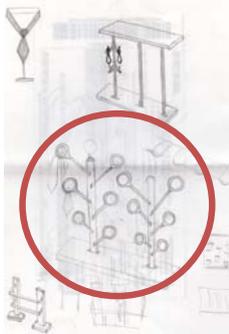


Ventaja: Uso fácil
Desventaja: Poco estético



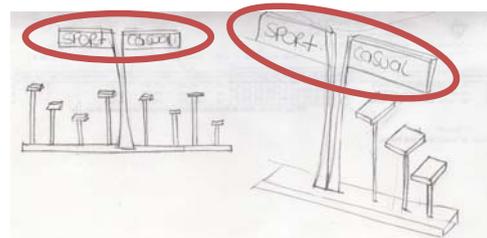
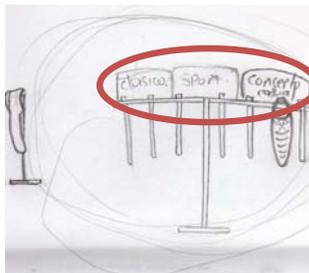
Ventaja: Posibilidad de exhibición variada
Desventaja: Móvil, da aspecto de desorden
Figura 12

12.3 Bocetos



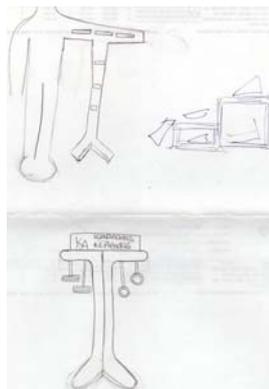
Las opciones no son muy innovadoras y no marcan una diferencia como tal, en cambio la imagen que más sobresale es innovadora pero con toques muy femeninos que no son buenos para la imagen que se quiere mostrar.

Figura 13



La ventaja de esta alternativa es mostrar la variedad de clazado de acuerdo a colores y conceptos que se manejan dentro de la compañía.

Figura 14



La ventaja de estos pasacalles es mostrar la fotografía de un modelo con sus accesorios alrededor, esta es una alternativa que se siguió trabajando para llegar a la final.

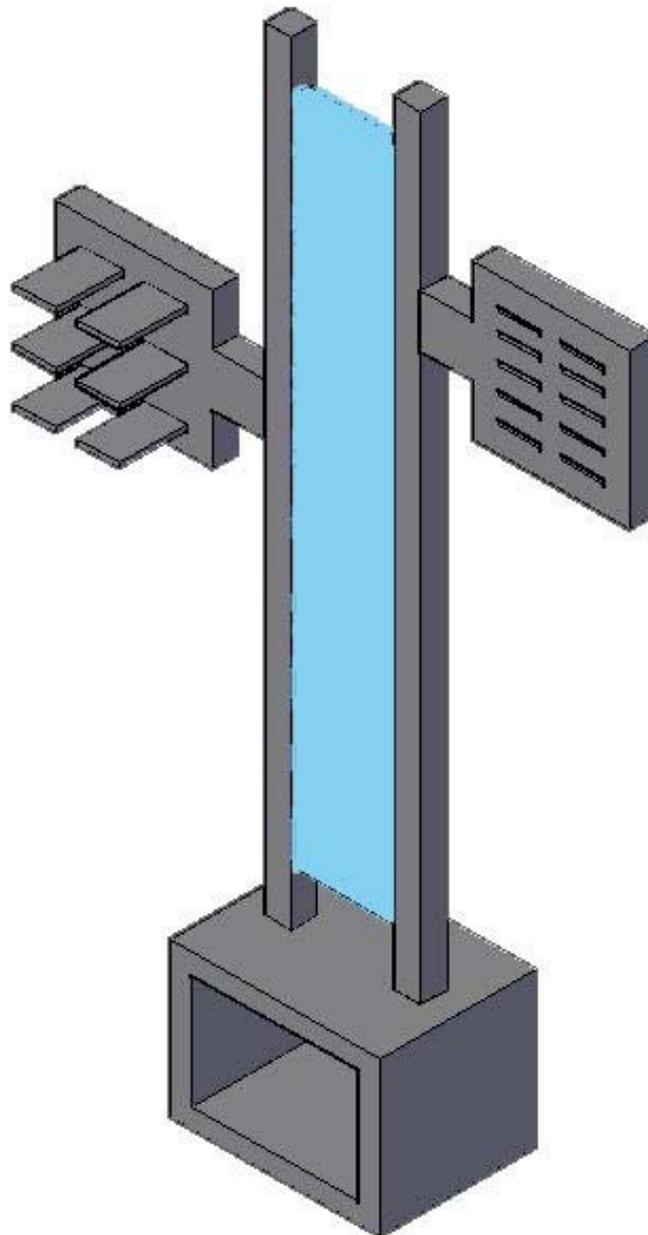
Figura 15

13. DISEÑO DE DETALLES

Como mencionaba anteriormente en la última alternativa se pensó en imágenes que acompañaran a los accesorios que ofrece la empresa y en cada imagen mostrar la manera en que pueden usarse esos accesorios. De esta manera se llegó a la propuesta final teniendo en cuenta las mismas funciones de lo que se había planteado pero con cambios en las formas de los exhibidores.

14. PROPUESTA DEFINITIVA

14.1 DIBUJO EN VOLUMEN EXHIBIDOR # 1

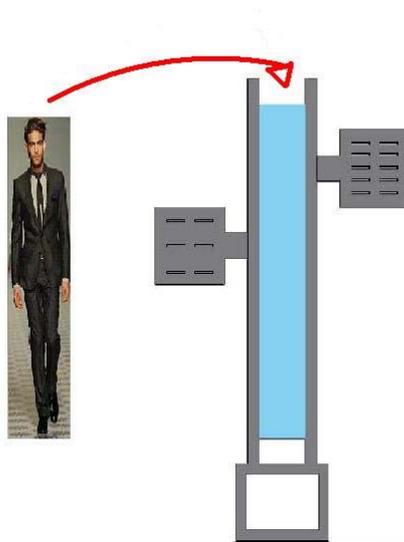


Ventajas

- Posibilidad de pocas prendas en la exhibición para que no se decoloren.
- Cambio de material visual variado y fácilmente.
- Capacidad para exhibir accesorios y acompañantes como corbatas, correas calzado, etc que no sufren tanto con el decolorado

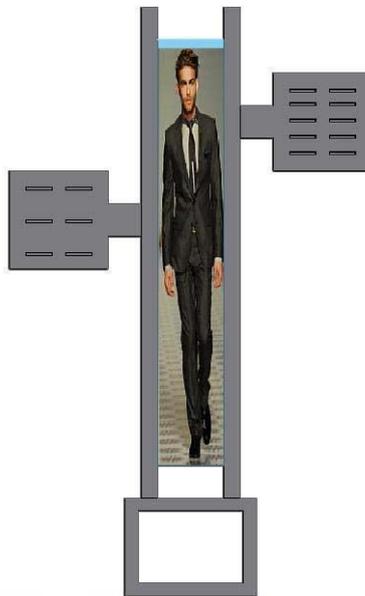
14.2 SECUENCIA DE USO

1



Poner la foto dentro de acrílico

2



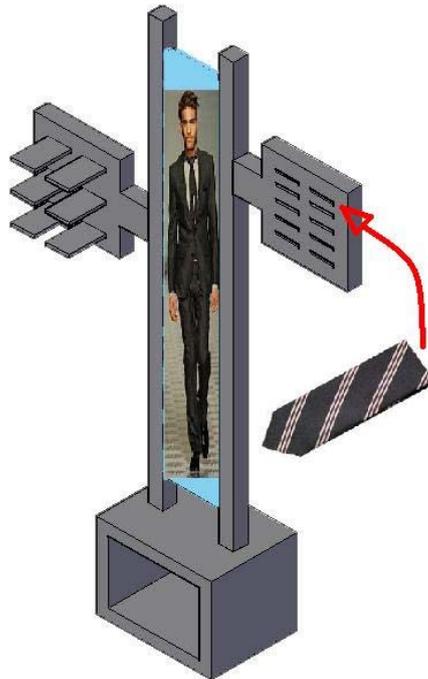
Así deberá quedar la fotografía

3



Doblar la corbata de esta manera para poder ponerla en uno de los orificios del lado derecho del exhibidor

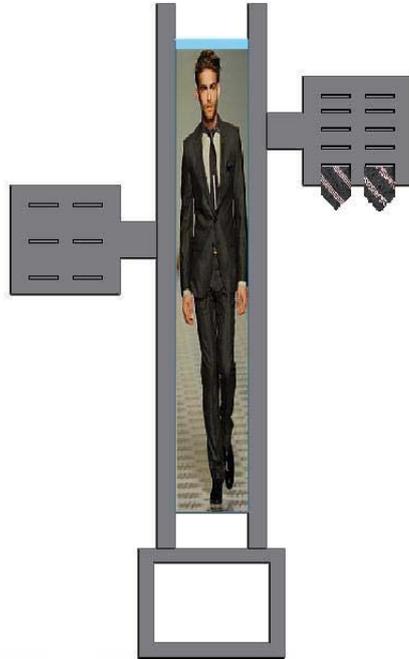
4



Después de tener doblada la corbata se pasa a meterla a los orificios que se indica en la imagen

57

5



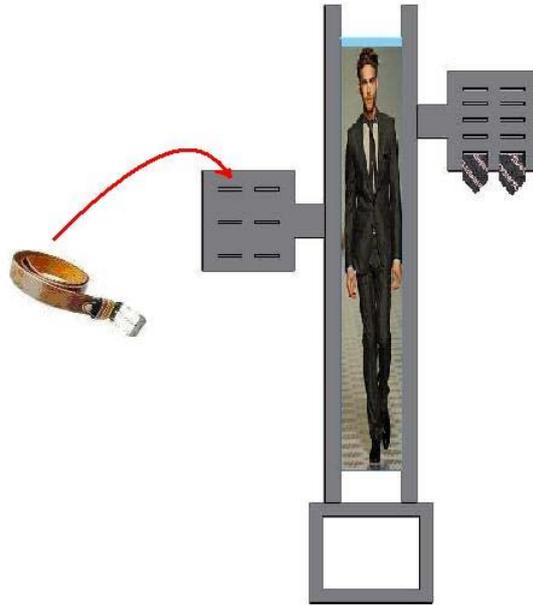
De esta manera quedarían las corbatas acomodadas en casa uno de los orificios

6



Se debe doblar el cinturón de acuerdo al gusto y necesidad de exhibición

7



Después de doblado el cinturón se procede a ubicarlo en cada uno de los puestos

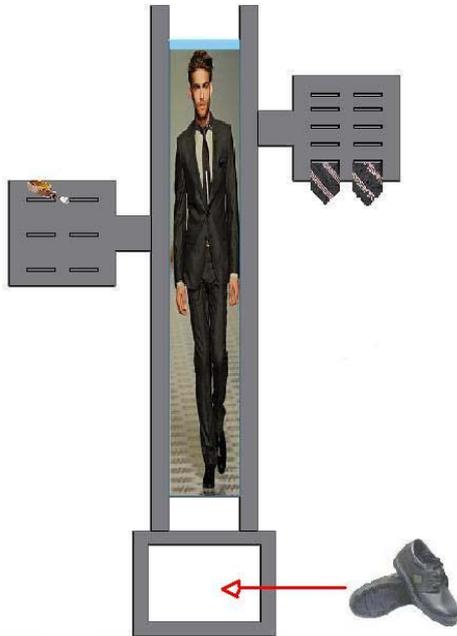
8



Así deberá quedar el cinturón ubicado en cada un de la piezas

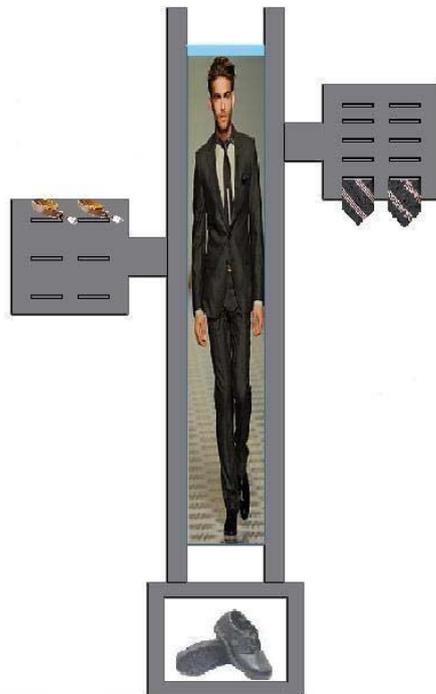
59

9



Ubicar el calzado de una manera conveniente para la exhibición

10

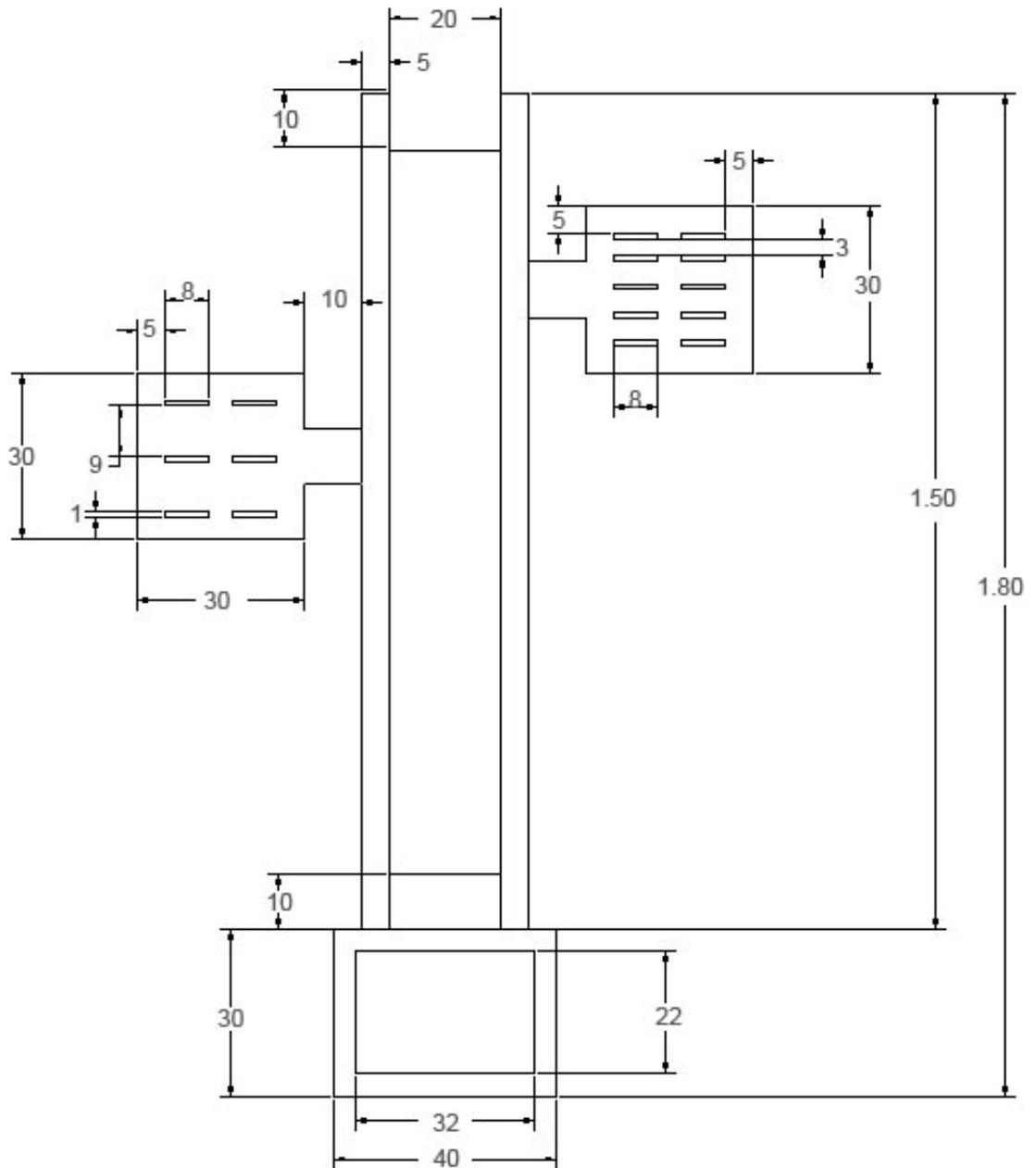


Finalmente esta es la manera en que debe quedar el exhibidor

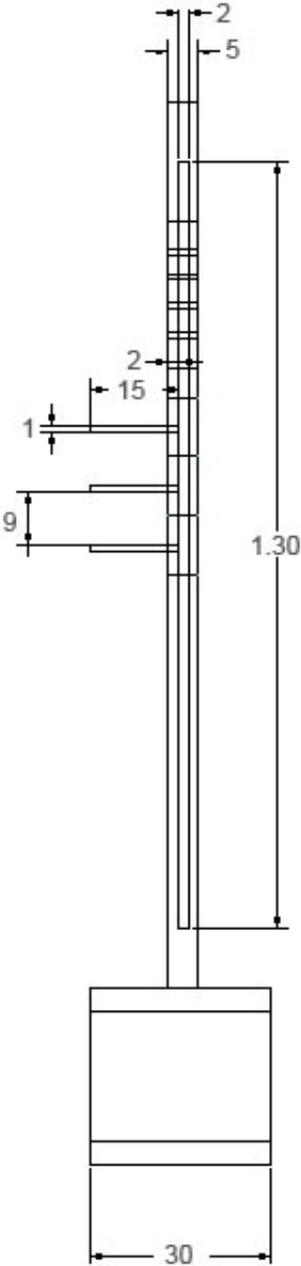
60

14.3 PLANOS TÉCNICOS

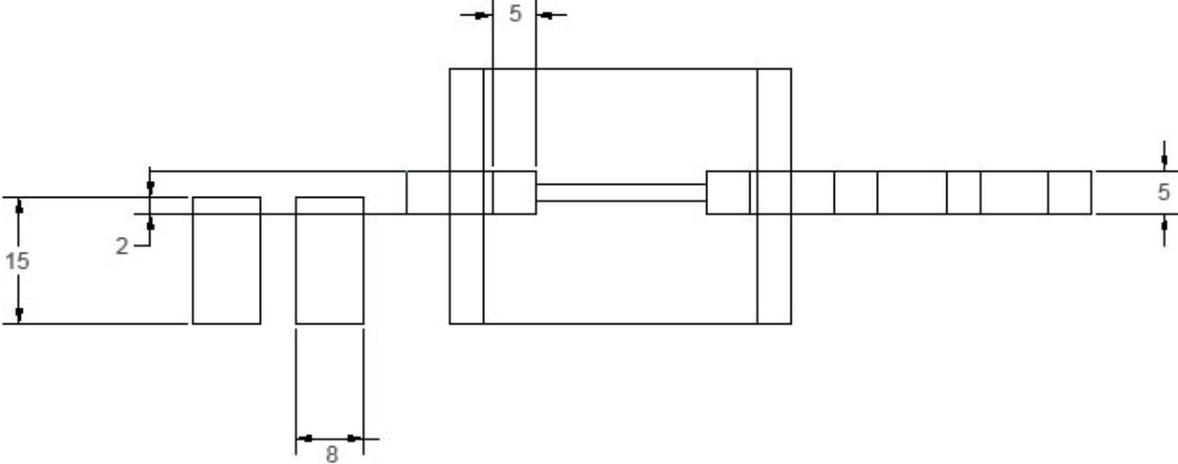
14.3.1 Vista frontal



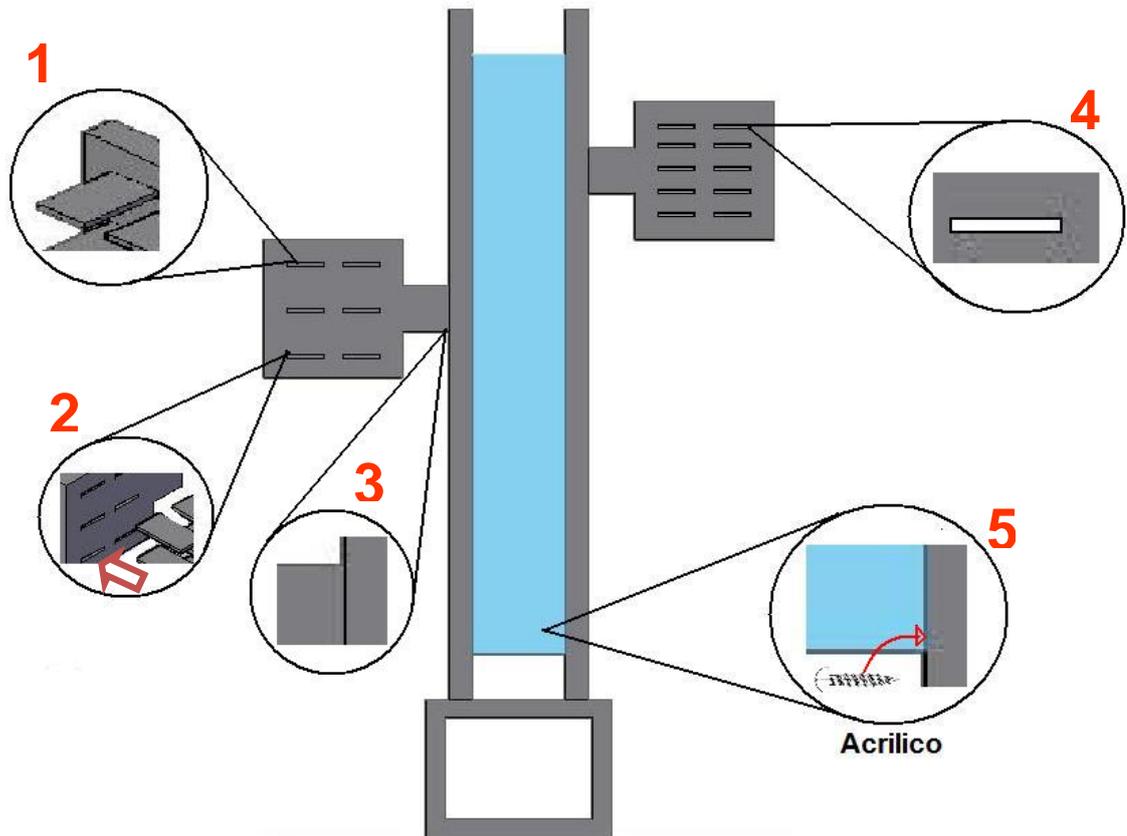
14.3.2 Vista lateral



14.3.3 Vista superior

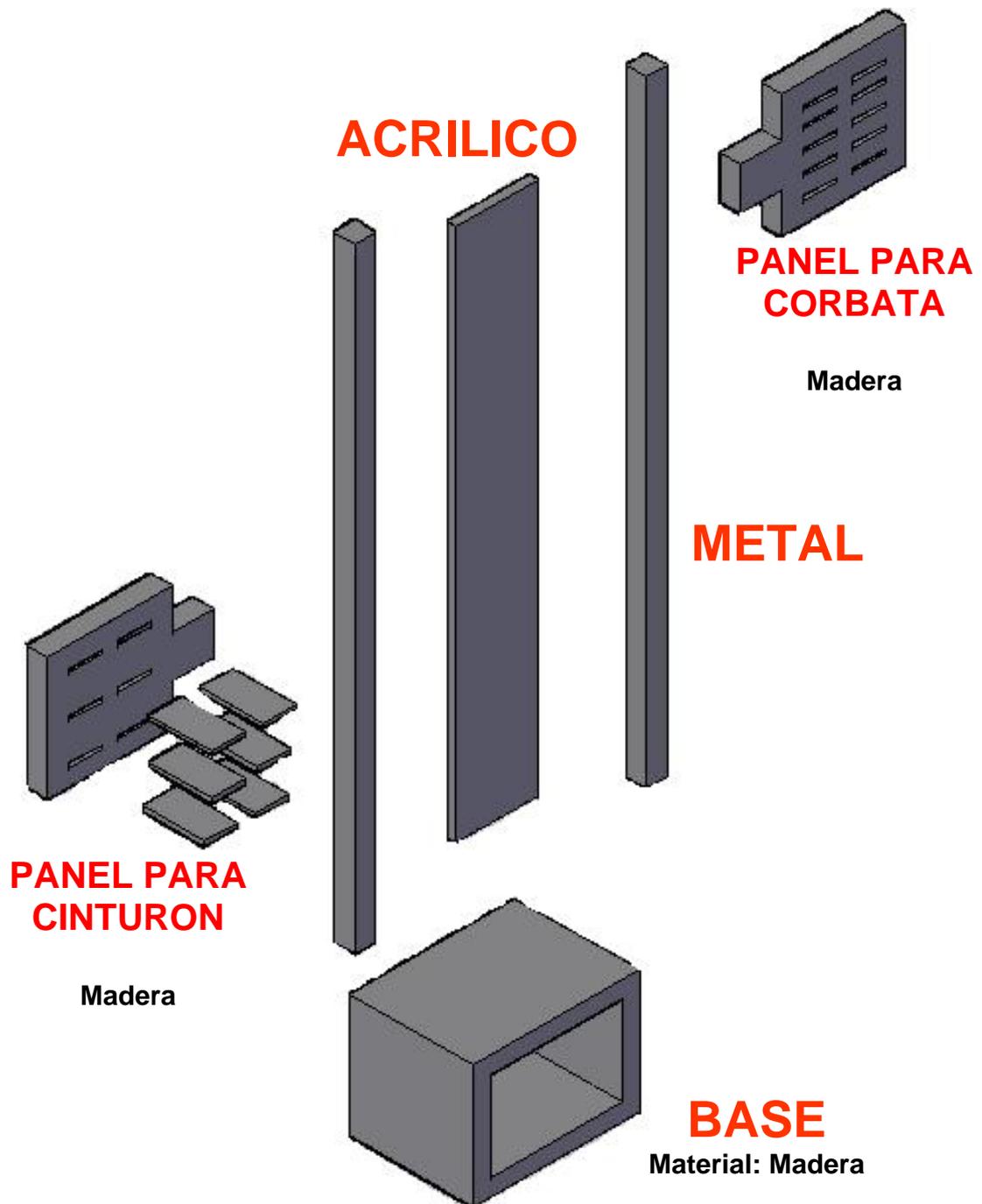


14.4 DETALLES TÉCNICOS

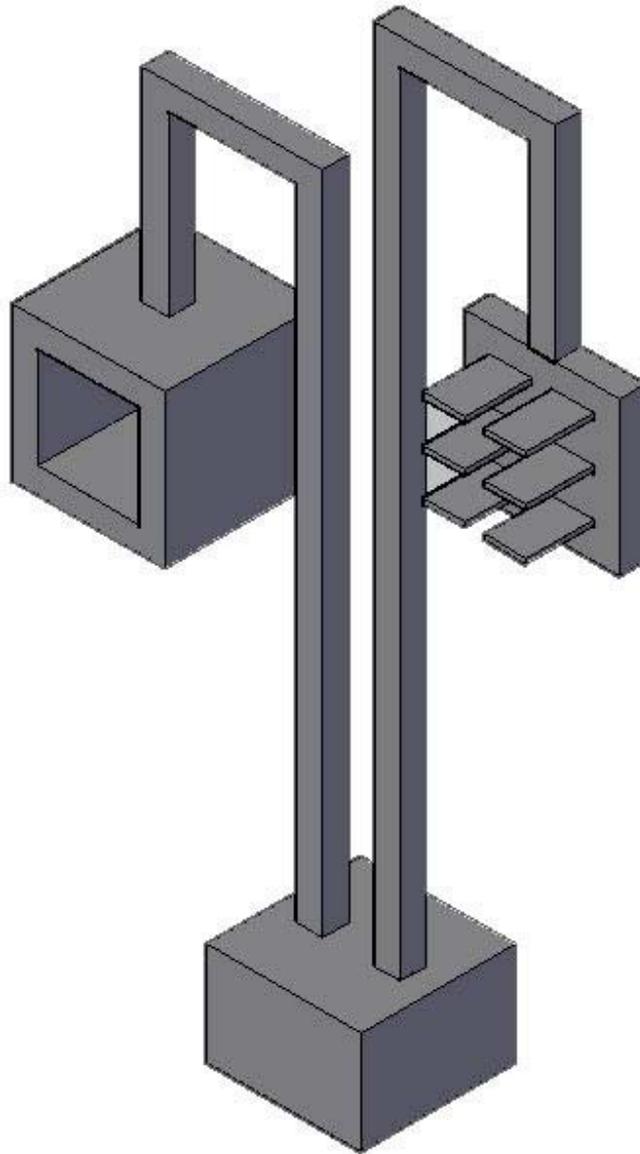


- En el numeral 1 se muestra en la figura las barras que sobresalen para ubicar allí los cinturones a exhibir, estos van simplemente ensamblados y se pueden quitar y poner como se desee tal cual se muestra en el numeral 2.
- En el numeral 3 la parte de los cinturones se unirá por medio de la soldadura al cuerpo del exhibidor.
- En el numeral 5 la parte de acrílico para poner el material fotográfico va puesto por medio de tornillos para una mejor estabilidad.

14.5 DESPIECE



14.6 DIBUJO EN VOLUMEN EXHIBIDOR # 2



Ventajas

- Exhibición de accesorios y acompañantes. (Calzado, corbatas)
- Medidas apropiadas para la exhibición.
- Fácil transporte

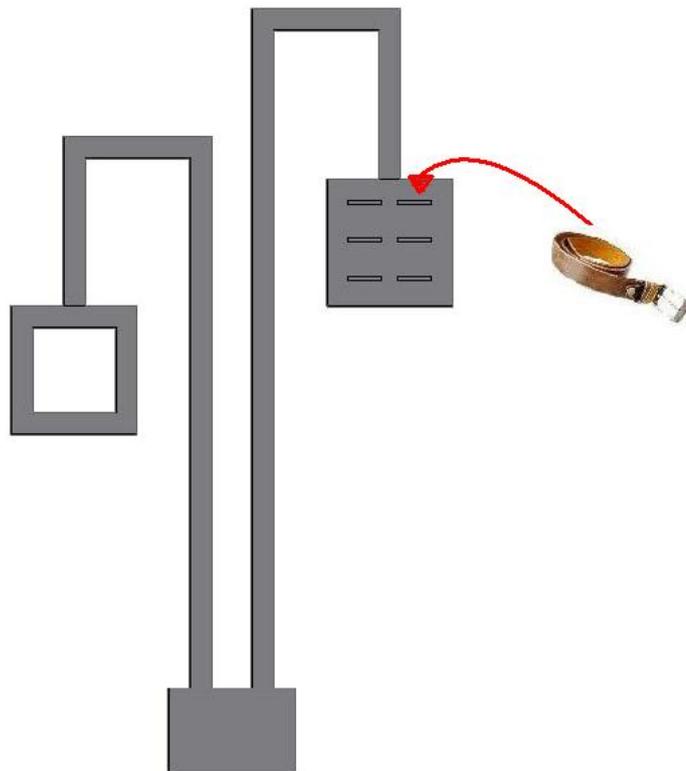
14.7 SECUENCIA DE USO

1



Se debe doblar el cinturón de acuerdo al gusto y necesidad de exhibición

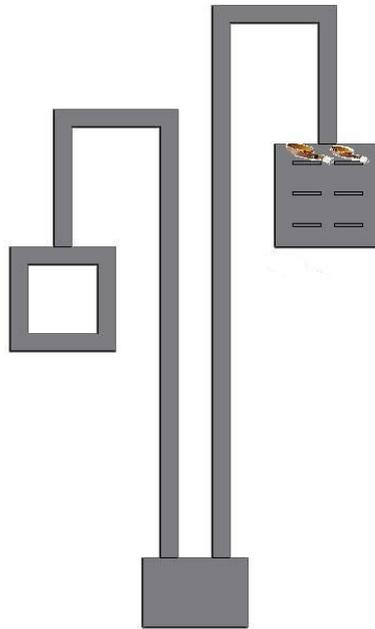
2



Después de doblado el cinturón se pone sobre una de las bases del exhibidor

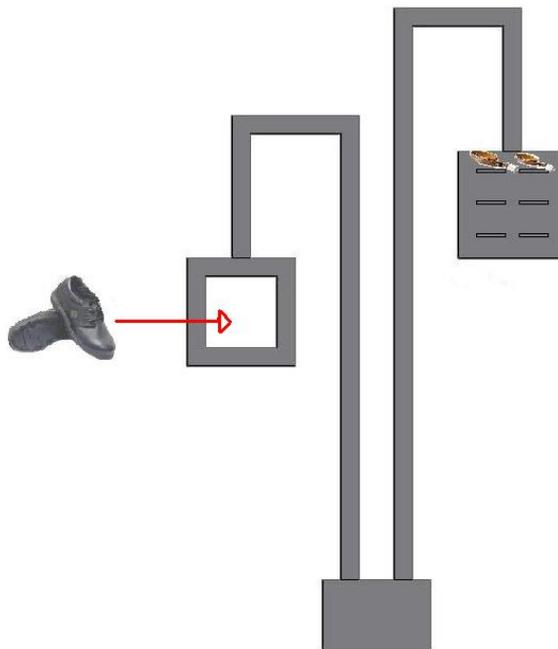
67

3



Así debe quedar el cinturón puesto en el exhibidor

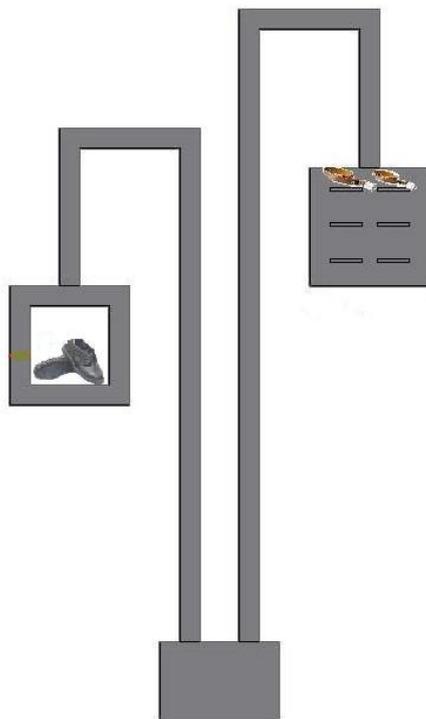
4



Ubicar el calzado de una manera conveniente para la exhibición

68

5

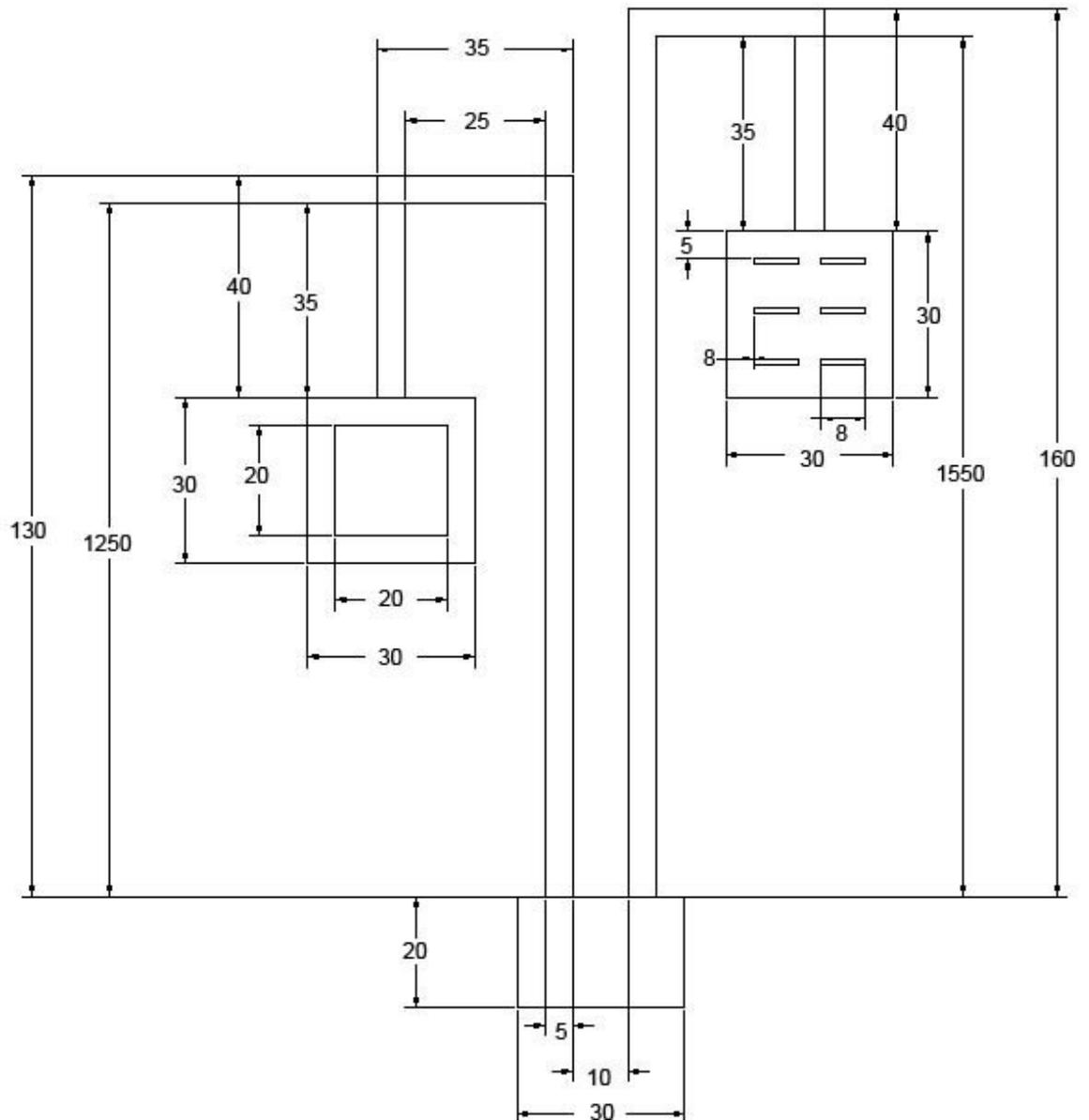


Finalmente se ubica el calzado de la manera que se quiere para la exhibición.

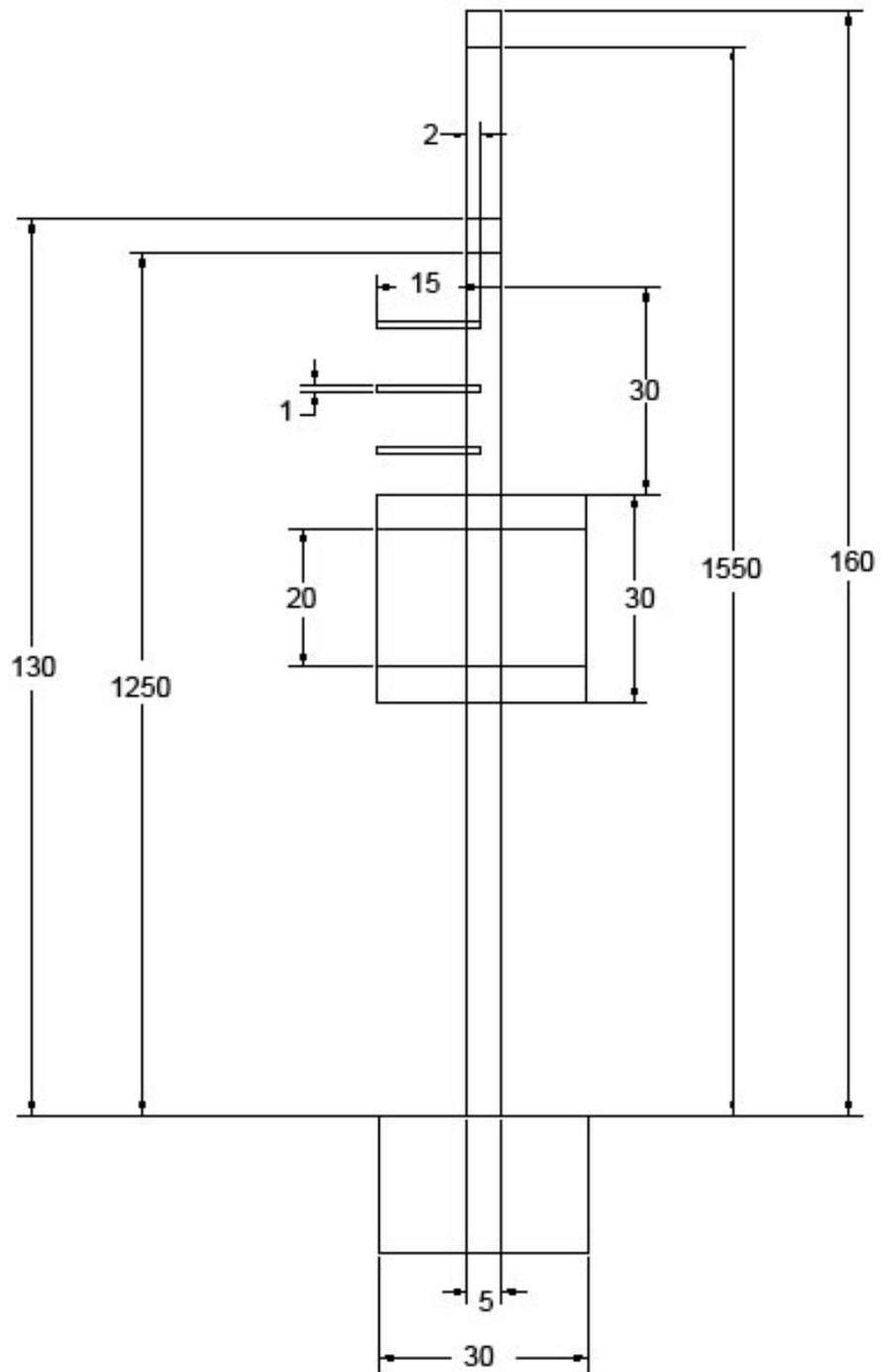
69

14.8 PLANOS TÉCNICOS

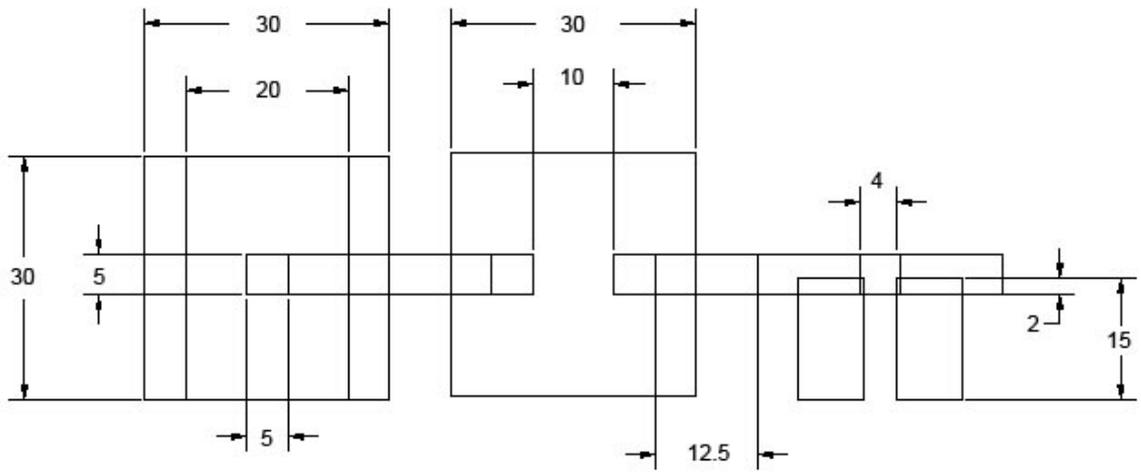
14.8.1 Vista frontal



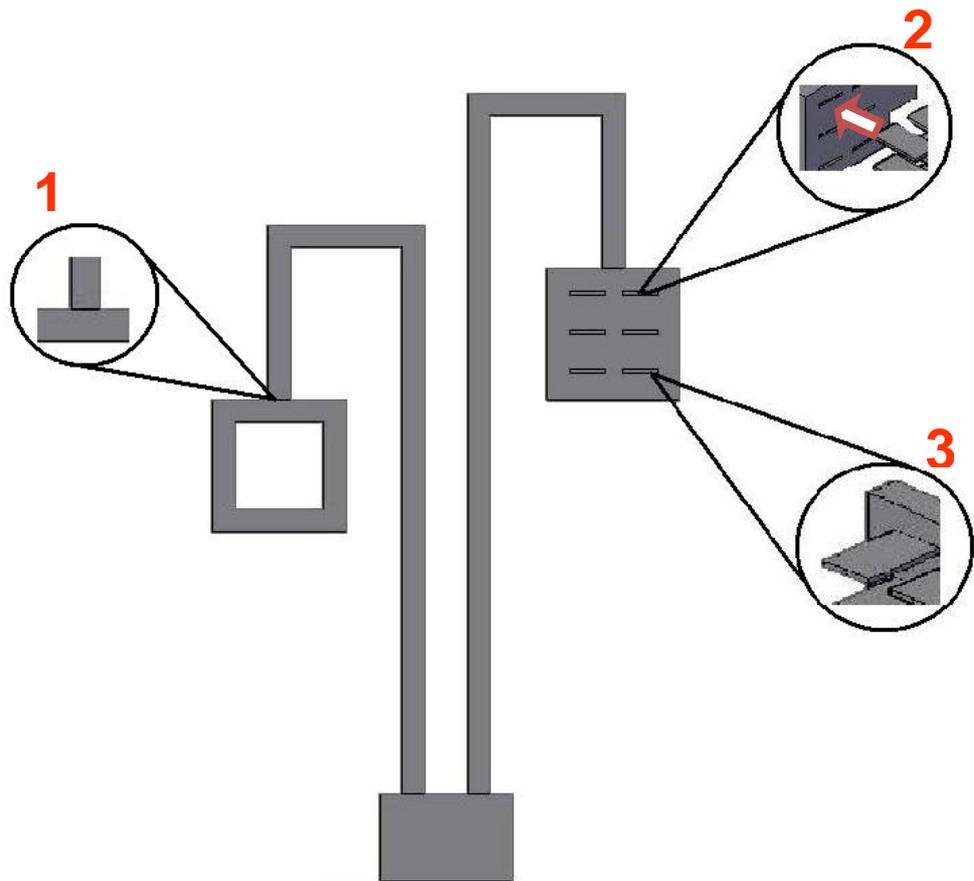
14.8.2 Vista lateral



14.8.3 Vista superior

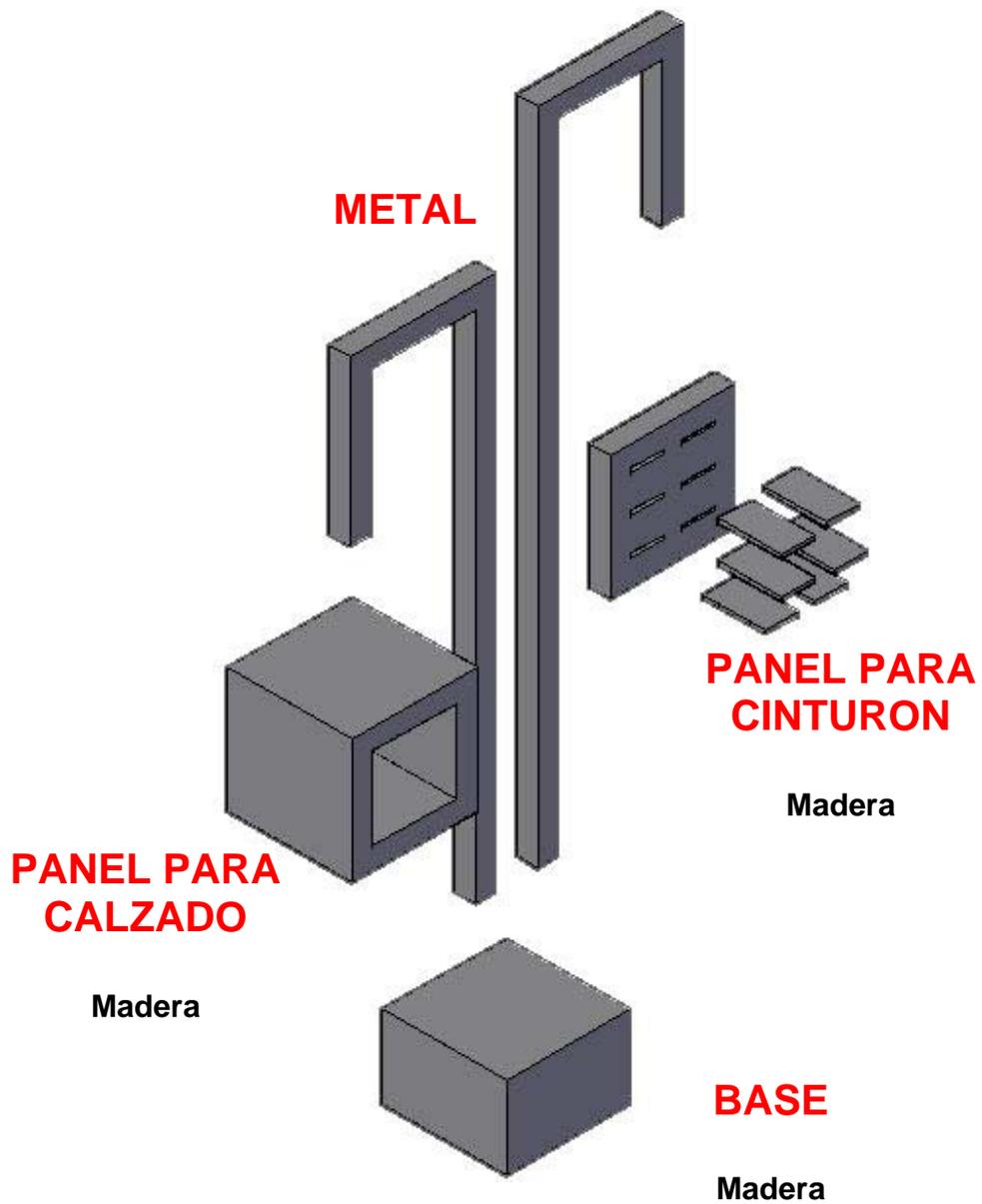


15. DETALLES TÉCNICOS



- En el numeral 1 la parte de los cinturones se unirá por medio de la soldadura al cuerpo del exhibidor.
- En el numeral 3 se muestra en la figura las barras que sobresalen para ubicar allí los cinturones a exhibir, estos van simplemente ensamblados y se pueden quitar y poner como se desee tal cual se muestra en el numeral 2.

16. DESPIECE



17. CRONOGRAMA

SEMANA SEPTIEMBRE- OCTUBRE	1	2	3	4	5	6
ACTIVIDADES						
Investigación de espacios de cada vitrina						
Investigación de topologías						
Análisis de cada topología						
bocetación						
Definición de la propuesta más materiales						
Cotización						
Definición de cotización						
Elaboración de exhibidores						

18. RECURSOS NECESARIOS

- Computador
- Papel
- Lápiz
- Autocad
- Metro
- Teléfono
- Borrador
- Internet
- Metro
- Regla
- Calibrador
- Asesorías teóricas

ESTUDIO DE DECOLORACION DE PRENDAS EN LA EXHIBICIÓN

19. FORMULACION DEL PROBLEMA PROYECTO N° 3

Durante los días de exhibición de varias prendas en la vitrina viene presentándose decoloración en ellas, por eso se analizara según las propiedades de la prenda y sus días de exhibición para hacer una mejor rotación de productos y conservación de prendas así evitando un reproceso de ellas y llevando a la empresa a un ahorro.

19.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Desde hace algunos años se ha venido presentando un problema muy grave para la empresa en el punto de fábrica situado en el municipio de Dosquebradas a nivel de decoloración de las prendas en la exhibiciones ya que este lugar cuenta con 12 vitrinas grandes que constantemente son asediadas por el sol, el calor, la humedad entre otros factores principales que hacen que la prenda constantemente tenga reacciones a ellos.

Se han pensado varias soluciones que sean económicas y beneficiarias para la empresa pero sin ningún resultado relevante. El cambio de prendas generalmente se hace cada 15 o 20 días cuando se ha tenido mucho trabajo de otro tipo dentro de la empresa, este tiempo también es muy importante y “nocivo” por decirlo así, ya que la prenda esta expuesta durante todo ese tiempo y eso es lo que principalmente ocasiona la decoloración. En cada exhibición en el punto de venta están saliendo aproximadamente entre 10 y 15 prendas decoloradas las cuales deben pasar a un reproceso y posteriormente a vender de nuevo como imperfecta en el outlet haciendo perder dinero a la empresa.

Como mencionaba anteriormente se han presentado algunas soluciones a este problema:

1. La primera solución que se planteó eran unos parasoles pero que posteriormente se vio el problema de que estas deben tener un cuidado muy riguroso de limpieza y mantenimiento que a la final no resultaba muy rentable.
2. La segunda solución que se planteaba era la de una cinta adhesiva aislante de calor y humedad que ayudaban a que la prenda no se decolorara y las vitrinas se vieran estéticamente agradables y sobrias, se llevo a cabo un estudio por un determinado tiempo con mediciones de esos factores para decretar el grado de concentración de humedad, calor, etc, que estaba ocasionando este problema dicha solución se presentó ante la junta directiva pero por costos no se ha llevado a cabo.

3. La tercera solución era mezclar la parte visual de backings con la exhibición de las prendas en los maniqués, en toda la exhibición del punto de venta se encuentran en 6 vitrinas con backings haciendo alusión al estilo de hombre Kosta Azul con fotografías y mensajes manejando el mercadeo aspiracional que con el que la empresa trabaja constantemente. La idea de esto es quitar los maniqués y por tanto rebajar el número de exhibición de prendas, es decir que la imagen que se proyecta ahí no sea redundante con maniqués y accesorios.

El motivo principal por la que se realizó este proceso es ayudar a la empresa a esclarecer algunas dudas en cuanto a la decoloración de las prendas ya que una de las tareas planteadas dentro de la practica es servir de apoyo en las exhibición y constantemente se tiene un contacto directo con las prendas y viendo lo perjudicial que resultan los factores anteriormente mencionados y así aconsejar a la empresa para llevar a cabo la mejor solución y beneficio para ala misma.

19.2 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio diario durante un tiempo de exhibición de las prendas para determinar el día en que se empieza la decoloración de diferentes tipos de tela ya sea sintética o natural o la mezcla de las dos para establecer y estudiar las posibles soluciones que beneficien a la empresa y así poder llegar a una mejor exhibición de los productos y prendas.

19.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Analizar por medio de retazos de tela de diferentes características el día en el cual las telas se comienzan a decolorar.
- Llevar el registro de cada día los retazos de tela con las características y propiedades revisando como se comporta cada color textura y demás.
- Tomar la decisión de la o las soluciones mas apropiadas para este problema y recomendar a la empresa de la importancia y beneficios que puede traer esta para las prendas y sus exhibiciones.

20. ANALISIS

Durante el tiempo de práctica se ha venido notando el problema de la decoloración en las prendas de exhibición. En estos momentos y como se menciona anteriormente se han tenido en cuenta varias soluciones que no han dando un resultado muy favorable.

Por esta razón se recurrió a este estudio para de terminar el tiempo exacto de decoloración de cada tela para así llegar a una solución favorable para la empresa no solo por el lado económico sino también por el reproceso que se realiza a cada una de estas prendas.

Dentro de la empresa y la planta de producción se manejan telas de fibras naturales y artificiales como el algodón y el poliéster o la combinación de las dos. Las fibras naturales son las vegetales, animales y minerales; Las vegetales son la conocidas como el Algodón, Lino Cáñamo, Yute, Sisal y Abacá; las animales son las conocidas como la Lana, Pelo de cabra, Vicuña, Alpaca, Camello, Seda natural y las minerales tales como el Asbesto o Amianto, Lurex, Metálicas y Vidrio. Las fibras artificiales son las conocidas como los manufacturados y sintéticas; las manufacturados se obtienen a partir de materias rimas naturales y su estructura es creada artificialmente algunas de ellas son el Rayón viscosa, Rayón cuproamoniaca, Rayón polinósico, Rayón acetato y acetato de celulosa o base proteínica, como las fibras de caseína o proteína vegetales; Las sintéticas por su lado la composición química y estructura son creadas artificialmente partiendo de materiales como el Carbón, Hidrogeno, Aire y etc.; Las poliamídicas como el Nylon, Perlón, Enkalón, Coprolán y Celón; las Poliestéricas esta es la clase mas reciente de Policondensados se manejan el Dacrón, Terlenka, Fortrel, Terylene, Trevira, etc.; Las acrílicas como el Acrilón, Vonnell, Orlón y Exlán. Y por ultimo el Polivinílicas como el Vinylon, Dynel y Teflón.

Todas la fibras textiles tienen características externas e internas esas características externas son, La longitud que se refiere a la distancia que existe entre uno y otro extremo de la fibra; La uniformidad es la similitud de las diferentes longitudes que se que se presentan en las fibras; El color el es que indica el tono y la coloración de la fibras; La ondulación se puede observar los dobleces u ondas que se presentan mas o menos con regularidad en la longitud de la fibra; El tacto es la suavidad o aspereza que presentan las fibras al tocarlas; El brillo es el grado de reflexión de la luz en una superficie.

Las características internas son igual de importantes a las anteriores a la hora de elegir una tela de acuerdo a la necesidad planteada por la empresa, estas características son: La finura se refiere a la hilatura porque se requieren fibras finas para elaborar hilos finos; La resistencia se entiende como la capacidad que tiene la fibra de oponerse al rompimiento; La elasticidad es la capacidad de recobramiento de una fibra a su longitud original; La absorción de humedad es la capacidad que tiene la fibra de absorber la humedad del medio ambiente.

Estas características dan pie en la empresa para tener en cuenta y sobretodo no dejar pasar por alto la calidad que es lo más importante para ellos. En ese aspecto se tiene una serie de requisitos, estudios y verificaciones que se le hace a la tela inmediatamente es entrega por el proveedor y se somete a un muy riguroso proceso de control de calidad para aprobar y posteriormente pasar a producción sin embargo ahí no para e proceso de verificación y calidad posteriormente se tiene el producto final se realizan las siguientes pruebas físicas: Resistencia a la tensión, Resistencia al rasgo, Resistencia a la abrasión, Resistencia al pilling, Resistencia a la formación de arrugas, Resistencia al desplazamiento en la costura, Chequeo de corte de aguja, Estabilidad dimensional y por ultimo Chequeo de aceptación de procesos. Mas adelante se procede a realizar otras pruebas que garantizan lo que pasa precisamente en la vitrina, esas pruebas son llamadas de solidez y tiene que ver con la solides al lavado, la solidez al frote, la solidez, a la luz y la solidez al sudor pero esta claro que ninguna tela por mas fina que sea podría soportar altas temperaturas y luz por varios días directamente.

Ya pasando el análisis de las telas encontramos en las vitrinas del almacén los puntos más críticos para poder poner las telas en cada una de ellas y verificar su alto grado de crítica para las prendas exhibidas allí. Como se ve en la fotografía el punto de venta puede catalogarse como una “pecera” ya que en realidad durante el día y en diferentes momentos le llega el sol a todas las vitrinas aunque por el tiempo en algunas se recibe mas que el otro. En la imagen se pueden observar 5 puntos críticos en espacial la esquina ya que en un momento del día recibe por los dos lados, esto se presenta en una horas de la tarde por un largo momento lo que hace de estas dos vitrinas las mas criticas para las prendas. Otros puntos críticos son los de las vitrinas que dan al lado de la avenida Simón Bolívar por recibir durante medio día los rayos del sol haciendo que las prendas se decoloren en poco tiempo.



Figura 16. Foto almacén y vitrinas

VITRINA 1: Esta vitrina es una de las que conforma dicha esquina no es tan crítica como la siguiente ya que como se observa en la imagen no recibe durante todo el día el sol pero sin embargo queda el calor y la humedad concentradas en ella ocasionando la decoloración de algunas prendas entre ellas las mas afectadas los dril y las chaquetas cuando se exhiben.

Durante la investigación en esta vitrina se pusieron retazos de telas de características como el poliéster y la mezcla entre el poliéster y algodón que mas adelante se mostrara la tabla con cada comportamiento de los días que estuvieron expuestos al sol, la humedad, la luz, etc.

Por tanto se aconseja no exhibir prendas de 100% algodón, en cambio poner prendas con mezclas pero teniendo en cuenta el porcentaje de algodón en la prenda, es decir, 50% algodón 50% poliéster u 80% poliéster y 20% algodón para así evitar la decoloración en cuanto a camisas y camisetas. En cuanto a pantalones y chaquetas se aconseja que en caso de exhibirlas se dejen el menor tiempo posible o en su defecto cambiar los driles por jeans que son más resistentes a la decoloración; por el lado de las chaquetas como se decía primeramente rotarlas o cambiarlas para evitar también su decoloración.

VITRINA 2: Esta es la vitrina más crítica se podría decir ya que en determinada hora del día recibe el sol por el espacio que quedan entre la primera y todo el vidrio de la segunda ocasionando un alto decoloramiento en las prendas. En esa vitrina hace algún tiempo se instaló como muestra una cinta que evita este problema. En la investigación se decidió poner unos retazos allí para estudiar su efectividad, es decir, en esta vitrina se estudiaron 4 tipos de retazos con las mismas características que las anteriores.

En esta vitrina los retazos de tela se clasificaron en dos partes, la primera los retazos puestos en la zona de la cinta allí se usaron telas con unas características de 100% poliéster y 100% algodón. Las situadas fuera de la cinta poseen unas características como 80% poliéster y 20% algodón y el otro retazo es 100% algodón que mas adelante se mostrara la tabla con cada comportamiento de los días que estuvieron expuestos al sol, la humedad, la luz, etc.

Por tanto se aconseja no exhibir prendas de 100% algodón, en cambio poner prendas con mezclas pero teniendo en cuenta el porcentaje de algodón en la prenda, es decir, 50% algodón 50% poliéster u 80% poliéster y 20% algodón para así evitar la decoloración en cuanto a camisas y camisetas. En cuanto a pantalones y chaquetas se aconseja que en caso de exhibirlas se dejen el menor tiempo posible o en su defecto cambiar los driles por jeans que son más resistentes a la decoloración; por el lado de las chaquetas como se decía primeramente rotarlas o cambiarlas para evitar también su decoloración.

VITRINA 3: En esta vitrina las prendas no tienen un mayor decoloramiento en las prendas por esta razón se aconseja a la empresa poner prendas de tipo no de 100% algodón sino una mezcla con poliéster algodón sin importar tanto su porcentaje.

Durante la investigación se utilizaron telas de tipo 100% algodón y 50% algodón 50% poliéster mas adelante se mostrara la tabla con cada comportamiento de los días que estuvieron expuestos al sol, la humedad, la luz, etc.

VITRINA 4: Esta vitrina tiene un comportamiento muy parecido a la anterior por ende se aconseja poner prendas de tipo no de 100% algodón sino una mezcla con poliéster algodón sin importar tanto su porcentaje.

Durante el proceso se utilizaron telas de tipo 80% algodón 20% poliéster y otra de 100% poliéster mas adelante se mostrara la tabla con cada comportamiento de los días que estuvieron expuestos al sol, la humedad, la luz, etc.

VITRINA 5: Esta es otra de las vitrinas cítricas ya que también en una hora determinada del día el vidrio de la siguiente vitrina alcanza a coger esta ocasionando una mayor exposición para las prendas.

Durante la investigación se usaron telas de tipo 50% algodón 50% poliéster y 100% algodón mas adelante se mostrara la tabla con cada comportamiento de los días que estuvieron expuestos al sol, la humedad, la luz, etc.

Se aconseja utilizar prendas no muy delicadas con mezclas de poliéster en mayores porcentajes o en su defecto 100% poliéster. En cuanto a pantalones y chaquetas tratar de poner telas no muy delicadas que puedan decolorarse fácil y rápidamente.

20.1 TABLA DE VITRINAS

vitrinas	Descripción	Día 1	Día 2	Día 3	DIA 4	Día 5	Día 6	Día 7
1	<ul style="list-style-type: none"> • Camisa naranja a cuadros Poliéster 100% • Camiseta amarilla. Franela Poliéster 50%/Algodón 50% 	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>
2	<ul style="list-style-type: none"> • Tela en cinta Camisa azul a cuadros Poliéster 100% • Pantalón Drill. Color verde claro. Algodón 100% • Tela sin cinta • Camisa color negro rayas violeta Algodón 80%-Poliéster 20% • Pantalón Drill. Color verde oscuro. Algodón 100% 	<p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p> <p>Presentó decoloración</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p> <p>Mediano grado de decoloración</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p> <p>Mediano grado de decoloración</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p> <p>Medio alto grado de decoloración</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p> <p>Medio alto grado de decoloración</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p> <p>Medio alto grado de decoloración</p>

3	<ul style="list-style-type: none"> Pantalón Drill. Color gris. Algodón 100% Camiseta verde. Franela. 50%Poliéster 50%/Algodón 	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>
4	<ul style="list-style-type: none"> Camisa color negro rayas amarillas. Algodón 80%-Poliéster 20% Camisa amarilla a cuadros Poliéster 100% 	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>
5	<ul style="list-style-type: none"> Camiseta azul. Franela 50%Poliéster 50%/Algodón Pantalón Drill. Color café. Algodón 100% 	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>No presento cambios en el color.</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>Presentó decoloración</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>Presentó decoloración</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>Mediano grado de decoloración</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>Medio alto grado de decoloración</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>Alto grado de decoloración</p>	<p>No presento cambios en el color.</p> <p>Alto grado de decoloración</p>

4	<ul style="list-style-type: none"> Camisa color negro rayas amarillas. Algodón 80%-Poliéster 20% Camisa amarilla a cuadros Poliéster 100% 	No presento cambios en el color.						
5	<ul style="list-style-type: none"> Camiseta azul. Franela Poliéster 50%/Algodón 50% Pantalón Drill. Color cafe. Algodón 100% 	No presento cambios en el color.						
		Alto grado de decoloración						

21. CRONOGRAMA

DIAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
ACTIVIDAD														
REVISAR TELAS														

22. RECURSOS NECESARIOS

- Computador
- Información Profesional
- Usb
- Retazos de tela
- Internet
- Asesoría teórica
- Cámara digital
- Agenda

BIBLIOGRAFIA

- <http://www.craftdyp.com.ar/hoja4aw.htm>
- <http://www.rgbanimations.com/foro/viewtopic.php?t=46>
- <http://www.picasillo.info/imagenes/modelado/exhibidores.jpg>
- http://www.mercadolibre.cl/jm/img?s=MLC&f=8671158_5454.jpg&v=P
- http://www.latermec.com.ec/images/exhibidores/nivea_exhibidor.jpg
- <http://www.modelaespacios.cl/images/otros/serie-HD-retocada.jpg>
- <http://www.amoblamientosvidal.com.ar/exhibidor%20ropa1.jpg>
- <http://www.atixdiseno.com/material P.O.P>
- <http://es.globotechdisplays.com/Catalogo/mobileInteraction/tabid/157/Default.aspx>
- <http://es.globotechdisplays.com/Catalogo/mobileInteraction/tabid/157/Default.aspx>

- <http://es.globotechdisplays.com/Catalogo/productdisplay/tabid/156/Default.aspx>
- <http://www.chetier.com/images/b.jpg>
- <http://ropa.todotelas.cl/corbatas/images/colgador-305t.jpg>
- <http://www.axellll.ofershop.com/catalogo/boutique/mas1/arbol1.jpg>
- http://www.mercadolibre.com.ar/jm/img?s=MLA&f=36822057_227.jpg&v=l
- <http://www.acripublicidad.com/Fotos/index/Categorias/calzado.jpg>
- <http://www.bibliocad.com/cad/biblioteca/muebles-equipamiento/supermercados-y-tiendas/thumb/23034-mueble-exhibidor-calzado-deportivo-3d.jpg>
- http://manolomoda.com/wordpress/wp-content/uploads/2008/03/mcqueen_bones3.jpeg
- <http://www.rhino3d.cl/gal/galexhbr.jpg>
- <http://www.megaorange.net/ebay/on5buy/4s/np935a5y.jpg>
- http://www.natureduca.com/tecno_indust_text_fibras1.php
- <http://apuntes.rincondelvago.com/fibra-de-sisal.html>
- <http://www.estrucplan.com.ar/producciones/entrega.asp?identrega=45>

- <http://www.urbipedia.org/index.php/Perl%C3%B3n>
- <http://www.ctv.es/USERS/telart/WebTelasDeCasa/TextilTeka/CaracteristicasFibrasCuerpo.html>
- Formación profesional. Conocimientos Textiles: Fibras. Unidad No 2 Pereira: Fabricato.

CONCLUSIONES

- Para obtener una buena vitrina se debe tener en cuenta un buen diseño de los elementos exhibidores que a la vez presenten una armonía entre los maniqués y los accesorios que se quieren mostrar, debe también reflejar un equilibrio, una funcionalidad, se debe manejar un mensaje con claridad y contenido para el cliente por medio de colores, formas, texturas, etc.
- Los productos adecuada y estratégicamente exhibidos tienen mejores posibilidades de venta.
- Por medio del análisis realizado escoger las prendas adecuadas para cada una de las vitrinas evitando la decoloración de estas.

RECOMENDACIONES

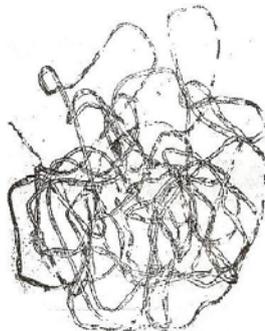
- Se recomienda a la empresa el buen uso y cuidado del exhibidor para que siempre se vea estéticamente atractivo y limpio a la vista del cliente.
- Utilizar de adecuada cada uno de los exhibidores protegiéndolos de golpes, rasguños y caídas para conservar sus colores y formas como nuevas.
- Tomar una decisión inmediata con respecto a las soluciones vistas y planteadas desde hace un tiempo sin embargo por el momento seguir los concejos dados en el informe #3.
- Hacer un estudio de alguno de los puestos de trabajo de los operarios de la planta para verificar si estos son apropiados para la jornada laboral y su salud.
- Después de realizado el estudio de las vitrinas se recomienda tener en cuenta el tipo de telas que se exhiba en cada vitrina, es decir, en la vitrina que da a la esquina de la avenida y la calle de Postobon manejar preferiblemente fibras sintéticas como el poliéster ya que esta recibe demasiado sol durante el día, lo mismo sucede con la esquina que también da a la avenida y a una de las entrada del almacén de fabrica. En las otra vitrinas tiene más facilidad de que exhiban prendas más delicadas como el algodón o la mezcla entre el poliéster y el algodón

ANEXOS

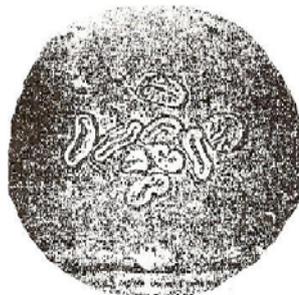
ANEXO A. Imágenes de fibras y origen.



Planta de algodón con frutos. Botones en proceso de apertura por su grado de madurez.



Macrofotografía longitudinal de la fibra de algodón



Corte transversal de una fibra de algodón

ANEXO B. Telas expuestas a experimento

VITRINA 1



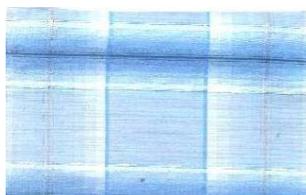
Camisa naranja a cuadros Poliéster 100%



Camiseta amarilla. Franela Poliéster 50%/Algodón 50%

VITRINA 2

Con cinta protectora



Camisa azul a cuadros Poliéster 100%



Pantalón Drill. Color verde claro. Algodón 100%

Sin cinta protectora



Camisa color negro rayas violeta Algodón 80%-Poliéster 20%



Pantalón Drill. Color verde oscuro. Algodón 100%

VITRINA 3

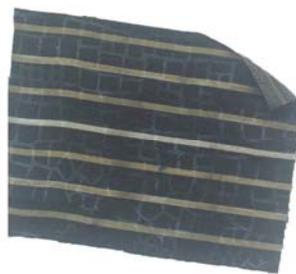


Pantalón Drill. Color gris. Algodón 100%

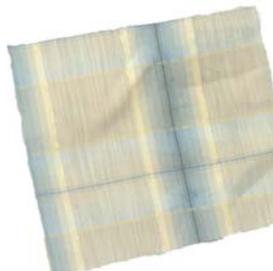


Camiseta verde. Franela. Poliéster 50%/Algodón 50%

VITRINA 4



Camisa color negro rayas amarillas. Algodón 80%-Poliéster 20%



Camisa amarilla a cuadros Poliéster 100%

VITRINA 5



Camiseta azul. Franela Poliéster 50%/Algodón 50%



Pantalón Dril. Color café. Algodón 100%

ANEXO C. Colores para el calzado Kosta Azul.



Colorado Miel Italiano



Colorado Miel Rojizo

Estos tipos de colores, cueros y texturas son principalmente usados para un estilo sport.



Gitano Cognac



Gitano Dorado



Gitano Miel



Gitano Negro

Estos tipos de colores, cueros y texturas son principalmente usados para un estilo clásico y casual



Linda Café



Linda Cognac



Linda Negro

Estos tipos de colores, cueros y texturas son principalmente usados para un estilo clásico.



Napa Mora Café



Napa Mora Miel



Napa Mora Negro



Napa Mora Vino Tinto

Estos tipos de colores, cueros y texturas son principalmente usados para un estilo casual.



Nobuck Arena



Nobuck Cafe



Nobuck Negro



Nobuck Avellana

Estos tipos de colores, cueros y texturas son principalmente usados para un estilo casual y sport.



Ontario Beige



Ontario Café



Ontario Cognac



Ontario Miel



Ontario Negro

Estos tipos de colores, cueros y texturas son principalmente usados para un estilo casual y sport.

